

**FACULDADE CÁSPER LÍBERO**

**MESTRADO EM COMUNICAÇÃO**

**CONFORMIDADES E TENSÕES NO PROCESSO  
DE MATERIALIZAÇÃO**

**DE VALORES E SIGNIFICADOS EM *ADVERGAMES*:  
o Rally Mitsubishi Outdoor observado como mídia publicitária**

**FERNANDO GUALBERTO**

**SÃO PAULO**

**2021**

**FERNANDO GUALBERTO**

**CONFORMIDADES E TENSÕES NO PROCESSO  
DE MATERIALIZAÇÃO  
DE VALORES E SIGNIFICADOS EM *ADVERGAMES*:  
o Rally Mitsubishi Outdoor observado como mídia publicitária**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, na Linha de Pesquisa Jornalismo, Imagem e Entretenimento, como requisito parcial para a obtenção de título de Mestre em Comunicação, sob orientação da Professora Doutora Marli dos Santos e coorientadores Professores Doutores Marcelo Moraes e José Eugênio Menezes

**SÃO PAULO**

**2021**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
Biblioteca Prof. José Geraldo Vieira

Gualberto, Fernando.

Conformidades e tensões no processo de materialização de valores e significados em advergames : o Rally Mitsubishi Outdoor observado como mídia publicitária / Fernando Gualberto. – São Paulo, 2021.

295 p. : il.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Cásper Líbero, 2021.

Orientador: Profa. Dra. Marli dos Santos.

1. Advergames 2. Estudos Ludológicos 3. Jogos 4. Mídia 5. Publicidade I. Santos, Marli dos. II. Faculdade Cásper Líbero, Mestrado em Comunicação. III. Título.

CDD 658.40353

*Bibliotecária responsável: Enisete Malaquias - CRB 8/5821*

# ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

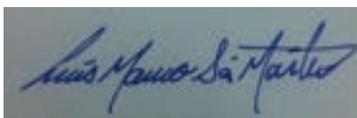
**AUTOR: FERNANDO GUALBERTO**

**“CONFORMIDADES E TENSÕES NO PROCESSO DE MATERIALIZAÇÃO  
DE VALORES E SIGNIFICADOS EM ADVERGAMES: O RALLY MITSUBISHI  
OUTDOOR OBSERVADO COMO MÍDIA PUBLICITÁRIA”**



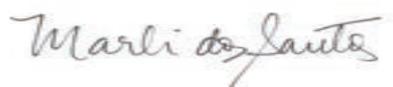
---

**Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho  
Escola de Comunicação e Artes – ECA-USP**



---

**Prof. Dr. Luís Mauro Sá Martino  
Faculdade Cásper Líbero - FCL**



---

**Profa. Dra. Marli dos Santos  
Faculdade Cásper Líbero - FCL**

**Data da Defesa: 13 de setembro de 2021.**

## Sumário

Agradecimentos. ....	6
Resumo. ....	10
Introdução. ....	12
Capítulo 1 - Os <i>advergames</i> . Apresentação da plataforma Rally Mitsubishi Outdoor. ....	23
1.1. Os <i>advergames</i> . ....	23
1.2. A plataforma Rally Mitsubishi Outdoor. ....	29
1.2.1. Viagem e ludicidade. ....	38
1.2.2. A cartografia e sua perspectiva comunicacional. ....	39
1.2.3. Características da plataforma. ....	42
Capítulo 2 - Fundamentos teóricos para observação de <i>advergames</i> . ....	45
2.1. A instrumentalização do Jogo. ....	62
2.2. Os jogos sérios. ....	70
Capítulo 3 - Uma aplicação. A plataforma Rally Mitsubishi Outdoor. ....	75
3.1. As temporadas anuais do Rally Mitsubishi Outdoor. ....	79
3.2. As etapas do Rally Mitsubishi Outdoor. ....	82
3.3. Os jogos no interior da plataforma Mitsubishi Outdoor. ....	84
3.3.1. Estratégia e utilização direta do produto. ....	86
3.3.2. Outros meios de deslocamento. ....	92
3.3.3. Vertigem. ....	96
3.3.4. Imagens. ....	101
3.3.5. Ciência e tecnologia. ....	104
3.3.6. Atividades simbólicas. ....	107
3.4. O panorama de desenvolvimento de <i>advergames</i> na plataforma ....	116
Considerações provisórias. ....	119
Referências. ....	124
Apêndices ....	131
Anexos ....	144

## Lista de ilustrações

Quadro 1. Categorias de plataformas nos <i>advergames</i> . .....	31
Figura 1. Pórtico de largada Mitsubishi Outdoor. ....	35
Figura 2. Sede etapa Mitsubishi Outdoor. ....	35
Figura 3. Retirada mapa Mitsubishi Outdoor. ....	36
Figura 4. Jogo Reflexão. ....	91
Figura 5. Jogo Alto lá. ....	95
Figura 6. Jogo Titanic. ....	96
Figura 7. Jogo Kmon. ....	98
Figura 8. Jogo Rota de Fuga. ....	99
Figura 9. Jogo Influenciador Instantâneo - página. ....	103
Figura 10. Jogo Influenciador Instantâneo - <i>selfie</i> . ....	103
Figura 11. Jogo NASA. ....	106
Figura 12. Jogo PacMan IV. ....	106
Figura 13. Jogo Casinhas Divinas - imagens de igrejas para recortar e montar. ....	109
Figura 14 Jogo Casinhas Divinas - tabuleiro imagem satelital. ....	109
Figura 15. Jogo Casinhas Divinas. ....	109
Figura 16 Jogo Indiana Jones - instruções. ....	110
Figura 17. Jogo Indiana Jones - reprodução de petróglifos. ....	110
Figura 18. Jogo Indiana Jones - petróglifo. ....	110
Figura 19. Jogo Indiana Jones. ....	110
Figura 20. Jogo Linha de Montagem - mapa de adesivagem oficial. ....	112
Figura 21. Jogo Linha de Montagem. ....	112
Figura 22. Jogo Maestro! ....	113
Figura 23. Jogo Quiz. ....	115

*à Maria Helena*

## **Agradecimentos**

Este trabalho é fruto do pensamento sobre o programa Rally Mitsubishi Outdoor, criado e realizado ininterruptamente em temporadas anuais, desde o ano de 2003, pela empresa G2 Adventure, da qual sou sócio fundador, ao lado de meu irmão Eduardo Gualberto.

Nessa conformidade, as linhas que seguem não seriam possíveis sem a efetiva colaboração de atores de dois ambientes separados, porém complementares. De um lado as pessoas da Academia e, de outro, as que deram suporte à realidade objetiva do programa.

Meus agradecimentos, nesse sentido, se dirigem, num primeiro passo, às Professoras Doutoras Ana Luiza Coiro Moraes e Simonetta Persichetti, da maior dimensão para o enriquecimento de minhas pesquisas acerca do fenômeno do Jogo, diante dos importantes e caros pensamentos ligados aos Campos das Identidades Culturais e da Teoria da Imagem, respectivamente. Nessa mesma conformidade, aos Professores Doutores Luís Mauro de Sá Martino e Carlos Costa, devo a inspiração e integração a este trabalho dos questionamentos envolvendo Poder, Organizações e Sociedade.

Não posso deixar de agradecer o Professor Doutor Eric de Carvalho de quem tive o privilégio receber a orientação em minha prévia especialização no Jornalismo, oportunidade em que pude traçar as primeiras linhas que já anunciavam o presente projeto, e, especialmente, em nosso reencontro por ocasião da Orientação Pedagógica desenvolvida durante o Mestrado, junto à disciplina de Publicidade e Propaganda ministrada na Faculdade Cásper Líbero. Foi nesta Casa, enfim, dirigida com enormidade intelectual pelo caríssimo Professor Doutor Welington Wagner Andrade, a quem tive o privilégio de encontrar diversas vezes pelos seus corredores para ser provocado a importantes percepções sobre nosso tema, mas também por ocasião do curso de Jornalismo Cultural por ele ministrado por oportunidade daquela primeira especialização, onde rabisquei meu “círculo mágico”, como lugar separado para o desenvolvimento do presente projeto.

As circunstâncias do processo de desenvolvimento deste trabalho me apresentaram com três Orientadores de forma sucessiva, a quem agradeço indistintamente. Num primeiro momento, fui agraciado pela Orientação oferecida pelo Professor Doutor Marcelo Moraes com sua postura extremamente receptiva e aberta à nossa proposta de pensamento, mas com a garantia e segurança de que não fosse perdido o rigor e forma necessários ao desenvolvimento de um projeto de pesquisa acadêmico. Esta foi seguida por segunda Orientação, a precisa e amiga do Professor Doutor José Eugênio Menezes, junto ao qual pudemos integrar ainda mais o foco de nossa pesquisa ao campo da Comunicação. Em terceiro lugar, já na reta final de apresentação da Dissertação, veio a da Professora Doutora Marli dos Santos, que me acompanhou e auxiliou de forma indispensável para os toques finais na materialização do presente trabalho.

Fica aqui, também, um abraço companheiro a meus colegas de pesquisa da Faculdade Casper Líbero e o apreço pelos diversos momentos que tivemos lado a lado, conversando e agregando, sempre, valor e significado a nossos pensamentos.

Fora do ambiente acadêmico, por sua vez, é na pessoa de Eduardo de Souza Ramos que deixamos, Eduardo e eu, nosso afetuoso abraço e agradecimento, pedindo que ele o receba na condição de representante de toda a sua equipe da HPE Automotores do Brasil, fabricante dos automóveis da marca Mitsubishi Motors no país, que nos acompanhou, de forma absolutamente integrada e complementar, na mais de centena de eventos e mais de milhar de jogos realizados no interior da plataforma Rally Mitsubishi Outdoor pelos últimos 18 anos.

Ainda falando em nome da G2 Adventure, fica o agradecimento a cada um dos 189 amigos “de casa” que participaram - e brincaram - diretamente, na condição de gestores e participantes do que gosto de chamar de "arquitetura de universos de possibilidades", que são os mais de um mil *advergames* desenvolvidos no interior da plataforma Mitsubishi Outdoor. Aqui também apontamos para a fundamental importância das milhares de pessoas espalhadas pela zona rural do nosso país, que nos ajudaram decisivamente, ao longo dessas quase duas décadas, a estruturar os jogos que compuseram nosso Rally de Estratégia. São eles que nos apresentaram seus lugares, suas culturas, suas brincadeiras. Obrigado, meus caros!

Por fim, e de acordo com uma convicção que procurarei deixar bastante clara nas próximas páginas, agradeço às dezenas de milhares de jogadores que interagiram, integraram e construíram nossos *advergames*. Um jogo, afinal, só passa a existir quanto é jogado por alguém. É nisso que consiste sua materialidade. É disso, da efetiva modificação de um estado preliminar e efêmero apenas proposto, que brota, assim acreditamos, seu real valor e significado. Algo que seria impossível para nós, na condição de arquitetos daquele ambiente, prever ou produzir.

Aos familiares que tiveram a paciência de me ouvir falar sobre o tema, sempre com a saudosa lembrança daquela que jamais deixou de brincar ao lado de cada um de nós, fica a promessa de que conversaremos mais sobre Jogos em nossos encontros pessoais. O assunto não acaba aqui!

*Quem busca a grandiosidade deve se manter coeso / apenas nas limitações o Mestre  
se distingue / e apenas a Lei pode nos dar a liberdade (Natureza e Arte. Johann W.  
von Goethe)<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> “Wer Großes will, muß sich zusammenraffen; In der Beschränkung zeigt sich erst der Meister,  
Und das Gesetz nur kann uns Freiheit geben”

## Resumo

A materialização de valores e significados de uma marca, produto ou serviço, própria da Publicidade, parece se tensionar, em alguma medida, com a materialização de valores e significados produzida por alguém que joga e levada a efeito por meio e a partir do ambiente particular do Jogo. Como entender esta oposição entre vetores de produção de valores e significados, em um sentido o da Publicidade, do exterior ao interior do ambiente lúdico; e o do Jogo, que sugere uma produção intrínseca a este e em vetor contrário, de dentro para fora? Se o *advergaming*, enquanto mídia que advém da fusão da Publicidade com o Jogo, pretende conformar as duas formas de materialização em um só processo, como ele lida com essas tensões? Para melhor formular estas questões, o presente trabalho pretende trazer os exemplos práticos de desenho e arquitetura de *advergames* levados a efeito por quase duas décadas no âmbito da plataforma híbrida (simultaneamente física e digital) Rally Mitsubishi Outdoor. Buscamos, num primeiro passo, relacionar e entender algumas das classificações forjadas especificamente para os *advergames*, duplamente quanto a seus objetos como a suas plataformas, procurando, quando pertinente, propor um alargamento do conceito. Em seguida, colecionamos pensamentos acerca da separação de ambientes, sob uma perspectiva fundamentalmente ludológica. Perguntamos em que medida e de que forma se opera, no Jogo, segundo alguns de seus mais proeminentes pensadores, a oposição entre a ficção e o real, entre o convencional e o suspenso, entre a irrealidade livre e a vida real, entre objeto e processo; e quais os problemas advindos dessas oposições ou mesmo paradoxos próprios do fenômeno lúdico na sua conformação a uma lógica publicitária. Por fim, analisamos seis tipos de *advergames* desenvolvidos naquela plataforma, através da elaboração de classificação livre de mais de um mil deles, sob a perspectiva ou retóricas daqueles pensadores dedicados aos Estudos Ludológicos. Combinando nossa classificação com o campo da Publicidade, observamos, ao final, que parece possível associar valores e significados de uma marca ao desenho de jogos, sem a descaracterização do fenômeno lúdico que haveria de ser provocada por um fim exterior a ele mesmo. Cremos que pudemos apresentar possibilidades e limites no desenho de jogos com marca e, talvez, contribuir na pavimentação de caminhos para futuros estudos sobre o tema.

*Palavras chave: Publicidade, Estudos Ludológicos, Jogos, mídia, advergames.*

## Abstract

Branding, considered as value and meaning materialization due to Advertisement - and the one of its products and services -, seems to tension itself, in some extent, with the value and meaning materialization produced by someone that plays, which is taken into effect from and thru the particular environment of Play. How to understand this opposition of values and meanings production vectors, one due to Advertisement, from the exterior to the interior of the ludic environment, and the one of Play, that suggests an intrinsic production on a opposit vector, from the inside to the outside? If *advergaming*, as a media formed as the fusion of Advertisement with Game (or Play) intends to conform this two forms into the same process, how does it deals with this tensions? To better formulate this question, this dissertation intends to bring practical design and architecture examples of *advergames* taken into effect for more than two decades thru the hibrid platform (simultaneously physical and digital) Rally Mitsubishi Outdoor. We intended, on a first step, do connect and understand some of the classifications introduced specifically for *advergames*, both concerning its objects and its platforms, trying, when relevant, to propose an enlargement of the concept. Further, we collect thoughts about environment separation, under a fundamentaly ludologic perspective. We ask ourselves in what mesure and by which form it operates, in Play, according to some of its most prominent thinkers, the oposition amongst fiction and reality, conventional and suspended, free unreality and daily life, object and process, and what are the questions generated by this opositions or even paradoxes intrinsic to the ludic phenomenon in its conformation to an advertisement logic. At last, we analyse six *advergames* types, developed in the platform, applying a free form classification of over a thousand of them and under the perspective or rhetorics brought by those thinkers dedicated to Game and Play Studies. Combining our classification to the field of Advertisement, we observed, at end, that it seems possible to associate brand value and meaning to the design of games, not mischaracterizing the ludic phenomenon brought by ends external to itself. We could present possibilities and limits in the development of branded games and, maybe, contribute to the pavementation of paths for future studies on the subject.

*Key words: Advertising, Game Studies, Play, media, advergames.*

## Introdução

O discurso publicitário contemporâneo parece se voltar para interatividade comunicacional cada vez mais acentuada em relação a seus consumidores. Nesse contexto, os Jogos podem se apresentar como processo integrativo privilegiado, na medida em que se constituem enquanto fenômeno, essencialmente, apenas pela ação dos jogadores. Ocorre que o processo de imbricação de valores e significados de marcas ao fenômeno ludológico não é levado a efeito sem o aparecimento de tensões. Estas tensões e possíveis conformidades são, nas páginas que seguem, nosso foco de atenção.

Não se pode negar que mecânicas ou mesmo ações inspiradas nos ambientes e fenômenos ludológicos possam instrumentalizar a materialização de retóricas, valores, significados, de alguma forma associados a marcas ou produtos e serviços. Tributário da corrente dos “jogos sérios”, termo cuja origem pode ser traçada às técnicas de treinamento militar esposadas por Clark C. Abt (ABT, 1987), os *advergames*, assim considerados jogos desenvolvidos com a imbricação de valores e significados de marca, reforçam as fileiras daqueles que consideram o jogo uma mídia adequada para materializar mensagens que não são necessária e imediatamente vinculadas à sua mecânica ou às ações dos jogadores/consumidores que dele participam. Porém, como nos aprofundaremos, o Jogo enquanto fenômeno contém algumas características essenciais que se tensionam com uma instrumentalização que deixa de considerar o processo em sua totalidade.

A este *locus* retórico, caso se trate de um conjunto de valores e significados concretizado que possa, em sua essência, ser exterior ao fenômeno lúdico, chamaremos de materialização extrínseca ou exterior ao jogo. Nem todo discurso publicitário, como evidente, é Jogo, logo consideraremos sua consubstancialização uma materialização extrínseca. Por outro lado, se a materialização de valores e significados - adotaremos, por preferência, o processo de *produção* de valores e significados -, é essencialmente levada a efeito por meio de e subsumida ao fenômeno lúdico, a chamaremos de intrínseca ou interior. Procuraremos identificar limites, consequências, erros, adequações e nuances, conformidades e tensões, que o processo de materialização de valores e significados apresenta na arquitetura dos *advergames*. Em outras palavras, nossa pesquisa se propõe a investigar a conformidade ou complementariedade e as

tensões que parecem ocorrer no processo de materialização de valores e significados intrínseca e extrínseca dos *advergames*.

Portanto, como fundamento primeiro dessa investigação, somos forçados a demonstrar, ou ao menos a questionar, em que medida ocorre esta separação de ambientes, o seja, daqueles próprios do que é e do que não é Jogo, bem como se isso impõe um estar “dentro” ou “fora” destes ambientes. Caso esta separação de ambientes ocorra de fato, será necessário verificar em que medida e em quais condições a Publicidade, que dá origem ao termo *advergame* (fusão das palavras de origem inglesa *advertising* - Publicidade, com *games* - Jogos) ou *advergaming*, enquanto referência ao processo de desenho dessa mídia, se situa ou pode se situar, inteira e equilibradamente dentro ou fora do espaço próprio do Jogo.

Como verificaremos no decorrer deste trabalho, nos parece que estamos diante de uma conformidade (por necessidade lógica) e uma tensão (por oposição teleológica), simultânea e paradoxalmente, entre formas ou processos de materialização de valores e significados de marca, a que nos referimos como internas ou externas ao ambiente ludológico. Ora, se ocorre uma certa separação de ambientes (ou de sistemas de referência) especialmente em virtude do caráter de fim-em-si-mesmo, ou autotélico, dos Jogos, como falar numa finalidade de algo que lhe é estranho? Nosso interesse teórico, nesse contexto, é investigar quais os possíveis vícios que um propósito exterior ao jogo pode gerar no processo comunicacional de materialização de valores e significados através deles ou integrados a eles.

Estariam o Jogo e o aspecto de produção (HANS, 1981), que com ele se confunde, preservados, mesmo diante de declarada e evidente fissura do “círculo mágico” observado por Huizinga (HUIZINGA, 2018), bem como da dificuldade artificial, da voluntariedade, da não seriedade, da suspensão do juízo, da livre produção, entre outras das características que parecem essenciais ao fenômeno ludológico?

Se o Jogo é formador de cultura (HUIZINGA, 2018) ou forma de expressão humana e de um estar-no-mundo (FINK, 2016; HENRICKS, 2015), Cultura e Jogo parecem exigir atenção a um de seus aspectos essenciais e comuns, qual seja, o de que ambos possuem caráter transitório e processual, o de que se relacionam com a ideia de

movimento, com a noção paradoxal de processo e de objeto em constante formação (e transformação) (AARSETH, 1977), de transitoriedade e fluidez.

Supõe-se que o Jogo, entendido como processo comunicacional, deve, para se reconhecer como tal, manter suas próprias estruturas abertas e maleáveis àqueles que jogam. São estes que construirão para si uma experiência livre, ainda que (ou mesmo porque) no interior de um sistema de restrições inicial e efêmero (MYERS, 2017; UPTON, 2015; SALEN, ZIMMERMAN, 2003, *et. al.*), apenas proposto pelo seu arquiteto - inclusive quando portador de uma retórica, apresentando-se na condição de mediador dos valores e significados de uma marca -, mas que só passa a existir de fato, enquanto fenômeno, quando efetivamente modificado.

O desejo de utilização de um jogo ou do Jogo como meio de materialização de um valor ou significado não é recente. Para além da fala, da escrita, das artes de uma maneira geral, os jogos apresentam características próprias que fazem deles uma lente ou perspectiva destacada, um campo particular. Com o surgimento das mídias digitais e sua ubiquidade, o estudo dos jogos (ou Estudos Ludológicos, ou *Game Studies*) e suas aplicações, ganhou especial interesse nas relações sociais, nas relações de poder, no imaginário, nas questões identitárias, nas relações de mercado, nas humanidades. Entre essas diversas relações, a materialização de valores e significados persuasivos, integrados a uma marca, produto ou serviço - a Publicidade -, tomou os jogos como mídia.

É nesse sentido, nos aprofundaremos a respeito, que o *advergaming* (i.e. o processo de desenho de *advergames*), senão como mídia em si ou forma de instrumentalização do fenômeno ludológico, talvez se mostre como importante lente para observação dos consumidores a ser levada a efeito pela publicidade contemporânea ou, como indicado por Eneus Trindade e Clotilde Perez, partícipes de mediação cultural e comunicativa das marcas.

se pensarmos as questões de participação, engajamento e modos de circulação, para além das estruturas, podemos avaliar pelas mediações as questões dos gradientes do tipo de participação e colaboração com ações de marcas, observando e analisando as

estratégias e táticas, mas voltando por meio das mediações culturais a um processo em que a lógica mídia/marca constitui ou participa da moldagem das realidades e de seus sujeitos. (TRINDADE, PEREZ, 2019, p.11)

Se possível tomá-lo como mídia, um modelo de plataforma híbrida (simultaneamente digital e física), que permita a utilização de múltiplas formas de desenvolvimento de *advergames*, acreditamos, pode ser uma forma de contornar as tensões teleológicas mencionadas e facilitar a materialização de valores e significados de marca simultaneamente de uma forma eficaz e não intrusiva, que tome o jogador/consumidor como sujeito participativo.

Como dissemos, nossa investigação teórica parece exigir um questionamento de ordem teleológica. A finalidade da Publicidade se conforma à finalidade do Jogo? Se parece razoável considerar que a Publicidade pretende comunicar valores e significados de uma marca, este propósito se conforma integralmente com o propósito, ou *telos* (em oposição a um objetivo interior, ou meta lusória, que chamariamos de *skopos*) do Jogo? Como rascunhamos, trata-se de trazer à tona a oposição entre a perspectiva de fim-em-si-mesmo dos jogos (SUITS, 2014; DeKOVEN, 2013; MYERS, 2017; SICART, 2014; STENROS, 2015; JUUL, 2005; BOGOST, 2016; *et. al.*) e a possibilidade de que ele sirva (numa abordagem duplamente utilitária e instrumental) à materialização de valores e significados extrínsecos, exteriores a seu espaço separado, não essenciais à sua caracterização, como educação, política, saúde, entre outros (McGONIGAL, 2011; ROMERO, 2010; DETERDING, 2015; BOGOST, 2007; et al) e, para nós especialmente, a Publicidade.

O incômodo concretizado nessa questão, insistimos, é o dos possíveis vícios, ou desequilíbrios, que uma finalidade exterior possa impor ao espaço particularmente ludológico. Insistimos: o Jogo tem sua mecânica, suas referências, seu sistema de restrições, mas também a atividade dos jogadores que dele se apropria e modifica (em maior e menor grau), a *playformance* (FRASCA, 2007), o livre movimento e horizonte de ação dos seus atores (UPTON, 2015), seus produtores de sentido (HANS, 1981). Parece sensato imaginar, como indicamos brevemente, que o

equilíbrio desse sistema possa ser influenciado ou mesmo desconstruído por um propósito acessório e que nenhuma relação guarda com o sistema em si: o propósito de materializar valores e significados de uma marca, por exemplo. Ao comunicar valores e significados entre ambientes separados, somos obrigados a pensar numa tradução. Para além disso, numa oposição entre o fim-em-si-mesmo ou caráter autotélico dos jogos e a mediação dos valores e significados que são exteriores a eles.

Formas de estar-no-mundo parecem se contrapor. Uma característica própria dos jogos contrapõe, ou justapõe, as noções de restrição e de liberdade e problematiza sua instrumentalização, em especial sua utilização como mídia para materialização de valores e significados intencionais. Trata-se de considerar que a abertura a escolhas dentro de espaço regido por um corpo normativo - as regras - ou que a modificação do estado que um horizonte de possibilidades proporciona aos que participam do jogo, fazem dele “uma forma de restrição e liberdade a um e mesmo tempo” (GADAMER, 2018, p. 130), ou, em outras palavras, uma liberdade de movimento dentro de um sistema de restrições (SALEN, ZIMMERMANN, 2003; UPTON, 2015). Ora, se é verdade, como Johann W. Goethe já havia notado no início do século XIX, ao indicar que tão somente a técnica exigida pelas formas poéticas permite a produção criativa, algo que, no mais, valeria para toda e qualquer forma de arte - e igualmente, nos parece, ao Jogo -, podemos estar diante de um paradoxo que apenas ao promover limitações é capaz de apresentar campo fértil para a livre produção, destacada de qualquer intencionalidade exterior. Destacada, portanto, de uma retórica e intensão persuasiva própria da Publicidade.

Sem pretender, ao menos nestas primeiras linhas, investigar a vasta produção intelectual que pretende construir uma definição formal ou ontologia do Jogo, focaremos em um de seus aspectos, que parece estar presente em grande parte das ideias desenvolvidas a partir de pensamentos sobre jogos e brincadeiras. Partimos da percepção de que o Jogo e a Brincadeira são, quem sabe, uma maneira leve de estar no mundo, sem consequência ou determinação, uma forma de agir ou interagir no mundo e “estar junto”, de criar *vinculum*<sup>2</sup>. Ao determinar uma meta ou objetivo à brincadeira, ao estipular contratualmente regras ou obstáculos para se atingir esta meta sem perder de

---

<sup>2</sup> esta a origem etmológica da palavra brincar, como derivação da palavra latina *vincire*: prender, seduzir, encantar.

vista sua leveza e inconsequência e aceitando voluntariamente algum tipo de restrição, assim pensamos, é edificado o ambiente do Jogo. Porém, se qualquer restrição, o “não posso agir de determinada maneira” que as regras do jogo impõem, nos distancia de um ideal e ilimitado “posso agir de qualquer maneira”, também é possível considerar que este “estar no mundo” com leveza mantém a inconsequência e indeterminação que a brincadeira exige e com ela se confunde, criando um mundo separado do não leve, do consequente, do Real. Pode-se, inclusive, pensar que esta separação exija que a finalidade deste mundo imaginário, deste sistema de restrições que o rege, seja tão somente (o que não é pouco), proporcionar o estado de brincadeira e, dessa forma, insistiremos adiante, em alguma medida, proporcionar a produção de Mundo (FINK, 2016; HANS, 1981).

Mas a materialização de valores e significados de uma marca não é uma brincadeira. Existe uma continuidade de visões de mundo e uma intenção muito clara das marcas pela lógica da Publicidade. Trata-se de persuadir o consumidor a adotar uma Idéia (WILLIAMSON, 2010), ou melhor, como dissemos, persuadi-lo para, de alguma forma adotar, ou melhor - preferiremos acompanhar a visão contemporânea da Publicidade e sua íntima conexão com o campo da Comunicação - , de alguma forma *interagir* com um mediador de valores e significados abraçados por uma marca (TRINDADE, PEREZ, 2014, 2019).

Queremos crer, portanto, que estamos diante, simultaneamente, de conformidades e tensões essenciais ao que se entende por *advergaming* e é este fenômeno que esclarece a principal questão que queremos propor no nosso trabalho: como se relacionam (e se tensionam) as características de separação e fim-em-si-mesmo próprias dos Jogos (e ou brincadeiras) com a confluência (de um estar no mundo) e propósito da Publicidade? Entendendo essas relações, quem sabe, possamos inventar formas eficazes de materialização de valores e significados, se não estritamente por meio dos Jogos, ao menos incentivadas por eles. Para tanto, dividimos nosso trabalho em três capítulos.

No capítulo inicial, após uma breve revisão sobre a origem do conceito de *advergaming* (enquanto processo de *design*, insistimos) e *advergames* (a materialização

desse processo), os situaremos, ainda que introdutoriamente, sob uma dupla abordagem, teórica e aplicada, identificando possíveis problemas e tensões.

Apontando, preliminarmente, certa tendência de aproximação dos *advergames* com o que se convencionou chamar de “jogos sérios”, ou “jogos” que desafiam a convicção de que seu propósito não pode se situar numa finalidade exterior ao que o Jogo é (ou pode ser), o foco da nossa investigação, neste primeiro momento, será observar em que medida os *advergames* se prendem, ou não, à sua forma original e exclusivamente digital de desenho e aplicação; será, portanto, a de observar e nos situar por meio das categorizações e aplicações dos *advergames*, nos distanciando do que chamamos de sua tensão teleológica. Nossa perspectiva será a das *formas* de integração de marcas ao ambiente desses jogos. Dos tipos associativo, ilustrativo e demonstrativo, à combinação desses mesmos tipos e a outras formas de classificação (NELSON, 2002). Mas também pretendemos identificar as origens e evolução da Publicidade nos Jogos em relação aos seus suportes, ou plataformas, sugerindo um alargamento do conceito de *advergaming*, desvinculando-o de sua origem fundada nas plataformas digitais.

Especificamente quanto a instrumentalidade do jogo no ambiente do *marketing*, nos voltaremos aos chamados processos de gamificação e das diversas críticas que uma mera utilização de alguns dos elementos percebidos em jogos se afasta e impede inteiramente o desenvolvimento de potenciais tanto persuasivos como experienciais (BOGOST, 2015) próprios do fenômeno ludológico. Procuraremos ordenar ideias diversas e por vezes embaralhadas de *branding*, *in-game advertising* e *advergaming*, este último tomado enquanto processo de desenho, concepção e proposta de jogos com o fim específico de materialização de valores e significados de marcas, nosso ponto específico de interesse.

Ainda neste primeiro capítulo apresentaremos nosso objeto de análise, a plataforma Rally Mitsubishi Outdoor, sob a qual se desenvolveram (processo contínuo até o presente) mais de um mil jogos com a imbricação da marca Mitsubishi Motors ao longo de quase duas décadas.

Se no primeiro capítulo pretendemos falar de aspectos concretos dos *advergames*, ainda que pelo esboço de uma teoria, no segundo capítulo, por seu turno,

nos dedicaremos ao pensamento teórico sobre os Jogos, procurando nos manter ligados, sempre que possível, às aplicações objetivas consubstanciadas nas possíveis implicações dessas percepções com o processo de materialização de valores e significados de uma marca.

Como dissemos, evitando apresentar uma ontologia dos Jogos e das Brincadeiras, tarefa para a qual não nos consideramos equipados (e que, queremos crer, algo que seria ao menos em sua forma definitiva, impossível), observaremos especialmente a ideia de separação de ambientes ou *sistemas de referência*, se próprios ou não dos Jogos, bem como dos aspectos teleológicos do fenômeno ludológico. Procuraremos, neste segundo capítulo, traçar um panorama do pensamento sobre este aspecto específico dos Jogos e das Brincadeiras, visitando diversos Pensadores que se dedicaram a estes conceitos: de obras alicerçantes como o *Homo Ludens* de Johan Huizinga de 1938 (HUIZINGA, 2019) e *Les Jeux et Les Hommes* de Roger Caillois de 1958 (CAILLOIS, 2001); às discussões contemporâneas observadas sob certa divisão nem sempre clara ou cômoda dos *games* trazidas pelos *Cybertext* de Espen Aarseth de 1997 (AARSETH, 1997), *Half-Real* de Jesper Juul de 2005 (JUUL, 2005), *Play Anything* de Ian Bogost de 2016 (BOGOST, 2016), entre vários outros; e *play*, por obras como *Play and the Human Condition* de Thomas Henricks de 2015 (HENRICKS, 2015) e *Play for Life* de Brian Sutton-Smith, de 2017 (SUTTON-SMITH, 2017), entre outros, complementadas pela visita à parte da produção acadêmica em constante evolução sobre o tema; sem deixar de lado pesquisadoras brasileiras como Lucia Santaella (SANTAELLA, 2009, 2013) e Solange Fragoso (FRAGOSO, AMARO, 2018) e suas importantes contribuições. Voltaremos nossa atenção, agora com maior profundidade, ao que conhecemos por “jogos sérios”, sua existência enquanto fato e produto e suas possíveis contradições internas e ao que chamaremos de deslocamento de imbricação de valores e significados nos jogos, da sua meta interior para a sua arquitetura.

Tendemos a acreditar que o que chamaremos de *declaração de procedimento* (ou demonstração clara, unívoca e escoreita da estrutura e retórica que constitui a realidade paupável dos jogos), própria dos ambientes ludológicos, pode se constituir num modelo aprimorado de Comunicação aplicada, para além desses mesmos

ambientes, e especialmente para a Publicidade. São pensamentos que desenvolveremos ao longo desse trabalho.

Para não nos deixarmos levar por uma abstração ilimitada, a todo tempo olharemos para nossa análise de classificação e categorização dos jogos desenvolvidos ao longo de quase duas décadas no interior da plataforma híbrida de estruturação de *advergames* chamada Rally Mitsubishi Outdoor, objeto desta pesquisa, utilizando as percepções e conceitos de diversos autores que se debruçaram sobre o tema geral dos Jogos.

Nesse sentido, num terceiro e último capítulo, analisaremos a plataforma *advergame* de autoria da G2 Adventure, empresa da qual o autor é sócio-fundador, chamada Rally Mitsubishi Outdoor, criado para a HPE Automotores do Brasil Ltda. em 2003 e operacionalizado até hoje em 6 ou 4 etapas anuais. Trata-se de uma plataforma híbrida onde se procura oferecer um suporte (a) para inserções da marca (além de patrocinadores e *stakeholders*) enquanto estratégias de *branding e in-game adds*; (b) para a elaboração de múltiplos *advergames* subordinados à plataforma principal; (c) a experiências com emergência (enquanto conceito de *design*), jogos abertos (*open ended*) e retóricas procedimentais; e, especialmente, (d) a possibilidades de apropriação e modificação de estruturas formais pelos jogadores a partir de sugestões interativas e não intrusivas de experiências ludológicas. Traremos exemplos selecionados entre os diversos jogos desenvolvidos no interior da plataforma até aqui, analisando-os sob a perspectiva dos conceitos discutidos neste trabalho.

Por fim, classificaremos de forma bastante livre e declaradamente exposta a contradições, cada uma das 17 temporadas, 99 etapas e 1.080 jogos criados no interior da plataforma ao longo dos anos. Anotaremos as sensações e perspectivas que se aproximam de cada um desses jogos, no tocante às hierarquizações e gradientes de Roger Callois: *agon, alea, mimicry* ou *ilynx* e também sua estrutura formal *paidia* ou *ludus* (CAILLOIS, 2001); neles exemplificaremos as retóricas apontadas por Brian Sutton-Smith: poder, progresso, identidade, destino, *self*, imaginário e frivolidade (SUTTON-SMITH, 2001); apontaremos a mídia: física ou digital; o envolvimento: colaborativo ou competitivo; o resultado ou *skopos*: se quantitativo ou qualitativo; indicaremos o tipo de presença da marca, acompanhando Jane Chen, Mattew Ringel e

Ian Bogost: *in-game add*, tipo associativo, ilustrativo ou demonstrativo (CHEN, RINGEL *apud*. BOGOST, 2007, 2016); a presença temática: narrativa ou abstrata; as habilidades, como quer Thomas Henricks: físicas/motoras ou intelectuais/simbólicas (HENRICKS, 2015); o modelo de desafio, acompanhando Jesper Juul: se progressão ou emergência (JUUL, 2005, 2013); e o que chamaremos de *modalidades*: ciclismo, *treking*, motor, jogos culturais, ciência, tecnologia, altura, fotografia, água, história, arquitetura, artes plásticas, agronomia, gastronomia, geografia, cartografia, artesanato, habilidades manuais, sensibilização ambiental, planilhamento de percurso e regularidade, técnicas militares, espeleologia, jogos esportivos, equestre, música, dança, ar, redes sociais digitais e comunicação.

Agruparemos estas que chamamos de modalidades em seis tipos de *advergames* para observar, inspirados naquela classificação, em que medida eles se conformam à integração de valores e significados da marca. Queremos crer que esta observação desvelará uma metodologia comum de desenho e proposta desses *advergames* e também nos apontará em alguma medida os limites e validade daquelas classificações em si mesmas.

Vale ressaltar que se percebemos tensões ou mesmo paradoxos no interior do fenômeno ludológico por ele próprio, não podemos deixar de nos incomodar com a necessária permanência dessas mesmas tensões no processo de materialização de valores e significados em *advergames*, uma forma, ainda que genérica, de utilização dos Jogos pela Publicidade. Ora, a mera instrumentalização de um objeto (e também processo, no caso dos Jogos), assim pensamos, não tem a capacidade de desfazer contradições inerentes, constituintes e mesmo essenciais deste objeto (ou processo).

Nossa investigação, reafirmamos, procura conhecer potenciais vícios que um propósito que não é próprio do Jogo, qual seja o da Publicidade, pode provocar no fenômeno ludológico. Perguntamos: em que medida é possível conformar o processo de materialização de valores e significados de uma marca neste e a este objeto-processo em si mesmo tensionado, chamado Jogo?

Queremos acreditar que a tentativa de resposta a esta questão pode contribuir na orientação de métodos de desenho de *advergames*.

De forma acessória, entendemos que a tão só dedicação de uma parte de nosso pensamento a este questionamento pode contribuir na pavimentação de pesquisas futuras. Se o Jogo é um processo em constante transformação, também o é nossa pesquisa. Se um jogo se caracteriza pela aplicação de uma estratégia provisória, também aqui é declarada a precariedade do nosso método. Não temos a pretensão de apresentar respostas definitivas, mas tão somente a de refinar nossa pergunta.

## CAPITULO 1 - OS *ADVERGAMES*. APRESENTAÇÃO DA PLATAFORMA RALI MITSUBISHI OUTDOOR

### 1.1. Os *advergames*

O conceito *advergame*, fusão, como dissemos atrás, das palavras da língua inglesa *advertising* (publicidade) e *game* (jogo), designa ferramenta para a comunicação de mensagens de mercado que pretende utilizar os jogos, ou elementos dos jogos, para promover, incentivar e fomentar a associação de potenciais consumidores daquela mensagem a marcas e produtos (WALTZ, DETERDING, 2015; CAUBERGHE, DePELSMACKER, 2010; PAVEL, MARTIN, 2011).

Em que pese a origem do termo *advergame* estar ligada ao ambiente digital e de forma aparentemente circunscrita aos jogos de computador e móveis (*mobile games*), podemos identificar utilização correlata do termo para identificação de jogos que visam materialização de valores e significados de marca, de forma estritamente publicitária, em período anterior ao advento dos jogos eletrônicos e, no outro extremo, para recentes e diversas formas utilitárias que procuram desafiar os limites do ambiente virtual voltando-se a espaços, tempo e ações físicas, com suas consequentes hibridizações.

Afastando a restrição formal que procura circunscrever os *advergames* a um formato exclusivamente digital, propomos neste trabalho um alargamento do conceito a fim de tomá-lo como algo que se refere a todo o Jogo que traga, de alguma forma, desde que imbricada no interior de seu sistema de referência particular, uma retórica persuasiva de marca (ou produto ou serviço). Nesse sentido é que não nos atemos neste trabalho apenas a jogos de formato eletrônico, mas também a presenciais (todo um espectro, de jogos de tabuleiros a esportes) e hibridismos. Verificamos que este alargamento do foco estritamente digital dos *advergames* acompanha o movimento contemporâneo e paralelo do objeto geral dos Estudos Ludológicos (FRAGOSO, 2015, 2018). Tomamos o *advergaming*, portanto, de forma genérica, enquanto presença de valores e significados específicos de uma marca (produto ou serviço) no interior de fenômeno ludológico, ainda que elas não guardem - marca ou fenômeno ludológico -,

em sua essência, uma estrita relação. Reconhecemos o problema de tal alargamento, o da perda de certo foco em um ambiente específico que permita um trânsito coeso de pensamento, mas, como tentaremos pontuar, essa escolha não prejudica a pesquisa que se quer levar a efeito, pelo contrário. Sem ele, não seria possível o entendimento e olhar sobre esses mesmos alicerces, que, assim entendemos, são da maior importância, ou melhor, necessários, para edificação do pensamento sobre a associação de marcas e Publicidade a Jogos.

Por outro lado, ao observar o jogo sob uma perspectiva processual, possibilitada apenas a partir da união de visões sistêmica (seu desenho e mecânica) e performática (a ação e modificação promovida por seus participantes), surgem tensões e dificuldades para eficácia de uma intenção autoral, que seria, necessariamente, capaz de controlar, de alguma forma, uma materialização de valores e significados igualmente intencional, a de uma marca, a ser levada a efeito nos ou através dos jogos.

Não é outra, queremos anotar, a preocupação da Publicidade contemporânea, que traz, necessariamente, ao lado de uma idealização do sujeito com o qual se pretende estabelecer uma relação comunicacional de valores e significados, uma abertura à modelagem desse próprio sujeito idealizado (TRINDADE, PEREZ, 2009)

a publicidade idealiza sujeitos modelos que modulam o ser/estar no mundo dos sujeitos receptores, assim como os receptores alimentam a publicidade com as novas tendências comportamentais e estilos de subjetividade que surgem no interior da vida social e cultural que passam a ter lugar nas mensagens da publicidade. É um processo contínuo de influências mútuas (TRINDADE; PEREZ, 2009, p. 26)

E no Jogo, isoladamente considerado, aquelas tensões e dificuldades parecem se amplificar. Com efeito, quando falamos em *advergimes*, não nos afastamos de alicerces que consideramos fundamentais para a caracterização do que é um Jogo. Nessa conformidade, Jogo ou *advergame* não podem ser tomados como objetos imóveis e observáveis, mas percebidos necessariamente como fenômenos em sua dimensão

processual, que se mostra, como evidente, avessa a qualquer forma de fixidez. Em outras palavras, se os *advergames* são a fusão da Publicidade com o Jogo, somente a ocorrência do fenômeno ludológico já se mostra suficiente para tomá-lo, paradoxal e simultaneamente, enquanto processo e objeto (AARSETH, 1997), enquanto fixidez e movimento.

Nos parece fundamental ressaltar aqui que se uma certa conformação do Jogo à lógica Publicitária é condição para tratarmos de *advergames*, parece-nos inescapável que precisamos, neste trato, simultânea e inversamente, conformar a Publicidade a uma lógica ludológica, sob pena de nos distanciarmos demasiadamente dos aspectos essenciais do que constitui um Jogo.

A rigor, pensamos que o *advergaming*, enquanto processo, deve ser tomado como mecanismo participativo complexo. A produção de valor e significado pelo e através deste instrumento pode ser – e nisso devemos crer sob pena de desconsiderar a realidade de nosso objeto –, ao menos em alguma medida, acompanhado de uma marca e de seus valores e significados próprios e estranhos ao Jogo. Mas a produção no Jogo, e procuraremos desenvolver esta perspectiva no capítulo seguinte, é de tal forma livre, que se mostra impregnada de poder para romper as barreiras pretensamente impostas pelo apelo simbólico de suas metas (objetivo no interior do jogo) ou mesmo da sua arquitetura (desenho de sua estrutura mecânica) enquanto reivindicações ideológicas e publicitárias (WILLIAMSON, 2010) integradas a um produto ou serviço. No limite, devemos considerar que o jogador/consumidor é potencialmente capaz de *produzir* valores e significados antagônicos aos que o arquiteto e *designer* de um *advergame*, enquanto mediador dos valores e significados da marca, pretende traduzir e materializar pela apresentação de um universo de possibilidades determinado.

É de alguma importância insistir que o *advergame* se pretende como uma ferramenta de publicidade essencialmente interativa, que convida seus sujeitos ao engajamento e ao preenchimento de uma lacuna presente na mensagem publicitária (WILLIAMSON, 2010). Uma condição que “representa um progresso social na publicidade: jogar o jogo desafia o potencial consumidor a experimentar com as eventuais formas que ele usaria um produto caso o possuísse” (BOGOST, 2007, p. 214). Dessa forma, uma vez constituído o fenômeno ludológico, em seu sistema de referência

particular e a ele integrados e materializados os valores e significados de uma marca (com seu sistema de referência não ludológico), chamamos esta imbricação, na medida em que é utilizada como Publicidade integrativa, de *advergame*.

Entendemos ser de nosso interesse, antes de avançarmos, procurar o ordenamento de ideias diversas e por vezes embaralhadas de *branding* (algo que consideraremos como o processo global de promoção de uma marca e os produtos e serviços a ela vinculados, através da Publicidade), *in-game advertising* e *advergaming*, este último, nosso foco central, relativo aos processos de desenho de jogos elaborados, desde sua concepção ou proposta, com o fim específico de materialização de valores e significados de marcas.

Uma possível abordagem, nessa conformidade, é a levada a efeito a partir da perspectiva da possibilidade (ou não) de integração dos valores e significados de marcas ao ambiente desses jogos.

Uma forma de inserção de marca (não necessária e diretamente vinculada a algum valor ou significado) em um ambiente lúdico pode ser chamada de *in-game advertising* (ou publicidade dentro de um jogo ou *in-game add*) e se caracteriza pela simples estampagem de uma ou mais logomarcas no interior de um espaço de jogo. São múltiplas as suas formas que passam não apenas pelo ambiente virtual (NELSON, 2002), mas claramente pela utilização dos espaços físicos internos ao jogo: uma placa ao lado, ou mesmo no interior, da delimitação de um campo esportivo; um logotipo impresso em um uniforme de um jogador, físico ou digital; um outdoor ao lado de uma pista de corrida; um anunciante em um tabuleiro, entre inúmeras outras formas de se desenhar uma marca em um espaço de jogo.

O *advergame*, diversamente, se caracteriza por trazer, de alguma forma, os valores e significados de uma marca imbricados na mecânica ou arquitetura do Jogo, apresentando-se sob diversas formas e graus e com maior ou menor importância para o desenvolvimento do processo lúdico.

Para estabelecer uma possível tipologia, a origem dos *advergames* é comumente associada ao trabalho de análise desenvolvido em um trabalho de 2001 de autoria de Jane Chen e Matthew Ringel, intitulado “Pode *Advergaming* Ser o Futuro da

Publicidade Interativa?” (*Can Advergaming Be the Future of Interactive Advertising?*), onde são estabelecidos tipos de publicidade que podem ser utilizadas no processo de persuasão desse jogos, quais sejam o demonstrativo, o ilustrativo e o associativo (CHEN, RINGEL, *apud* BOGOST, 2007, p. 153)<sup>3</sup>.

Como se pode deduzir, o modelo *associativo* traz a marca (acompanhada ou não de produto ou serviço) enquanto informação indireta, um estilo de vida ou modo de estar no mundo internalizado num jogo, algo que “se tornou uma maneira cada vez mais comum de publicitários moldarem novas mensagens para a produção de desejos mais do que à satisfação de necessidades” (BOGOST, 2007, p. 157), capaz de provocar atenção à marca, de forma lógica ou emocional, em associação às atividades desenvolvidas naquele jogo.

O *ilustrativo*, por sua vez, tem o próprio produto ou serviço colocado no interior de um jogo, enquanto sua parte integrante, mas também com comunicação de suas qualidades e características de forma indireta. O produto ou serviço, sempre associados à marca, são colocados no interior do ambiente lúdico, mas não trazem em si mesmos informações diretas sobre suas qualidades próprias.

A publicidade *demonstrativa*, por fim, fornece informação direta sobre o produto ou serviço da marca, suas funcionalidades específicas, na medida em que o mesmo é tratado como uma *commodity* do jogo, capaz de influenciar a performance do jogador/consumidor. O *advergame* do tipo demonstrativo permite que o produto ou serviço, representado por suas características particulares, seja experimentado no interior do espaço do jogo, convida o consumidor a interagir com ele e apresenta o produto ou serviço em seu contexto particular.

Entendemos que esta classificação é de grande interesse prático para observação da publicidade imbricada nos jogos, mas não deixamos de notar seus limites, na medida em que os tipos apresentam fronteiras demasiado permeáveis,

---

<sup>3</sup> nos anos seguintes à publicação do livro *Persuasive Games* de Ian Bogost, a categorização prática trazida por Jane Chen e Matthew Ringel em seu *paper* desenvolvido para a empresa de consultoria KPE, por ele citado, se tornou uma referência recorrente em pesquisas sobre *advergames*. O trabalho original, porém, é, atualmente, inacessível pela internet. Entramos em contato com ambos os autores a fim de que nos fosse dado acesso ao texto original para esta pesquisa, mas, infelizmente, não obtivemos resposta.

impedindo que sejam tomados enquanto compartimentos estanques. De qualquer forma, pode se mostrar de alguma utilidade a identificação de características, a de um estilo de vida e certa visão de mundo enquanto significação ou valor genérico que permeie a arquitetura do jogo; a colocação de um produto ou serviço enquanto peça funcional interna a seu ambiente, apresentando suas características próprias de forma indireta; ou mesmo diretamente, sempre diferenciando este desenho e arquitetura da superficial inserção de uma marca à distância da mecânica do jogo em si. Se a Publicidade interiorizada no jogo aparece de forma associativa, ilustrativa ou demonstrativa, ou se essas formas se mesclam e se complementam, a classificação de Chen & Ringel (*idem*) vale ao menos como referência livre. É o que notaremos, assim pensamos, ao tentar aplicá-las aos exemplos de *advergames* desenvolvidos na plataforma Rally Mitsubishi Outdoor.

Uma utilização mais significativa dos *advergames*, assim nos parece, deve se dirigir não apenas às relações associativas, ilustrativas ou demonstrativas dos jogos com as marcas, mas das marcas com o que conhecemos por *mecânica* dos jogos, assim considerado o universo de possibilidades apresentado a um jogador, rigorosamente controlado por um corpo normativo, ou regras. O que problematiza a instrumentalização levada a efeito pelos *advergames*, provocando uma distorção no foco das empresas interessadas em potencializar a comunicação de seus valores e significados de marca com seus públicos-alvo, é a possibilidade de que, parafraseando McLuhan (McLUHAN, 2007), a *mensagem está no jogo*, mais precisamente no binômio mecânica/ação do jogo, nas suas características essenciais intrínsecas (BRATHWAITE, SHARP, 2010; DETERDING, 2016). Não bastasse, este deslocamento de uma presença de marca pela conexão direta de um produto ou serviço no interior do ambiente do jogo à sua arquitetura ou mecânica, ao que Ian Bogost se refere como *retórica procedimental*<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Não deixamos de reconhecer que há autores brasileiros que preferem traduzir a expressão de Ian Bogost para “retórica procedural”, derivada, inclusive, da tradução mais largamente utilizada no campo da informática para paradigma de programação procedural de *procedural programming paradigm*, enquanto método de programação de computadores por subrotinas modulares, atividade mais próxima do *design* e estruturação de jogos eletrônicos. Escolhemos, porém, traduzir o vocábulo inglês *procedural* para procedimental, especialmente porque derivado da raiz *procedure*, o que traduzimos para procedimento e, via de consequência, *procedurality* para procedimentalidade. Fazemos isso, repetimos, para não nos distanciar do conceito de procedimento emprestado da Teoria Geral do Direito, assim considerada a materialização de atos no interior de um Processo.

(BOGOST, 2007), e preferiremos, acompanhando Lars de Wilt, nos ater à certa *arquitetura procedimental* (de WILT, 2014), pode ser, ela própria, como veremos, problematizada por tensões inconciliáveis presentes no fenômeno ludológico em si mesmo. É o que desenvolveremos no capítulo seguinte.

Por hora, parece conveniente e útil rascunharmos uma categorização dessa fusão da Publicidade com o Jogo, através de outra perspectiva, sob um ponto de vista estritamente instrumental, qual seja, a que se mostra em relação à plataforma operacional do sistema ludológico, ou *mídia*, permitindo-nos a abertura a algumas vertentes, ainda que o façamos aqui com a finalidade única de ilustração.

Com efeito, não podemos deixar de identificar as origens e evolução da publicidade nos jogos em relação aos seus suportes, ou plataformas. Dos jogos de console, dos PCs, dos *smartphones*, mas também dos jogos sociais, de cartas, de tabuleiros. Dos MMORPGs (*massively multiplayer online role-playing games*), aos ARGs (*augmented reality games*), LARPs (*live action role playing*), jogos locativos, jogos pervasivos, entre outros tantos títulos que a indústria dos *games* cria e recria.

Como rascunhamos, ao propormos uma categorização possível quanto ao suporte (ou plataforma), somos forçados a alargar o conceito *advergaming* na condição de mídia exclusivamente digital, não apenas acompanhando e reafirmando a corrente ampliação dos limites dos Estudos Ludológicos do digital ao físico (FRAGOSO, 2018), mas procurando identificar uma possível hibridação que permite a construção de uma multi-plataforma proporcionando tanto a inclusão de valores e significados de marca (de tipo associativo, ilustrativo, demonstrativo ou, ainda melhor, por forma integrativa), porém, de alguma maneira, mantendo-se aberta à apropriação levada a efeito pelo jogador de um sistema tão somente sugerido, quem sabe sendo esta última a única maneira de efetivamente se proporcionar através da ideia de Jogo a experiência de liberdade criativa, integrativa, participativa, almejadas (queremos crer), pelo jogador/consumidor.

Nessa conformidade, podemos tomar como primeira categoria a da origem do *advergame* enquanto linguagem, a dos jogos eletrônicos instrumentalizados pelos PCs, ao que poderíamos chamar de *e-advergames* (*eletronic advergames*) ou mesmo em

alguns exemplos elaborados especificamente para consoles; os *c-advergames* (*console-advergames*) e, pouco mais tarde; pelos *smartphones*, ou *m-advergames* (*mobile advergames*), que por sua popularização resultaram mesmo numa absorção da ideia original.

Reafirmamos a tendência contemporânea de observação das características ontológicas dos jogos em geral num momento anterior ao reservado especificamente aos eletrônicos. É o que aponta, como dissemos, Suely Fragoso em sua *Introdução aos estudos dos jogos*, onde a autora verifica uma “quinta onda” dos estudos ludológicos, que “seria identificada com o reconhecimento da necessidade de ampliação dos limites dos *Game Studies* para além dos jogos digitais. Esta seria a fase atual, na qual os *Game Studies* passam a contemplar também os jogos de cartas, de tabuleiro, RPGs de mesa ou live-action, jogos locativos etc”. (FRAGOSO, 2018, p. 47)

A sociedade e cultura digital parecem ter gerado uma interação social mediada de múltiplas formas e vinculada a aparatos e sistemas próprios (JENKINS, 2009). Porém, uma forma de intercâmbio de informações que estaria vinculada a uma ideia de maior liberdade para materialização de valores e significados não deixa de transparecer sua complexidade e tensões. A necessidade de mediação por meio de uma plataforma nos leva a investigar quais as restrições inerentes a essas plataformas e mesmo se elas são explicitadas para os usuários que as tomam por instrumento.

Dessa forma, cabe apontar a ocorrência dos mesmos processos essenciais da fusão da Publicidade aos jogos não eletrônicos, ou analógicos e presenciais (*live*), avessos à circunscrição formal dos ambientes virtuais. Estas formas de publicidade desenvolvidas em um jogo estabelecido num ambiente físico se espalham, em consonância com a classificação que delineamos, desde inserções superficiais de marca enquanto *in-game adds* (placas em estádios, logomarcas em uniformes etc.), como *advergames* físicos nas formas associativas, ilustrativas ou demonstrativas e hibridações, como jogos ARG - *Alternate reality games* (jogos que procuram combinar elementos digitais à vida cotidiana), LARP - *Live action role-playing games* (onde jogadores fisicamente assumem personagens em um ambiente ficcional), entre outros, que combinam uma plataforma tecnológica em mesclagem ao espaço físico e podem ser

genericamente chamados de *pervasivos* (WAERN, MONTOLA, STENROS, 2009), sugerindo sua categorização enquanto *p-advergames* (*pervasive advergames*).

Por fim, não se pode deixar de notar o desenvolvimento de jogos complexos que não apenas integram o caráter do tipo associativo, ilustrativo e demonstrativo de marcas, como suas plataformas em formatos híbridos, simultaneamente físicos e digitais, o que queremos indicar como *h-advergames* (*hybrid advergames*), no que pode ser considerada a plataforma Rally Mitsubishi Outdoor, nosso objeto de pesquisa.

quadro 1 - Categorias de plataformas de *Advergames*

<b>nomenclatura</b>	<b>usual</b>	<b>característica</b>	<b>plataformas</b>	<b>exemplos</b>
<b>e-advergames</b>	<b>eletrônico</b>	eletrônicos	PCs	Old Spice - Dikembe Mutombo's 4 1/2 Weeks to Save the World
<b>c-advergames</b>	<b>console</b>	eletrônicos	consoles	Atari 2600 Coca-Cola x Pepsi Invaders
<b>m-advergames</b>	<b>mobile</b>	móveis	smartphones, tablets	Pepsi Luther
<b>f-advergames</b>	<b>físico</b>	presenciais	espaços físicos, tabuleiros, cartas	Landlord's Game
<b>p-advergames</b>	<b>pervasive</b>	pervasivos	virtual e física; porosidade do "círculo mágico"	Pokemon GO
<b>h-advergames</b>	<b>hybrid</b>	híbridos	múltiplas; plataforma em si	Rally Mitsubishi Outdoor

fonte: o autor

## 1.2. - A plataforma Rally Mitsubishi Outdoor

Nesta seção, apresentamos a plataforma híbrida para desenho de *advergames* chamada Rally Mitsubishi Outdoor, que será tomada como referência

objetiva para nossas colocações teóricas elaboradas no decorrer dessa dissertação, especialmente no próximo capítulo. Ao final, porém, voltaremos a ela, daí sim, para, à luz de algumas considerações, promover uma análise mais detalhada de como ela pode se mostrar uma forma possível de materialização de valores e significados de marca.

Criada, realizada e desenvolvida pela empresa G2 Adventure desde 2003, em temporadas anuais de seis ou quatro etapas, a plataforma Rally Mitsubishi Outdoor soma, em seu interior, a realização de jogos autorais que trazem neles integrada a marca Mitsubishi Motors do Brasil de formas e em graus de profundidade diversos.

Com efeito, no segundo semestre de 2003 cria-se<sup>5</sup> uma plataforma de desenho de jogos com integração de marca, implementada, até aqui, em 101 edições, durante 18 temporadas anuais. Em seu interior, 1.080 *advergames* com a marca Mitsubishi Motors (e patrocinadores) foram apresentados para mais de 60.000 participantes, envolvendo 189 colaboradores diretos da G2 Adventure e centenas de colaboradores locais espalhados por todo o território nacional. Estes *advergames* se constituíram em jogos envolvendo atividades físico-motoras e simbólicas - o que se convencionou chamar de *aventuras* e *tarefas* -, nas mais diversas áreas do conhecimento. Vale esclarecer que não é nossa proposta analisar as razões que levaram a montadora de veículos (a HPE Automotores do Brasil Ltda., montadora dos veículos das marcas Mitsubishi e Suzuki no território nacional) a adquirir este projeto com o fim primeiro de fidelizar seus clientes e agregar valor à marca ou mesmo, por outro lado, levar a cabo um estudo dos possíveis resultados objetivos ou mesmo da recepção desse programa junto àqueles clientes. O que se pretende e se declara desde logo é investigar e analisar, a partir de uma perspectiva teórica, os jogos efetivamente desenvolvidos e realizados enquanto exemplos práticos de aplicação dos processos de desenho, modelagem e arquitetura de *advergames*. Este, queremos reafirmar, é um estudo de caso que retrata de forma prática nossa pesquisa teórica do processo de fusão da Publicidade com os Jogos, suas conformidades, suas tensões, seu horizonte.

---

<sup>5</sup> O Rally Mitsubishi Outdoor foi, dissemos, foi criado em 2003 e é desde então e até esta data realizado pela G2 Adventure, empresa fundada em sociedade deste Pesquisador com seu irmão Eduardo Gualberto.

À plataforma Mitsubishi Outdoor atribuímos genericamente a classificação de “rali de estratégia”. Sua apresentação formal, distribuída para participantes ou envolvidos direta ou indiretamente na organização do jogo para a temporada de 2019<sup>6</sup>, foi a seguinte:

O Mitsubishi Outdoor é um RALLY DE ESTRATÉGIA e navegação para carros Mitsubishi 4x4. Navegação é a atividade principal do jogo Mitsubishi Outdoor; má navegação significa maus resultados.

Cada carro leva até cinco pessoas e pode participar sozinho (categoria FUN) ou ligado a outro (categoria EXTREME). De uma ou outra forma, são considerados uma EQUIPE para qual se escolhe um nome.

As EQUIPES levam smartphones (iOS ou Android). Um fica preso no painel de cada carros e serve para acompanhar seus movimentos em tempo real e somar pontos ou gerar penalidades. Um outro é um passaporte eletrônico e serve para ganhar pontos nos PCs.

As equipes também se preparam com aplicativos de GPS, fotografia e bússola. Um rádio de comunicação tipo talk-about é recomendado. A categoria EXTREME, leva uma mountain-bike, porque só com ela são atingidos alguns PCs. Outros itens podem ser necessários para participação das EQUIPES em determinadas aventuras ou tarefas, o que é indicado pela organização a cada etapa do evento, no momento da abertura das respectivas inscrições, ou mesmo na preleção eletrônica. A participação nestas aventuras ou tarefas são sempre opcionais; porém aberta somente para as EQUIPES que tiverem consigo os itens exigidos.

As EQUIPES recebem na hora da sua largada, um mapa e uma “lista de objetivos”. Nos mapas estão marcadas estradas e caminhos da região, os dots que são pontos virtuais em grande quantidade e de pequeno valor, e aproximadamente vinte PCs (pontos de checagem),

---

<sup>6</sup> para efeitos práticos de apresentação da plataforma em si, trazemos o corpo normativo e suporte gráfico desenvolvido especificamente para a temporada 2019. Este conteúdo sofreu pequenas modificações a cada início de temporada anual e especialmente para a temporada 2020 e a corrente, de 2021, diante das circunstâncias de saúde pública impostas pela Covid-19. Entendemos, nesse sentido, que a temporada escolhida é aquela que melhor retrata a arquitetura geral da plataforma. Ao final, quando passamos a analisar objetivamente seis tipos de possibilidades de desenho de *advergames* desenvolvidos no interior da plataforma, preferimos nos voltar a todo o período de estruturação do projeto, indistintamente.

cada um valendo um certo número de pontos, que é tanto maior quanto maior a dificuldade da localização ou das aventuras/tarefas que devem ser realizadas neles.

Para a categoria FUN, os PCs são indicados por QR Codes. Basta utilizar a câmera fotográfica do smartphone para abrir o link de localização e seguir as indicações do aplicativo de sua preferência.

A pontuação de cada PC, dicas e especificações complementares são apontados na “lista de objetivos”. Cada EQUIPE deve traçar sua própria estratégia, escolhendo a ordem e quais os PCs que pretende visitar durante o tempo do jogo. A passagem pelos PCs é comprovada pelo passaporte eletrônico. O vencedor é o time que soma o maior número de pontos.

Os PCs podem estar praticamente em qualquer lugar, estradas principais, trilhas ou mesmo dentro de cidades. Cada equipe (após largada de minuto em minuto) tem quatro ou cinco horas (dependendo da categoria) para coletar pontos. A chegada fora do horário determinado acarreta a perda de pontos (quanto maior for o atraso, maior é a perda).

É praticamente impossível, dentro do período de prova, a visitação a todos os PCs. Ao traçar suas estratégias, as EQUIPES buscam um equilíbrio entre o número de PCs visitados e a pontuação de cada um deles.

Os PCs são divididos em quatro categorias:

- Obrigatórios – toda equipe deve passar durante a prova por um PC obrigatório, sob pena de desclassificação;
- Aventura – na passagem por estes PCs, atividades como trekking, canoagem, rappel, mountain bike, navegação por planilha, cavalgada, natação etc., podem ser exigidas da equipe participante para o recebimento dos pontos;
- Tarefa – nestes PCs, a equipe deve realizar tarefas como localizar pessoas, desempenhar tarefas de sensibilização ambiental, encontrar objetos, tirar fotografias etc., para o recebimento dos pontos; e
- Passagem – na simples passagem por estes PCs (cuja localização é mais ou menos fácil), as equipes ganham pontos.

Além destes PCs as equipes também pontuam com os dots, que são pontos virtuais espalhados por toda a região onde acontece o jogo.

A velocidade dos carros é ou o da legislação ou a indicada nas legendas dos mapas, sendo sempre preferida a menor delas. Ela é rigidamente controlada através do sistema de rastreamento a cada segundo e em tempo real. O excesso de velocidade é severamente penalizado pela organização com a perda de pontos e, eventualmente, desclassificação.

A leitura cuidadosa da “lista de objetivos”, bem como do regulamento geral é fundamental para um bom desempenho da EQUIPE.

Na temporada 2019 as EQUIPES são divididas em duas categorias (EXTREME – dirigida a equipes experientes, compostas por dois carros, inscritas conforme pré- requisitos do regulamento, que buscam a competição e superação de obstáculos; e FUN – com apenas um carro, desenhada para equipes que procuram passar um final de semana de diversão e entretenimento acima de tudo).

As inscrições são gratuitas, e abertas apenas para clientes Mitsubishi, com limite de 80 carros por etapa. A premiação é feita com medalhas, brindes e sobretudo a possibilidade de construção de uma experiência significativa.

As imagens a seguir mostram a estrutura física de base de algumas etapas do *advergame* Rally Mitsubishi Outdoor:





Figura 3 -retirada mapa Mitsubishi Outdoor. fonte G2 Adventure

Trata-se, portanto, de um jogo onde equipes utilizam veículos previamente adquiridos por algum de seus integrantes, da marca Mitsubishi (programa de fidelização e construção de vínculo com a marca, portanto), para, em um contexto de viagem turística pelo ambiente rural, encontrar pontos físicos, sem ordem definida, espalhados em determinada área previamente cartografada. Cada ponto é chamado de PC (ponto de checagem) e é indicado fisicamente por uma bandeira e um carimbo<sup>7</sup>, que comprova, no chamado “passaporte”, a passagem das equipes participantes por aquele local. No interior desse jogo principal, ou plataforma, outros jogos são apresentados aos participantes, os chamados PCs de Aventura e de Tarefa. São atividades físicas ou simbólicas que devem ser desenvolvidas pelos participantes para angariar pontos.

A meta principal é a conquista de maior quantidade de pontos do que as demais equipes participantes. Para conquistá-los, uma série de dificuldades é estabelecida num corpo normativo<sup>8</sup>. Este corpo é materializado não apenas num regulamento geral, mas em algumas outras fontes, como a chamada *lista de objetivos*<sup>9</sup>, *mapas/tabuleiros*

---

<sup>7</sup> Na temporada de 2020, como indicamos, o programa sofreu alterações mais ou menos profundas, diante das circunstâncias de isolamento social provocadas pelo covid-19. Todos os componentes físicos que exigiam a saída dos participantes de seus veículos foram substituídos por atividades que poderiam ser desenvolvidas em seu interior. As bandeiras e carimbos, metas intermediárias de todos os jogos desenvolvidos no interior da plataforma, foram substituídas por pontos virtuais indicados por receptores GPS integrados aos *smartphones* de propriedade dos participantes. Sua localização e as tarefas a eles vinculadas foram transformadas em ações dependentes de utilização de mídias sociais digitais, sites de pesquisa, fotografias digitais, entre outras.

<sup>8</sup> regulamento do Mitsubishi Outdoor temporada 2019 - anexo I

<sup>9</sup> lista de objetivos etapa Mogi Guaçu 2019 - anexo II

elaborados especificamente para cada etapa<sup>10</sup> e suas *articulações e legendas*<sup>11</sup>, conteúdos entregues em *envelopes* recebidos pelos participantes apenas no momento em que atingem determinadas localidades<sup>12</sup>. São ainda realizadas preleções audiovisuais, presenciais ou via internet. Todas são fontes de *regras*, que se pretendem, sempre, claras e unívocas. Não há no *advergame* a intenção de que o jogador/consumidor perca a consciência de que ele se encontra num jogo, o que ensejaria, assim entendemos, a quebra da estrutura do fenômeno ludológico em si mesmo.

Em seu aspecto mais amplo, cada uma das chamadas etapas do rali de estratégia é estabelecida em um espaço determinado, seis (ou quatro) vezes ao ano, em geral em zona rural do território nacional de especial interesse paisagístico-esportivo-cultural. Este espaço é indicado em mapa de 810 km<sup>2</sup> em média, em escala 1:75.000<sup>13</sup>, produzido especialmente para o jogo e impresso numa folha de 32 por 47 centímetros (formato super A3). Ele se desenvolve sempre em um sábado, pelo período ideal de 5 (ou 4, de acordo com a categoria da equipe participante) horas.

O objetivo geral, como se disse, é conquistar a maior pontuação possível. Valores diferentes são atribuídos a localizações específicas, que podem ser virtuais (150 em média), chamados *dots*, ou reais<sup>14</sup> (25 em média), chamados *PCs* (pontos de checagem), que os jogadores buscam atingir fisicamente com seus veículos (ou fora deles, em determinadas condições) percorrendo as estradas, caminhos, trilhas da área de interesse cartografada. Esta carta topográfica também contém diversas outras referências espaciais reduzidas a pontos, áreas, vetores, que representam casas, plantações, rios, etc, todas indicadas no mapa/tabuleiro.

Como sistema geral de *feedback*, a pontuação específica de cada equipe, com indicação de pontos ganhos e perdidos e sua classificação comparativamente a todas as

---

<sup>10</sup> mapa etapa Mogi Guaçu 2019 - anexo III

<sup>11</sup> legenda etapa Mogi Guaçu 2019 - anexo IV

<sup>12</sup> PC12 - Menino, etapa Mogi Guaçu 2019 - anexo V

<sup>13</sup> Ou seja, é adotada a proporção de 750 metros de distância no espaço real para 1 centímetro de representação gráfica no mapa. A proporção de representação dos objetos presentes na área de interesse onde se desenvolve uma etapa da plataforma *advergame* é escolhida considerando-se um equilíbrio entre a clareza da comunicação daqueles objetos e o tamanho do suporte.

<sup>14</sup> também virtuais na temporada 2020

demais, bem como um quadro com a visitação efetivamente realizada a cada um dos pontos de checagem (PCs), são publicadas através da internet, em página dedicada à plataforma, e busca oferecer às equipes participantes - jogadores - um panorama de performance comparativo. Além desses quadros, também são publicados relatórios do monitoramento de cada um dos veículos participantes pelo sistema GPS, que informam eventuais punições e recompensas pela passagem por pontos virtuais.

O mapa do rali de estratégia, combinado com uma lista normativa e indicativa de possíveis objetivos distribuídos em seu interior, é fonte das informações que serão descobertas e desveladas pelos jogadores/consumidores em seu deslocamento físico. E, desde logo, dois elementos aparentemente autônomos se destacam, sem perder, entretanto, íntima ligação com o próprio conceito de Jogo. São os elementos da Viagem e da Cartografia.

### **1.2.1. - Viagem e ludicidade.**

Pedimos permissão para uma apressada digressão a respeito de um tema que, acreditamos, nos situará com mais solidez nos alicerces sobre os quais queremos construir nosso edifício: pensamos que a viagem, o deslocamento geográfico em geral, de certa forma, pode constituir-se, em si mesma, num ambiente que guarda diversas relações com o do fenômeno ludológico, dialogando com suas características essenciais. Falamos da viagem enquanto deslocamento e descoberta, fundamentalmente integrada a nosso objeto de pesquisa.

De fato, sem exigir ou sequer definir estritamente uma meta ou conter um corpo normativo próprio, ainda que possa estabelecer uma moral e sugerir uma ética (MacCANNELL, 2011), como faz o Jogo, a Viagem parece se comunicar sob diversos aspectos com o hiato do real proporcionado pelo ambiente lúdico. O deslocamento do viajante-turista por um lugar antes desconhecido implica na definição de tempo de início e fim, num espaço determinado e separado, exige voluntariedade, tem um fim em si mesmo (ONFRAY, 2009; PANOSSO, 2011). Sua motivação é o prazer e a descoberta do novo, de novos padrões (BOTTON, 2012). Se apenas essas características não fazem da Viagem um Jogo, pelo menos é possível traçar semelhanças entre as duas

possibilidades de alívio de peso e seriedade do real. Voltaremos com maior profundidade, é evidente, a cada uma dessas características que, entendemos, constituem ou participam ontologicamente do que entendemos por fenômeno ludológico.

Falamos, é evidente, apenas da viagem onde ocorre a entrega ao novo, ao desconhecido. Da viagem que se mostra como um hiato da vida séria e real. Como uma separação da vida cotidiana. Encerrada a separação de ambientes quando da abertura da porta de casa no retorno da viagem (ONFRAY, 2009), sua ilusão e leveza deixam espaço para uma repetição, tão logo eleito um novo destino, quando o processo, tal qual num jogo, volta a ser desencadeado.

O rali de estratégia que analisamos exige precisamente estes deslocamentos. E, uma vez considerados meta lúdica (SUITS, 2014), faz deles deslocamentos especialmente atentos, integrativos, espaços de representação, mas também, com o apoio da cartografia, espaços representados.

### **1.2.2. - A cartografia e sua perspectiva comunicacional.**

No prefácio de seu *How Maps Work*, Alan M. MacEachren anota que “mapas são representações espaciais que podem, por sua vez, estimular outras representações espaciais e representação é um ato de construção de conhecimento.” (MacEACHREN, 2004)

Se Jogo, como veremos, pode ser tomado como processo de representação do real e oferece prazer pela possibilidade de conhecimento de novos padrões, também as representações espaciais estabelecidas convencionalmente num mapa podem se constituir possibilidades de descoberta pelo desvelamento dos símbolos e padrões adotados de forma autoral pelo cartógrafo, e, porque não dizê-lo, no contexto de um *advergame*, pela marca que utiliza aquele como mediador. É a visão particular dela e representação por ela escolhida para determinada porção do real que deverá ser decifrada e compreendida pelo jogador/consumidor, leitor e usuário do mapa. Trata-se

de um processo de qualidade essencialmente comunicacional (KEATES, 2014; MacEACHREN, 2004; *et. al.*).

Na plataforma *advergame* rali de estratégia Mitsubishi Outdoor, a técnica utilizada para elaboração de mapas é a visita prévia da área representada. Reduzem-se a pontos os objetos reais (casas, porteiras, antenas, bandeiras etc.) e virtuais (pontos de perigo, mãos de direção obrigatórias, proibições de passagem, bonificações etc.); as linhas (estradas, trilhas, rios, linhas de alta-tensão, ferrovias etc.); as áreas (corpos d'água, alcance de sinal de transmissão de ondas de rádio, plantações etc.). São indicadas curvas de altitude, sombreamento de relevo, aplicadas tinturas hipsométricas. São feitas anotações com nomes de localidades, de acidentes geográficos. São criadas grades de referência. São convencionadas legendas.

Com isso em perspectiva, talvez seja possível avançarmos e considerarmos que a representação gráfica de um determinado espaço, seja ele a nossa vizinhança ou o globo terrestre em seu contexto no universo, tem a capacidade em si, como o Jogo, de provocar o potencial de produção e, por que não dizê-lo, o *poder* de seus interlocutores, do público que com ele interage. Não é errado se dizer que, na condição de primeiro meio transmissor de ideias e conhecimento sobre o espaço, os mapas - conceitos e técnicas cartográficas - aprofundam e expandem a conscientização de pessoas e grupos sociais (BERTIN, 2011; KEATES, 2014; MacEACHREN, 2004).

Por outro lado, parece fundamental notar que ainda estamos passando, desde as últimas décadas recentes, por uma verdadeira revolução no campo da Cartografia. O advento do *personal computer*, o desenvolvimento de poderosíssimos *softwares* (os GIS - Sistemas de Informação Geográfica) e a popularização do sistema GPS têm, juntos, provocado uma reviravolta sem precedentes na história da disciplina. Mapas produzidos a partir de levantamentos aerofotográficos e verificações de campo que chegaram a ocupar 3 décadas da primeira operação à impressão final podem ser, atualmente, produzidos em poucos dias. As técnicas de produção cartográfica empregadas pelas mais variadas plataformas, de PCs a *smartphones*, tornaram-se pervasivas (FIELD, 2018). A utilização de dispositivos *mobile*, em si mesma, inspirou a criação de *advergames* em contexto estritamente turístico (ÇELTEK, 2010), consequência da gênese de uma ética própria (MacCANNELL, 2011).

A facilidade de acesso à informação - nos referimos especificamente a “tudo que pode ser digitalizado” (SHAPIRO, VARIAN, 1999) -, especificamente cartográfica, também é novidade. Faz muito pouco tempo que empreender viagens internacionais via *Google Earth* e ser dirigido a determinado endereço por um navegador/GPS eram atividades que pertenciam à ficção científica.

Nos parece sensato afirmar que, se por um lado são vastas as possibilidades de capturar a atenção das pessoas com mapas, uma vez que, enquanto imagens, muito mais do que informações pontuais sobre eventos particulares ou lugares, eles sugerem significados complexos e respostas; por outro, é plenamente viável a produção de cartas suficientemente elaboradas e em curtíssimo espaço de tempo, que ofereçam entretenimento na mesma proporção que informações tecnicamente precisas. Neste sentido, cabe não apenas as marcas, aos *designers* e arquitetos dos *advergames* na condição de mediadores de seus valores e significados, mas também àqueles que deles participaram na condição de jogadores/consumidores, de forma absolutamente integrada e colaborativa (traremos exemplos práticos a este respeito no capítulo final desta dissertação), acompanhar e participar das constantes mudanças da geotecnologia para, através delas, ser estabelecida uma comunicação potencialmente mais profunda, eficiente e significativa.

Resumimos. É possível afirmar que tanto na interpretação das representações cartográficas como nos deslocamentos geográficos das viagens autotélicas (assim consideradas as viagens de cunho apenas turístico - não laboral, não missionário, não um exílio), ocorre um processo de invenção ou descoberta de padrões (ONFRAY, 2009). Ao se familiarizar com os critérios de representação do cartógrafo (mediador dos valores e significados da marca, insistimos) e aprender um vocabulário que antes apenas a ele pertencia; ao se deslocar por uma terra desconhecida e se deixar contaminar por costumes, hábitos, uma moral do local visitado, por uma mediação enfim, opera-se um processo de significação, ou ressignificação, um processo de aprendizado pela estruturação de novos ou renovados padrões e, podemos dizer, um prazer ou alegria associadas a uma percepção de “se tornar melhor” que é intimamente ligada ao fenômeno lúdico em si mesmo (KOSTER, 2013) e, porque não dizê-lo, ao *advergame* no qual este espaço representado está integrado.

### 1.2.3. - Caracterização da plataforma.

Voltando propriamente ao Rally Mitsubishi Outdoor (sem deixar de tomar a Viagem e a Cartografia como seus componentes integrais), no interior do rali de estratégia, como mencionamos, surgem novos jogos, em si autônomos e destacados da estrutura da plataforma principal. O objetivo pré-lúdico de cada um deles é a vitória. Só ela alimenta o jogo principal com a pontuação a eles relativa. São desafios que devem ser completados, como dissemos, pela tomada de decisões e desenvolvimento de atividades físicas ou intelectuais. Analisando-os de forma destacada, por outro lado, nota-se que são *advergames* que contém um objetivo próprio, uma meta definida, convencional e artificial, bem como obstáculos que dificultam a satisfação dessa meta (SUITS, 2014), e onde os jogadores/consumidores são provocados a adquirirem suficiente proficiência de seus processos particulares, desvendar e conhecer seus padrões. Jogá-los, enfim.

Como dissemos, nos primeiros 18 anos do rali de estratégia, desde 2004 (aparte a etapa piloto realizada em 2003), foram desenvolvidos 1.080 jogos sempre associados à marca Mitsubishi Motors, divididos, no que chamaremos de *modalidades*, entre ciclismo, *treking*, motor, jogos culturais, ciência, tecnologia, altura, fotografia, água, história, arquitetura, artes plásticas, agronomia, gastronomia, geografia, cartografia, artesanato, habilidades manuais, sensibilização ambiental, planilhamento e regularidade, técnicas militares, espeleologia, jogos esportivos, equestre, música, dança, ar, redes sociais digitais, comunicação. Trata-se de observar cada uma dessas atividades como molduras no interior das quais pode ser estabelecida uma meta e estruturados “obstáculos desnecessários” (SUITS, 2014). Esclareça-se que estes obstáculos ou dificuldades se mostram desnecessários na medida em que não se relacionam a algum objetivo exterior ao sistema de referência do jogo; são, porém, fundamentais para a estipulação de um universo de possibilidades constituinte daquele mesmo sistema.

Uma característica fundamental na estruturação de cada um desses jogos foi a colaboração de moradores locais, que passaram a se envolver no programa na condição de criadores e mantenedores do corpo normativo relativo a cada atividade, na

condição, eles próprios, de mediadores culturais. Se os jogadores/consumidores se lançaram à produção de significados e valores através da plataforma ludológica, aqueles colaboradores foram responsáveis por manter sua integridade. Com efeito, por mais das vezes o processo de criação da estrutura procedimental e arquitetura dos *advergames* sob análise partiu de uma diretriz: a pergunta àquele ator local sobre “o que você faz por aqui para se divertir?”. A partir da resposta e apresentação deste mediador é que os jogos foram desenhados, ainda que, para tanto, partindo de uma característica particular de algo que originalmente não se constituísse jogo ou brincadeira, mas *trabalho*. Entretanto, a transposição da atividade de seu contexto laboral, caracterizado por um fim exterior à atividade em si (HENRICKS, 2015), e instituição artificial de um fim em si mesmo, ainda que acompanhado de valores e significados de uma marca, se mostra, como veremos no capítulo final, uma técnica eficiente para a arquitetura de *advergames*.

Ao selecionarmos exemplos de cada uma das categorias desse jogos (serão 6 grandes grupos, constituídos de forma convencional pelo que percebemos como atividades que se relacionam ainda que dissociadas do jogo - poderiam ser outras -, dentre os 1.080 criados e implementados, todos estabelecidos no interior da plataforma principal), esperamos ser capazes de fornecer um panorama das aplicações práticas para o desenho de *advergames*. São elas: estratégia e utilização direta do produto; meios alternativos de deslocamento, excluídos os veículos automotores; atividades que envolvem a sensação de vertigem; que envolvem a representação através de imagens; que envolvem ciência e tecnologia, especialmente seu método; e atividades simbólicas em geral, excetuadas as imagéticas.

Acompanharemos os exemplos indicados na etapa final deste trabalho com uma grande tabela, onde cada um desses jogos é indicado e classificado das mais variadas formas e a partir da visão de pensadores contemporâneos e do passado que se debruçaram sobre o estudo e pesquisa do fenômeno ludológico.

No Campo dos Estudos Ludológicos, pensamos, percebe-se a tentativa, em várias instâncias, de uma separação do que é jogo estruturado ou platformizado sobre uma mídia digital e o que não é. Mas perguntamos: essa diversidade de plataformas modifica, em sua essência, o que é Jogo? Ora, se positiva a resposta, o que são esses

ambientes criados no interior da plataforma Mitsubishi Outdoor e que envolvem de forma direta, explícita e entremeada em hibridações, mídias físicas e digitais?

A diretriz central de nossa pesquisa teórica é a tomada do fenômeno ludológico como lente para observação da Comunicação, com especial interesse nas formas em que o Jogo pode assumir no campo da Comunicação Publicitária. Confessamos a impossibilidade de qualquer forma de conclusão definitiva ou esclarecimento absoluto acerca de fenômenos extremamente complexos que, pensamos, se distinguem na mesma medida em que se confundem. Com isso em mente, pretendemos, adiante, visitar alguns pensamentos desenvolvidos no interior desses campos (o dos Estudos Ludológicos e o da Publicidade) e, na medida do possível, apontar formas de tensão e complementariedade que essas visões assumem.

## CAPÍTULO 2 - FUNDAMENTOS TEÓRICOS PARA OBSERVAÇÃO DE *ADVERGAMES*

Preferimos nos afastar, como dissemos, da complexa tarefa de delinear uma ontologia dos Jogos, para buscar uma ou duas de suas características que nos saltam à percepção, utilizando o fenômeno ludológico como lente para observação e edificação de uma plataforma conceitual mínima a suportar nossa pesquisa sobre o objeto de pesquisa que apresentamos. Cuidamos de indicar em que medida algumas de suas características que entendemos essenciais e que apontam para uma *produção* de valores e significados que percebemos como intrínsecos, impõem uma tensão diante de sua instrumentalização para materialização de valores e significados que lhes são exteriores ou extrínsecos. Nos parece adequado, sob essa perspectiva, apontar em que medida ocorre esta separação de ambientes, queremos crer que separação de *sistemas de referência*, e quais suas consequências e limites. Não perderemos de vista, e assim pontuaremos a cada passo, as implicações dessa separação desses sistemas de referência na Comunicação e especialmente na Publicidade.

Buscando a conformidade entre as lógicas publicitária e ludológica, pensamos na ideia de divisão, moldura, fronteira, separação, entre o ambiente propriamente lúdico e o que se situa fora dele (ou não lúdico, o que preferimos ao que outros chamam de *real*, como se o jogo se constituísse unicamente em irrealidade, simulação ou representação, o que não consideramos acertado), para verificar em que medida um processo levado a efeito no interior do ambiente lúdico - nominadamente a materialização de valores e significados de uma marca -, se conforma ou se tensiona com o mesmo processo levado a efeito em seu exterior. Nos interessam aqui, diga-se, autores que apontam de alguma forma essa separação de espaços, todos, sem exceção, por meio de uma perspectiva declaradamente ludológica, ou associada ao jogo e à brincadeira (HUIZINGA, 2012; CALLOIS, 2001; SUTTON-SMITH, 2001; SUITS, 2014 *et. al.*). Este foi nosso critério de seleção. A dificuldade, estaremos atentos a ela, é não perder o contexto geral do pensamento de cada autor ao procurar recortar da totalidade da construção teórica de cada um deles o conceito de *espaço separado*.

Partimos de um conceito muito caro aos Estudos Ludológicos (ainda que possa ser observada uma tendência em certos círculos acadêmicos contemporâneos de tomá-lo com importância limitada (KUNZELMAN, LUTZ, 2020). O conceito de “círculo mágico”, um espaço físico. “Um simples círculo (...) traçado no solo. O círculo enquanto tal, todavia, reveste-se de um significado mágico. (...) Não é permitido aos jogadores deixar o terreno antes de terem cumprido todas as suas obrigações” (HUIZINGA, 2012, p. 65), o que implica em “mundo(s) temporário, dentro do mundo habitual, dedicado(s), à prática de uma atividade especial” (HUIZINGA, 2019, p. 12). Mas também um local onde o jogo acontece com ou sem a delimitação de uma borda física, uma fronteira como “conceito conectado à questão da *realidade* de um jogo, da relação entre o mundo artificial do jogo e os contextos da *vida real* a que ele se relaciona” (SALEN, ZIMMERMAN, 2003, p. 94, grifos dos autores).

Para Johan Huizinga, trata-se de característica fundamental dos Jogos essa separação de espaços, do que é próprio da ludicidade e do que é próprio da vida cotidiana. Com efeito, para o autor holandês, o jogo consiste em:

uma atividade livre, conscientemente tomada por ‘não séria’ e exterior à vida habitual, mas ao mesmo tempo capaz de absorver o jogador de maneira intensa e total. É uma atividade desligada de todo e qualquer interesse material, com a qual não se pode obter qualquer lucro, praticada dentro de limites espaciais e temporais próprios, segundo uma certa ordem e certas regras. Promove a formação de grupos sociais com tendência a rodearem-se de segredo e a sublinharem sua diferença em relação ao resto do mundo por meio de disfarces ou outros meios semelhantes. (HUIZINGA, 2019, p. 16)

Huizinga inaugura a ideia de que o jogo é importante por si mesmo e não enquanto algo que serve a outros propósitos ou objetivos (FRAGOSO, 2018). O jogo em si mesmo não seria originário de uma cultura mas um elemento que constroi cultura. E, sem querer discutir a possibilidade ou não de delimitação do que tomamos por Cultura e Jogo, ao menos um aspecto essencial e comum parece se fazer presente, qual seja, o de que ambos possuem caráter transitório e processual e o de que se relacionam

com a ideia de movimento, com a noção de processo e de objeto em constante formação (e transformação), de transitoriedade e fluidez (BHABHA, 1986; AARSETH, 1997).

Uma característica fundamental dessa separação de espaços, entre o que é próprio da ludicidade e o que é próprio da vida cotidiana, é justamente a inconsequência do que é produzido no jogo em relação ao que está fora dele. A separação temporal-espacial evidenciada pelo “círculo mágico”, nesse sentido, impede que as ações havidas no interior do ambiente lúdico tenham algum efeito ou consequência fora dele. Esta ideia de separação e limitação próprias do ambiente lúdico impõe que ele seja tomado por referências próprias e, também elas, separadas daquelas fundantes da realidade objetiva. Diante disso, nos perguntamos: a Publicidade, ao instrumentalizar os jogos na forma de *advergames*, se situa em qual *locus* em relação à linha que desenha este círculo? A magia inerente ao interior do círculo de Huizinga estaria preservada diante da sua combinação aos valores e significados de uma marca, declaradamente exteriores a ele?

A originalidade do conceito de jogo enquanto atividade livre, delimitada em uma área própria e mesmo sagrada, e, portanto, separada da vida ordinária, trazida por Huizinga, é desenvolvida por seu admirador e comentador Roger Callois. Em sua definição formal de jogo, indica:

O jogo pode ser definido como uma atividade que é essencialmente:

Livre: na qual jogar não é obrigatório; se assim fosse, ela no mesmo instante perderia sua atratividade e leveza como diversão;

Separada: circunscrita dentro de limites de espaço e tempo, definidos e fixados previamente;

Incerta: seu curso não pode ser determinado, nem o resultado obtido antecipadamente, e algum espaço para inovações são deixados para a iniciativa do jogador;

Improdutiva: criando nem bens, nem riqueza, nem elementos novos de qualquer espécie; e, exceto pela mudança de propriedade entre jogadores, encerrando-se numa situação idêntica à que prevalecia no começo do jogo;

Governada por regras: sob convenções que suspendem leis ordinárias, e em seu tempo estabelecendo novo corpo normativo, que é auto-suficiente;

Faz-de-conta: acompanhado por uma consciência especial de uma segunda realidade ou de uma irrealidade gratuita, e contra a vida real. (CAILLOIS, 2001, p. 9, tradução nossa)<sup>15</sup>

Atividade livre, separada, incerta, improdutiva, governada por regras, ilusória. Caillois reafirma e desenvolve a ideia de Huizinga, apontando a liberdade do ato de jogar, algo que diversos autores realçariam posteriormente, sua característica de diversão, a separação provocada pelos limites de tempo e espaço, a incerteza tanto do resultado a ser alcançado como do próprio processo desenvolvido pelo jogador, o fim-em-si-mesmo determinado pela sua característica improdutiva, o governo de um corpo de regras autossuficiente e separado da vida cotidiana e um caráter fundamentalmente ilusório e criador de uma segunda realidade. O “círculo-mágico” de Huizinga encontra-se com o mundo da segunda realidade, da irrealidade gratuita, do processo contra a vida real, do mundo do “faz-de-conta”.

Ao lado de seu elogio, porém, o autor francês também traz uma crítica, consistente em observar uma perspectiva exclusivamente agonística, ou competitiva, abraçada por Huizinga. Com isso em mente, Callois desenvolve uma tipologia dos jogos, onde observa quatro categorias, às quais dá o nome de *agon* ou competição; *alea*, ou sorte/azar; *mimicry*, ou simulação; e *ilynx*, ou vertigem. Estas, por sua vez, estão sujeitas a uma classificação sobreposta à primeira, que estabelece uma variação contínua entre o que chama de *paidia* ou jogo espontâneo, ligado ao sentido que

---

<sup>15</sup> Play (can) be defined as an activity which is essentially: 1. Free: in which playing is not obligatory; if it were, it would at once lose its attractive and joyous quality as diversion; 2. Separate: circumscribed within limits of space and time, defined and fixed in advance; 3. Uncertain: the course of which cannot be determined, nor the result attained beforehand, and some latitude for innovations being left to the player's initiative; 4. Unproductive: creating neither goods, nor wealth nor new elements of any kind; and, except for the exchange of property among players, ending in a situation identical to that prevailing at the beginning of the game; 5. Governed by rules: under conventions that suspend ordinary laws, and for the moment establish new legislation, which alone counts; 6. Make-believe: accompanied by a special awareness of a second reality or of a free unreality, as against real life.

tomamos na língua portuguesa para “brincadeira”; e *ludus* ou jogo controlado, ao que nos referimos como “jogo” *stricto sensu*, desde que em oposição a brincadeira.

Voltaremos mais detidamente às classificações de Callois, quando analisarmos os *advergames* desenvolvidos no interior da plataforma Mitsubishi Outdoor, vislumbrando inclusive suas possíveis aplicações, permeabilidades e limites. Independente das graduações entre *ludus* e *paidia* - entre o rigor e formalismo do jogo em oposição a uma forma mais livre e menos explícita chamada brincadeira -, pensamos que, para o que nos importa neste trabalho, um ou outro, admitindo a hipótese que a distinção de Callois seja de fato precisa ou mesmo útil, impõe uma separação entre sistemas de referência. As classificações paralelas e entremeadas com *ludus* e *paidia* de Callois, quais sejam a da divisão dos jogos pelas suas pulsões de *alea*, *agon*, *mimicry* e *ilynx*, também elas, reforçam o propósito de “perceber que as divisões levadas a efeito correspondam a impulsos essenciais e irredutíveis” (CAILLOIS, 2001, p. 15, tradução nossa), e podem ser tomadas em si mesmas como uma forma de separação. Entre as características essenciais que definem o fenômeno ludológico, ao lado da “liberdade”, “incerteza”, “improdutividade”, “corpo de regras” e imaginário ou “faz-de-conta”, se situa precisamente a “separação”, a “circunscrição dentro de limites de espaço e tempo, definidos e fixados antecipadamente” (CAILLOIS, 2001, p. 9, tradução nossa).

Nos interessa acompanhar o pensamento de Callois quanto à ruptura da fronteira que separa o jogo do não-jogo. De fato, de acordo com o autor francês, se *alea* pode ser pervertida pela superstição; se o agonismo lúdico pode sê-lo pela violência e desejo de poder ou interesse do jogador em algo diferente do jogo, por exemplo o salário pago a um profissional; se a imitação desfigura-se ao se tornar despersonalização e alienação de si mesmo; e se a vertigem lúdica se perde nas drogas e alcoolismo, todos exemplos de Callois (CALLOIS, 2001, p. 54), em uma frase, se a separação de sistemas de referência se rompe, o jogo é “corrompido” e deixa de existir enquanto fenômeno.

Se o jogo consiste em fornecer satisfação formal, ideal, limitada e escapista a essas poderosas pulsões, o que ocorre quando todas essas convenções são rejeitadas? Quando o universo do jogo não se encontra mais hermeticamente fechado? Quando é contaminado pelo

mundo real onde cada ação tem consequências inescapáveis? Correspondendo a cada uma das categorias básicas existe uma perversão específica que resulta na ausência de ambos, limitação e proteção. A regra do instinto se tornando mais uma vez absoluta, a tendência a interferir no tipo de jogo isolado, abrigado e neutralizado o dispersa na vida cotidiana e tende a subordiná-lo a suas próprias necessidades, o tanto quanto possível. O que era prazer se torna uma obsessão. O que era uma escapatória se torna uma obrigação, e o que era um passatempo é agora paixão, compulsão e fonte de ansiedade (CALLOIS, 2001, p. 44, tradução nossa).<sup>16</sup>

Se mostra evidente, para Callois, que a Publicidade, com seus interesses particulares e estranhos ao sistema de referência próprio do Jogo, com sua tendência a subordiná-lo a suas próprias necessidades, se constitui, em si mesma, uma corrupção do fenômeno lúdico na medida em que o toma como instrumento para comunicação de valores exteriores a ele.

Tomando um passo adiante, os rituais, na perspectiva da separação de visões de mundo, nos parecem formas esclarecedoras. O ritual que cria a liminaridade, o local de gestação da *communitas*, de um espaço institucionalizado, onde “novas especificidades são determinadas por um outro modelo de relações e condições” (TURNER, 1982, p. 47) e mesmo o convite para uma nova perspectiva ou ambiente de onde se desafiam as estruturas estabelecidas em seu exterior. Lugar regado por espaço e tempo rigorosamente delimitados, os rituais marcam a percepção dos sujeitos que os experimentam.

Transpondo do ritual para o jogo a percepção de ambiente ou sistema de referência notadamente particular e separado, torna-se possível que se produza em seu

---

<sup>16</sup> If play consists in providing formal, ideal, limited, and escapist satisfaction for these powerful drives, what happens when every convention is rejected? When the universe of play is no longer tightly closed? When it is contaminated by the real world in which every act has inescapable consequences? Corresponding to each of the basic categories there is a specific perversion which results from the absence of both restraint and protection. The rule of instinct again becoming absolute, the tendency to interfere with the isolated, sheltered, and neutralized kind of play spreads to daily life and tends to subordinate it to its own needs, as much as possible. What used to be pleasure becomes an obsession. What was an escape becomes an obligation, and what was a pastime is now a passion, compulsion, and source of anxiety.

interior uma inteira estrutura diversa da que se tem fora dele. Nos referimos ao aspecto antiestrutural da *communitas* de Victor Turner:

Cenários dentro dos quais surgem, de fato, novos modelos, símbolos, paradigmas, como um solo fértil de criatividade cultural. Esses novos símbolos e construções por sua vez, retornam aos domínios e arenas econômicos e político-jurídicos "centrais", fornecendo-lhes metas, aspirações, incentivos, modelos estruturais e *raisons d'être* (TURNER, 1982, p. 36)

Este ambiente limítrofe (ou *liminoide*) não é, para Turner, um reflexo distorcido de uma superestrutura, mas uma fonte independente e crítica. Um domínio separado arbitrariamente pela ordem administrativa do tempo de trabalho, “um domínio independente de atividade criativa” (TURNER, 1982, p. 43). Um intervalo ou margem (ou *limen*) em que o passado é suspenso e revogado, breve e institucionalmente, onde germinam os desenvolvimentos sociais futuros. A antiestrutura não deve ser entendida como uma negação ou rejeição da estrutura em si, mas “uma liberação das capacidades humanas de cognição, afeto, volição, criatividade, etc. das restrições normativas” (TURNER, 1982, p. 59). Estas restrições normativas pertencentes à estrutura social, são, porém, substituídas por outras restrições normativas, em si mesmas breves, declaradas, aceitas voluntariamente, aquelas próprias de um sistema de referência separado, materializado pelas regras do jogo. É nesse sentido, pensamos, que a Lei (do jogo), seu sistema de constrições particular, suas Regras, mecânica, arquitetura, é capaz de dar ao jogador a Liberdade.

Falamos de uma liberdade que advém apenas do lazer, “liberdade para participar ou mesmo para gerar novos mundos simbólicos de entretenimento, esporte, jogos, diversões de toda espécie e (...) para transcender as limitações sociais estruturais, liberdade para *brincar*... com ideias, fantasias, palavras, tinta e relações sociais - com amigos, em treinamentos de sensibilidade, psicodramas e outros.” (TURNER, 1982, p. 49). Os jogos “fazem parte da liberdade de um indivíduo, de seu crescente autodomínio ou até mesmo de sua autotranscendência”, algo “potencialmente capaz de liberar os

poderes criativos, sejam eles individuais ou coletivos, tanto para criticar quanto para apoiar os valores sociais estruturais dominantes” (idem), e completamos, numa indicação cristalina da tensão (ou complementariedade) da instrumentalização pretendida pelos *advergames*, tanto para criticar quanto para apoiar os valores e significados da marca.

Diversas visões - ou retóricas - sobre o jogo, algumas com maior ou menor evidência, nos convidam a pensar em espaços separados. Visitando as retóricas ludológicas de poder (o jogo é sempre uma disputa e a conquista é seu objetivo), progresso (animais e humanos aprendem através de jogos), destino (os resultados dos jogos já estão determinados pela sorte), imaginário (o jogo serve para exercitar a criatividade e despertar a inovação), identidade (celebrações e festividades servem como preservação e expansão da cultura de uma comunidade), *self* (o jogo como hobby e escapismo da realidade) e frivolidade (jogos enquanto atividades essencialmente inúteis) (SUTTON-SMITH, 2001), em alguma medida são sugeridas dicotomias ou deslocamentos de relações entre indivíduos ou grupos para o espaço separado do Jogo que pode afetar essas mesmas relações fora dele.

Nesse sentido, é observado no Jogo, enquanto “exercício sobre sistemas de controle voluntário onde ocorre uma oposição entre forças, confinado por um procedimento e regras a fim de produzir um resultado não equilibrado” (AVEDON, SUTTON-SMITH, 2015, p. 7, tradução nossa), um componente *autotélico*. O Jogo é, nessa conformidade, tomado como resposta a seis emoções fundamentais (supresa, medo, raiva, desgosto, alegria e tristeza), algo capaz de auxiliar os indivíduos a representar estes sentimentos e, via de consequência, sentirem-se em controle de seus próprios sistemas de resposta (SUTTON-SMITH, 2017), tomado necessariamente como forma de expressão humana (HENRICKS, 2015). Ora, se o jogo não se refere a outra coisa senão a si mesmo, como é possível à Publicidade instrumentalizá-lo sob a forma de um *advergame*?

Esta forma de expressividade, insistimos, parece se ligar irresistivelmente a uma sensação ou sentimento de separação espacial, como base e alicerce da experiência do jogador. Para que ela ocorra, se faz fundamental um engajamento distinto entre duas versões do eu, uma a pessoa, outra o jogador (GOFFMAN, 1972). A experiência está

centrada no sentimento de separação, isto é, na percepção de que alguém se situa na interseção entre obrigações requeridas pela situação que se apresenta e obrigações de vida mais gerais. Uma pessoa joga com o conhecimento de que está envolvida em coisas diferentes daquelas que, naquele momento, estão acontecendo em algum outro lugar.

Nós vivemos em corpos, ambientes, culturas, estados psicológicos e sociedades. Padrões desses tipos emolduram e nos dirigem a todo momento; muitas dessas influências ocorrem sem que percebamos. Uma questão um pouco diferente é como notamos e analisamos alguns desses movimentos de entrega e decidimos que eles são pertinentes para *nós*. Para além disso, nós não apenas emolduramos *eventos*, este o tema enfatizado por Bateson e Goffman; nós também efetuamos julgamentos sobre *nós mesmos* e sobre nossa postura no interior desses eventos (HENRICKS, 2015, pos. 1523, grifos do autor, tradução nossa).<sup>17</sup>

Pessoas parecem ter “encontros lúdicos” e experimentar as implicações humanas sobre o que significa ter sucesso ou insucesso nessas configurações. São encontros humanos onde participantes coletivamente afirmam um corpo de regras para as formas que suas atividades devam ser limitadas. Pergunta-se: como jogos estão conectados com os mundos sociais mais alargados de jogadores? O que é trazido desses padrões exteriores, compromissos e identidades, e o que é deixado de fora? Como são as interrupções inevitáveis que ameaçam destruir o delicado mundo social dado pelo jogo? Essas questões devem ser respondidas por grupos. Certamente, indivíduos escolhem jogar e obter satisfações privadas dessas atividades, mas eles - ou melhor, versões bastante especializadas deles - são levados para o interior e através dessas atividades por procedimentos sociais estabelecidos (HENRICKS, 2015). O uso de

---

<sup>17</sup> We live in bodies, environments, cultures, psyches, and societies. Patterns of those types frame and direct us at every moment; many of those influences occur without our noticing. A somewhat different issue is how we notice and analyse some of those goings-on and decide that they are pertinent to *us*. Moreover, we do not simply frame *events*. the theme emphasized by Bateson and Goffman; we also make judgments about *ourselves* and about our standings in those events.

formas estabelecidas permite que jogadores regulem com precisão suas atividades de acordo com pessoas, lugares e tempo à mão. Trata-se da configuração de risco, o aspecto negociável enquanto definidor do jogo, como trazido por Jesper Juul (JUUL, 2005) e, este é o ponto de maior interesse para nós, ainda que preocupações exteriores, qualidades e compromissos como valores, habilidades, crenças e normas sejam alternadamente trazidas para dentro e empurradas para fora da moldura do Jogo, elas não são necessariamente ligadas ou motivadas por interesses exteriores ao universo lúdico, como a perspectiva retórica de uma marca.

A Psicologia, queremos crer, traz aos estudos dos jogos importantes visões e conceitos, também sob o aspecto que investigamos, a separação entre espaços. Uma moldura protetora, que em um nível superior separa a sensação de perigo do trauma, ou, num inferior, entre ela (a sensação de perigo) e uma zona de segurança, suas relações com o prazer e o tédio, com a empolgação e a ansiedade (APTER, 1992), são indicações não apenas físicas mas também psicológicas de uma ideia de separação no ambiente dos jogos e dos esportes.

Por outro lado, um canal pelo qual nós transitamos em direção a um objetivo claro e definido e que nos separa, por um lado, da ansiedade de um agir sobre algo para o que não temos suficiente habilidade e, por outro, do tédio quando essa ação se dá em situações para as quais a temos demais, é em si mesmo *locus* separado que possibilita o movimento na forma de *flow*, ou fluxo, que nos sugere, ou provoca, a experiência ótima (CSIKSZENTMIHALYI, 2008). Este canal parece estar diretamente relacionado com o fenômeno ludológico e, mais propriamente, com a separação do espaço lúdico, ainda que possamos pensar num alargamento das suas fronteiras para o lugar dos desafios superiores às nossas habilidades, ou aprendizado prazeroso (KOSTER, 2013); ou, inversamente, para onde nossas habilidades superam os desafios, a repetição que reafirma um “agir” (MYERS, 2017; UPTON, 2015).

Mais um passo. Uma forma bastante evidente de separarmos o espaço do jogo daquele que não é jogo é a efetiva e voluntária afirmação de que estamos em um espaço e tempo separados. A declaração metacomunicacional “isto é uma brincadeira!” (inalterada, quanto a seus efeitos, na afirmação voluntária de uma atitude lusória contratual: “isto é um jogo” e me submeto às suas regras a fim de torná-lo

possível - voltaremos ao conceito de Bernard Suits) (SUITS, 2014), pressupõe uma moldura paradoxal indicativa do que uma coisa é pelo que ela não é e, mais especificamente, “uma tentativa de discriminar entre, ou traçar uma linha entre, categorias de tipos lógicos diferentes” (BATESON, 1999, p. 190).

De fato, conceito que mantém grande atualidade e relevância é o da metacomunicação, formalizada especialmente no ensaio de Gregory Bateson intitulado *A Theory of Play and Fantasy*, lido na Conferência da Associação Psiquiátrica Americana realizada na Cidade do México em 11 de março de 1954 e publicada nos anais daquele encontro no ano seguinte. Integrado ao corpo do livro *Steps to an Ecology of Mind* (BATESON, 1999), este ensaio, e especialmente a moldura ou enquadramento metacomunicacional da brincadeira, parece inspirar boa parte da pesquisa contemporânea nos campos da Comunicação, Cibernética, Etologia, Primatologia, Antropologia, áreas de pesquisa daquele autor. Ao articular a filosofia analítica com a teoria psiquiátrica e linguística, Bateson traz à superfície seu grande interesse pelos estudos do Jogo e da Brincadeira (SPARIOSU, 1989).

Batson aponta três níveis de abstração na comunicação verbal humana, quais sejam: (1) o *denotativo*, onde o sujeito do discurso se situa fora da linguagem (- o cachorro está dentro de casa); (2) o *metalinguístico*, onde o sujeito do discurso é a própria linguagem (- a palavra cachorro é composta de três sílabas e, em si mesma, não “abana o rabo”, nem “morde”); e (3) o *metacomunicativo*, em que o sujeito do discurso é a relação entre seus agentes (- “você foi cuidadoso ao avisar que o cachorro estava dentro de casa”) (BATESON, 1999).

Como nos esclarece Spariosu, a brincadeira pertence ao nível metacomunicativo. Ele é altamente abstrato, não necessariamente verbal e permanece implícito (SPARIOSU, 1989). Para Bateson este nível metacomunicativo marca um estágio avançado no processo evolutivo. Nele, o organismo não responde automaticamente aos sinais-de-humor (*mood-signs*) de outros organismos, este entendido como uma ação espontânea - uma mordida - que produz uma resposta espontânea - uma mordida retaliatória. No estágio metacomunicativo, o organismo é capaz de reconhecer estes signos como signos, “reconhecer que os outros indivíduos e seus próprios sinais são apenas sinais, que podem ser acreditados, desacreditados,

falsificados, negados, amplificados, corrigidos, entre outros” (BATESON, 1999, p. 178).

A mensagem “isto é brincadeira” é um ato comunicacional complexo. Logicamente, brincadeira denota algo que é “não brincadeira”. Segue que os sinais trocados na brincadeira são falsos e aquilo que eles denotam é não-existente. (blefe, ameaça, histeria, fantasia, ritual, drama). Ele sugere que estes sinais formam um fenômeno numa moldura (enquadramento) paradoxal, do tipo Epimédiano: Epimênides, na condição de cidadão cretense, teria discursado: “mentem sempre os cretenses, bestas más, ventres preguiçosos” (CASERTANO, 2011, p.18)<sup>18</sup>. Isto cria um paradoxo do tipo lógico, uma proposição autocontraditória - um cretense alegando que todos os cretenses são mentirosos -, como, por exemplo “esta frase é falsa” ou “todas as alegações no interior desse enquadramento são falsas”. Esse paradoxo é descrito por Bertrand Russell, como do tipo lógico ou o pertencente a “coleção de todas as classes que não são membros de si próprias” (RUSSELL, 2007, p. 138), constitui-se numa falácia destituída de significado, uma vez que incapaz de tradução para uma forma em que ela mesma não seja referência.

Na tentativa de articular o conceito de brincadeira, Bateson conclui que os paradoxos abstratos inerentes à brincadeira não são meras invenções filosóficas pertencentes à teoria dos tipos lógicos de Russell, mas representam um estágio avançado em toda comunicação, para além dos sinais-de-humor, e sem eles a evolução da comunicação não poderia seguir adiante. A vida seria, dessa forma, um “interminável intercâmbio de mensagens estilizadas, um jogo com regras rígidas, sem o alívio da mudança ou humor” (BATESON, 1999, p. 193).

Nessa conformidade, a declaração metacomunicativa “isto é uma brincadeira!”, que pressupõe uma moldura paradoxal indicativa do que uma coisa é por meio do que ela não é e, mais especificamente, repetimos, “uma tentativa de discriminar entre, ou traçar uma linha entre, categorias de tipos lógicos diferentes” (BATESON, 1999, p. 190), revela-se fundamental para a constituição do jogo e da brincadeira

---

<sup>18</sup> “Segundo Leclerc foram os estoícos, (mas não se diz quem nem onde) que se apoderam da primeira parte do verso de Epimênides como a premissa maior de um silogismo aporético, e depois os lógicos modernos atribuíram a Epimênides a paternidade do paradoxo (p. 225)” - N. do A.

enquanto ambiente separado e institucional (HUIZINGA, 2019; CAILLOIS, 2001; FINK, 2016; SUITS, 2014 *et al.*).

Com efeito, o jogo se constitui (e, assim entendemos, perdura) enquanto processo a partir de uma declaração específica e unívoca levada a efeito por seus participantes: "isto é um jogo!". E devemos ressaltar que para que "isto realmente seja um jogo", se faz necessária a afirmação voluntária de uma *atitude lusória* de ordem contratual (SUITS, 2014).

Dessa forma, a mordida de um cachorro que abana o rabo, ou seja, uma mordida "de brincadeira" que, carregada de uma declaração metacomunicativa não é uma mordida, mostra-se um processo presente em todo e qualquer ambiente lúdico que apenas se mantém pela declaração relacional "isto é uma brincadeira - ou jogo - e me submeto voluntariamente ao seu sistema de constrações - suas regras - a fim de torná-lo possível".

O conceito de *atitude lusória*, pois, visa solucionar o paradoxo lógico presente no processo ludológico, se desdobrando para a oposição entre colaboração e competição (SUITS, 2014). A colaboração metacomunicativa indica a presença de uma atitude lusória e, dessarte, permite que se forme um ambiente lúdico onde seus participantes se comprometem contratualmente a submeter-se a um corpo normativo restritivo - às suas regras - e, por que não dizê-lo, a seu código e sistema de referência particular. Somente a partir desta instância colaborativa, e enquanto a instituição Jogo perdurar, os jogadores passam a agir e comunicar um desejo por aquilo que este desejo não é: por exemplo, a intenção de aniquilação de um adversário.

Em outras palavras, a declaração metacomunicativa revela a submissão a um contrato colaborativo estabelecida pelos jogadores no momento em que se propõem a participar de um jogo, na medida em que é consequência necessária de seu corpo normativo, de suas regras. Ocorre que ao se submeterem às regras, apenas para tornar possível a existência do jogo, ao assumirem a atitude lusória (SUITS, 2014), os jogadores ingressam em um sistema autorreferente próprio do jogo, apontando para um fim-em-si-mesmo, ou, assim diria Aurel Kolnai, numa condição paratética (KOLNAI, 1966). Resultando da colaboração e competição complementadas em um mesmo

sistema, como quer Suits, ou consistentes em perfeito paradoxo, como pretende Kolnai, torna-se inescapável, por consequência daquele contrato (fundante e que perdura e é reafirmado pelo tempo institucional do jogo) de caráter colaborativo, que cada ato modificador de um estado, componente essencial do processo ludológico em si, seja levado a efeito livremente, inclusive enquanto ação competitiva, desde que no interior do código e sistema de restrições imposto pelas regras (MYERS, 2017).

Sob outra perspectiva, em seu ensaio intitulado *Xadrez*, o filósofo Vilém Flusser aponta para o que pode ser chamado de *caráter reflexivo do jogo*, acompanhando a tradição do pensamento heideggeriano (GADAMER, 2018; FINK, 2016; HANS, 1981 *et. al.*), em oposição, ou melhor, em complementação a seu caráter reflexivo (SUTTON-SMITH, 2017). Falamos de um sistema que não é apenas modificado pela agência do jogador, mas que, enquanto jogo, “o joga”: “tudo isso não passa de tabuleiro de xadrez, coberto de dias e noites nos quais o destino jogo, usando-nos como peças”. (FLUSSER, 1963b). Impossível deixar de notar a conexão deste pensamento com aquele extraído de Heráclito de Éfeso, caro aos Estudos Ludológicos, pelo qual “*Aion* é uma criança movendo peças sobre um tabuleiro” (HERÁCLITO, frag. 52DK, *apud.* CASERTANO, 2011, p. 7). Prossegue o pensador brasileiro apontando que “se conseguirmos descobrir a essência de tal jogo, do qual somos peças, devemos tentar conhecer-lhes as regras” (*idem*), apontando expressamente para a mencionada tradição de pensamento pela qual a verdade do ser não é algo que o homem atinge através de uma racionalidade estrita, mas algo que aparece a ele no curso de sua história. Como sugerimos, este ensaio de Flusser parece se alinhar ao pensamento de Eugen Fink e Hans-Georg Gadamer, que percebem o homem, simultaneamente, como jogador e brinquedo; que modifica o estado proposto pelos códigos ludológicos, mas que também é constituído por eles (GADAMER, 2018; FINK, 2016).

A dialética reflexiva-refletiva presente em todo e qualquer processo ludológico (SUTTON-SMITH, 2017), no sentido de que o jogo é um sistema autotélico constantemente modificado pela agência dos jogadores mas também um processo que os modifica e constitui, torna impossível a ideia de que a agência do jogador seja um ato de modificação de estado inteiramente livre e que poderia ser, por exemplo, mimetizado pelo movimento racional de um cavalo em uma partida de xadrez.

Afirmar que um movimento do intelecto corresponde a uma “realidade extra-intelectual” é tão verdadeiro como afirmar o mesmo com respeito ao movimento do cavalo. Um pensamento (um movimento intelectual) é tão verdadeiro quanto um movimento do cavalo: é verdadeiro, se estiver de acordo com as regras do jogo (FLUSSER, 1963a).

Nessa conformidade, podemos imaginar que uma atividade intelectual tomada no interior de um ambiente lúdico jamais pode ser inteiramente livre, uma vez que constricta pelo corpo normativo que lhe dá forma. E, como no jogo, talvez este processo também ocorra nos ambientes que lhes são exteriores, ou como diria Fink, nas formas de expressão humana não lúdicas, quais sejam o trabalho, a luta, o amor, a ideia de que a morte se faz sempre presente enquanto potência, *Sein zum Tode* (FINK, 2016). Imaginar o oposto, com efeito, uma racionalidade inteiramente livre, seria um “grande perigo”, pois “o intelecto demonstra as suas limitações, os seus fundamentos extra-intelectuais (como seja “vontade”, “vida”, “intuição”, etc), que não conseguimos abranger inteiramente. Torna-se irrisório. Assumimos frente a ele posição de superioridade e ironia. Filosofamos sobre ele” (FLUSSER, 1963a) e, “se o jogo do intelecto é aquilo que nos ‘dignifica’ (...) abandonado este jogo, seremos presa fácil de forças obscuras pré-intelectuais” (*idem*).

Se os processos de transformação levados a efeito pelo homem, da transformação da natureza em Cultura, estão sempre inseridas em um “ambiente que é condição da nossa existência” (FLUSSER, 2019), resta investigar como é possível orientar esta existência em um ambiente imaterial. Se o “mundo codificado” impõe uma “transvaloração de todos os valores” (*idem*), se o homem no mundo das “não-coisas” próprias do ambiente imaterial passa a decidir, escolher e “programar” sob uma perspectiva que lhe parece livre de forma absoluta, é de se notar que tais decisões não são inteiramente livres, pois ele se depara com uma programação prévia. Trata-se de pensar em uma liberdade programada, uma escolha de possibilidades prescritas (*ibidem*). A transmutação de um ambiente material para um ambiente imaterial divide a sociedade entre programadores e os programados. Os que produzem programas e os que se comportam conforme o programa. Jogadores e marionetes. Mas os programadores

também decidem dentro de um programa, um metaprograma; os metaprogramadores num metametaprograma e assim ao infinito.

Esta, a liberdade de decisão aberta pela emancipação do trabalho, um “totalitarismo programado” (FLUSSER, 2019, p. 60). Resta, pois, da mesma forma que se perguntou alhures “quais são as regras?”, aqui perguntar “qual é o programa?” (FLUSSER, 1963b, 2019).

Articulando o conceito de metacomunicação de Bateson com a irresistibilidade e obscuridade dos códigos de Flusser, buscamos lançar luz sobre a ideia do paradoxo da “liberdade de movimentos no interior de um sistema de constrictões” (GADAMER, 2018) presente nos jogos. Para que o “jogo aconteça”, é necessário, assim parece, um corpo normativo que restrinja o jogador de uma forma sistemática. Para além disso, essas formas devem ser capazes de se modificar e formar novos ambientes e constrictões, constantemente. Algo, ressalte-se mais uma vez, que não é levado a efeito pelo arquiteto daquele universo de possibilidades (e que poderia, talvez, encharcá-lo com valores e significados preconcebidos de uma marca), mas pelo agente constituinte do fenômeno lúdico e que é constituído por ele, o *jogador*.

O jogo se mostra como objeto e processo, simultaneamente (AARSETH, 1997). E, quem sabe, talvez seja este exatamente um de seus aspectos mais atrativos. Não a constrictão e limitação da ação dos jogadores, mas a constante modificação e flutuação dessas mesmas constrictões, na medida em que o processo ludológico se desenvolve.

Se jogar é “a tentativa voluntária de superar obstáculos desnecessários” (SUITS, 2014, p. 43), a natureza sistemática do ambiente lúdico porquanto sistema de constrictões, é fundamental para que ele apareça enquanto fenômeno. E tal sistematização, que possibilitará a constituição do processo ludológico, deverá apontar, por meio de seu corpo normativo, não apenas as constrictões a que estarão sujeitos os agentes e as condições de modificação dessas constrictões mas, especialmente, a obrigatoriedade da revelação das escolhas levadas a efeito por esses agentes.

Como dissemos acima, a metacomunicação não é apenas uma comunicação fundadora, enquanto discurso que aponta para a relação entre os agentes, mas uma comunicação reiterada constantemente, durante todo o tempo de desenvolvimento do processo ludológico.

Nos parece relevante notar que não basta ao jogador assumir uma posição “apenas para que o jogo seja possível”, mas, insistimos, a constante reiteração dessa posição, contínua e ininterruptamente, até o encerramento do jogo, ou poderíamos dizer, até o desfazimento do sistema ludológico. Em outras palavras, a atitude lusória não é algo que o jogador assume tão somente para a formação inicial do espaço separado do jogo, mas um estado adotado durante todo o seu desenvolvimento, sob pena de inobservância das “regras de transformação” (GOFFMAN, 1972), ou o impedimento de que fatores externos influenciem e comprometam o sistema ludológico (a reclamação por conta de um machucado, o atendimento ao chamado da mãe para entrar em casa, ou qualquer outro fator externo ao ambiente do jogo que corrompa seu devir). Este impedimento, ou obrigação de observância dessas regras, exige que a atitude lusória esteja presente durante todo o tempo do jogo, da mesma forma que é exigida uma constante reafirmação metacomunicativa “isto é um jogo!”.

Dessa forma, não basta declarar que “isto é um jogo, logo poderei agir e comunicar uma coisa pelo que ela não é”, mas de forma permanente e ininterrupta, por quanto tempo estiver vivo o fenômeno ludológico, reiterar que “isto permanece um jogo, logo todas as livres modificações de estado que eu levar a efeito durante seu curso serão limitadas pelo próprio sistema e, como ele impõe, serão por mim expressamente declaradas”.

Esta submissão voluntária a tal sistema de restrições exige, portanto, o que queremos chamar de *declaração de procedimento*, que, em outras palavras, constitui a explicitação das escolhas levadas a efeito para a modificação do estado presente buscando um bem futuro (um exercício de poder, portanto), ainda que ele seja materializado pela aniquilação de um adversário-colaborador. Adversário na medida em que se constitui em um obstáculo que deve ser superado para que minha meta possa ser satisfeita, mas também um colaborador, na medida em que se submete, como eu, ao

corpo normativo que restringe sua - nossa - liberdade de movimentos submetida que é àquele sistema de restrições.

Não basta apenas me mover, na condição de jogador, em direção a uma meta cuja satisfação me é incerta; é necessário comunicar a forma escolhida, em cada etapa do processo ludológico, pela qual pretendo satisfazê-la. Esta uma das belezas (senão, queremos crer, das motivações) de todo engajamento com o Jogo.

Queremos voltar a visitar as causas de corrupção dos jogos apontadas por Callois, mas sob a perspectiva de uma falha metacomunicacional. Deixar de comunicar o estado de brincadeira corrompe de forma irresistível todo o sistema, seu corpo normativo, seus códigos e autorreferências. Com efeito, a corrupção das dimensões da experiência ludológica *agon*, *alea*, *mimicry* e *ilynx* deve-se à quebra do estado metacomunicacional “isto é um jogo e me submeto voluntariamente às suas regras para que ele aconteça”: *agon*, da competição onde declara-se a submissão às limitações das regras à luta irracional; *alea*, da declaração de uma brincadeira com o destino para a superstição; *mimicry*, do “assumir brincar de outro” para a perda da personalidade e alienação (idem, p. 43); *ilynx* - e aqui preferiremos Michael J. Apter -, do adotar uma sensação de perigo, ao incontrolável trauma. (APTER, 1992).

## **2.1. A instrumentalização do jogo**

Voltamos à investigação sobre a possibilidade ou não da instrumentalização do Jogo levada a efeito pelo *advergaming*. Se o Jogo é parte de sua estrutura constitutiva, como o é a Publicidade, o *advergaming* não pode ser considerado apenas parcialmente, destituído das tensões e paradoxos a ele inerentes, independente de sua possível aplicação para materialização de valores e significados de uma marca.

Cabe, acompanhando Gonzalo Frasca, afastar-se do debate abraçado pelos Estudos Ludológicos especialmente na passagem do milênio, sobre os encontros e desencontros da Ludologia com a Narratologia enquanto perspectivas distintas sobre formas de representação (MURRAY, 1998; AARSETH, 1997; JUUL, 2001). O que nos importa aqui é que, ainda que consideremos que “os *advergames* provavelmente são a

placa de Petri para a retórica da simulação” (FRASCA, 2003), tanto leitores como jogadores não guardam um vínculo necessário e absoluto com as conclusões ou retóricas, ou valores e significados, esposados pelos narradores ou desenvolvedores de jogos. Do contrário, seria impossível a interação destes com aqueles leitores, jogadores e, porque não caracterizá-los, consumidores.

De fato, na última década, os Estudos Ludológicos têm voltado especial atenção ao papel central do jogador para que o jogo apareça enquanto fenômeno (JUUL, 2005; FRASCA, 2007; SICART, 2014; *et. al.*). Não há jogo sem a apropriação e modificação de um estado sugerido pelo seu *designer*, modificação esta que necessariamente é levada a efeito pelo jogador, que através de sua agência, ou “o poder satisfatório de tomar ações significativas e observar os resultados de nossas decisões e escolhas” (MURRAY, 2017, p. 159) , cria e recria, no devir do jogo, de forma constante e sucessiva, novos estados que por sua vez são objetos de apropriação e modificação (UPTON, 2015; MYERS, 2017).

Nesse sentido, diversas das tentativas de definições do fenômeno que conhecemos por jogo apontam para esta sua qualidade essencial.

O que é mais fascinante acerca da realidade não é que ela existe, ou que ela se modifica, mas *a maneira como* ela se modifica, a teia intrincada de causa e efeito pela qual todas as coisas são costuradas entre si. A única maneira de representar esta teia de forma apropriada é a de permitir que a audiência explore todas as suas partes e aspectos, permitir que ela gere causas e observe efeitos. Portanto, a forma mais elevada e completa de representação é a representação interativa. Jogos fornecem este elemento interativo e este é um fator crucial de seu interesse (CRAWFORD, 2011, pos. 208, grifo do autor, tradução nossa).<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> The most fascinating thing about reality is not that it is, or even that it changes, but *how* it changes, the intricate webwork of cause and effect by which all things are tied together. The only way to properly represent this webwork is to allow the audience to explore its nooks and crannies to let them generate causes and observe effects. Thus, the highest and most complete form of representation is interactive representation. Games provide this interactive element, and it is a crucial factor in their appeal.

Com efeito, se o Jogo é algo que se modifica e mesmo se constitui plenamente apenas pela efetiva ação dos jogadores/consumidores (FRASCA, 2007), como controlar uma intenção que, por pressuposto lógico, estaria imbricada na mensagem de uma marca, nos valores e significados persuasivos que a Publicidade intenciona comunicar a seu público? Como manter a integridade de uma mensagem materializada em um ambiente que se forma, que aparece como fenômeno, tão somente através fusão de seu *design* (assim entendido a estipulação de um sistema de restrições) com a modificação de seu estado, livremente produzido (e, por que não dizê-lo, criado) pelos jogadores/consumidores?

Mesmo a solução oferecida pelo conceito de *retórica procedimental* (BOGOST, 2007; SICART, 2011; WILT, 2014), apresenta seus limites. O desenho ou arquitetura procedimental, assim entendida a instância de materialização de valores e significados - ou retóricas - através de procedimentos - ainda que considere mais profundamente a importância de um certo *design* racionalizado e mesmo, em alguma medida, a ação do jogador para a formação do jogo como um todo -, não afasta por completo, na nossa opinião, o problema da imbricação na mecânica do jogo de uma intenção autoral. Esta, a seu turno, pode prejudicar a liberdade do jogador em suas ações e escolhas para modificação de um estado para além das restrições intrínsecas e declaradas pela estrutura de regras. Se a mecânica (lúdica) é a mensagem (ROMERO, SHARP, 2010; SWAIN, 2010; DETERDING, 2016), o Jogo enquanto fenômeno deixa de sê-la, porque Jogo não é, tão somente, mecânica. Como falamos e insistimos, Jogo é processo, movimento, liberdade, produção (HANS, 1981). Ora, se por meio de uma mecânica promovemos o direcionamento intencional de um jogador, este, aprisionado, se descaracteriza enquanto produtor de valores e significados e esta mecânica assume o grave risco de fazer com que o mesmo jogo que ela pretende propor deixe de ser um jogo. Desconfiamos que a retórica procedimental, mais do que a solução contra uma tentativa de instrumentalização que banaliza e desintegra o fenômeno ludológico, se constitui tão somente em um deslocamento do problema, não uma solução. Se somos contrários à fixidez de uma mensagem no interior do Jogo, não basta transportar esta mesma mensagem para sua mecânica. Ela estará em outro lugar, mas permanecerá caracterizada enquanto uma mensagem fixa e autoral.

A partir das propriedades essenciais dos artefatos digitais apontadas por Janet Murray em sua obra *Hamlet on the Holodeck*, quais sejam, participação, especialidade, escopo enciclopédico e procedimentalidade, esta última indicada como a “habilidade definidora para executar uma série de regras” (MURRAY, 1998, p. 215), é que o conceito de *retórica procedimental* (*procedural rhetoric*) foi sugerido por Ian Bogost e definido como “uma técnica para construir argumentos com sistemas computacionais e para desvelar argumentos computacionais criados por outros” (BOGOST, 2007, p. 3). O autor especifica que *procedimentalidade* “refere-se a uma maneira de criar, explicar, ou entender processos”; e, por sua vez, *processos* “definem a maneira como as coisas funcionam: os métodos, técnicas, e lógicas que impulsionam a operação de sistemas, de sistemas mecânicos como motores a sistemas organizacionais como escolas a sistemas conceituais como a fé religiosa” (*idem*). O autor segue na explicitação de conceitos indicando que *retórica* se refere a “expressividade efetiva e persuasiva” (*ibidem*), para concluir, alargando sua definição específica do campo do *design* de jogos eletrônicos em computador, que *retórica procedimental* “é a atividade de utilização de processos persuasivamente” (BOGOST, 2007, p. 2).

A posição de Bogost não deixou de receber críticas e validações (DE WILT, 2014; PRATT, 2012; NELSON, 2012; HAWLRELIAK, 2012), especialmente a apontada pelo ludólogo espanhol Miguel Sicart em seu artigo *Against Procedurality*, segundo a qual, como desconfiarmos, ocorreria na procedimentalidade um tolhimento excessivo da agência dos jogadores que dessa forma estariam demasiadamente restringidos à retórica dos *designers*, levando a uma quebra de um dos princípios definidores do jogo, qual seja o da apropriação e modificação de um estado que haveria de ser apenas sugerido. A procedimentalidade imporá, segundo a crítica de Miguel Sicart, “ao sentido dos jogos serem contidos exclusivamente no interior de seus sistemas formais” (SICART, 2011, np).

Nos parece, de fato, que a intencionalidade do *designer* seria algo contraditório em si mesmo, uma vez que confrontada à pulsão de liberdade contida no próprio ato de jogar, viciando de forma irremediável uma certa liberdade de movimento dentro de um sistema de constrições (GADAMER, 2018; SALEN, ZIMMERMAN, 2003; UPTON, 2015) que o definiria, trazendo como consequência uma característica excessivamente

instrumental e utilitária ao jogo que, em sua essência, para se constituir enquanto Jogo e não como alguma outra coisa, haveria de preservar um fim-em-si-mesmo, haveria de ser autotélico (SUITS, 2014; APTER, 1992, 2018; CSIKSZENTMIHALYI, 2008; *et. al.*).

A partir do conceito de Bogost, o pesquisador brasileiro Daniel Peixoto Ferreira pretendeu alargar a ideia de uma expressividade intrínseca à criação ou manipulação dos próprios procedimentos, ou “às manifestações artísticas ou expressivas em mídias digitais baseadas fundamentalmente no aspecto procedural (*sic*) deste meio - isto é, na sua programabilidade e autonomia” (FERREIRA, 2013), pelo que as estratégias dos criadores de sistemas seriam, em si mesmas, uma forma de expressividade.

Estas considerações nos levam a refletir sobre a autoridade advinda de uma ação estritamente procedimental, sem uma ligação necessária com a satisfação do objetivo ao qual estes procedimentos, enquanto materialização de atos processuais, tenderia. Com efeito, ao observarmos o jogo a partir de uma perspectiva do jogador - em oposição à do *designer*, insistimos que a apropriação e modificação de um estado pode se constituir numa de suas características essenciais, sem a qual, portanto, o jogo passaria a ser alguma outra coisa, exceto jogo.

Sob outro aspecto, se poder é uma “capacidade ou faculdade natural de agir” (LALANDE, 1999 p. 819), uma atividade humana que visa a modificação de um estado para alcançar uma condição nova e futura pretendida pelo agente, ele pode ser tomado, ao menos, como diz Brian Sutton-Smith, em determinadas retóricas, como característica essencial do sistema lúdico.

A utilização da força, habilidade, e liderança em ações e estratégias dentro do jogo são interesses intrínsecos de poder. Alguém também poderia supor que o poder político das competições e jogos neles mesmos (quem recebe a condição de líder, quem recebe os papéis menores, quem recebe a eliminação) também são interesses intrínsecos de poder. O que vale dizer, o poder é um conceito lúdico essencial nesses jogos, competições, e esportes, e continuarão a sê-los,

independentemente de qualquer retórica que seja agregada a ele. (SUTTON-SMITH, 2001, p. 90, tradução nossa).<sup>20</sup>

Refletindo sobre a validação de poder através do procedimento e tomando o tradicional jogo de xadrez como exemplo, podemos apontar que a autoridade do jogador, enquanto poder reconhecido, não depende, de fato, exclusivamente da satisfação do objetivo no interior do jogo, de sua *meta lusória* (SUITS, 2014), na espécie, a imobilização do rei adversário. Ao invés disso, a autoridade surge, ou pode surgir, exclusivamente a partir de uma estratégia empregada pelo jogador, por suas escolhas procedimentais. São os procedimentos em si mesmos levados a efeito pelo jogador, a materialização dos atos que tendem ao pretendido *check-mate*, que lhes fazem surgir (ou ao menos potencializam) autoridade. A efetiva derrota do então campeão mundial Boris Spassky para Bobby Fischer no icônico Jogo do Século de 1972 seria capaz de aniquilar a autoridade do primeiro enquanto Mestre Enxadrista? É evidente que não, algo inclusive reconhecido por seu adversário que preferiu violar embargos políticos impostos por seu país para voltar a jogar contra o desafiado, para, dessa forma, *reconhecer o poder* de seu adversário em modificar uma situação presente. O estado inicial das peças em um tabuleiro de xadrez proposto por seus *designers* persas ou indianos é modificado e recriado pelo jogador, e assim sucessivamente a cada jogada, a cada escolha, visando a imobilização do rei adversário por meios possíveis, porém jamais imaginados por aqueles mesmos *designers*. Estas escolhas, em si mesmas, podem ser reconhecidas, apreendidas, validadas e obedecidas pelo jogador adversário. Trata-se de considerar a estratégia em si mesma como poder legitimado.

Podemos pensar, para não nos esquecermos do jogo mais pervasivo e ubíquo de nosso país, na seleção nacional para a Copa do Mundo de Futebol de 1982, modelo do chamado Futebol Arte. Como lhe negar autoridade, ainda que não tenha ocorrido a efetiva satisfação da sua meta, a conquista da Taça? Podemos pensar no mote pelo qual

---

<sup>20</sup> The application of force, skill, and leadership in actions and strategies within the game are intrinsic power concerns. One would also suppose that the power politics of the contests and games themselves (who gets to be leader, who gets the lowest roles, who gets eliminated) are also intrinsic power concerns. Which is to say, power is an essential ludic concept in these games, contests, and sports, and it will continue to be, regardless of any rethorics that are added to it.

ficou conhecido o segundo presidente do Comitê Olímpico Internacional Pierre de Coubertin<sup>21</sup>, um dos planejadores e produtores dos Jogos Olímpicos da era moderna, em Atenas, 1896, para quem “o importante na vida não é o triunfo, mas o combate; o essencial não é a conquista, mas ter lutado bem”<sup>22</sup> (COUBERTIN, *apud.* MacALOON, 2006, np).

Nesse sentido, Bernard DeKoven está entre um os maiores defensores da ideia do jogo enquanto processo, processo com um fim-em-si-mesmo, autotélico, sistema que não exige a satisfação de um objetivo para que ele sugira validação, ou ainda melhor, para que ele exista enquanto tal. Para o autor de *The Well-Played Game*,

Vencer, apesar de ser a meta de um jogo, não pode ser o propósito para jogar. Vencer serve apenas ao propósito de manter nosso foco, ou permitir que criemos o desafio que nos permite manifestar nosso poder através do jogo. Vencer encerra o jogo, mas não nosso propósito (DeKOVEN, 2013, p. 138, tradução nossa).<sup>23</sup>

E, com alguma ressalva, sensível à complexidade da questão, o *scholar* Brian Sutton-Smith ressalta sua contemporaneidade.

Alguém pode questionar dois corredores Olímpicos quanto de seu pensamento enquanto correm é dado aos movimentos no interior da corrida, quanto das medalhas de ouro advirão deles, e quanto agregarão à glória da nação que representam. Parece que, durante a

---

<sup>21</sup> o autor da frase emblemática teria sido o Bispo da diocese anglicana de Bethlehem, Ethelbert Talbot, 4 edições mais tarde, na abertura dos Jogos de 1908, “*ganhar não é tão importante quanto participar*”.

<sup>22</sup> *L’important dans la vie, ce n’est point le triomphe, mais le combat. L’essentiel n’est pas d’avoir vaincu, mais de s’être bien battu.*

<sup>23</sup> Winning, though the goal of a game, can’t be the purpose for playing. Winning serves the purpose of helping us focus, of allowing us to create the challenge that lets us manifest our powers through the game. Winning ends the game, but not the purpose.

corrida, a corrida nela mesma oferece todo o sentido de que necessitam. (SUTTON-SMITH, 2001, p. 77, tradução nossa).<sup>24</sup>

Assim, se por um lado não se pode deixar de notar que “o jogo-bem-jogado trata de uma experiência que transcende jogos (...), assim como os jogos transcendem as circunstâncias históricas, geográficas, sociais e físicas que nos dividem” (DeKOVEN, 2013, p. 164), ao mesmo tempo, “a brincadeira e o jogo são jogados parcialmente pelo fim em si mesmos e parcialmente pelos valores atribuídos a eles no interior das ideologias que o contextualizam” (SUTTON-SMITH, 200, p. 77).

Concluimos ressaltando a importância da observância da característica dos Jogos que chamamos atrás de *declaração de procedimento*, ou explicitação de uma estratégia, em qualquer tentativa de instrumentalização para a materialização de valores e significados de uma marca pelos *advergames*. Nos jogos, os jogadores são obrigados a demonstrar suas escolhas, a explicitar claramente, a cada jogada, os atos escolhidos em detrimento de outros atos, de outras escolhas possíveis, pelas quais o jogador pretende se aproximar da meta, sem a necessidade, porém, de atingi-la ou satisfazê-la. É esta declaração ou explicitação, pensamos, que nos integra profunda e significativamente ao valor do próprio fenômeno ludológico e de seus atores, adversários em seu interior ou arquitetos de sua estrutura, aceitando-os, admirando-os, aprendendo com eles e a eles submetendo-nos, ainda que em outra partida sejamos nós, eventualmente, que possamos escolher melhor (DeKOVEN, 2013; SICART, 2014).

Vale ressaltar a diferença entre as adjetivações que indicamos como procedimentais, partindo da conceituação de Janet Murray (MURRAY, 2017). A retórica procedimental (BOGOST, 2007) aponta para um discurso constituído através de (por meio de) o procedimento. O mesmo ocorre com a expressividade procedimental de Daniel Ferreira (ou expressividade procedural, como prefere o autor), por exemplo, enquanto uma expressividade própria que é estabelecida através de um procedimento (FERREIRA, 2016). É outra a perspectiva do que chamamos de declaração de

---

<sup>24</sup> One might ask two Olympic runners how much of their thought while racing is given to the moves within the race, how much to the gold medals that might follow it, and how much to the glory of the country they represent. It would seem that, during the race, the race itself provides all the meaning they need.

procedimento, ou explicitação de estratégia. Uma declaração que não é dada através de um procedimento (que, nessa conformidade, haveria de ser chamado de declaração procedimental, algo que não nos interessa aqui), mas que se constitui no desvelamento de um procedimento em si mesmo, de uma, podemos dizer, revelação de atos materializados no interior de um processo que tende a (e apenas tende a) um objetivo.

Esta declaração de procedimento, como dissemos, advém do próprio contrato, ou colaboração, estabelecida pelos jogadores no momento em que se propõem a participar de um jogo, na medida em que é consequência necessária de seu corpo normativo, de suas regras. Ocorre que ao se submeterem às regras, apenas para tornar possível a existência do jogo (SUITS, 2014), o que nos remete ao conceito de *atitude lusória* do autor de *The Grasshoper*, os jogadores ingressam do sistema autotélico do jogo, ou, assim diria Aurel Kolnai, numa condição paratética (KOLNAI, 1966) e, via de consequência, de uma maneira necessária, são obrigados a explicitar suas escolhas, sua estratégia, a declarar seu procedimento direcionado, e, insistimos, apenas direcionado, à satisfação de uma meta. Vale repetir que resultando da colaboração e competição complementadas em um mesmo sistema, como quer Suits, ou consistentes em um paradoxo, como pretende Kolnai, torna-se inescapável, por consequência daquele contrato inicial de caráter colaborativo, que cada ato modificador de um estado, componente essencial do processo ludológico em si, seja, na medida exigida pelas regras, plenamente revelado pelo agente ao colaborador-adversário. Em suma, jogadores são obrigados, dentro dos limites impostos pelas regras, a demonstrarem suas jogadas.

## **2.2. Os jogos sérios**

Perguntamos: ao trazer valores e significados que não lhe são próprios, não estaria o fenômeno lúdico irresistivelmente corrompido por um impedimento da livre produção de valor por aquele que joga? Esta questão, pensamos, deve ser enfrentada pelos defensores (ou vendedores) da instrumentalização do fenômeno ludológico para comunicação de uma retórica (e de valores e significados) que não são próprias do jogador, retórica esta que se mostra, portanto, anterior à própria instituição do

fenômeno. Trata-se de observar o jogo que assume o caráter de “sério” parece ter relação maior com uma utilidade *a posteriori*, no sentido de que o interesse pelo jogo está mais voltado a um estado, condição ou objeto que se revela apenas depois do encerramento do processo em que ele mesmo se constitui, do que propriamente às ações que são desenvolvidas em seu interior. São as formas de utilização dos jogos para a educação, política, mercado (ABT, 1987), mas também para a Publicidade.

Não podemos desconsiderar o desenvolvimento massivo de jogos (acompanhado por produção acadêmica majoritária) que contêm em si mesmos algum tipo de engajamento e vínculo a valores e significados que lhe são exteriores. Trata-se de observar nos “jogos sérios”, de que os *advergames* são tributários, jogos que declaradamente se pretendem instrumentos para a realização de objetivos exteriores ao fenômeno ludológico.

Negar que o jogo, ou alguns de seus elementos, ou mesmo a produção de pensamento a seu respeito, é utilizado e instrumentalizado de fato como mídia para satisfação de pretensões não essenciais ao Jogo, é negar uma das formas contemporâneas pervasivas e ubíquas de comunicação; é negar a existência de uma indústria (WALTZ, DETERDING, 2015) capaz de corromper mais ou menos profundamente os fundamentos do fenômeno ludológico. Especificamente quanto a instrumentalidade do jogo no ambiente do *marketing*, observamos processos de gamificação e das diversas críticas que uma simplificada utilização de alguns de seus elementos afasta e impede o desenvolvimento de seus potenciais tanto persuasivos como experienciais (BOGOST, 2015).

Ressalvada a possibilidade de erro essencial na utilização do jogo como meio de materialização de valores e significados extrínsecos a um ambiente e sistema de referências estritamente ludológico, é fato, como dissemos, que, com ou sem acerto, marcas investem na produção, patrocínio, veiculação e participação de jogos visando aumentar o engajamento de seu público (WALTZ, DETERDING, 2015; CAUBERGHE, DePELSMACKER, 2010; PAVEL, MARTIN, 2011). De qualquer forma, ainda que se considere um efetivo mercado neste sentido, não se mostra despropositado identificarmos e lidarmos com as tensões desveladas pelo paradoxo do elemento autotélico (ou paratélico) presente em todo o fenômeno ludológico.

Entendemos, com efeito, que a utilização superficial do que seriam elementos que aparentam estar presentes nos jogos a fim de propulsionar retóricas de mercado é algo que distorce o Jogo a tal ponto que ele deixa de ser o que é. Os processos de *gamificação* são os maiores exemplos dessa distorção. Na tentativa de “domar” o fenômeno ludológico, para apresentá-lo de forma mais simples, rápida, reduzida e encaixotada a empresas e consumidores, este processo de maquiagem de algo que não é Jogo em jogo, mais do que inócuo, se mostra perverso.

De fato, na essência do processo de gamificação está a simplificação e ocultamento do que, como vimos, é um fenômeno extremamente complexo. O processo de gamificação, na sua origem, é visto como a aplicação de alguns elementos tidos como característicos dos jogos em processos mercadológicos. Um processo marcado pela necessidade de aplicação simples, reproduzível e escalonável, de resposta, como, em sua forma mais simples, nos chamados PBLs (*points, badges & leaderboards*), ou *feedbacks* de performance consistentes em pontos, medalhas e tabelas de classificação. Uma forma que reduz e distorce o fenômeno ludológico a tal ponto que deixa de preservar suas qualidades essenciais (BOGOST, em WALZ, DETERDING, 2015; MCGONNIGAL, 2011). De fato, o processo de gamificação tem recebido críticas profundas de pensadores proeminentes dos Estudos Ludológicos, por se assemelhar e ser apresentado como uma solução de mercado e não como um jogo. Não importa para o desenvolvedor de processos de gamificação o jogo em si, mas sim um serviço de mercado ou *software* que possa ser facilmente moldado, empacotado e vendido como solução (BOGOST, em WALZ, DETERDING, 2015).

A gamificação, nesse sentido assemelhando-se ao *in-game add*, se aplicada a uma lógica de *marketing*, não se mostra sequer como um desenho ou arquitetura de jogo ou mesmo numa instrumentalização do fenômeno ludológico para atingir algum objetivo que lhe é exterior, como se propõem os “jogos sérios”, mas um estilo de consultoria de mercado. A complexidade do Jogo enquanto fenômeno é, neste processo, inteiramente afastada, porque atrapalha a “venda” de um produto que pretende trazer a qualidade de uma solução de fácil e rápida aplicação. O foco dos processos de gamificação é precisamente o desejo de extração de valor sob a forma de um engajamento sem valor algum (BOGOST, em WALZ, DETERDING, 2015). Não é o

Jogo ou a possibilidade de produção interativa do jogador/consumidor que está sendo buscada, ou sequer o aumento do valor de marca, mas o rápido aumento da produtividade da empresa que contrata este serviço de consultoria.

De fato, os arquitetos e desenhistas de Jogos parecem vir resistindo aos processos de gamificação por perceberem que se trata de um engodo proposital consistente em “confundir propriedades incidentais de uma mídia - pontos, tabelas de classificação e similares - com a mais complexa e fundamental atividade de desenho e produção de simulações em tempo real de sistemas complexos” (*idem*). Para a gamificação, os jogos não se constituem uma mídia capaz de provocar a produção de experiências sofisticadas pela busca de metas e funções diversas do processo, mas “um mero gancho retórico num estado de ansiedade do mercado contemporâneo” (*ibidem*).

O jogo como expressão, um local onde é possível produzir de uma forma mais focada, uma vez que esta operação está limitada por uma estrutura que é considerada possível e razoável pelo jogador, é uma formulação estranha aos processos de mera aplicação de alguns conceitos do jogo em atividades da vida exterior a estas estruturas, um simples sistema de recompensas ou gratificação.

(Jogar significa) tomar alguma coisa - qualquer coisa - em seus termos próprios, tratá-la como se sua existência fosse razoável. O poder dos jogos está não na sua capacidade de prover recompensas ou contentamento. mas na limitação estruturada do seu design, que abre espaços possíveis abundantes para o jogo [...] Jogo é a operação de estruturas contidas por limitações. (BOGOST, 2016, p. x, tradução nossa)<sup>25</sup>

Não é nossa proposta, esclareça-se, combater toda uma corrente de pensamento e produção de jogos instrumentais ou “sérios”. Seria negar a existência do nosso próprio

---

<sup>25</sup> (To play is) to take something - anything - on its own terms, to treat it as if its existence were reasonable. The power of games lies not in their capacity to deliver rewards or enjoyment, but in the structured constraint of their design, which opens abundant possible spaces do play (...) Play is the operation of structures constrained by limitations.

objeto de pesquisa. O que desejamos, sim, é entender em que medida e em que condições o fenômeno ludológico pode permanecer íntegro, ainda que entrelaçado com valores e significados que não são produzidos em seu interior. E os “jogos sérios”, entre eles os *advergimes*, assim nos parece, levam ao limite essa possibilidade.

Nessa conformidade, pensamos que o jogo exige duas condições fundamentais e necessárias, condições estas nem sempre presentes em outras atividades estritamente procedimentais: a) a existência de um objeto certo e determinado, destacado de intencionalidades exteriores ao fenômeno ludológico e aos quais nossas escolhas se dirigem, que podemos chamar de objetivo, de *meta lusória*, de norte; e b) o constante desvelamento das escolhas que todos os atores envolvidos no fenômeno levam a efeito, o que chamamos de explicitação de estratégia ou *declaração de procedimento*. Estas exigências ludológicas, no âmbito das atividades desenvolvidas fora do jogo, podem, assim sugerimos, nos fornecer pistas para uma construção sólida e legítima, na Publicidade contemporânea, do *advergaming*.

### CAPITULO 3 - UMA APLICAÇÃO. A PLATAFORMA RALLY MITSUBISHI OUTDOOR

Nos sentimos preparados, ainda que provisoriamente, para observar os jogos criados no interior da plataforma Rally Mitsubishi Outdoor, utilizando como perspectiva algumas classificações propostas por autores diversos do campo dos Estudos Ludológicos, e outras, nossas. Estas classificações, ressaltamos, não se pretendem definitivas ou sequer esclarecedoras por si próprias, pelo contrário. Nossa ação de classificar um número considerável de jogos desenhados no interior da plataforma é apenas um método com inspiração lúdica para questionarmos não apenas a validade dessas próprias propostas de classificação ou “retóricas”, mas em que medida parece viável a integração dos valores e significados da marca Mitsubishi Motors, bem como dos patrocinadores, apoiadores e demais interessados, nesses jogos.

Ao indicar que nossa metodologia tem inspiração lúdica, queremos dizer que ela procura expressamente adotar alguns dos aspectos que observamos nos jogos, especialmente um caráter processual e transitório, uma incerteza declarada de seus resultados, certa diversão não obrigatória e potencialmente improdutiva, mas também a submissão a regras rígidas e a declaração das escolhas levadas a efeito em seu âmbito. Fundamentalmente, queremos afirmar que nossas considerações, classificações, graduações e percepções sobre os *advergames* objetivamente realizados no interior da plataforma Rally Mitsubishi Outdoor, são provisórias, como um Jogo.

Apresentamos, o que é ilustrado na primeira de três tabelas distintas, algumas características gerais de cada uma das 17 temporadas<sup>26</sup> anuais do Mitsubishi Outdoor (desde sua criação em 2003 até 2020 – preferimos não incluir a presente temporada de 2021, em andamento), o que, pensamos, traz um panorama de interesse acerca do desenvolvimento não apenas da plataforma em si e suas formas e modelos de integração de marca, mas, especialmente, da evolução tecnológica profundamente integrada aos mais variados aspectos de desenho, arquitetura e formação de um universo de possibilidades, aliada a formas de mediação e implicações no universo de ação dos

---

<sup>26</sup> tabela temporadas - apêndice I

consumidores/jogadores. Nesta instância, identificamos a quantidade de patrocinadores e apoiadores que tiveram maior ou menor presença na arquitetura da plataforma em si para cada uma das temporadas; a quantidade de etapas havidas durante o ano, se seis ou quatro (redução esta devida principalmente a circunstâncias econômicas e de saúde pública dos últimos dois anos); a mídia utilizada para a temporada, especialmente sob a perspectiva cartográfica/comunicacional, se física ou digital, a escala de representação das cartas impressas, a imageria satelital e gráfica utilizada e possibilidades de integração de marca complementares, a utilização e escolha da tintura hipsométrica<sup>27</sup> enquanto mídia de materialização de valores e significados indireta; a representação e explicitação do universo de possibilidades da área de interesse, se por amostragem ou generalizada; a comunicação específica dos elementos cartográficos, as linhas, pontos, polígonos, anotações e indicação e forma de pontos virtuais; a utilização de suporte para feedback e marcação de resultados (“passaportes”) no formato físico ou digital ou híbrido; e a forma de controle, feedback e publicação de performance, se físico ou digital ou híbrido. Insistimos que no apontamento de cada uma dessas características convencionais (poderiam certamente serem outras as escolhidas), pretendemos traçar um panorama sobre algumas das possibilidades e maior ou menor profundidade de integração de marca e materialização de seus valores e significados no interior da plataforma objeto de análise.

Uma segunda tabela ilustra características, também escolhidas de forma convencional, de cada uma das 99 (noventa e nove) etapas<sup>28</sup> realizadas entre 2004 (excetuando a etapa piloto desenvolvida no ano de 2003) e 2020. Nela indicamos as sedes, sempre dentro do território nacional; um código de referência; a área de interesse específica com o apontamento dos municípios e regiões particulares desses municípios, quanto o caso; a área cartografada em quilômetros quadrados - o “círculo mágico” representado pelos mapas específicos das etapas; a quantidade de PCs, ou objetivos secundários distribuídos no interior de cada área de interesse; a forma de dispersão e reunião prevista enquanto arquitetura procedimental prévia à modificação de estado

---

<sup>27</sup> técnica de aplicação de cores distintas para assinalar a elevação de um terreno, utilizada em conjunto com linhas, chamadas curvas de nível. Tais cores são escolhidas livremente pelo cartógrafo e podem, nessa conformidade, se constituir na aplicação de cores adotadas pela marca às cartas topográficas.

<sup>28</sup> tabela etapas - apêndice II

levada a efeito pelos jogadores/consumidores; e o menor ou maior grau de presença temática, assim considerado o conteúdo abstrato ou narrativo de cada etapa.

Por fim, uma terceira tabela apresenta a relação completa de todos os 1.080 (hum mil e oitenta) jogos<sup>29</sup> desenvolvidos e realizados no interior da plataforma Rally Mitsubishi Outdoor. Procuramos classificar os *advergames* com foco primeiro na razoabilidade, profundidade e efetividade da integração das marcas (Mitsubishi Motors, patrocinadores, apoiadores) e materialização de seus valores e significados nesses jogos. Na medida em que cada um deles se constitui um *advergame* autônomo desenhado no interior da plataforma Mitsubishi Outdoor, nossa intenção é, ao fim, observar um amplo panorama de formatação e arquitetura de universos de possibilidades nos jogos com marca. Nessa conformidade, ao lado do nome fantasia, breve descrição da sua mecânica e código de referência igual ao da tabela anterior, apontamos: as hierarquizações de Roger Callois: *agon*, *alea*, *mimicry* ou *ilynx*, na medida em que se aproximam, se distanciam ou se complementam; sua estrutura formal e possibilidade de enquadramento enquanto *paidia* ou *ludus* (CAILLOIS, 2001); uma associação livre e exemplificação das retóricas apontadas por Brian Sutton-Smith (SUTTON-SMITH, 2017): poder, progresso, identidade, destino, self, imaginário e frivolidade; a mídia: física ou digital; o envolvimento: colaborativo ou competitivo; o resultado almejado no interior de cada *advergame* ou *skopos*: se quantitativo ou qualitativo; o tipo de presença da marca, acompanhando Jane Chen e Matthew Ringel e Ian Bogost: in-game add, associativo, ilustrativo, demonstrativo (CHEN, RINGEL *apud.* BOGOST, 2007); a presença temática: narrativa ou abstrata; o tipo de habilidades esperadas dos jogadores, como quer Thomas Henricks (HENRICKS, 2015): físicas/motoras ou intelectuais/simbólicas; o modelo de desafio, acompanhando Jesper Juul (JUUL, 2013): se progressão ou emergência; e as nossas modalidades: ciclismo, trekking, motor, jogos culturais, ciência, tecnologia, altura, fotografia, água, história, arquitetura, artes plásticas, agronomia, gastronomia, geografia, cartografia, artesanato, habilidades manuais, sensibilização ambiental, planilhamento e regularidade, técnicas militares, espeleologia, jogos esportivos, equestre, música, dança, ar, redes sociais digitais e comunicação.

---

<sup>29</sup> tabela advergimes - apêndice III

Separamos e analisamos 6 (seis) grandes modelos ou tipos dentre os 1.080 jogos desenvolvidos no interior da plataforma em 17 anos, sempre com a intenção de estabelecer as possibilidades e identificar as inevitáveis tensões da materialização de valores e significados de marca na arquitetura de um universo de possibilidades que, sabemos, será irresistivelmente transformado a partir de modalidades de produção e universo de ação dos jogadores/consumidores.

Nesse sentido, fazemos algumas considerações sobre: 1) a arquitetura básica do modelo de Rally de Estratégia, passando pela questão cartográfica e as possibilidades de associação, ilustração e demonstração do produto, semelhanças e diferenças com o tradicional modelo de rali de regularidade especialmente quanto às dissociações na explicitação da escolha no interior do ambiente lúdico, marcando 99 temporadas, 66 jogos envolvendo geografia e cartografia, 119 envolvendo atividades com os veículos em si, 27 envolvendo a construção e desconstrução de planilhas indicativas de percursos e progressão; 2) a estruturação de atividades envolvendo o deslocamento em percursos proibidos para os veículos da marca, seja por impedimentos naturais ou convencionais, e a possibilidade de integração associativa, apontando 117 atividades específicas de ciclismo, 175 de trilhas a pé, 99 jogos envolvendo deslocamento por água e 12 equestres; 3) o desenho de atividades envolvendo risco e poder, da vertigem e *agon* de Roger Callois (CALLOIS, 2001) ao *dangerous edge* de Michael J. Apter (APTER, 1992, 2018), a dificuldade e alguns pensamentos sobre a associação de marcas a jogos que se aproximam da moldura que separa a excitação do trauma. A aventura que se constitui, necessariamente, pelo risco. Seu equilíbrio e as questões que envolvem a associação de marca. Para isso trazemos 83 jogos com atividades em altura, 19 de inspiração militar, 19 de espeleologia, 19 jogos esportivos e 6 atividades no ambiente aéreo; 4) a arquitetura de jogos que integram a comunicação através da Imagem, desde a identificação que provoca o ouvir e pensar, à produção que implica na ação de publicação, para o que apontamos para 88 jogos de fundamento imagético e 14 especificamente de interação digital por redes sociais; 5) o desenho de jogos que se voltam especificamente para a tecnologia e aplicação da ludicidade a seus limites. Jogos que assumem como diretriz a instrumentalização da dificuldade inerente ao método científico e conhecimento tecnológico associado à marca. São trazidos 98 jogos criados no interior da plataforma com esta perspectiva; e, por fim, 6) a arquitetura de jogos

estritamente culturais e mediados que buscam precipuamente provocar uma interação dos jogadores com algum aspecto particular ou explícito das populações, lugares, tempos, onde o jogo e marca transitam. São pontuados 83 jogos envolvendo história e arquitetura, 63 com aspectos da agronomia e gastronomia, 33 com o artesanato e arte e habilidades manuais, 9 com música e dança, 100 com jogos culturais diversos.

Ao fim, apresentamos gráficos ilustrativos das categorizações levadas a efeito em cada uma das tabelas<sup>30</sup>

### **3.1. As temporadas anuais do Rally Mitsubishi Outdoor (2003-2020)**

Importa notar que os patrocinadores e apoiadores do programa, em conformidade com negociações firmadas diretamente pela montadora antes do início de cada ano, desfrutaram de maior ou menor presença na arquitetura da plataforma em si em relação às temporadas do rali de estratégia. Nesse sentido, puderam, de um lado, figurar como apoiadores com espaços de inserção de marca (*in-game add*) pela impressão de logomarcas nos uniformes e adesivos colados nos veículos participantes, em material cenográfico (placas, totens, banners etc.), material de divulgação físico e digital e no material utilizado para o jogo em si durante a da temporada, como mapas e listas de objetivos. Puderam algumas marcas, por outro lado, de acordo com o interesse comercial da montadora HPE Automotores do Brasil, promover ações independentes e efetivas de cunho associativo, ilustrativo e mesmo demonstrativo, tanto (1) de forma paralela à oportunidade dos jogos, por exemplo feiras de apresentação de produtos e serviços montadas durante o processo de ratificação de inscrição e preleções realizadas na véspera e pré-largadas dos jogos, bem como nas chegadas e cerimônias de confraternização e premiação de cada evento; como (2) de forma integrada aos jogos em si, na qualidade de concursos e premiações que perspassaram a temporada considerada conjuntamente, como competições fotográficas, referências a megaeventos anuais (copas do mundo de futebol, olimpíadas etc.).

Um exemplo desse tipo de ação direta e integrada ao jogo, de caráter associativo, foi a promoção “Castrol na Copa” levada a efeito durante a temporada

---

<sup>30</sup> gráficos - apêndice IV

2010. Uma vez demonstrado interesse associativo da marca Castrol, uma das patrocinadoras da plataforma naquela oportunidade e simultaneamente patrocinadora oficial da Copa do Mundo FIFA, pode-se desenvolver uma atividade paralela à cada uma das etapas e sua mecânica particular, consistente num concurso fotográfico cujo tema foi a descoberta e registro de traves pitorescas em campos de futebol localizados na área de interesse de alguma das etapas, com premiação geral ao final da temporada. Esta atividade, constituindo em si mesma um jogo, pode promover a associação da marca patrocinadora, na forma por ela pretendida (a associação ao jogo de futebol e em especial Copa do Mundo realizada na África do Sul), sem perder de vista as características intrínsecas do rali de estratégia ou mesmo uma distorção de seus fundamentos enquanto plataforma. Com efeito, uma vez verificada a associação da marca com o mega-evento, não se mostrou conflitante a utilização da ideia “futebol”, mediada pelas condições sociais e geográficas encontradas nas áreas de interesse de desenvolvimento do rali de estratégia (as zonas rurais do território nacional), para o desenvolvimento de concurso fotográfico com um tema que ao mesmo tempo apontou para o esporte futebol e para uma das mecânicas fundamentais do evento automotivo (a navegação por estradas vicinais, na busca de um objetivo físico a partir de comunicação simbólica). Ainda mais importante do que isso, assim nos parece, foi a apresentação de uma transição suave entre todo o aparato do evento realizado por uma das maiores organizações mundiais (a FIFA) para um olhar atento ao desenvolvimento cultural, por mais das vezes extremamente inteligente e muito próximo dos jogadores/consumidores do Rally Mitsubishi Outdoor, qual seja, o da descoberta da vida no campo pela escolha das formas mais inventivas de construção de traves e campos de futebol, com os meios disponíveis em cada local.

A perspectiva arquitetônica de um padrão anual para a plataforma do rali de estratégia fornece diretriz para o desenvolvimento de ações que visem a materialização de valores e significados pela instrumentalização da plataforma. Se uma característica da ludicidade é “o esforço voluntário para superação de obstáculos desnecessários” (SUITS, 2014), uma estrutura fixa pode fornecer ao *designer* um ambiente para desenvolvimento destes obstáculos. Ocorre que esta estrutura fixa não é desenvolvida de forma absolutamente livre, mas mediada não apenas pelas condições socioculturais do espaço onde o jogo terá lugar, mas também pelas condições

tecnológicas de momento. No campo da geografia o acelerado e expressivo desenvolvimento dos meios e instrumentos de navegação, por exemplo, parece evidente. Os mapas para navegação via *smartphones*, por exemplo, se tornaram novidade apenas no ano de 2006, pelo início da popularização da tecnologia *push* nos aparelhos da marca *Blackberry*. Atualmente, apenas 14 anos mais tarde, a navegação via *plus codes*<sup>31</sup> desenvolvidos pela *Google* é parte integrante da plataforma.

Não é, porém, o caso de se perguntar se o desenvolvimento tecnológico havido entre 2003 e 2020 fez da plataforma algo de qualidade superior ou inferior ou, de especial interesse aqui, tornou mais ou menos possível a integração de marcas ao jogo. As condições que se apresentaram na abertura de cada temporada (e a unidade de tempo poderia ser diversa do que a anual, esta unidade é essencialmente convencional) se colocaram como alicerces onde puderam ser desenvolvidas as diretrizes para desenho dos jogos na plataforma. Alicerces sobre os quais “obstáculos desnecessários” desafiam os jogadores/consumidores. O método de arquitetura de um universo de possibilidades, em sua essência - e agregada a ele a materialização dos valores e significados de marca -, permaneceu inalterado. Apenas para considerar, a título de exemplo, as questões próprias da representação cartográfica, podemos notar que os limites de representação fundados em uma imageria de satélite LANDSAT 7 com mais de 40 metros de resolução espacial (ano de 2003) impuseram o desenvolvimento de obstáculos que contemplaram as condições de possibilidade de navegação naquele ambiente; da mesma forma, os limites de representação fundados em uma imageria Ikonos de apenas 1 metro de resolução espacial (ano de 2020) impõem contemporaneamente o desenvolvimento de obstáculos que contemplam as condições de possibilidade de navegação em um outro ambiente.

Como dissemos, entretanto, não é apenas a representação cartográfica que é desenhada a partir de dadas condições de momento, o que, no mais, demonstra a constante revisão, adaptação e edição dos regulamentos anuais que determinam a “porção real” (JUUL, 2005) da estrutura maior trazida pela plataforma. Uma vez que a unidade da plataforma em si mesma é determinada pelas condições de possibilidade mediadas não apenas pela tecnologia, mas por condições macroeconômicas, interesses

---

<sup>31</sup> *Plus codes* são endereços baseados em coordenadas geográficas, utilizados pela plataforma *Google* e apresentados como um conjunto de números e letras.

comerciais e ideológicos da marca, e mesmo de saúde pública (como exemplifica toda a temporada 2020, arquitetada sob a diretriz de possibilidades de ação que não demandassem contato pessoal físico), o desenvolvimento e arquitetura de universos de possibilidade lúdicos com imbricamento de marca, enquanto processo de desenho de *advergames*, se mostra inteiramente adaptável e flúido.

Não podemos deixar de mencionar, ainda que suscintamente, que questões tocantes a representação gráfica, como a integração de tinturas hipsométricas de que falamos, cores de linhas representando a malha viária navegável, as anotações, entre outros aspectos, pautam-se pelos manuais de comunicação da marca. Uma vez que o jogador/consumidor se depara com uma proposta de jogo cujo estado será por ele diretamente modificado, mas que apresenta graficamente um modelo utilizado em outras comunicações extralúdicas levadas a efeito pela marca, acreditamos que pode ser provocada uma interação mais profunda entre marca e jogador/consumidor. É neste contexto de interação em mão dupla que, inversamente, torna-se possível criar modelos simbólicos próprios da plataforma (representando pontos de referência encontrados em campo, como porteiras, antenas, colchetes, casas, escolas etc.) que saem do contexto jogo para utilização em outros ambientes publicitários da marca, fora do jogo (um exemplo é o protótipo gráfico de veículo modelo ASX, com grafismos inteiramente extraídos de mapa utilizado nos jogos, produzido na temporada 2007).

Por fim, e ainda no tocante aos modelos anuais da plataforma, e reforçando a não alteração das condições de possibilidades de imbricação da marca pela alteração de estado tecnológico, notamos que ao longo dos anos o método de computação de performance e o método de monitoramento dos jogadores/competidores transitou entre os suportes físico e digital, da marcação de pontos pela impressão de carimbos em livretos físicos chamados de “passaportes” à computação automática em aplicativos instalados em *smartphones* dos jogadores/competidores. Mais uma vez, ambos se mostram suportes para inserção de marca, indistintamente.

### 3.2. As etapas do Rally Mitsubishi Outdoor

Entre as 99 etapas realizadas enquanto plataformas de *advergame* do Rally Mitsubishi Outdoor, se destacou a possibilidade de inserção temática (ou narrativa) para todo o ambiente de desenvolvimento do jogos. Estes ambientes se distribuíram por todo o território nacional, de acordo com os interesses comerciais da marca, em áreas de interesse de uma média, cada uma delas, de 820 quilômetros quadrados. Por cada uma dessas regiões distribuíram-se também uma média de 25 Postos de Checagem (PCs).

Também mediadas por condições sociais, geográficas, estruturais, circunstanciais, foram realizadas associações da marca a certos temas. Com efeito, foram criadas etapas temáticas, por exemplo, envoltas pelas narrativas de obras de Monteiro Lobato, quando estabelecida no entorno do famoso Sítio que inspirou diversos contos do escritor (etapa São José dos Campos 2006 - SJ06); ou de Guimarães Rosa (etapa Sete Lagoas, 2011 - SL11), partindo de Cordisburgo, cidade de nascimento e fonte de diversas referências geográficas do intelectual. Nestas condições, vislumbra-se um novo nível de integração de cunho associativo para materialização de valores e significados de marca, onde atividades culturais descritas nas obras do escritor; análise de trechos de textos descritivos visando a localização de pontos de referência expressos em suas obras; a tipologia utilizada em todo o material da prova; a reprodução de formas de expressão que marcaram algumas de suas edições (como os pictogramas de Luis Jardim, elaborado sob orientação e supervisão do Autor da obra, que acompanharam os títulos dos contos na primeira edição de Primeiras Estórias e remetem a um universo da literatura de cordel, no caso do segundo exemplo), entre diversos outros aspectos, puderam ser utilizados como fontes narrativas para estabelecer o local da realização do jogo com uma referência diversa da própria marca. Esse tipo de associação livre não parece prejudicar a comunicação de valores e significados daquela, mas, ao contrário, agregar um novo nível de liberdade associativa para construção de valores e significados pelos jogadores/consumidores, acompanhado pela marca de forma não intrusiva.

É de se dizer que o desenho de *advergames* com alto conteúdo narrativo, caso não seja expresso e evidente o convite à interatividade dirigido ao jogador/consumidor, parece mais propenso a provocar uma tensão à liberdade de produção própria do

ambiente lúdico do que aqueles de conteúdo meramente abstrato. Esta é a crítica que delineamos ao final do capítulo anterior quando falamos de uma maneira geral das formas mesmo significados dos chamados “jogos sérios”, que visam, por princípio, a materialização de um valor ou significado fixo, seja ele educacional, político, de saúde, entre outros, incluindo o publicitário.

### **3.3. Os jogos no interior da plataforma Mitsubishi Outdoor**

Conforme indicamos, escolhemos 6 grandes modelos de jogos a fim de analisar as possibilidades de inserção de marca e arquitetura de *advergames*, um a um, de acordo com algumas classificações formais estabelecidas nos Estudos Ludológicos, mas também sob perspectivas diversas que podem, no mais das vezes, complementarem-se ou mesclarem-se. Essas classificações e retóricas são declaradamente convencionais. Não se querem suficientes e tampouco reivindicam algum tipo de privilégio sobre outras lentes ou formas de classificação. Poderiam ser outras. Nossa intenção não é, repetimos, a de estabelecer uma classificação formal definitiva dos 1.080 *advergames* desenvolvidos no interior da plataforma Rally Mitsubishi Outdoor entre 2003 e 2020, mas tão somente observar alguns deles sob a perspectiva dos estudos ludológicos com o fim de entender possibilidades, identificar tensões, descobrir soluções para inserção de valores e significados de marca em jogos.

Partimos de Roger Callois. Suas classificações enquanto estrutura formal dos jogos pela maior ou menor liberdade de ação imposta por suas regras parece mostrar seus limites. Em exemplos aplicados, seremos levados a apontar como *ludus* e *paidia* não apresentam entre si uma divisão clara como pode se pretender. Jogo e Brincadeira, em nossa aplicação prática, tendem a mostrar uma fronteira bastante borrada e por vezes indeterminável. Procuramos, também, observar os jogos através dos grandes grupos de *agon*, *alea*, *mimicry* e *ilynx* (CALLOIS, 2001). Veremos que, por mais das vezes, algo que se nos apresenta como jogo cabe em mais de um desses modelos ou mesmo não se adequa a nenhum deles.

Embora não seja propriamente uma classificação, pelo contrário, as retóricas de Brian Sutton-Smith nos ajudam a pensar nos exemplos práticos. Em consonância com o autor do *The Ambiguity of Play*, poderíamos falar sobre cada um dos *advergames*

analisados pela perspectiva de cada uma das retóricas indicadas (SUTTON-SMITH, 2001). Todas podem se aplicar a todos, pensamos. Com isso em mente, preferimos lançar, quase como um exercício de associação livre, uma percepção de primeira vista, qual delas saltaria à nossa mente em primeiro lugar para estes jogos. Não temos dúvida de que esse processo fala muito mais de nossa condição como “jogador” e de nossos vícios de percepção do que desses jogos em si, mas ainda assim, entendemos que vale o exercício.

Trazemos a classificação formal, própria do mercado de *advergames*, formulada por Jane Chen e Matthew Ringel (CHEN, RINGEL *apud.* BOGOST, 2007), para reforçarmos, em sua aplicação prática, os problemas que ela traz em sua origem. Entre os caracteres *associativo*, *ilustrativo* e *demonstrativo* dos *advergames* podemos notar uma permeabilidade e confusão que fala bastante dos problemas de se propor uma classificação fechada. Ao lado dos tipos propostos, também introduzimos o tipo de presença de marca *in-game add*, não considerado, como dissemos, enquanto um *advergame*. Pensamos que podemos extrair sentidos da análise e comparação dos conceitos.

Fazemos algumas observações diversas sobre os jogos criados na plataforma, como o tipo de mídia, se físico ou digital. Esta observação nos levou a notar a grande presença de hibridizações enquanto característica contemporânea do desenho de jogos com imbricação de marca. Toda a plataforma em si, se não de seu nascedouro em 2003, desde logo se transmutou em um formato híbrido, com conteúdo digital, mas com uma necessária presença física de seus jogadores. Como dissemos, o que alguns autores chamam de jogo pervasivo acaba por se tornar, ao menos em alguma medida, presente em diversos aspectos de cada um dos jogos desenvolvidos no interior da plataforma.

Quanto ao envolvimento, procuramos entender se a presença de marca é possível não apenas pelo aspecto competitivo mas também pelo colaborativo, como na confecção de artesanatos (tapeçarias, esculturas) e mesmo na intervenção coletiva em obras artísticas, em conformidade com exemplos que trazemos.

Quisemos apontar a possibilidade de modos de mensuração de resultado, se quantitativo (o cumprimento ou não de determinado desafio) ou qualitativo (o cumprimento de um desafio com maior ou menor eficiência ou performance), e a possibilidade de associação da marca a qualquer um desses modos.

Observamos a possibilidade de integração da marca a um ambiente com maior ou menor presença temática, atentos à presença ou não de uma retórica a este tema. Se a etapa de Sete Lagoas 2007, como dissemos, foi inteiramente contextualizada na vida e obra de Guimarães Rosa, com, diriam Chen e Ringel, um caráter mais associativo à marca, o tema da etapa de Goiânia 2018, foi integrada à largada de um evento competitivo como o Rally dos Sertões, de caráter ilustrativo e demonstrativo. Ambas, assim nos parece, se mostram, à seu modo, inteiramente viáveis enquanto processos de integração da marca ao jogo e sistemas de construção (UPTON, 2019) que provocam os jogadores a produzir valor e significado.

Um dos modos de classificação explícito para cada jogo no interior da plataforma é o da associação das atividades a habilidades motoras ou simbólicas (HENRICKS, 2018) dos participantes. É o que chamamos no interior da plataforma Rally Mitsubishi Outdoor de PC de Aventura ou PC de Tarefa. A integração desses dois tipos de habilidades no interior de um mesmo sistema competitivo parece viabilizar uma ampliação de um certo “alvo” de público e, simultaneamente, inserir dois perfis aparentemente antagônicos no interior de um mesmo sistema de referência. A ampliação de um público restrito para complementariedade de perfis diversos dentro de um mesmo ambiente colaborativo/competitivo é a possibilidade trazida pelo modelo de desenho.

Por fim, quisemos observar em que medida os desafios propostos nos jogos se revestiram da característica de progressão ou emergência trazida por Jesper Juul.

### **3.3.1. Estratégia e utilização direta do produto.**

99 etapas da plataforma em si mesma

66 jogos envolvendo geografia e deslocamento fora de estrada

119 jogos envolvendo atividades especificamente off-road

27 jogos envolvendo a construção e desconstrução de planilhas indicativas de percursos e progressão

estrutura formal: *ludus*  
tipo: *agon*  
retórica: poder  
mídia: híbrido  
envolvimento: competitivo  
objetivo: qualitativo  
tipo de presença de marca: demonstrativo  
tema: abstrato  
habilidades: motoras e simbólicas  
modelo de desafio: progressão

A arquitetura básica da plataforma Rally Mitsubishi Outdoor constitui-se, em si mesma, numa modalidade que chamamos rali de estratégia e integra as possibilidades de desenho de *advergames* com a efetiva utilização do produto “veículo 4x4” enquanto instrumento necessário para participação e interação do jogador/consumidor. Não é outro o conteúdo das chamadas publicitárias instrumentalizadas pela marca bem como o do texto de regras elaborado pela G2 Adventure: “para participar do jogo, você (consumidor/jogador), precisa de um veículo Mitsubishi 4x4”, ou, se integrar a uma equipe onde ao menos um jogador/consumidor possua um produto. Como dissemos no início, esta condição inicial indica uma clara intenção da montadora ao lançar suas diretrizes comerciais prévias ao estabelecimento da plataforma, qual seja a fidelização da marca junto a seu público.

Ao convidar seus clientes a jogar, utilizando o produto já adquirido em um ambiente separado daquele onde ele é usado cotidianamente, abre-se a possibilidade de interação com a marca de forma profunda e criativa. O rali de estratégia - a busca de pontos distribuídos em um ambiente espacial e temporalmente separado -, utiliza-se do objetivo lúdico, qual seja a meta de se ganhar o maior número de pontos possível, para estabelecer um foco, um norte ideal. Ao lado das limitações de espaço (trazidas pela área de interesse cartografada num mapa) e tempo (de acordo com a indicação objetiva das regras), várias outras, como limites de velocidade; estradas, caminhos e trilhas de passagem proibida ou regulada; mãos de direção; penalidades por atraso, entre outras, se unem a objetivos secundários, como pontos virtuais e os jogos inseridos na plataforma, para fornecer ao jogador/consumidor um universo de possibilidades,

bastante regrado, porém amplo o suficiente para que seja possível sua modificação para uma forma única e impossível de ser prevista *a priori*.

A interação provocada pelo modelo de navegação do *advergame* rali de estratégia alinha-se com a mensagem publicitária da marca. São diversas as possibilidades de desenvolvimento de conformidades e pontos de contato de uma determinada mecânica ou arquitetura, com as mensagens materializadas em *slogans* ou campanhas, sem que uma ou outra se constituam, necessariamente, numa retórica procedimental em si mesmas. Desse modo, a proposta do rali de estratégia se conforma às mensagens publicitárias “Drive Your Ambition” ou “você (consumidor) fez a história deste produto”, na medida em que oferece ao jogador/consumidor um horizonte de possibilidades bastante definido e uma declaração explícita de que a proposta lúdica é exatamente a escolha e aplicação prática de uma estratégia particular, própria e autoral, à qual o arquiteto do jogo, e, por extensão, a marca, não tem acesso. Esta qualidade essencial do jogo, qualquer jogo, é que serve, pensamos, como linha condutora para o desenho do *advergame*, tornando-o um ambiente privilegiado para a comunicação plena, interativa e integrativa marca-consumidor, um desejo profundo e intenso da publicidade contemporânea.

As possibilidades de modificação do estado inicial (aquele apresentado enquanto espaço de jogo inerte), provoca, de fato, a ação objetiva do jogador/consumidor, que passa a interagir com a marca duplamente. Num primeiro passo, por meio da descoberta que aquele espaço lúdico foi efetivamente oferecido por ela, como reconhecimento da autoridade de sua condição de cliente; e, num segundo, pela efetiva utilização de seu produto, de uma forma diversa da que poderia ser associada à sua realidade cotidiana ou ao seu trabalho.

O modelo *advergame* rali de estratégia, pode ser observado sob uma retórica de poder e forma agonística (deseja-se uma performance superior às equipes adversárias, como motor para a modificação daquele estado) e pela presença de um corpo normativo de grande complexidade (*ludus*). Porém, uma vez que o caráter competitivo se declara separado e finito, não está impedida a conformação desse caráter lúdológico/agonístico à marca, acompanhada pelo jogador/consumidor, em razão da sua

presença e permanência no espaço e tempo da competição, mas também na declaração metacomunicativa anterior e posterior a ela.

Percebemos a arquitetura do *advergame* como um modelo de desafio essencialmente progressivo (a sucessiva soma de pontos durante o deslocamento pela área de interesse) e qualitativo (vence não aquele que solucionar ou deixar de solucionar um desafio, mas aquele que obtiver a melhor performance), ainda que questões emergentes marquem todo o percurso dos jogadores/consumidores em direção a sua meta ideal. Ainda quanto ao caráter qualitativo, que permeia toda a plataforma, ele parece abrir ao jogador/consumidor a perspectiva de comparar sua performance não apenas contra adversários potencialmente mais experientes e que se situem, enquanto materialização de desafio, na região motivadora de ansiedade, para além e acima da linha divisória do canal de Csikszentmihalyi (CSIKSZENTMIHALYI, 2008), mas contra sua própria estratégia inicial, ideal em si mesma, e que se curva às constantes e fluidas imposições da realidade objetiva, que lhe demanda adaptações e conformidades.

A condição de interação ao jogo dada pela necessidade da utilização de produto previamente adquirido, traz uma característica interessante à plataforma, no que toca à qualidade de presença de marca. Ao lado da sua associação a um estilo de vida do deslocamento “fora de estrada” ou “4x4”, ligada à mensagem cuja materialização a marca pretende, indicativa de constituição e integração a uma “nação 4x4”, o rali de regularidade permite uma múltipla ilustração do produto, revelada pela efetiva presença de outros proprietários de produtos similares no mesmo espaço de jogo. Dessa forma, a ocasião do jogo permite a integração de um grupo consumidor de produtos da mesma marca, mas com características particulares que os diferenciam e ilustram, um ao outro, possibilidades participativas e integrativas do *advergame*. Falaremos mais a respeito do caráter ilustrativo dos produtos da marca por ocasião dos comentários acerca dos jogos com imagens.

Ainda acompanhando a classificação de Chen & Ringel (CHEN, RINGEL *apud*. BOGOST, 2007), notamos que a plataforma proporciona a presença de marca também no seu caráter demonstrativo. A arquitetura de desafios dirigidos a níveis de habilidade diversos, onde se requer a efetiva utilização das potencialidades “fora de estrada” do produto, implementa no rali de regularidade uma característica

demonstrativa na medida em que a utilização de *features* do produto, no mais das vezes dispensados na vida cotidiana, são trazidos a primeiro plano. A utilização da tração integral, por exemplo, torna-se no ambiente do jogo um artefato para ganho de performance e superação de certos obstáculos. Assim é a presença da marca nos jogos envolvendo especificamente a transposição de uma trilha ou caminho que exija o uso dessa tração integral. Com o cuidado que se espera do *designer* do *advergame* na clara indicação do nível de habilidade necessário para transpor o obstáculo do jogo, o jogador/consumidor pode ativar uma qualidade de seu produto que lhe era desconhecida (para aqueles que jamais tiveram a necessidade ou interesse de utilizá-la) ou aprimorar sua habilidade de uso daquele qualidade (para os usuários experientes).

Tomaremos, a seguir, nesta e nas demais categorias analisadas, alguns exemplos concretos dos chamados PCs (pontos de checagem), *advergames* desenvolvidos no interior da plataforma principal. Todos eles estão elencados na tabela geral de “PCs”, indicada por apêndice III. Os exemplos trazem o número de referência da tabela, o nome fantasia do jogo, código da etapa (local e ano de realização).

### **Exemplo 1: 454 - Pá Nela - LD10 (Londrina-PR 2010)**

Uma trilha de difícil transposição, possível apenas com a utilização da tração integral 4x4, levava até a meta (bandeira/carimbo). Para transpor alguns trechos se fazia necessária a utilização de uma pá e (de forma colaborativa com equipes adversárias) o conserto suficiente da estrada (vencer os obstáculos). Ainda que as erosões e pedras soltas preexistissem “naturalmente” na trilha utilizada, é de se ressaltar que a bandeira - meta - poderia ser atingida por uma estrada paralela e de fácil transposição. Mas a regra do jogo exigia, justamente, que um dos dois veículos de cada equipe efetivamente utilizasse(m) o caminho mais difícil. Além do interesse da forma colaborativa de não apenas superar mas eliminar obstáculos artificiais, importante notar que este jogo implicou numa questão estratégica: cada equipe deveria avaliar seu interesse em se submeter antes dos demais ao trecho, eliminando de forma mais difícil os obstáculos com a pá, apenas o suficiente para que fossem transpostos; ou aguardar que outras equipes praticassem o jogo para a ele se submeter num segundo momento, para transpor

os obstáculos, já eliminados, de forma mais fácil. Esta questão estratégica em si, demandando um trânsito entre a competição e colaboração envolvendo outros veículos da marca, alargando, dessa forma sua presença no jogo, se mostrava como um obstáculo à satisfação da meta, que deveria ser avaliado e enfrentado de acordo com as circunstâncias e entendimento da maneira mais eficiente de lidar com o jogo em sua totalidade.

**Exemplo 2: 443 - Reflexão - IT10 (Itaipava-RJ 2010)**

Os chamados ralis de regularidade constutuieem-se numa tradicional modalidade de jogo onde veículos devem seguir orientações gráficas em *croquis* - referências gráficas - que representam sua posição atual (em geral com um ponto) e a direção a ser tomada (uma ponta de flecha). Estes *croquis* são também conhecidos por *tulipas*. Além dessa dificuldade de navegação, existe a determinação de uma média horária a ser obedecida entre cada uma ou a um conjunto de referências, existindo pontos de aferição de velocidade ocultos entre elas.



443 - REFLEXÃO

Para obter a pontuação máxima, o piloto deve seguir a direção indicada pelo símbolo.		0.0
Para obter a pontuação máxima, o piloto deve seguir a direção indicada pelo símbolo.		1.0
Para obter a pontuação máxima, o piloto deve seguir a direção indicada pelo símbolo.		4.0
Para obter a pontuação máxima, o piloto deve seguir a direção indicada pelo símbolo.		8.0
Para obter a pontuação máxima, o piloto deve seguir a direção indicada pelo símbolo.		12.0
Para obter a pontuação máxima, o piloto deve seguir a direção indicada pelo símbolo.		16.0
Para obter a pontuação máxima, o piloto deve seguir a direção indicada pelo símbolo.		20.0
Para obter a pontuação máxima, o piloto deve seguir a direção indicada pelo símbolo.		24.0
Para obter a pontuação máxima, o piloto deve seguir a direção indicada pelo símbolo.		28.0
Para obter a pontuação máxima, o piloto deve seguir a direção indicada pelo símbolo.		32.0
Para obter a pontuação máxima, o piloto deve seguir a direção indicada pelo símbolo.		36.0
Para obter a pontuação máxima, o piloto deve seguir a direção indicada pelo símbolo.		40.0
Para obter a pontuação máxima, o piloto deve seguir a direção indicada pelo símbolo.		44.0
Para obter a pontuação máxima, o piloto deve seguir a direção indicada pelo símbolo.		48.0
Para obter a pontuação máxima, o piloto deve seguir a direção indicada pelo símbolo.		52.0
Para obter a pontuação máxima, o piloto deve seguir a direção indicada pelo símbolo.		56.0
Para obter a pontuação máxima, o piloto deve seguir a direção indicada pelo símbolo.		60.0

Figura 5 - jogo Reflexão

A meta é a passagem por esses pontos de aferição o mais proximamente possível da média horária predeterminada, sob pena de perda de pontos por adiantamento ou atraso. No interior do rali de estratégia, objeto da presente pesquisa, foram desenvolvidos diversos jogos utilizando a técnica de planilhamento e rali de regularidade, como exemplo da figura 5<sup>32</sup>, que adicionava uma dificuldade extra aos *croquis*. As tulipas tinham sua imagem “refletida”, obrigando os competidores a lê-los como através de um espelho. Algo interessante para se notar comparando os dois jogos - o rali de estratégia e o rali de regularidade é que, uma vez que este último determina a posição e para onde o jogador deve ir, ele traz característica que poderia ser entendida como mais *moralizante* (JUUL, 2013) do que o primeiro. No rali de estratégia, embora subsista fonte moralizante decorrente de seu corpo normativo, a liberdade de meios oferecida aos jogadores é maior, pois não há a determinação de uma posição de momento a obrigação de tomada de uma direção como ocorre no rali de regularidade. A navegação do rali de estratégia, neste sentido, dá maior amplitude ao horizonte de possibilidades de cada jogador/consumidor e conseqüente maior profundidade de integração da marca associada à atividade produtiva dos jogadores. A partir de um corpo normativo que declaradamente restringe as ações dos jogadores, exigindo que eles tomem meios menos eficientes para satisfazer suas metas, parece ser verdade que alguns desenhos de jogos oferecem maior ou menor liberdade para as decisões dos jogadores no interior de suas restrições próprias.

### **3.3.2. Outros meios de deslocamento.**

117 atividades específicas de ciclismo

175 de trilhas a pé

99 jogos envolvendo deslocamento por água

12 jogos equestres

estrutura formal (Callois): *paidia*

tipo (Callois): não se adequa

retórica: frivolidade

mídia: físico

---

<sup>32</sup> todas as figuras utilizadas nesta seção, sem exceção (figuras 5 a 23), têm como fonte o arquivo digital da G2 Adventure.

envolvimento: competitivo  
objetivo: quantitativo  
tipo de presença de marca: associativo  
tema: abstrato  
habilidades: motoras  
modelo de desafio: progressão e emergência

Numa perspectiva declaradamente associativa, a estrutura da plataforma Rally Mitsubishi Outdoor se mostra adequada para o desenho e estruturação de atividades envolvendo o deslocamento em percursos que são impróprios para os veículos da marca, seja por impedimentos naturais ou convencionais, bem como a possibilidade de integração de atividades diversas de deslocamento, de cunho esportivo, exigindo habilidades motoras de níveis diversos.

Este modo de associação revela um aspecto claramente instrumental e acessório do produto, qual seja o de transporte dos jogadores/consumidores e, quanto apropriado, dos equipamentos que possibilitam a transposição do obstáculo lúdico.

Os *advergames* desenvolvidos no interior da plataforma envolvendo ciclismo, caminhadas a pé, a utilização de cavalos ou deslocamentos por cursos d'água, podem, sob uma perspectiva, apelar para a experiência extática, para a frivolidade, para a leveza e ausência de um corpo normativo mais rigoroso, para uma graduação de *paidia*. Ainda que possam apontar para um envolvimento competitivo, uma vez que as diversas equipes participantes da etapa têm interesse em vencer cada obstáculo com a maior eficiência e rapidez possível, a estipulação desses trajetos que são apenas visitados marginalmente com a efetiva utilização do produto da marca, provocam uma segunda separação do ambiente lúdico, como um subconjunto capaz de reavivar a ludicidade que permeia a espacialidade sugerida pela plataforma. Um hiato provocado no interior do ambiente principal.

As possibilidades a princípio menos significativas de *in-game adds*, pela utilização, por exemplo, de indicações de percurso através de material gravado por logomarcas, são, por vezes, aprofundadas com o equilíbrio dessa mesma marcação, fazendo dela própria um obstáculo lúdico. Trata-se de transformar o *logo* em um

artefato ilustrativo integrado ao *advergame*, porque necessário para o desvelamento de um caminho a seguir.

Por outro lado, a efetiva integração de cunho turístico no interior da área de interesse, toma, no interior da plataforma, precisamente o contorno colaborativo e integrativo dos aspectos (talvez possamos dizer mediações) geográficos, culturais, sociológicos, de determinado ambiente. Um método de desenho dessa modalidade de *advergame* nas zonas rurais é o da apresentação e pedido franco dirigido àquele que vive e usa cotidianamente uma forma de deslocamento que não é familiar ao jogador/consumidor. O pedido de ajuda no desenho de um jogo, de uma brincadeira: “- como você vai daqui para lá?”

Trata-se de evitar as ilhas de um certo turismo estabelecido (KRIPENDORF, 2009), preferindo-se o uso dos caminhos “de trabalho”, dos meios locais de deslocamento, da mediação e do dia a dia cultural de um determinado espaço que, quando transposto para o ambiente lúdico, transforma-se em um portal de profunda integração entre o jogador/consumidor e a ecologia do ambiente visitado, sem que se perca a constante lembrança de que a marca está associada a esta proposta de construção de experiência.

O estranhamento em si pode ser fonte de criação de dificuldades artificiais, com a observação das diferenças de costume e hábito mediadas pelas circunstâncias do local, da geografia. Um jogo, enquanto desenho, pode se tornar mais sedutor para um público que esteja mais distante dos meios que ele exige em seu corpo normativo.

### **Exemplo 1: 924 - Ponte ? - PE17 (Penha-SC 2017)**

Neste exemplo, a meta, uma bandeira como um carimbo, poderia ser atingida apenas com a utilização de *mountain-bike*. Estava localizada em um complexo de trilhas com três entradas, indicadas por moradores locais e inacessíveis aos veículos participantes. Além da proibição convencional de acesso às trilhas, uma ponte caída impedia de fato a passagem dos veículos de quatro rodas por todo o percurso. Mais uma dificuldade artificial consistia na clara comunicação entre o ciclista e a equipe sobre

qual seria o ponto de reencontro, o que constituía em si uma *segunda meta* a ser atingida, entre os três acessos possíveis. A comunicação por rádio e a própria navegação por um segundo mapa fornecia aos ciclistas e aos veículos uma *resposta* sobre o andamento do jogo associado aos valores e significados da marca.

### **Exemplo 2: 819 - Alto lá - CB16 (Curitiba-PR 2016)**

No exemplo, apenas pela caminhada em subida de um morro por uma trilha a pé, os jogadores eram capazes de atingir um mirante onde estava instalada uma luneta. Regulando-a para apontar para determinado azimute conhecido apenas naquele local, os jogadores/consumidores eram capazes de localizar a bandeira e avisar por rádio sua localização para o restante da equipe com os veículos trazendo a marca de forma associativa e ilustrativa ao *advergame*. Dessa forma, a meta - atingir a bandeira/carimbo - somente poderia ser satisfeita depois que algumas informações essenciais (sua localização) fossem conseguidas pela superação de obstáculos (a trilha, a regulagem em determinado azimute, a comunicação via rádio).



*Figura 6 - jogo Alto Lá*

### **Exemplo 3: 42 - Hipódromo - NT04 (Natal-RN 2004)**

A meta, bandeira/carimbo, foi montada ao final de um caminho inteiramente demarcado por faixas, de aproximadamente 500 metros. O percurso deveria ser completado pelos jogadores montados em jegues, fornecidos pela população local. O

estranhamento da montaria em um jegue não apenas se constituía num obstáculo que deveria ser conhecido e aprendido, como integrava o jogador/consumidor/turista, acompanhado da marca, àquela região, onde o animal é extremamente comum.

#### **Exemplo 4: 684 - Titanic - SJ13 (São José dos Campos-SP 2013)**

Utilizando cartão de embarque retirado de acordo com classificação obtida em dia anterior, o jogador deveria compor uma equipe com jogadores adversários em um bote de rafting num horário previamente marcado, passar pela bandeira e navegar até ponto de encontro sinalizado no mapa. A meta se constituiu em atingir a bandeira/carimbo e reunir-se com o restante da equipe. O fator sorte/imprevisibilidade foi minimizado por uma competição classificatória realizada no dia anterior, onde os melhores colocados poderiam escolher horários de embarque, sem saber ao certo para qual finalidade. Os obstáculos, além do estranhamento e dificuldades naturais do ambiente aquático em si (cujo risco foi minimizado pela utilização de coletes salva-vidas, estruturação de equipes de segurança e resgate, etc), se constituíram na necessidade de se navegar por corredeiras até o objetivo, atividade associada ao *life-style* esposado pela marca, controlar o horário de chegada para integrar o time de navegação, performar, ao menos provisoriamente para aquela circunstância do jogo principal, de maneira colaborativa com adversários.



*Figura 7 - jogo Titanic*

### 3.3.3. Vertigem

83 jogos com atividades em altura  
19 jogos de inspiração militar  
19 jogos envolvendo espeleologia  
19 jogos esportivos  
6 atividades no ambiente aéreo

estrutura formal (Callois): paidia  
tipo (Callois): *ilynx*  
retórica: self  
mídia: físico  
envolvimento: competitivo  
objetivo: quantitativo  
presença de marca: associativo  
tema: abstrato  
habilidades: motoras  
modelo de desafio: progressão e emergência

O desenho de atividades envolvendo risco, como dissemos, da vertigem (*ilynx*) Roger Callois (CALLOIS, 2001) ao *dangerous edge* de Michael J. Apter (APTER, 1992), aproximam os *advergames* presenciais de certo limite. Se a excitação e experiência é tanto mais profunda e significativa quanto mais próxima de uma moldura que a separa do trauma (APTER, 1992, 2018), a dificuldade do desenho e arquitetura do jogo que envolve risco está em seu equilíbrio. Ora, aventura se constitui, necessariamente, pelo risco. Mas o jogo em *ilynx* é corrompido e se desintegra quando a incerteza e excitação do risco é superada pela certeza do choque e experiência da ansiedade (CALLOIS, 2001). Trata-se de violar o espaço separado do jogo. Cabe à marca decidir qual a proximidade da sensação de perigo quer sugerir a seus jogadores/consumidores.

Parecem existir jogos que se caracterizam não por uma competição contra outros jogadores, mas apenas pela autolimitação de meios mais eficientes para se atingir um resultado (SUITS, 2014). Um escalador esportivo pode atingir o topo de uma parede rochosa, como se disse antes, por uma trilha turística calçada e protegida com grades.

Mas ele pode fazê-lo por determinada via na face da pedra, de caráter absolutamente convencional e, nesse sentido, artificial.

De qualquer forma, o caráter associativo dos *advergames* envolvendo risco parece tomar contornos mais profundos e significativos, tanto quanto o risco aparece como algo real ao jogador/consumidor. Não basta a simulação reduzida e simplificada de um risco, uma vez que ela, em si, não seria capaz de provocar o estado de excitação almejado. Num certo sentido, a comunicação integrativa com seu público exige que a marca, ela mesma, participe do risco experimentado pelo jogador/consumidor.

Vale apontar brevemente para a origem militar de atividades que invocam o imaginário dos jogadores. A reprodução de ambientes de treinamento militar ou simples derivações de suas técnicas é fonte de sistemas lúdicos envolvendo riscos e está intimamente ligada à percepção de que tais jogos desafiam a fronteira entre imaginário e realidade objetiva, possibilitando uma consequência “séria” ao jogo (ABT, 1987). De fato, as técnicas militares sempre foram inspiradoras para o *design* de inúmeros jogos, desde os mais antigos jogos de tabuleiros até os mais modernos videogames eletrônicos. Ao declarar como jogo estes métodos, é de certa forma relaxada a dificuldade da aceitação das semelhanças notadas por Huizinga entre o jogo e a guerra (HUIZINGA, 2012; ABT, 1987). A declaração de que a ação se constitui em um jogo, leve e ilusório, sem as consequências nefastas, graves e irreversíveis de uma batalha por território na vida real parece suficiente.

### **Exemplo 1: 554 - Kmon - SL11 (Sete Lagoas-MG 2011)**

Em um dos setores de escalada esportiva mais famosos do país, localizado na Serra do Cipó, os jogadores deveriam escalar uma via de 5o grau (com a segurança pela técnica de *top-rope* fornecida pelos organizadores), para atingir a meta, uma parada no alto da rocha.

Ressaltamos como o jogo da escalada esportiva explícita de maneira muito evidente a convenção de obstáculos artificiais. Ainda que exista um caminho mais fácil e evidente para se atingir um determinado local (o topo da rocha), o que se pretende é



*Figura 8 - jogo Kmon*

que o escalador utilize determinada “via”. É ela, a via, absolutamente convencional, que se constitui no obstáculo. A regra convencional para aquela via exige que se utilize apenas as agarras e caminho que foram arbitrariamente escolhidas pelo chamado conquistador, aquele que em primeiro lugar desenhou ou imaginou o jogo. Que inventou obstáculos. Os valores e significados da marca acompanham o jogador/consumidor sob a perspectiva associativa.

#### **Exemplo 2: 504 - Rota de Fuga - BS11 (Brasília-DF 2011)**

A meta se constituía na transposição integral de uma caverna de uma entrada até a outra, seguindo para tanto, inscrições rupestres e, na falta delas, alguns sinais luminosos (*light sticks*) indicando o caminho. A bandeira/carimbo encontrava-se em seu interior e se constituía simultaneamente numa meta e numa dificuldade artificial (uma vez atingida a bandeira, era necessário sair da caverna). Um dos interesses especiais nos jogos envolvendo espeleologia é lidar com a dificuldade de utilização do privilegiado sentido da visão, a partir das condições dadas pelo ambiente natural. Os valores e significados da marca são associados à atividade



*Figura 9 - jogo Rota de Fuga*

### **Exemplo 3: 134 - Nervos de Aço - RP05 (Ribeirão Preto-SP 2005)**

A meta consistia no desarme de um detonador e, caso houvesse erro na ordem de manipulação de potenciômetros, parafusos, cortes ou união de fios coloridos, uma bomba de efeito moral era explodida a uma distância segura. Os obstáculos consistiam da correta e eficaz manipulação do detonador por um jogador/consumidor (vestindo um capacete que lhe dificultava a visão - um obstáculo artificial justificado e que provocava, na perspectiva de *mimicry*, uma maior interação do jogador com o espaço ilusório) que recebia orientações de um integrante de sua equipe, isolado atrás de uma parede de concreto em uma ruína remota. Uma dificuldade adicional exigia que a tarefa fosse desenvolvida dentro de um tempo indicado num *timer* (em contagem regressiva). O *feedback* deste jogo era não apenas a não explosão da bomba a cada passo dado corretamente, mas o decurso do tempo indicado pelo *timer*. Trata-se de uma possibilidade associativa fundada na construção de uma narrativa elaborada. Na medida em que o jogador/consumidor submete-se às condições do jogo (e narrativa associada), os valores e significados da marca podem se integrar, não ao conteúdo da narrativa (o trabalho de um explosivista), mas à própria construção de experiência (e produção de valor) levada a efeito por meio do fenômeno lúdico (a sensação de perigo, a vertigem, a representação com fim em si mesma).

### **Exemplo 4: 870 - Homem-pássaro - MG16 (Mogi-Guaçu-SP)**

Vale apontar a possibilidade da experiência de risco combinada com *mimicry*, a transposição da experiência de risco para a audiência (CALLOIS, 2001). Contando com mensagens relativas a decolagem, voo e coordenadas geográficas transmitidas em grupo formado no aplicativo WhatsApp, os jogadores/consumidores deveriam, como meta, resgatar pilotos de *paraglider* e levá-los de volta ao pico da decolagem, onde se localizava o carimbo. As inúmeras dificuldades artificiais para o jogo, como a comunicação em diversos aspectos (do piloto à central, da central ao grupo), a identificação visual dos pilotos em ar pela cor de seus equipamentos, o deslocamento pelo mapa buscando um ponto não representado (o da coordenada

geográfica do pouco), todos colaboravam também para o sistema de *feedback*, consistente no próprio entendimento e organização das mensagens recebidas. A marca integra a atividade sob a perspectiva associativa, somada à integração demonstrativa (e não usual) do produto.

### 3.3.4. Imagens

88 jogos com atividades de fotografia

66 jogos cartográficos

14 jogos envolvendo comunicação por imagens e redes sociais

estrutura formal (Callois): *paidia*

tipo (Callois): *mimicry*

retórica: imaginário

mídia: digital

envolvimento: colaborativo

objetivo: qualitativo

presença de marca: ilustrativo

tema: narrativo

habilidades: simbólicas

modelo de desafio: emergência

88 jogos com atividades de fotografia

66 jogos cartográficos

14 jogos envolvendo comunicação por imagens e redes sociais

O *advergame* desenhado especificamente sobre imagens traz na plataforma Rally Mitsubishi Outdoor uma dupla perspectiva: a da captura, produção, criação, publicação de uma imagem; ou a da análise, identificação, localização de uma imagem dada. Transformar o olhar em uma imagem ou através da imagem encontrar um olhar.

Um modelo recorrente de *advergames* no Rally Mitsubishi Outdoor é o do que se convencionou chamar de rali fotográfico. Atividades que requerem habilidades preponderantemente simbólicas, são jogos que apresentam ao jogador/consumidor um tema ou desafio para que ele, enquanto equipe, produza uma imagem fotográfica ou videográfica no formato digital e a publique respeitando algumas restrições de tempo

e plataforma. Em vetor contrário também são desenhadas atividades que apresentam ao jogador/consumidor alguma forma de imagem (impressa digital; fotográfica, videográfica, etc.) que imponha observação, análise ou pesquisa para a solução de um desafio a ela vinculado.

Não pretendemos, no ambiente deste trabalho, desenvolver os complexos aspectos teóricos particulares ao campo da Teoria da Imagem, mas tão somente pontuar indicações do nosso quadro de classificação, aplicáveis a este tipo de jogo. São atividades que trazem, em geral, uma ligação ao gradiente da simulação ou representação, ou *mimicry*, e sugerem observação através da retórica do imaginário. Em geral, trazem grande carga temática e possibilitam a integração da marca ao jogo sob o aspecto ilustrativo. Sob outro aspecto, possibilitam o desenvolvimento de *advergames* que sugerem envolvimento colaborativo entre os jogadores/consumidores com a utilização do ambiente digital, em especial, a comunicação através das redes sociais.

Este nos parece o ponto de maior interesse para a observação dos jogos com imagens desenvolvidos no interior da plataforma, pelo que percebemos um duplo cuidado.

De um lado, evitando uma intrusividade excessiva ou mesmo o que poderia ser tomado como um processo menos significativo de gamificação, evitou-se nos jogos desenvolvidos o que seria uma imposição de produção de imagens de interesse para a marca em troca de pontos (algo que se assemelharia a um processo superficial de gamificação). Trata-se de pensar em desafios simples que trazem o jogador/consumidor, forçosamente, para uma intenção comercial direta da marca, o que poderia ser materializado por um comando do tipo “tire uma foto do seu veículo Mitsubishi, marque a imagem com nossos hashtags e publique-a nas nossas redes sociais para ganhar pontos”. Uma atividade como esta, assim nos parece, tende a afastar o jogador/consumidor de um ambiente imaginário significativo, próprio do jogo e capaz de incentivá-lo a de fato criar e produzir valores e significados integrados aos da marca, para transformá-lo em um trabalhador a serviço dela. Ao transportar a dificuldade do desafio para uma dificuldade cotidiana dissociada de uma produção direta do que se convencionou chamar “conteúdo”, o jogador/consumidor pode assumir um interesse com fim-em-si-mesmo, sugerindo uma integração com os valores e significados da

marca independente de interesses mercadológicos e, nessa conformidade, potencialmente mais profunda e verdadeira.

Um segundo modelo de utilização de imagens é a possibilidade de fornecê-las ao jogador/consumidor e provocar artificialmente uma dificuldade de interpretação, consubstanciando obstáculo que deverá ser superado para a satisfação da meta lusória. Nesse sentido, a representação de uma cena de importância temática, através de imagem digital, pode ser a única forma de acesso a um local físico, de onde aquela imagem fora capturada.

### **Exemplo: 1011 - Influenciador instantâneo - CB19 (Curitiba-PR 2019)**

No exemplo, para receber a pontuação relativa ao jogo, as equipes deveriam, como meta, obter uma imagem onde todos os seus integrantes e os dois veículos da equipe integrassem a foto, defronte a uma das ruínas de estações de estrada indicada no mapa, e postá-la em conta pública do Instagram aberta especificamente para o evento e com sua *hashtag* oficial. A equipe que, dentro de três horas obtivesse o maior número de seguidores, seria bonificada. Evitando a sensação de que os jogadores/consumidores estariam sendo convocados para trabalhar para a marca, conquistando-a seguidores em redes sociais digitais, na estrutura narrativa do *advergame* foram informados que as contas deveriam trazer um código específico agregado aos nomes das equipes, bem como serem encerradas logo após o jogo e contagem dos seguidores conquistados.

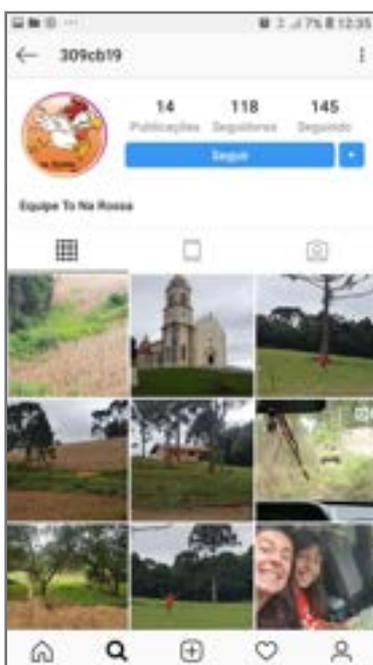


Figura 10b - jogo Influenciador Instantâneo



Figura 10a - jogo Influenciador Instantâneo

Fica claro que, além do interesse narrativo/turístico de visitar ruínas de importante estrada de ferro, localizando-se pela navegação em seu traçado original, o jogo apontava não para a conquista de um maior número de seguidores para a marca, mas para a observação empírica dos efeitos dos algoritmos da plataforma Instagram, apenas durante o hiato do *advergame*, como a velocidade de crescimento da rede de cada equipe, a capacidade de cada uma delas em provocar este crescimento, a percepção de previsibilidade ou não da distribuição de suas postagens, etc. Com isso, nos parece, a relação do jogador/consumidor com a marca pode assumir uma relação mais franca e profunda, a ponto de não se circunscrever ao restrito âmbito de uma determinada plataforma, mas, uma vez encerrado o jogo, permanecer enquanto parceiro-observador e produtor de uma forma de comunicação em constante mudança.

### 3.3.5. Ciência e tecnologia

estrutura formal (Callois): *ludus*

tipo (Callois): não cabe

retórica: progresso

mídia: digital

envolvimento: competitivo e colaborativo

objetivo: quantitativo

presença de marca: associativo

tema: abstrato

habilidades: simbólicas

modelo de desafio: emergência

98 jogos envolvendo ciência e tecnologia

A tecnologia e a ciência podem ser aplicadas em favor dos *advergames* em um modelo que não parece se adequar a uma visão agonística, de sorte ou azar, de simulação ou de vertigem. Trata-se de transformar em jogos as técnicas, instrumentos, possibilidades - e dificuldades - experimentadas no desenvolvimento de projetos científicos em si mesmas como estratégia de *design*. Transformar o método em si mesmo em jogo, é disso que se trata. O uso do GPS para a localização de um ponto qualquer em campo (com variações dos jogos de *geocaching*) ou a comunicação via

rádio com membros de uma mesma equipe são exemplos de formas usadas para a exploração e descoberta de metas lúdicas inseridas nos jogos com marca.

Este tipo de jogo pode sugerir uma observação pela retórica de progresso, dialogando com algumas formas de produção e desenho de jogos sérios educacionais, mas com particularidades importantes. Trata-se, como dissermos, não de confundir o mérito de uma investigação científica com a meta lusória em si mesma, mas de utilizar as questões que se apresentam ao fazer científico, estas, como desafio destacado de uma determinada conclusão. Não se trata, por exemplo, de utilizar a comunicação via rádio para a transmissão de uma mensagem consistente no mérito para a obtenção de pontos, mas utilizar das dificuldades da transmissão via rádio em si mesmas, suas limitações, imprecisões, eventual pertinência (na ausência de cobertura rede de telefonia celular em determinado local, por exemplo) entre outras, como dificuldades do jogo.

A possibilidade de associação da marca a estes processos tecnológicos são diversas, especialmente pelo acompanhamento interativo com o jogador/consumidor. A marca, aqui, não carrega a pretensão de apresentar ao seu público uma solução tecnológica que sequer foi alcançada (a plena cobertura de rede de telefonia celular em todo o território nacional, por exemplo), mas de compartilhar com ele um estar-no-mundo presente e significativo, com suas soluções e seus problemas, indistintamente.

### **Exemplo: 665 - NASA - RP13 (Ribeirao Preto-SP 2013)**

Os jogadores recebiam como objetivo a construção de um foguete a jato de pressão de água a partir de uma garrafa *pet*, utilizando instruções fornecidas e a “base de lançamento” oferecida pelos facilitadores. O foguete deveria ultrapassar a altura demarcada por bandeira fixada na copa de árvore (aproximadamente 50 metros). De certa forma, esvasia-se a finalidade última do experimento (a observação do funcionamento de um jato para aplicação exterior) para que ele seja realizado com um fim em si mesmo. Os obstáculos vêm exatamente da repetição da experiência e

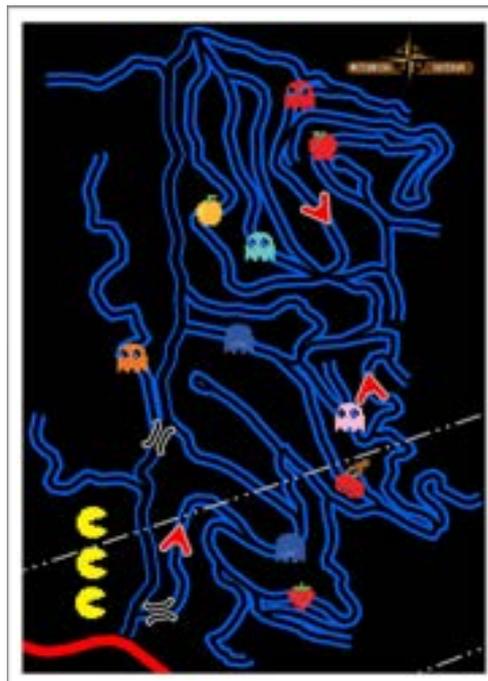
observação dos resultados prévios, desde que observadas as mesmas condições dos experimentos anteriores.



*Figura 11 - jogo NASA*

**Exemplo: 792 - PacMan IV - PN15 (Penedo/Itatiaia-RJ 2015)**

A representação cartográfica digital dos caminhos e áreas de um reflorestamento (ambiente separado) foi transformada de acordo com o famoso jogo eletrônico, com dots, frutas, fantasmas.



*Figura 12 - jogo PacMan II*

A referência ao jogo tradicional e infinito (CARSE, 1986; McGONIGAL, 2011) cuja meta é se manter vivo o maior tempo possível, transportou suas dificuldades artificiais (fantasmas) e sistemas de recompensa (*dots*, frutas) para uma semi-realidade, uma vez que o jogador personificava com seu veículo o herói *PacMan*. Uma possibilidade dentre diversas utilizadas no rali de estratégia tem sido a de empregar representações cartográficas e tecnologia de uma maneira declaradamente lúdica. A possibilidade de utilização dos *smartphones* dos participantes em dispositivos de rastreamento remoto e receptores GPS implicou em utilização em graduação demonstrativa dos produtos previamente adquiridos pelos jogadores/competidores, na medida em que puderam ser utilizado no ambiente lúdico de uma forma não usual. Trata-se de empregar o mesmo processo de utilização não cotidiana dos veículos *off-road* sobre um outro bem de propriedade do jogador/consumidor, com integração demonstrativa dos valores e significados da marca.

### **3.3.6. Atividades simbólicas.**

estrutura formal (Callois): *ludus*

tipo (Callois): *mimicry*

retórica: imaginário

mídia: híbrida

envolvimento: competitivo e colaborativo

objetivo: quantitativo e qualitativo

presença de marca: ilustrativo

tema: narrativo

habilidades: simbólicas

modelo de desafio: progressão e emergência

100 jogos culturais

83 jogos envolvendo história e arquitetura

63 jogos envolvendo gastronomia e agronomia

33 jogos envolvendo artesanato

36 jogos envolvendo sensibilização ambiental

9 jogos envolvendo música e dança

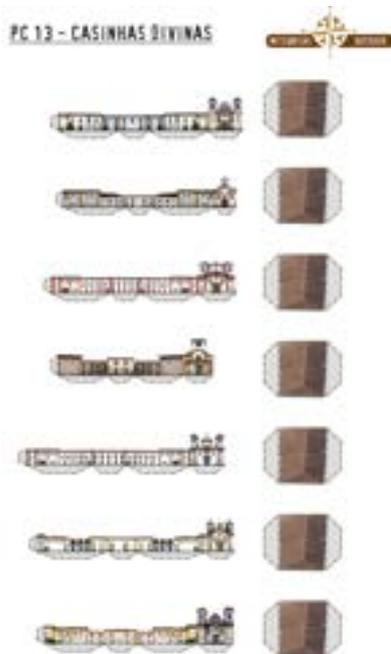
Consideradas enquanto modalidades em si mesmas, atividades culturais particulares de determinados ambientes podem ser transportadas para o ambiente estritamente lúdico do interior da plataforma e transformadas em *advergames*. Assim como as atividades envolvendo imagens, aspectos próprios de uma história ou arquitetura particular, de certa gastronomia, artesanatos, músicas, danças, produzidos em determinado local, atividades laborais envolvendo trato com animais ou culturas vegetais, condições ambientais que sugerem uma visão sensibilizada, todas estas atividades se constituem em transposições de um cotidiano particular para um espaço declaradamente imaginário e representativo com um objetivo destacado, qual seja, o de angariar o maior número de pontos possível dentro de uma determinada área e dentro de um determinado espaço de tempo.

A marca, aqui, pode se integrar ao *advergame* sob o caráter associativo e ilustrativo, sem a necessidade de adequação a uma retórica estritamente educacional ou de progresso. O foco do jogo não é diretamente o aprofundamento de conhecimento sobre uma determinada cultura. Este aprofundamento aparece de forma indireta por sua presença e associação a uma meta principal de ganhar pontos. Distante de uma relação de causa e efeito indicada de forma direta e, portanto, capaz de viciar o processo de produção inerente ao fenômeno ludológico, é na condição de “obstáculo desnecessário” (SUITS, 2014) que, curiosamente, a associação indireta parece adquirir maior relevância e significação durante a atividade criativa e produtiva desenvolvida pelo jogador/consumidor no interior do jogo.

### **Exemplo 1: 248 - Casinhas Divinas - BH07 (Belo Horizonte-MG 2007)**

Neste PC, para conquistar o carimbo no passaporte, as equipes deveriam localizar e identificar igrejas na cidade de Ouro Preto, relacionando-as para montar pequenas casas em papel produzidas a partir de fotos de todas as suas faces e colá-las em uma planta baixa/mapa montado com a integração de uma imagem de satélite. Criava-se, ao final, uma maquete com as igrejas da cidade (meta). As dificuldades advinham da atenção à visita da cidade, observando necessariamente o posicionamento de suas construções, o cuidado no recorte e a montagem das maquetes,

a eficiência para completar a tarefa num tempo que permitisse a realização de novas atividades. Trata-se de um exemplo de utilização da viagem e observação atenta em si mesmas como jogo, associando-se valores e significados da marca a produção material levada a efeito jogadores/consumidores.



*Figura 13 - jogo Casinhas Divinas - imagens de igrejas para recortar e montar*



*Figura 14 - jogo Casinhas Divinas - tabuleiro imagem satelital*



*Figura 15 - jogo Casinhas Divinas*

### **Exemplo 2: 506 - Indiana Jones - BS11 (Brasília-DF 2011)**

Em visita ao sítio arqueológico do Bisnau, na cidade de Formosa-GO, os competidores se deparavam com um jogo preparado de forma inteiramente convencional, consistente em correlacionar a representação de petróglifos numa tabela. A visitação, que de outra forma teria um interesse restrito à visualização das figuras datadas com 10.000 anos de idade, foi transformada num jogo de caráter declaradamente simbólico, com uma meta (a localização de uma figura de cada setor) e o obstáculo decorrente da dificuldade de organização das informações e padrões de

figuras. A marca aparece, mais do que numa inserção do tipo *in-game add*, associada à atividade ludo-arqueológica em si mesma.



Figuras 16 e 17 - jogo Indiana Jones instruções e reprodução de petróglifos



Figura 18 - jogo Indiana Jones petróglifo



Figura 19 - jogo Indiana Jones

### Exemplo 3: 25 - Salve o Peixe - IT04 (Itaipava-RJ 2004)

Depois de pescar um peixe em um dado pesque & pague, as equipes participantes tomavam conhecimento da meta de transportá-lo vivo em um balde e libertá-lo em um lago natural indicado no mapa e situado a 9 quilômetros de distância, onde encontrava-se o carimbo do PC. Os obstáculos e objetivos se sucederam neste

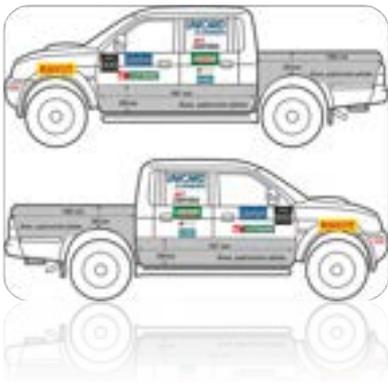
jogo, de forma progressiva. Primeiro pescar (meta menor) - o que constitui-se em si num jogo, a chamada pesca esportiva -, transportar o peixe em um carro por estradas de terra e difícil navegação durante nove quilômetros (obstáculo associando valores e significados da marca em nível demonstrativo), e libertá-lo ainda com vida (meta maior). As atividades laborais de gastronomia e manejo de animais ou lida com vegetais foram objeto de diversos processos de transformação em jogo no ambiente do rali de estratégia. Tratou-se de desviar o fim a que se destinavam originalmente enquanto atividades laborativas para que se revissem de fim em si mesmo característico do jogo. Não apenas preparar alimentos para o fim de se alimentar, mas pelo simples ato e dificuldade de prepará-los. Não desenvolver uma atividade agropecuária para a finalidade de produção de produtos e insumos para venda ou troca etc, mas pelo ato em si de produzi-los, com todas as dificuldades inerentes à atividade. A transformação de uma atividade séria, ou trabalho, num jogo, aparentemente exige que se afaste por completo sua finalidade real do processo. Uma vez livre da finalidade real, e apenas então, ele pode se mostrar como atividade autotélica e, ainda que mantendo seus meios originais, como um jogo.

#### **Exemplo 4: 320 - Linha de Montagem - FL08 (Florianópolis-SC 2008)**

Para vencer este jogo, as equipes deveriam montar uma miniatura de caminhonete de madeira (com peças previamente preparadas) e decorá-la com pequenos adesivos dos patrocinadores do evento de acordo com o mapa de adesivagem geral. Uma obrigação exigida das equipes no dia anterior (a adesivação dos seus veículos seguindo um mapa de adesivagem, que cumpria uma exigência de interesse mercadológico, enquanto *in-game add*) constituiu-se em si como um obstáculo para a participação no jogo, uma regra: “para jogar, é preciso adesivar meu veículo com as marcas dos patrocinadores”. Aquela ação em si pode gerar prazer e proporcionar produção. mormente porque a separação do veículo utilizado pelos participantes no dia a dia passa a ser autêntico objeto de fantasia e imaginação, ainda com uma característica menos profunda, enquanto *in-game add*. Ao ser repetida no contexto da prova, porém, a montagem e adesivagem de uma miniatura dos seus veículos, reafirma e repete aquela ação enquanto representação num nível ainda mais profundo do jogo, como meta

dificuldade, que se relaciona às próprias regras do *advergame*. Uma forma de separar o objeto do jogo de uma finalidade direta e intrusiva, ocorrendo apenas indiretamente, ainda que de forma ilustrativa, a utilização da marca simultaneamente como processo e meio no interior do ambiente do jogo.

FAMÍLIA L200  
MAPA DE ADESIVAGEM  
Mitsubishi Outdoor



*Figura 20 - jogo Linha de Montagem  
mapa de adesivagem oficial*



*Figura 21 - jogo Linha de Montagem*

### **Exemplo 5: 207 e 871 - Efeito Estufa e Lagoa Negra em 10 Anos - RP06 e RP16 (Ribeirão Preto-SP 2006 e 2016)**

Neste PC, as equipes deveriam plantar árvores em área devastada pelo assoreamento, ao lado de lagoa no interior de Horto Florestal localizado na cidade de Ribeirão Preto-SP. Ao ser plantada, a árvore foi “adotada” pela equipe e seu desenvolvimento pode ser acompanhado através de site mantido pelo Horto. Dez anos mais tarde, houve a possibilidade de reproduzir o *advergame* no local original, pelo que jogadores deveriam localizar as árvores plantadas pelos primeiros participantes da competição. Este jogo, cuja meta e dificuldade artificial são ações que indiretamente visam sensibilizar o jogador a uma questão ambiental extrajogo, foi marcado, principalmente, pelo sistema de resposta, este sim destacado do jogo mas que manteve o ao longo do tempo seus efeitos indiretos.

Mais do que plantar uma árvore, a ideia de alongamento temporal da ludicidade, pode despertar nos jogadores/consumidores a consciência mais ampla das implicações da interação do homem com o meio ambiente, preocupação associada a valores e significados da marca produtora de veículos automotores. De importância notar que os estímulos inseridos nestes jogos de sensibilização ambiental são levados a efeito de forma indireta, dissociada de uma meta no interior do jogo ou mesmo de uma retórica procedimental, mas tornando a adoção de posturas éticas com a sociedade em geral um obstáculo lúdico em si mesmo.

### **Exemplo 6: 225 - Maestro! - TI06 (Tiradentes-MG 2006)**

A meta neste jogo foi a regência de uma *brass orchestra* (a Lira Ceciliana, da cidade de Prados-MG) por dois minutos, sem que houvesse significativa variação de andamento rítmico/musical. A dificuldade artificial, para o músico ou leigo, foi a manutenção de um certo estado de coisas (o andamento de uma música) por um determinado tempo.



*Figura 22 - jogo Maestro*

O sistema de *feedback*, além do monitoramento e juízo do maestro oficial da orquestra, se mostrou pelo comportamento dos músicos regidos e público espectador. Mas também pela própria sensação rítmica do jogador/consumidor/maestro, que por um lado tinha a sensação e pretensão de manter o estado de coisas percebido mas, por vezes, não tinha a capacitação técnica para (através dos movimentos próprios de regência) comunicar aquele sentimento. Tratou-se de transportar para o *advergame* de

cunho associativo a atividade em si mesma lúdica do constante aprendizado e prática de um instrumento musical.

### **Exemplo 7: diversos - Quiz - Todas as etapas de 2011 a 2016 e 2019 e 2020 - 38 edições**

Considerando a possibilidade da consideração de quizzes, especialmente no formato *mobile*, “como um jogo capaz de possibilitar experiências educativas interessante” tanto para jogadores/consumidores, como para o próprio arquiteto do ambiente lúdico, na condição de “mediador de conhecimento” (CRUZ, 2016, p. 345), em folhas indicativas do objetivo e regras particulares de cada jogo (e mais tarde, nas temporadas 2019 e 2020, via internet por meio da plataforma Google Forms), as equipes jogadoras/consumidoras receberam uma questão (mecânica, curiosidades, olimpíadas etc, dependendo das circunstâncias específicas de cada temporada, e em geral com uma fonte única - revistas MIT editadas pela montadora contratante do projeto, ou páginas oficiais mantidas na internet pelas marcas patrocinadoras do *advergame*). Ao responder corretamente um determinado número de questões, deveriam os jogadores localizar o ponto de apuração no mapa e, dentro do período de prova, entregá-la ao monitor-juiz (ou atualizá-las no formato eletrônico). Os obstáculos consistentes na marcação correta da resposta, na opressão do tempo de prova, na obrigatoriedade da segurança da marcação (uma questão errada anulava uma correta), todos contribuíram para o engajamento e prazer no jogo. Associativamente, o jogo pode ser instrumentalizado para levar curiosidades aos clientes da marca e materializar valores e significados próprios e de seus parceiros.

Nesse sentido integrativo/ilustrativo, para materialização dos valores e significados das marcas patrocinadoras da plataforma evitou-se assumir uma postura mercadológica e pouco significativa, como, por exemplo, fornecer todas as opções entre as múltiplas escolhas de resposta como características positivas do produto ou serviço objeto de cada questão (ou ainda pior, como podemos observar em algumas “ações” mercadológicas superficiais, uma opção que indica que todas as anteriores são corretas!). Isto seria a desconstituição do jogo em favor de um processo de gamificação

que, talvez a olhares menos atentos, possa ser tomado como uma solução de *marketing*. Mas, assim entendemos, não passa de uma intrusão sobre a faculdade de produção do jogador/consumidor, que tende a tomá-la como algo de importância reduzida e esquecê-la, tão logo a ação que apenas aparenta ser um jogo termine.

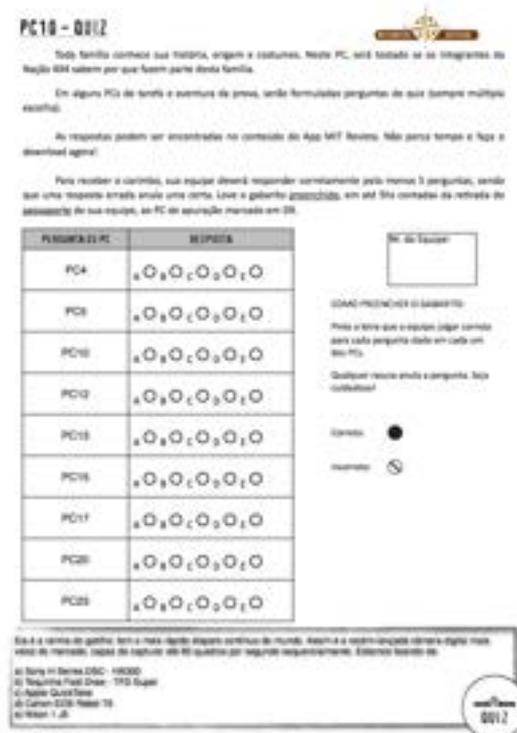


Figura 23 - jogo Quiz

Ao contrário, esse tipo de solução simplificada vicia o fenômeno lúdico e ao invés de provocar a desejada interatividade do jogador/consumidor com a marca, provoca apenas apatia, uma vez que nada desafiadora (CSIKSZENTMIHALYI, 2008). Ao ser desafiado com perguntas que se colocam como dificuldade intermediária em relação as habilidades de conhecimento do jogador/consumidor sobre aspectos do produto ou serviço, por outro lado, é que o fenômeno ludológico pode ser manter íntegro e operar sua sugestão de produção. Ainda que o jogador/consumidor possa “errar” a resposta pela marcação de uma característica que não pertence ao produto ou serviço ou mesmo pela indicação de um aspecto negativo desse mesmo produto ou serviço, é a partir da experiência de produção interiorizada no ambiente do jogo que será provocada uma integração mais profunda, significativa e duradoura com a marca. É esta experiência (porque produtiva) que se transporta para além do ambiente do jogo, mesmo depois de seu encerramento.

### 3.4 O panorama de desenvolvimento de *advergames* na plataforma

Ao propormos uma classificação livre, sob perspectivas diversas, pudemos traçar um panorama geral da totalidade dos *advergames* desenvolvidos ao longo dos anos no interior da plataforma Rally Mitsubishi Outdoor. Observando os gráficos<sup>33</sup> produzidos a partir de uma contagem numérica das ocorrências indicadas nas tabelas gerais que classificaram temporadas, etapas e jogos em si, podemos delinear algumas percepções.

Quanto às temporadas, nota-se um equilíbrio entre as mídias físicas e digitais da plataforma, o que tende a confirmar nossa suspeita de que se trata de um *advergame* híbrido. Se considerarmos que o monitoramento e fonte de *feedback* do jogo no formato digital ocorreu em 81% das temporadas contra 19% pelo formato físico, e ainda que este tipo de monitoramento se trata de uma tendência à digitalização (do físico, ao *hardware* dedicado, ao aplicativo em *smartphone*), não podemos negar que precisamos das mídias digitais para observar nosso objeto. Por outro lado, é interessante notar que modelos de objetivos (81% físicos e 19% digitais), marcações levadas a efeito pelos próprios jogadores/consumidores (75% físicos e 25% digitais) e mesmo modelos cartográficos (ainda que estes últimos sejam produzidos em ambos os formatos - 67% físicos e 33% digitais), permanecem em maior número enquanto mídias físicas. Estes números, parece evidente, se relacionam com o próprio modelo de *advergame* enquanto jogo presencial.

No tocante às etapas da plataforma, vale observar uma presença declaradamente temática em 7% delas, ao passo que 93% se mantiveram no que consideramos um jogo abstrato ou de pouca presença narrativa. Neste sentido, vale ressaltar nossa percepção de que, para que se mantenha a integridade do fenômeno ludológico e para que ele se apresente como ambiente de produção para jogadores/consumidores, não se mostra essencial a associação de uma narrativa ao jogo, pelo contrário. Como falamos, ainda que possível, caso ela não seja declaradamente acessória, uma narrativa ou tema tem o potencial de viciar o fenômeno em si mesmo

---

<sup>33</sup> gráficos - apêndice IV

pela apresentação de objetivos que são extrínsecos ao jogo. Sob uma perspectiva exclusivamente de *design*, vale apontar que o modelo de dispersão das equipes de jogadores onde um único ponto fixo, situado em uma extremidade da área de interesse (modelo leque e io-io) ou em seu centro (modelo estrela), foram mais utilizados, em oposição a modelos que exijam um deslocamento dos pontos de início e fim do jogo (modelo banana).

Por fim, interessante notar uma percepção menos agonística (em que pese a competição de fato permear todos os aspectos da plataforma analisada: procura-se angariar mais pontos do que o adversário), mas mais enquanto vertigem, risco, aventura, *ilynx* (48% dos jogos) se seguirmos a classificação associada a Callois; e simulação, *mimicry* (40% dos jogos), em Callois, ou percebidas por uma retórica identitária (32% dos jogos) ou do imaginário (15% dos jogos) se nos inspiramos nas retóricas indicadas por Brian Sutton-Smith para as transformarmos em um modelo de classificação livre.

Os *advergames* foram considerados mais competitivos do que colaborativos (88% contra 12%), sua mídia mais física do que digital (88% contra 12%), observado certo equilíbrio entre atividades físicas e simbólicas (58% contra 42%), percebidos mais como desafios de progressão, construídos a partir da superação de obstáculos sucessivos do que emergência (68% contra 32%), mais como jogos estruturados do que brincadeiras livres, na medida em que esse gradiente de classificação se mostrou possível ou mesmo adequado (87% contra 13%), contendo objetivos mais quantitativos do que qualitativos (91% contra 9%) e, aqui sim, notado um equilíbrio maior entre a presença temática contra uma estrutura de jogo abstrata (36% contra 64%).

Enfim, o ponto que consideramos mais interessante na observação desse panorama final é o que indica a presença da marca de forma preponderantemente associativa (78% dos *advergames*). Vale ressaltar que poderíamos considerar o aspecto ilustrativo na totalidade dos jogos desenvolvidos na plataforma (os produtos da marca compõem todo o ambiente do Rally Mitsubishi Outdoor e, como dissemos, os jogadores/consumidores têm a oportunidade de comparar seus produtos constantemente com os produtos de outros jogadores/consumidores), bem como o demonstrativo, também na totalidade dos jogos desenvolvidos (os veículos, features e acessórios são

efetivamente utilizados para o jogo a todo o tempo), sem falar na presença da marca enquanto *in-game adds* em todo o ambiente do jogo (adesivos, camisetas, placas etc.).

Não obstante, este caráter associativo, aliado à percepção de um aspecto preponderantemente identitário e representacional, nos leva a considerar que a divisão entre esses tipos de inserção de marca nos *advergames* não se prende necessariamente a uma hierarquização. A materialização dos valores e significados de uma marca por meio dos *advergames* não é necessariamente mais eficaz ou profunda se o produto ou serviço pode ser efetivamente testado no ambiente do jogo. Queremos crer que uma associação daqueles valores e significados *ao processo* de produção de valores e significados levados a efeito diretamente pelo jogador/consumidor é o que pode permitir a plena instrumentalização do fenômeno ludológico pelas marcas.

## Considerações provisórias

Acreditamos que percorremos um caminho interessante para investigar em que medida propósitos exteriores ao Jogo podem viciar o fenômeno lúdico em si mesmo. Na medida em que consideramos que o Jogo não pode ter outra finalidade senão jogar e ser jogado, como impregnar este fenômeno com um objetivo que lhe é estranho e não essencial? Tomando os *advergimes* como instrumento privilegiado para esta investigação, uma vez que são modelos declaradamente ligados à intenção persuasiva de uma marca, buscamos esclarecer nossa dúvida.

Antes de rascunhar nossas considerações, nos sentimos obrigados a declarar expressamente nossa limitação para a tarefa a que nos propusemos. Numa frase, é de se dizer que estamos lidando com um fenômeno extremamente complexo por si só, que é o Jogo, ainda que ele se mostre inteiramente dissociado da Publicidade. Trata-se, como vimos, de algo que se apresenta como processo e objeto a um só tempo (AARSETH, 1997; UPTON, 2015) e mesmo como um paradoxo (BATESON, 1999; FINK, 2016; JUUL, 2005 *et. al.*). Ao associá-lo à Publicidade, portanto, como pretende o *advergaming*, nossos problemas se multiplicam.

Enfim, não reconhecemos como possíveis as respostas definitivas ou absolutas sobre o Jogo. Por extensão, não acreditamos em um entendimento final sobre o processo de *advergaming*. Daí caracterizarmos nossa última sessão pelo adjetivo “provisórias”. Queremos realçar a provisoriedade e precariedade de nossas convicções acerca desse fenômeno instigante que é o Jogo e suas derivações, como sua integração à Publicidade, processo ao qual nos dedicamos de forma integral pelas duas últimas décadas.

Nesse sentido, queremos apontar duas percepções. A primeira é a de que a busca por uma conformidade para materialização de valores e significados de uma marca preexistentes ao Jogo, a ser levada a efeito por meio do Jogo, como pretende o *advergaming*, deve prezar, sobretudo, pela integridade do fenômeno ludológico.

Devemos observar que se trata de um ambiente autorreferente, que não tem outra finalidade senão sua própria manifestação enquanto fenômeno. Devemos observar que este ambiente apenas se constitui plenamente pela livre intervenção, modificação de

estado e produção levada a efeito pelo jogador. Devemos desconfiar da conveniência de revesti-lo por uma retórica fixa e exterior ao processo em si mesmo, quer ela seja imbricada em suas metas particulares, numa “narrativa” (nos objetivos do jogo, que servem, como vimos, como um norte para que o processo se desenvolva) ou em sua mecânica e estrutura (na forma de uma retórica procedimental).

Nos parece que uma forma segura de integração de valores e significados de uma marca a este complexo objeto/processo seja revelar que, enquanto marca, o que se pretende é nada mais do que compartilhar e sugerir a experiência do Jogo. É associar os valores e significados da marca ao Jogo em si mesmo.

Neste sentido é que imaginamos a possibilidade de integração de (valores e significados) de uma marca ao Jogo sob o *gradiente associativo*, dispensada a necessidade de adequação a uma retórica estritamente educacional ou de progresso. Dispensamos a submissão do fenômeno a uma retórica de saúde, política, de mercado,,a emprestar-lhe “seriedade” pelo vínculo a uma consequência que lhe é exterior. Ou a uma retórica de efetiva transformação deste mundo para um mundo idealizado, como quer Jane McGonigal (McGONIGAL, 2011). Duvidamos do *designer*-missionário. O que se extrai do Jogo não é diretamente o aprofundamento de conhecimento sobre uma determinada Cultura. O Jogo produz Cultura (HUIZINGA, 2012).

O que se extrai do Jogo não é direta e imediatamente uma certa “recepção”, adquirida por um ator representado como receptor passivo em um modelo comunicacional ultrapassado, não é a recepção direta e imediata de uma mensagem publicitária rascunhada por uma marca. Aquele aprofundamento e esta recepção aparecem de forma indireta diante de uma associação *ao processo* de busca (e dificuldade declarada dessa busca) de uma meta sabidamente irreal, convencional, precária, que é o objetivo no interior do Jogo. Distante de uma relação de causa e efeito indicada de forma direta e, portanto, capaz de viciar o processo de produção inerente ao fenômeno ludológico, é na condição de “obstáculo desnecessário” (SUITS, 2014) que, curiosamente, a associação indireta parece adquirir maior relevância e profundidade durante a atividade criativa e produtiva desenvolvida pelo jogador/consumidor, no interior do fenômeno do Jogo.

Este é o ponto que entendemos fundamental como diretriz para o desenho de *advergames* e que possivelmente destensiona sua apresentação enquanto processo de materialização de valores e significados de marca por meio dos jogos. O Jogo, enquanto forma de expressão e condição humana, não pode ser caracterizado, assim entendemos, apenas como um instrumento. Mas pode, sim, ser tido como fenômeno privilegiado para estabelecimento de comunicação efetivamente interativa. É pelo Jogo e no Jogo que a dimensão criativa dos jogadores/consumidores pode promover uma forma real e profunda de integração a valores e significados associados a uma marca.

Não tomamos, nesse sentido, uma hierarquização axiológica das categorias de presença de marca, considerando o tipo associativo de menor valor ou relevância do que o tipo ilustrativo ou demonstrativo de integração. Ao contrário. Nos parece que o aspecto associativo prevalece, ainda que possa ser acompanhado de aspectos ilustrativos ou demonstrativos de um produto ou serviço. É a associação da marca ao *processo* autotélico de se “jogar” que parece sugerir um vínculo comunicacional significativo e profundo entre ela e seus públicos, assim considerados os jogadores/consumidores que se lançam ao estado inicial de seu *advergame*. É nesse Jogo-*processo* sinônimo de produção (HANS, 2016) que os jogadores/consumidores tomarão para si o Jogo-*objeto*, declaradamente apropriável e modificável para algo que a retórica persuasiva da marca não tem acesso.

Nossa segunda consideração é derivada de um dos aspectos que entendemos mais relevantes para a investigação do fenômeno do Jogo. Trata-se de realçar a importância da declaração metacomunicacional “isto é um jogo e me submeto voluntariamente às condições que permitem que isso seja um jogo”. Esta declaração, como rascunhamos, não é apenas inicial e inaugural do espaço e ambiente lúdico, mas é ação estrutural constantemente reafirmada a cada modificação de estado que, no mais, constitui uma das características deste processo e fenômeno.

Notamos que a qualquer momento do processo, caso a condição metacomunicacional deixe de ser explicitada, o jogo passa a ser alguma outra coisa. menos um Jogo. Para além disso, nos parece importante insistir que ao nos submetermos ao ambiente lúdico, reafirmando constantemente nossa atitude lusória, aceitamos de forma incondicional e voluntária servir a um corpo normativo que não

apenas limita as formas de modificação de estado visando um bem futuro (nosso exercício de poder), mas *nos comprometemos* a explicitar de forma clara e objetiva os meios e escolhas levados a efeito para tal modificação. Essa explicitação de uma estratégia metacomunicativa, a que somos obrigados pelas regras, chamamos aqui de *declaração de procedimento*.

E se o jogador exerce sua pulsão colaborativa submetendo-se a ao corpo normativo do Jogo com o fim único de desencadear e integrar o processo de modificação de estado de um ambiente apenas proposto, nos parece apropriado pensar que também seus arquitetos e *designers* e, nesse sentido, as marcas que os tomam como mediadores, também eles devem se submeter a esta constrição e condição. Nesse sentido, o *advergaming* pode se apresentar como instituto privilegiado para fornecer à Publicidade um suporte para construção de mensagens e retóricas declaradamente intencionais e persuasivas, porém apropriáveis e integrativas.

Vale ressaltar: se é insuficiente (e, porque não dizê-lo, inapropriado) situarmos a retórica publicitária de *advergames* numa narrativa fixa e acessória aos jogos, e mesmo - no que apontamos como uma transferência de localidade do problema - na sua mecânica ou arquitetura, como se pretende por meio da retórica procedimental, resta às marcas, unicamente, evidenciar, declarar, explicitar que seu desejo é tão somente instrumentalizar a *associação* ao processo de construção de valor e significado levado a efeito pelos jogadores/consumidores no interior do fenômeno ludológico, o que não é pouco.

Se o *advergaming* pretende conformar as lógicas publicitária e ludológica em um só processo, pensamos que ele não pode se distanciar da unidade do fenômeno ludológico, sua complexidade e sua tensão particular decorrente da confluência de dois sistemas de referência distintos. O Jogo, dissemos, *se declara* como um objeto/processo constituído pela imaginação ou Ideia mas também, simultaneamente, pela realidade objetiva revelada pelo seu corpo normativo. É esta *explicitação* simultânea de tensões e conformidades de sistemas de referência diversos que confere ao, Jogo, assim acreditamos, relevância e autoridade instrumental.

Um processo de instrumentalização que corta o Jogo ao meio, instrumentaliza alguma outra coisa, não um Jogo. Mas é na reiterada explicitação da porção ideológica dos valores e significados de uma marca, contidos em uma retórica publicitária, mas também na declaração de seus procedimentos, atos, movimentos objetivos, que um *advergame* pode se tornar instrumento para materialização daqueles valores e significados. Porque é Jogo, o *advergame* está obrigado a explicitar em si mesmo a separação dos sistemas de referência próprios da Ideia e da realidade objetiva, mas também a buscar equilíbrio e complementariedade entre eles, revelando sua interdependência.

Esperamos ter atingido um ponto de equilíbrio. Um entendimento de que o *advergame*, tomado como fenômeno ludológico, precisa ser preservado de banalizações e reducionismos que retirem do Jogo sua essência, transformando-o num produto muito pouco significativo. A associação não intrusiva da marca ao fenômeno nos parece possível, como procuramos apontar por meio de nossos diversos exemplos. Ao lado disso, o que chamamos de *declaração de procedimento*, própria da condição metacomunicacional dos jogos, nos sugere edificação de autoridade e integração múltipla entre partícipes do processo, *designers*, mantenedores e facilitadores, especialmente marcas e consumidores.

Sob um ponto de vista prático, pensamos que estas páginas e experimentos podem servir como inspiração e fundamento ao desenho de novos *advergames*, sem prejuízo de pesquisas futuras (de recepção, entrevistas em profundidade, entre tantos outros métodos possíveis) que tragam mais intensidade à voz daqueles que, como dissemos no início, constituem a materialidade do Jogo. Seus jogadores.

## Referências

- AARSETH, Espen J. **Cybertext**: perspectives on ergodic literature, Baltimore: The John Hopkins University Press, 1997. 203 p.
- ABT, Clark C. **Serious Games**. Jackson: University Press of America, 1987. 196 p.
- ALDAS-MANZANO, Joaquin; MARTÍ-PARREÑO, José; RUIZ-MAFE, Carla; SCRIBNER, Lisa. **The Role of Attitudes and Ethicality on Branded Video Games (Advergaming) Acceptance**. Athens Journal of Business and Economics 1/1. 2015 internet
- APTER, Michael J., **Zig Zag**: reversal and paradox in human personality. Leicesterchire: Matador, 2018. 362 p.
- APTER, Michael J., **The Dangerous Edge**: the psychology of excitement. New York: The Free Press, 1992. 222 p.
- AVEDON, Elliott Morton; SUTTON-SMITH, Brian. **The Study of Games**. New York: Ishi Press Int., 2015. 530 p.
- AZEVEDO, Marco A. **Taking games seriously**: sportmanship and the paradox of zero-sum games. Revista de Filosofía, Ética y Derecho del Desporte. Barcelona. 2/2. 2014.
- BATESON, Gregory; **Steps to an Ecology of Mind**. Chigago: Chigago University Press, 1999. 533 p.
- BERTIN, Jacques. **Semiology of Graphics**: diagrams, networks, maps. 1. ed. Madison, WI: ESRI, 2011. 434 p
- BHABHA, Homi K. **The Other Question**: difference, discrimination and the discourse of colonialism. 1986;
- BOGOST, Ian. **Play Anything**: the pleasure or limits, the uses of boredom, and the secret of games. 1. ed. New York: Basic, 2016. 266 p.
- BOGOST, Ian. **Persuasive Games**: the expressive power of videogames. 1. ed. London: MIT, 2007. eBook.
- BOGUE, Ronald; SPARIOSU, Mihai I. **The Play of the Self** 1. ed. New York: NYU, 1994. 268 p.
- BOLUK, Stephanie; LEMIEUX, Patrick, **Metagaming**: playing, competing, spectating, cheating, trading, making, and breaking videogames. 1. ed. Minneapolis: University of Minnesota, 2017 eBook
- BOTTON, Alain de. **A Arte de Viajar**. 1. ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2012. 253 p.
- BRATHWAITE, Brenda; SHARP, John. **The Mechanic is the Message**: a *post mortem* in progress. in SCHRIER, Karen; GIBSON, David. Ethics and Game Design Teaching. 1. ed. Hershey: ISR, 2010. 397 p.

- CAILLOIS, Roger. **Man, Play and Games**. [*Jeux et les hommes*. English] tradução do original por Meyer Barash. Illinois: University of Illinois, 2001. 208 p.
- CAILLOIS, Roger. **Man and The Sacred**. 1. ed. Illinois: The Free Press, 1959; 190 p.
- CARSE, James. **Finite and Infinite Games**: a vision of life as play and possibility. New York: The Free Press, 1986; Simon & Schuster eBook 162 p.
- CASERTANO, Giovanni. **Epimênides: Sábio ou Filósofo**. em Revista Hypnos, São Paulo. n. 26, 1o. sem. 2011, p. 13-35
- CAUBERGHE, Verolien; DePELSMACKER, Patrick. **Advergaming**: the impact of brand prominence and game repetition on brand responses. The Journal of Advertising 2010 internet
- ÇELTEK, Evrim. **Mobile Advergaming in Tourism Marketing**. Journal of Vacation Marketing. 2010. internet.
- CONSALVO, Mia; PAUL, Christopher A.. **Real Games**: what's legitimate and what's not in contemporary videogames. 1. ed. Cambridge: MIT, 2019; eBook.
- COSTIKYAN, Greg, **Uncertainty in Games**. 1. ed. London: MIT, 2013. 150 p.
- CRAWFORD, Chris. **The Art of Computer Game Design**. Vancouver: WSUV, 2011; eBook. 120 p.
- CRUZ, Sonia. **Quizzes**: vantagens da sua utilização na avaliação formativa. em Atas do 3o. encontro sobre jogos e mobile learning. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2016, pp. 344-350.
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly, **Flow**: the psychology of optimal experience. 1. ed. New York: HarperCollins, 2008. eBook 322 p.
- DAHL, Stephan; EAGLE, Lynne; FERNANDEZ, Carlos B. **Analyzing Advergaming**: active diversions or actually deception. 2005. internet.
- DETERDING, Sebastian. **The Mechanic is Not the (Whole) Message**: procedural rhetoric meets framing in train & playing history 2. Conference Paper. 2016 internet
- DeKOVEN, Bernard. **The Well-Played Game**: a player's philosophy. 1. ed. London: MIT, 2013; eBook.
- DYER-WITHEFORD, Nick; De PEUTER, Greig. **Games of Empire**: global capitalism and video games 1. ed. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009; 298 p.
- EHRMANN, Jacques. **Game, Play, Literature** 1. ed. Boston: Beacon Press, 1968; 167 p.
- ELIAS, George Skaff; GARFIELD, Richard; GUTSCHERA, K. Robert. **Characteristics of Games**. 1. ed. London: MIT, 2012; eBook.

- FAGEN, Robert. **Animal Play Behavior**. 1. ed. New York: Oxford University, 1981; 684 p.
- FERREIRA, Daniel P. **Expressividade Procedural: narrativas e jogos digitais**. Tese. São Paulo. 2016
- FIELD, Kenneth. **Cartography: a compendium of design thinking for mapmakers**. 1. ed. Redlands: ESRI. 2018. 549 p.
- FINK, Eugen. **Play as Symbol of the World: and other writings**. 1. ed. Indianapolis: Indiana University Press, 2016; 348 p.
- FLANAGAN, Mary; NISSENBAUM, Helen. **Values at Play in Digital Games** 1. ed. London: MIT, 2014; eBook.
- FLUSSER, Vilém. **O Mundo Codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: UBU. 2017. 224 p.
- FLUSSER, Vilém. **Xadrez**, em <http://www.flusserbrasil.com/art49.html>, acessado 10/02/2020.
- FLUSSER, Vilém. **Do Empate**, em <http://cisc.org.br/portal/index.php/en/biblioteca/viewdownload/15-flusser-vilem/45-do-empate.html>, acessado 10/02/2020.
- FRAGOSO, Suely; AMARO, Mariana. **Introdução aos Estudos dos Jogos**. Salvador: EDUFBA, 2018; 85 p.
- FRAGOSO, Suely. **Um Panorama dos Estudos de Games na Área de Comunicação nos Últimos 15 Anos**. XXXVIII Intercom. Rio de Janeiro. 2015.
- FRASCA, Gonzalo. **Simulation versus Narrative: introduction to ludology**. em Video/Game/Theory. Routledge. 2003.
- FRASCA, Gonzalo. **Play the Message: play, game and videogame rhetoric**. Tese. Denmark. 2007.
- FREYERMUTH, Gundolf S. **Games: game design, games studies, an introduction** 1. ed. New York: CCR, 2015; eBook.
- GADAMER, Hans-Georg. **The Relevance of The Beautiful** and other essays 10. ed. Cambridge: Cambridge University, 1998; 191 p.
- GADAMER, Hans-Georg. **Verdade e Método I: traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica** 15. ed. Petrópolis: Vozes, 2018; 631 p.
- GOFFMAN, Erving, **The Presentation of Self in Everyday Life**. 1. ed. New York: Doubleday, 1959, 162 p.
- GOFFMAN, Erving, **Interaction Ritual: essays on face-to-face behavior**. 1. ed. New York: Pantheon Books, 1982. 283 p.

- GOFFMAN, Erving, **Frame Analysis**: an essay on the organization of experience. 1. ed. New York: Harper, 1986, 601 p.
- GOLDBERG, Daniel; LARSSON, Linus, **The State of Play**: creators and critics on video game culture. 1. ed. New York: Seven Stories, 2015. eBook. 256 p.
- GROOS, Karl, **The Play of Man** 1. ed. London: Forgotten Books (1901) 2018. 412 p.
- HANS, James S. **The Play of the World**. 1. ed. Amherst: University of Massachusetts Press, 1981; 200 p.
- HAWRELIAK, Jason. **In Defense of Procedurality**: procedural rhetoric, civilization, and “you didn’t build that!”. artigo. 2012 internet <http://www.firstpersonsolar.com/procedural-rhetoric-civ3/>
- HENRICKS, Thomas S. **Play and the Human Condition**. 1. ed. Chicago: University of Illinois Press, 2015; eBook.
- HJALTASON, Kristian; CHRISTOPHERSEN, Steffen; TOGELIUS, Julian; NELSON, Mark J. **Game Mechanics Telling Stories?**: an experiment. 2016. internet
- HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**: o jogo como elemento da cultura. 7. ed. São Paulo: Perspectiva, 2012. 243 p.
- ISBISTER, Katherine. **How Games Move Us**: emotion by design. 1. ed. London: MIT, 2016; eBook.
- JAMES, C. L. R. **Beyond the Boundary**. 50th anniversary ed. Durham: Duke University Press, 2013; eBook.
- JOHNSON, Steven. **O Poder Inovador da Diversão**: como o prazer e o entretenimento mudaram o mundo. 1. ed. Rio de Janeiro : Zahar, 2017; eBook.
- JUUL, Jesper. **Half-Real**: video games between real rules and fictional worlds. 1. ed. London: MIT, 2005; eBook 240 p.
- JUUL, Jesper. **The Art of Failure**: an essay on the pain of playing video games. 1. ed. London: MIT, 2013; eBook.
- JUUL, Jesper. **Games Telling Stories?**: a brief note on games and narratives. International Journal of Computer Game Research, 1/1. 2001 internet
- KAPUSCINSKI, Ryszard. **Minhas Viagens com Heródoto**: entre a história e o jornalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2006. 305 p.
- KEATES, J. S., **Understanding Maps**. 2. ed. London: Routledge, 2014. 334 p.
- KOLNAI, Aurel. **Games and Aims**. Encontro da Sociedade Aristotélica, Londres. 1966.
- KOSTER, Raph. **Theory of Fun for Game Design**. 2. ed. Cambridge: O’Reilly, 2013; eBook 299 p.

- KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. 3 ed. 25 anos rev. e ampl. São Paulo: Aleph, 2009. 237 p.
- KUNZELMAN, Cameron; LUTZ, Michael. **Game Studies Study Buddies**, podcast, episódio 13, 2020.
- LALANDE, André. **Vocabulário Técnico e Crítico da Filosofia**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999. 1336 p.
- MacCANNELL, Dean, **The Ethics of Sight-Seeing**, 1. ed. Berkeley: University of California, 2011. eBook
- MacEACHREN, Alan M. **How Maps Work**: representation, visualization, and design. New York: Guilford, 2004. 513 p.
- MALABY, Thomas M. **Beyond Play**: a new approach to games. 2007 internet.
- MÄYRÄ, Frans. **An Introduction to Game Studies**: games in culture. 1. ed. Los Angeles: Sage, 2008; 196 p.
- McGONIGAL, Jane. **Reality is Broken**: why games make us better and how they can change the world. 1. ed. New York: Penguin, 2011; eBook 400 p.
- McLUHAN, Marshall; FIORE, Quentin. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. São Paulo: Cultrix, 2007; 407 p.
- MORA, José F. **Dicionário de Filosofia**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001. 733 p.
- MURRAY, Janet. **Hamlet on the Holodeck**: the future of narrative in cyberspace. 1. ed. Cambridge: MIT, 2017; 413 p.
- MYERS, David. **Games are Not**: the difficult and definitive guide to what games are. 1. ed. London: Manchester University Press, 2017; eBook 216 p.
- NELSON, Mark J. **Sicart's 'Against Procedurality'** a reply. artigo. 2012 internet
- NELSON, Michelle R. **Recall of Brand Placements in Computer / Video Games**. Journal of Advertising Research, 42/2, 2002 internet.
- OLIVEIRA, Sandra; ZAGALO, Nelson; MELO, Ana. **O Advergame como Ferramenta Publicitária**: um estudo exploratório. Comunicação, Culturas e Estratégias. IV Jornadas Doutorais Comunicação e Estudos Culturais. 2016. internet.
- ONFRAY, Michel. **Teoria da Viagem**: uma poética da geografia. Lisboa: Quetzal, 2009. 126 p.
- PANOSSO, Alexandre N. **Filosofia do Turismo**: teoria e epistemologia. 1. ed. rev. e ampl. São Paulo: Aleph, 2011. 197 p.
- PARLETT, David. **The Oxford History of Board Games**. New York: Oxford University Press, 1999; 386 p.

- PAUL, Christopher A. **Wordplay and the Discourse of Video Games**: analysing words, design, and play. 1. ed. London: Routledge, 2012; 220 p.
- PAVEL, Mráček; MARTIN, Mucha. **Application of Knowledge in Advergaming as a Possible Source of Competitive Advantage**. Journal of Competitiveness 3. 2011. internet
- PRATT, Charles J. **Players not Included**. artigo. 2012 internet
- RUSSEL, Bertrand. **Introdução à Filosofia Matemática**. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2007; 248 p.
- SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Rules of Play**: game design fundamentals. 1 ed. Cambridge: The MIT Press, 2003; eBook. 689 p.
- SANTAELLA, Lucia; FEITOZA, Mirna, **Mapa do Jogo**: a diversidade cultural dos games 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009. 254 p.
- SANTAELLA, Lucia, **Comunicação Ubíqua**: repercussões na cultura e na educação 1. ed. São Paulo: Paulus, 2013. eBook
- SCHELL, Jesse. **The Art of Game Design**: a book of lenses. 2. ed. Natick, Mass: A K Peters/CRC, 2014. 555 p.
- SCHRIER, Karen; GIBSON, David. **Ethics and Game Design Teaching**. 1. ed. Hershey: ISR, 2010. 397 p.
- SHARP, John. **Works of Game**: on the aesthetics of games and art. 1. ed. London: MIT, 2015; eBook 171 p.
- SHAPIRO, Carl; VARIAN, Hal R. **A Economia da Informação**: como os princípios econômicos se aplicam à era da internet. 13. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999. 395 p.
- SICART, Miguel. **Play Matters**. 1. ed. London: MIT, 2014; eBook 171 p.
- SICART, Miguel. **The Ethics of Computer Games** 1. ed. London: MIT, 2009; eBook.
- SICART, Miguel. **Against Procedurality**. International Journal of Computer Game Research, 11/3. 2011 internet
- SMITH, Jonas H.; JUST, Sine N. **Playful Persuasion**: the rhetorical potential of advergaming. Nordicom Review. 2009 internet
- SPARIOSU, Mihai I. **Dionysus Reborn**: play and the aesthetic dimension in modern philosophical and scientific discourse. 1. ed. London: Cornell University, 1989. 317 p.
- SUITS, Bernard. **The Grasshopper**: games, life, and utopia. 3 ed. Toronto: Broadview, 2014. 234 p.
- SUTTON-SMITH, Brian. **The Ambiguity of Play** 2. ed. London: Harvard University, 2001; eBook.

- SUTTON-SMITH, Brian. **Play for Life**: play theory and play as emotional survival. 1. ed. Rochester: Strong Museum, 2017. 281 p.
- SVAHN, Mattias. **Future-proofing Advergaming**: a systematisation for the media buyer. Conference Paper 2005. internet.
- SWAIN, Chris. **The Mechanic is the Message**: how to communicate values in games through the mechanics of user action and system response. *in* SCHRIER, Karen; GIBSON, David. *Ethics and Game Design Teaching*. 1. ed. Hershey: ISR, 2010. 397 p.
- TAYLOR, T. L. **Watch Me Play**. 1. ed. Cambridge: Princeton University Press, 2018; 299 p.
- TOGELIUS, Julian. **Playing Smart**: on games, intelligence and artificial intelligence. 1. ed. London: MIT, 2018; eBook.
- TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. **Os Múltiplos Sujeitos da Publicidade Contemporânea**. em Revista Brasileira e Portuguesa de Gestão. IUL. Lisboa, vol. 8, num. 4, out. 2009, pp. 25-36
- TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. **Os Rituais de Consumo como Dispositivos Midiáticos para a Construção de Vínculos entre Marcas e Consumidores**. em Revista Alceu, vol. 15, num. 29, jul./dez. 2014, pp. 157-171
- TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. **O Consumidor entre Mediações e Mdiatização**. em Revista Famecos, 2019; 18 p.
- TURNER, Victor. **From Ritual to Theatre**: the human seriousness of play. New York: PAJ, 1982. 127 p.
- TURNER, Victor. **Do Ritual ao Teatro**: a seriedade humana de brincar. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015. 184 p.
- UPTON, Brian. **The Aesthetic of Play**. 1. ed. London: MIT, 2015; eBook 335 p.
- Van DIJCK, José **The Culture of Connectivity**: a critical history of social media. 1. ed. New York: Oxford University Press, 2013. 223 p.
- WAERN, Annika; MONTOLA, Markus; STENROS, Jaakko; **Pervasive Games**: experiences on the boundary between life and play. 1. ed. Burlington: Morgan Kaufmann, 2009; eBook 335 p.
- WALZ, Steffen P.; DETERDING, Sebastian **The Gameful World**: approaches, issues, applications. 1. ed. London: MIT, 2015; eBook.
- WILLIAMSON, Judith **Decoding Advertisements**: ideology and meaning in advertising. 17. ed. New York: Marion Boyars, 2010. 180 p.
- WILT, Lars de. **Procedural Architecture**: meaningful play as appropriation. Conference Paper. 2014. internet. 14 p.

Apêndice I - tabela temporadas

temporadas

ano	patrocinadores (quantidade)	etapas (quant)	mídia				comunicação								passaporte				objetivos				controle			
			cartografia		escala		cartografia (geral)		representação		elementos cartográficos		passaporte		objetivos		físico		digital							
			físico	digital	1:100.000	1:75.000	imagemria	hipsometria	representação	linhas	pontos	dots (virtuais)	polígonos	anotações	físico	digital	físico	digital	hardware (maré GPS)	hardware (totem)	app (rabbit)					
2004	3	6	x		x		land7	-	amostragem	cor	não			idades	x		x		x							
2005	9	6	x		x		land7	-	amostragem	largura/cor	não orientados			idades	x		x		x	x						
2006	10	6	x		x		land7	-	amostragem	largura/cor (+hidro)	não orientados	x		localidades	x		x		x				x			
2007	10	6	x		x		land7	curvas de altitude	geral	largura/cor	orientados	x		localidades	x		x						x			
2008	11	6	x		x		land7/SRTM	curvas de altitude	geral	largura/cor (+ats, etc)	orientados	x		localidades	x		x						x			
2009	11	6	x			x	land7/SRTM	curvas de altitude	geral	largura/cor	orientados	x	x	(+ hidro)	x		x						x			
2010	11	6	x			x	land7(gold)/SRTM	curvas de altitude	geral	largura/cor	orientados	x	x	(+relevo)	x		x						x			
2011	11	6	x			x	land7/SRTM	curvas de altitude	geral	largura/cor	orientados	x	x	idem	x		x						x			
2012	15	6	x			x	land7/SRTM	curvas de altitude	geral	largura/cor	orientados	x	x	idem	x		x						x			
2013	13	6	x			x	land7/SRTM	mestras	geral	cor	orientados	x	x	idem	x		x						x			
2014	12	6	x			x	SRTM	mestras/áreas	geral	cor	orientados	x	x	idem	x		x						x			
2015	13	6	x	x		x	SRTM	áreas	geral	cor	orientados	x	x	idem	x		x						x			
2016	14	6	x	x		x	SRTM	áreas	geral	cor	orientados	x	x	idem	x		x						x			
2017	11	6	x	x		x	SRTM	áreas	geral	cor	orientados	x	x	idem	x		(apenas org.)	x					x			
2018	11	7	x	x		x	quikbird/SRTM	-	amostragem	cor	amostragem	x		(+pluscodes)		x	x	x	x							x
2019	12	4	x	x		x	SRTM	áreas	geral	cor	orientados	x	x	idem		x	x	x	x							x
2020	9	4	x	x		x	SRTM	áreas	geral	cor	orientados	x	x	idem		x		x								x

etapas									
etapa	ano	sede	código	área de interesse	área (km2)	PCs	forma de dispersão	presença temática	
								forte	fraca
1	2004	Ribeirão Preto-SP	RP04	Ribeirão Preto	2.829	29	estrela		x
2	2004	Porto Alegre-RS	PA04	Serra gaúcha	1.225	30	banana		x
3	2004	Fortaleza-CE	FZ04	Litoral cearense	1.200	29	leque		x
4	2004	Itaipava-RJ	IT04	Vale das Videiras / Sebolos	674	28	leque		x
5	2004	Natal-CE	NT04	Litoral e NW	1.347	28	leque		x
6	2004	Atibaia-SP	AT04	Atibaia NE	1.102	25	io-io		x
7	2005	Ribeirão Preto-SP	RP05	Ribeirão Preto SE	1.347	28	leque		x
8	2005	Fortaleza-CE	FZ05	Maranguape	882	26	leque		x
9	2005	Itaipava-RJ	IT05	Paraíba do Sul	980	25	leque		x
10	2005	Salvador-BA	SA05	Linha amarela	980	24	leque		x
11	2005	Brasília-DF	BS05	Brasília norte	1.225	24	banana		x
12	2005	Atibaia-SP	AT05	Atibaia E / Nazaré Paulista	688	26	estrela		x
13	2006	Ribeirão Preto-SP	RP06	Ribeirão Preto E	1.225	27	leque		x
14	2006	Tiradentes-MG	TI06	Tiradentes E	368	27	leque		x
15	2006	Goiânia-GO	GO06	Caldazinha E	1.225	25	leque		x
16	2006	Itaipava-RJ	IT06	Vale do Paty	772	26	leque		x
17	2006	Curitiba-PR	CB06	Contenda / Lapa	980	26	leque		x
18	2006	Atibaia-SP	AT06	Pinhalzinho / Lindóia	762	26	io-io		x
19	2007	S.J.Campos-SP	SJ07	Monteiro Lobato	788	26	io-io	x	
20	2007	Belo Horizonte-MG	BH07	Ouro Preto W	715	24	leque		x
21	2007	Brasília-DF	BS07	Brasília sul	732	23	leque		x
22	2007	Curitiba-PR	CB07	Colombo N	662	25	leque		x
23	2007	Angra dos Reis-RJ	AR07	Angra dos Reis / Bananal	882	25	banana		x
24	2007	Campinas-SP	CA07	Jaguariúna / Amparo	688	23	leque		x
25	2008	S.J.Campos-SP	SJ08	Paraibuna NE	735	25	banana		x
26	2008	Gramado-RS	GR08	Gramado NW	735	26	io-io		x
27	2008	Curitiba-PR	CB08	Contenda SW	837	24	banana		x
28	2008	Belo Horizonte-MG	BH08	Serra da Moeda	857	26	estrela		x
29	2008	Florianópolis-SC	FL08	Águas Mornas NW	588	24	leque		x
30	2008	Mogi das Cruzes-SP	MC08	Guararema SE	792	25	banana		x
31	2009	Ribeirão Preto-SP	RP09	Cajuru W	660	26	leque		x
32	2009	Brasília-DF	BS09	Brasília SW / Alexania	1.116	25	leque		x
33	2009	Curitiba-PR	CB09	Balsa Nova N	605	25	leque		x
34	2009	Belo Horizonte-MG	BH09	Rio Acima E	791	25	banana		x

35	2009	Itaipava-RJ	IT09	Levy Gasparian N	778	25	io-io		x
36	2009	Campinas-SP	CA09	Campinas S	714	24	io-io		x
37	2010	São Pedro-SP	SP10	São Pedro / Brotas	1.558	23	banana		x
38	2010	Uberlândia-MG	UB10	Dolearina N	1.095	26	leque		x
39	2010	Blumenau-SC	BL10	Vale Europeu (Pomerode)	938	29	estrela	x	
40	2010	Londrina-PR	LD10	Sta. Cecília S	1.067	27	io-io		x
41	2010	Itaipava-RJ	IT10	Monte Serrat NW	915	26	leque		x
42	2010	Ribeirão Preto-SP	RP10	Sta. Rosa do Viterbo / Sta. Rita	894	25	banana		x
43	2011	Ribeirão Preto-SP	RP11	Sta. Rita S	798	25	leque		x
44	2011	Curitiba-PR	CB11	S. L. Purunã N	930	26	leque		x
45	2011	Brasília-DF	BS11	Formosa NE	1.889	25	leque		x
46	2011	Sete Lagoas-MG	SL11	Baldim W	930	26	io-io		x
47	2011	Penedo-RJ	PN11	Viconte de Mauá W	850	26	io-io		x
48	2011	S.J.Campos-SP	SJ11	S. A. Pinhal N	958	26	banana		x
49	2012	São Pedro-SP	SP12	São Pedro N	718	22	leque		x
50	2012	Joinville-SC	JV12	Campo Alegre N	786	25	leque		x
51	2012	Londrina-PR	LD12	São Luis S	740	26	leque		x
52	2012	Penedo-RJ	PN12	Falcão NE	854	25	leque		x
53	2012	Sete Lagoas-MG	SL12	Cordisburgo E	741	26	leque	x	
54	2012	Ribeirão Preto-SP	RP12	Altinópolis / Itamoji	746	28	banana		x
55	2013	S.J.Campos-SP	SJ13	S. L. Paraitinga N	962	29	banana		x
56	2013	Joinville-SC	JV13	Barra Velha W	778	28	leque		x
57	2013	Penedo-RJ	PN13	Cruzeiro / Silveiras S	692	29	leque		x
58	2013	Curitiba-PR	CB13	Bateias NW	692	30	io-io		x
59	2013	Vitória-ES	VT13	Marechal Floriano W	676	23	leque		x
60	2013	Ribeirão Preto-SP	RP13	Altinópolis NE	1.086	27	io-io		x
61	2014	Campos do Jordão-SP	CJ14	Piranguçu W	811	26	banana		x
62	2014	Curitiba-PR	CB14	Mandirituba S	811	23	io-io		x
63	2014	Uberlândia-MG	UB14	Catalão S	822	24	leque		x
64	2014	Penedo-RJ	PN14	Resende S	849	25	banana		x
65	2014	Joinville-SC	JV14	Itapoá NW	930	25	leque		x
66	2014	Ribeirão Preto-SP	RP14	Patrocínio Paulista NE	870	25	io-io		x
67	2015	Campos do Jordão-SP	CJ15	Itajubá S	989	26	estrela		x
68	2015	Curitiba-PR	CB15	Rio Branco do Sul NW	816	25	io-io		x
69	2015	Vitória-ES	VT15	Domingos Martins N	811	24	leque		x
70	2015	Penedo-RJ	PN15	Queluz / Areias S	811	24	leque		x

71	2015	Joinville-SC	JV15	Campo Alegre S / Corupá	811	23	banana		x
72	2015	Ribeirão Preto-SP	RP15	Batatais W	1.243	24	leque		x
73	2016	Joinville-SC	JV16	Campo Alegre NW	827	23	leque		x
74	2016	Mogi Guaçu-SP	MG16	Andradas	811	22	estrela		x
75	2016	Curitiba-PR	CB16	Morretes	811	24	banana		x
76	2016	Vinhedo-SP	HH16	Jundiá SW	892	24	leque		x
77	2016	Ribeirão Preto-SP	RP16	S. Cruz da Esperança N	811	22	io-io		x
78	2016	Campos do Jordão-SP	CJ16	S. A. Pinhal N	811	24	banana		x
79	2017	Mogi Guaçu-SP	MG17I	Águas da Prata E	957	24	leque		x
80	2017	Ribeirão Preto-SP	RP17	Cajuru NE	843	25	leque		x
81	2017	Penha-SC	PE17	Brusque S	811	22	leque		x
82	2017	Curitiba-PR	CB17	Col. Witmarsum N	1.173	24	leque		x
83	2017	Campos do Jordão-SP	CJ17	S. B. Sapucaí W	811	25	leque		x
84	2017	Mogi Guaçu-SP	MG17II	Jacutinga	811	24	estrela	x	
85	2018	Mogi Guaçu-SP	MG18I	Itapira SE	811	26	leque		x
86	2018	Ponta Grossa-PR	PG18	Castro NW	811	24	io-io		x
87	2018	Iporanga / Iguape-SP	EXT18	Vale do Ribeira / Litoral Sul-SP	6.519	53	banana		x
88	2018	Goiânia-GO	GO18	Trindade W	1.108	22	leque	x	
89	2018	Campos do Jordão-SP	CJ18	S. A. Pinhal W	811	22	leque		x
90	2018	Joinville-SC	JV18	Jaraguá do Sul W	822	26	leque		x
91	2018	Mogi Guaçu-SP	MG18II	Vargem Grande do Sul SE	849	25	leque		x
92	2019	Curitiba-PR	CB19	Lapa SE	887	25	banana		x
93	2019	Penedo-RJ	PN19	Penedo NE	816	24	leque		x
94	2019	Campos do Jordão-SP	CJ19	Campestre NE	811	25	leque		x
95	2019	Mogi Guaçu-SP	MG19	Jacutinga / Ouro Fino N	811	24	banana	x	
96	2020	Bragança Paulista-SP	BG20	Amparo/ Pinhalzinho/Pedra Bela	811	22	estrela		x
97	2020	Itaipava-RJ	IT20	Paraíba do Sul	811	23	leque		x
98	2020	Blumenau-SC	BL20	Blumenau(Vila Itoupava)/ Massaranduba/	811	24	leque	x	
99	2020	Campinas-SP	CA20	Campinas/ Jaguariúna/Amparo/ Morungaba	811	25	leque		x

Apêndice III - tabela advergames

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
1	Escalada 4x4	Para atingir o carimbo era necessária escalada em rocha. O único trajeto de saída do PC era através de trilha em pasto onde era necessária a utilização da tração 4x4.	AT04	2004				x						x			
2	Rádio Outdoor	A cada exatos 15 minutos era transmitida a localização do carimbo através de rádio talk-about. A área de recepção estava indicada no mapa. O carimbo estava com "Zé da Gruta", um conhecido personagem de Piracaita.	AT04	2004			x				x						x
3	PC extra	A equipe que conseguiu identificar a maior quantidade de capelas em rally fotográfico, ganharia um voo duplo de paraplaner a partir da pedra grande, em Atibaia.	AT04	2004				x							x		x
4	PRP	As equipes recebiam instruções para participar do preparo de um "PRP" em uma padaria e levá-lo até a trincheira localizada em trilha que sai da divisa SP-MG. O PRP é um pão típico da cidade de Joanópolis, inventado em homenagem ao Partido Republicano Paulista. A trincheira, por sua vez, foi utilizada na revolução constitucionalista de 1932. Ao chegar lá, as equipes recebiam o carimbo e textos sobre a história do PRP e da revolução de 1932	AT04	2004			x			x							x
5	Chapel Quest	Com os mapas, os competidores recebiam folha com a fotografia de 28 capelas. A equipe deveria, no decorrer da prova, identificar no mínimo 7 capelas (o mapa continha símbolos numerados) para receber o carimbo, no PC apropriado.	AT04	2004							x						x
6	Esconde-esconde	Com uma câmera digital, as equipes deveriam obter uma foto de uma outra equipe em um PC de passagem.	AT04	2004							x						x
7	Downhill	Um integrante da equipe deveria descer trilha sinalizada para bicicletas enquanto os demais, com os veículos, teriam que se dirigir ao ponto de encontro indicado no mapa.	AT04	2004											x		x
8	The Deep	Um integrante da equipe deveria nadar - com colete salva-vidas - até uma entre quatro bóias de demarcação de regata. Numa delas, sob a água, estava presa uma placa "Mitsubishi Outdoor". O competidor deveria encontrá-la para obter o carimbo.	AT04	2004							x						x
9	Cross Country	Um ou mais integrantes da equipe deveriam seguir trecho demarcado para bicicleta - seguindo indicações do mapa - enquanto os demais com os veículos deveriam seguir para o ponto de encontro, também indicado no mapa.	AT04	2004											x		x
10	Alta montanha	Um ou mais integrantes da equipe deveriam subir uma colina a pé. O carimbo encontrava-se no cume.	AT04	2004											x		x
11	Pedalinho	A bandeira/carimbo estava localizada em trecho alagado de percurso demarcado para bicicletas. O restante da equipe deveria localizar o local de chegada indicado no mapa e reencontrar o ciclista.	FZ04	2004											x		x
12	Tarzan	A bandeira/carimbo estava localizada no percurso de trilha a ser feita a pé, em meio a mata nativa.	FZ04	2004											x		x
13	Pau Branco	As equipes deveriam, para pontuar, confeccionar um colar ao estilo Tapeba, em aldeia indígena utilizada para rituais.	FZ04	2004			x				x						x
14	Vélas ao mar	As equipes deveriam costurar uma vela ao mastro de uma jangada utilizando os nós apropriados, de acordo com orientação dos pescadores locais.	FZ04	2004			x				x						x
15	Orquídea	As equipes deveriam localizar Mitsuly (mascote da marca - fantasia em pelúcia vestida por atriz) dentro do parque botânico de São Gonçalo e, observando algumas espécies - levá-la até o orquidário, onde encontrava-se o carimbo	FZ04	2004			x				x						x
16	Book Outdoor	As equipes deveriam selecionar 3 de 6 imagens fornecidas pela organização e fotografar um membro da equipe no local, reproduzindo a mesma posição corporal. Somente após, seria possível visitar o PC de apuração, onde encontrava-se o carimbo.	FZ04	2004			x						x				x
17	Parafina	Dois membros da equipe deveriam atingir o marco descendo duna com pranchas de madeira e fazendo pequena travessia a pé em lago raso.	FZ04	2004											x		x
18	Regata	Dois membros da equipe deveriam atingir o marco e carimbo, fixado sobre balsa ancorada no mar, utilizando-se de uma jangada e com o auxílio de um jangadeiro.	FZ04	2004							x						x
19	Pescador de camarão	Dois membros da equipe deveriam atingir o marco, situado em ilha fluvial, utilizando canoas de pescadores de camarão.	FZ04	2004							x						x
20	Farinha	Em uma "casa de farinha" as equipes deveriam assar um biju, após o acompanhamento do processo de "farinhada" de mandioca, para pontuar.	FZ04	2004											x		x
21	Duna	O marco/carimbo encontrava-se sobre duna de 20m e somente podia ser atingido a pé.	FZ04	2004											x		x
22	A cachoeira seca	O marco/carimbo era atingido após pequena caminhada em trilha a pé, até cachoeira seca	FZ04	2004											x		x
23	Zona urbana	O marco/carimbo, escondido atrás de arquibancada em campo de futebol, somente era encontrado através de informações verbais obtidas dos moradores do local.	IT04	2004			x				x						x

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
1		x	x			x			x		x	x		x				
2	x			x		x				x			x			x		
3		x	x		x					x		x	x			x		
4		x		x		x				x			x			x		x
5		x		x	x					x			x			x		
6	x		x			x		x				x		x		x		
7		x	x			x				x		x		x			x	
8		x	x			x		x				x	x			x		
9		x	x			x				x		x		x			x	
10		x	x			x				x		x		x				x
11	x		x			x				x		x		x			x	
12		x	x			x				x		x		x				x
13	x		x			x				x			x			x		
14	x		x			x				x			x			x		
15		x	x			x		x		x			x			x		
16		x	x			x				x			x			x		
17		x	x			x				x		x		x				
18		x	x			x				x		x				x		
19		x	x			x				x		x				x		
20		x	x			x				x			x			x		
21		x	x			x				x		x		x				x
22		x	x			x				x		x		x				x
23	x		x			x				x			x			x		

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
1	x			x																
2			x																	
3					x														x	
4							x													
5					x															
6					x															
7																				
8						x														
9																				
10																				
11																				
12																				
13										x										
14										x										
15											x									
16					x															
17															x					
18						x														
19						x														
20								x												
21																				
22																				
23		x																		

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
24	Rally do Louri	O carimbo somente era dado às equipes que chegavam com diferença de tempo menor que 5 segundos, após largada simultânea em duas trilhas distintas que se uniam depois de 4 km. as velocidades médias (20 e 28,5 km/h) eram fornecidas pela organização.	IT04	2004							x					x	
25	Salve o peixe	Após um membro da equipe pescar um peixe em um "pesque-pague", ele deveria ser levado com vida até um lago natural indicado no mapa e situado a 9 quilômetros de distância. Lá encontrava-se o carimbo com um monitor.	IT04	2004										x		x	
26	Amor aos pedaços	Através de trecho da sentença de condenação de Tiradentes as equipes deveriam localizar museu na cidade de Sebollas, onde encontrava-se o carimbo.	IT04	2004			x				x					x	
27	Montaria	Indicações de direção e referências de campo eram fornecidas a dupla de competidores que deveriam através delas chegar até o marco/carimbo, utilizando-se de apenas um cavalo.	IT04	2004										x		x	
28	Sem fio	Um veículo da equipe deveria se dirigir até o marco situado a 1km de distância e transmitir ao outro veículo estacionado junto ao monitor, através de sinais luminosos e em código morse – a tabela era fornecida pela organização – as palavras "pode carimbar", para que a equipe pudesse ser liberada.	IT04	2004						x						x	
29	Prato feito	O carimbo somente era dado por monitor após a pintura de prato de porcelana (contendo a logomarca Mitsubishi) – que após a queima foram encaminhados aos competidores.	IT04	2004							x			x		x	
30	Campo de batalha	Um marco com fitas a serem resgatadas pelos competidores para a obtenção do carimbo, encontrava-se ao fim de pequeno vale que deveria ser atravessado sem que eles fossem atingidos por balas de "paint-ball", atiradas por dois monitores fantasiados de guerrilheiros e escondidos na mata.	IT04	2004	x				x							x	
31	Monster Trekking 1 e 2	Travessia da serra da Maria-Comprida, a pé, de aproximadamente 1h45. As equipes deixavam dois membros na trilha, prosseguiam na prova e os encontravam do lado oposto da serra.	IT04	2004											x	x	
32	Trilha da vaca	Trilha de bois, pequeno pasto e estrada deveriam ser percorridos por um ciclista da equipe, enquanto o restante com os veículos deveriam se dirigir o local de encontro indicado no mapa.	IT04	2004											x	x	
33	Argila	Um dos veículos da equipe deveria passar por atoleiro argiloso, enquanto o outro seguia por pequeno desvio. O carimbo estava no meio do trecho de atoleiro.	NT04	2004											x	x	
34	Chaminé	A bandeira encontrava-se na boca de chaminé de aproximadamente 60 metros de altura. Os competidores deveriam chegar até ele através de escada de ferro, com segurança dada por cordas e cadeirinha.	NT04	2004				x								x	
35	Mergulhão	Um dos integrantes da equipe deveria descer sobre duna de aproximadamente 20 metros através de cabo suspenso (tirolesa), aterrissar e atravessar pequena lagoa a nado. O carimbo encontrava-se na margem oposta.	NT04	2004				x								x	
36	Mergulhão	Um dos integrantes da equipe deveria descer sobre duna de aproximadamente 20 metros através de cabo suspenso (tirolesa), aterrissar e atravessar pequena lagoa a nado. O carimbo encontrava-se na margem oposta.	NT04	2004				x							x	x	
37	Quem pegou o carimbo?	A partir de informações recebidas do envelope colocado em vilarejo próximo, as equipes deveriam encontrar Dna. Angelita, uma famosa moradora da vila de Coqueiros. Ela guardava o carimbo em sua casa, onde oferecia carangueijos, coco, etc., aos competidores.	NT04	2004			x				x					x	
38	Deserto	A bandeira/carimbo encontrava-se entre dunas, que deveria ser localizada pelos competidores.	NT04	2004											x	x	
39	Na mata	A bandeira/carimbo encontrava-se escondida em pequena mata, conforme indicado no mapa principal da etapa.	NT04	2004											x	x	
40	Travessia	As equipes deveriam atravessar com os veículos pequeno canal sobre balsas, seguindo a orientação dos balseiros.	NT04	2004											x	x	
41	Rumos	Através de indicações de azimutes e distâncias os competidores encontravam o carimbo, localizado no interior de canavial.	NT04	2004											x	x	
42	Hipódromo	O carimbo encontrava-se ao final de trecho demarcado por faixas – de aproximadamente 500 metros. O percurso deveria ser feito pelos competidores montados em jegues, fornecidos pela organização.	NT04	2004							x				x	x	
43	Pé molhado	A bandeira/carimbo estava localizada no leito de riacho de fundo arenoso que deveria ser seguido pelos competidores, trajando coletes salva-vidas, por aproximadamente 2 km, a partir de pequena área arborizada. Ao retornarem, recebiam pequenas lagostas assadas na brasa.	NT04	2004							x					x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
24		x		x		x				x		x			x			
25		x	x			x					x			x		x		
26		x	x			x					x			x		x		
27		x	x			x						x			x			
28		x		x		x						x				x		
29	x		x			x				x				x		x		
30		x		x		x					x					x		
31		x	x			x						x			x			x
32		x	x			x						x			x		x	
33		x	x			x						x			x			
34		x	x			x						x			x			
35		x	x			x						x			x			
36		x	x			x						x			x			
37	x		x			x					x			x		x		
38		x	x			x						x				x		x
39		x	x			x						x				x		x
40		x	x			x						x			x			
41		x	x			x						x			x			
42		x	x			x						x			x			
43		x	x			x						x			x			x

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais
24												x							
25								x			x								
26							x												
27																x			
28													x						
29									x										
30													x						
31																			
32																			
33	x																		
34				x															
35				x		x													
36				x															
37	x																		
38																			
39																			
40						x													
41									x										
42																x			
43						x													

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
44	Mão na terra	Para obter o carimbo, os competidores deveriam moldar 8 tijolos de argila e deixá-los ao sol, numa antiga olaria.	NT04	2004							x					x	
45	Desafio	Para obter o carimbo, os competidores deveriam responder a três repentes a partir do desafio de grupo de repentistas.	NT04	2004			x				x					x	
46	Desce e sobe	Um dos integrantes da equipe deveria seguir estrada em descida ao encontro do carimbo e depois subi-la para reunir-se com o restante da equipe.	NT04	2004											x	x	
47	Pedalinho II	Um dos integrantes da equipe deveria seguir trecho sinalizado para a bicicleta, que cruzava por pequeno alagadiço, enquanto os demais com os veículos deveriam seguir ao ponto de encontro indicado no mapa.	NT04	2004											x	x	
48	Trilha do boi	A bandeira/carimbo poderia ser atingida com os veículos através de trilha de difícil transposição – necessária a utilização de tração 4x4 e marcha reduzida.	PA04	2004											x	x	
49	Parede molhada	Através de cordas montadas e monitoradas pela organização – tirolesa, “falsa batana”, jumar – era possível a um membro da equipe atingir o carimbo situado em margem oposta de um rio.	PA04	2004				x				x				x	
50	Minotauro	A bandeira/carimbo estava localizada no interior de labirinto construído com arbustos, na cidade de Nova Petrópolis	PA04	2004		x								x		x	
51	Onde está Mitsuly?	O carimbo estava com uma atriz fantasiada da mascote da Mitsubishi na rua coberta na cidade de Gramado. Ao ser encontrada, e caso fosse beijada, ela distribuía aos participantes pastilhas de chocolate Caracol.	PA04	2004			x				x					x	
52	Boi a diesel	O carimbo transitava por trilha demarcada no mapa, em veículo típico da região, chamado tobata. Ele deveria ser localizado pelas equipes.	PA04	2004							x					x	
53	Dedo verde	As equipes deveriam plantar mudas de plátanos ou ipês, fornecidas pela organização, no “Sítio Ecológico Etíel”, na cidade de Serra Grande. Ao ser plantada, a árvore era “adotada” pela equipe e seu desenvolvimento poderia ser acompanhado através de fotos publicadas na internet em site mantido pelo Sítio.	PA04	2004			x			x						x	x
54	Artista	As equipes deveriam soprar cristais na fábrica de cristais de Gramado, produzindo um copo que posteriormente lhes seria enviado.	PA04	2004						x						x	
55	Corredeira	As equipes poderiam atingir a bandeira/carimbo através de pequeno percurso em corredeira (500m) com barcos infláveis fornecidos pela organização – rafting.	PA04	2004				x							x	x	
56	Sobe e desce!	Através de mapa com indicações topográficas, na escala 1:25.000, a partir de um primeiro ponto – bandeira, os veículos deveriam seguir uma trilha e um membro da equipe com uma bicicleta deveria seguir outra, de acordo com as indicações na carta, para se encontrarem em um segundo ponto - carimbo.	PA04	2004											x	x	
57	Infidelidade	Localizado defronte ao cemitério onde jaz o casal documentado pelo livro/filme “O Quatrilho”, as equipes deveriam localizar a bandeira contando apenas com esta história,	PA04	2004							x					x	
58	Usina	Passando por gruta atrás de queda d’água na cidade de Santa Maria do Herval, era possível localizar a bandeira/carimbo em trilha que margeia o rio, aproximadamente 800m distante	PA04	2004				x				x				x	
59	Kid-bala	Uma criança (limite de idade de 12 anos, como exigido no regulamento prévio da etapa) deveria atingir o carimbo através de trenó alpino, existente no Alpen Park da cidade de Canela.	PA04	2004										x		x	
60	Onde está Mitsuly?	As equipes deveriam localizar o mascote da Mitsubishi - atriz fantasiada do personagem Mitsuly – no interior do Parque Municipal Curupira, na cidade de Ribeirão Preto. O carimbo estava com o mascote	RP04	2004			x				x					x	
61	Seu Tarcilo	A bandeira/carimbo estava localizada no percurso de planilha tipo “tulipa” fornecida pela organização. O carimbo estava de posse do Sr. Tarcilo, um morador da região.	RP04	2004										x		x	
62	Piqui	A bandeira/carimbo estava localizada no percurso de trilha ecológica/educacional da Estação Experimental Ambiental de Sertãozinho, do Instituto Florestal do Estado	RP04	2004							x					x	
63	Rancho	As equipes deveriam encontrar, através de coordenadas geográficas demarcadas no mapa fornecido, um rancho na beira do Rio Pardo, onde estava o carimbo.	RP04	2004									x			x	
64	Muuuuu...	As equipes deveriam ordenhar 200ml de leite de uma vaca leiteira localizada em curral construído pela organização na praça central do município de Cruz das Posses.	RP04	2004							x					x	
65	Banana	As equipes deveriam tirar uma foto enquadrando um membro da equipe e um macaco prego para obter o carimbo do PC. Havia diversos macacos na mata Santa Tereza, local indicado no mapa.	RP04	2004			x								x	x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
44	x		x			x		x			x			x	x			
45	x			x		x		x			x			x		x		
46		x	x			x		x				x	x		x		x	
47		x	x			x		x				x	x		x		x	
48		x	x			x			x			x	x		x			
49		x	x			x		x				x			x			
50		x	x			x		x			x		x	x	x			
51	x		x			x	x				x			x		x		
52		x	x			x		x			x			x		x		
53	x		x			x		x			x			x		x		
54	x		x			x		x			x			x	x			
55		x	x			x		x				x	x		x			
56		x	x			x		x				x	x		x		x	
57		x	x			x		x			x			x		x		
58		x	x			x		x				x	x		x			x
59		x	x			x		x				x	x		x			
60		x	x			x		x			x			x		x		
61		x		x		x			x			x	x		x			
62		x	x			x		x			x		x	x	x			x
63		x	x			x		x				x		x	x			
64		x	x			x		x			x			x	x			
65		x	x			x		x				x		x		x		

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais
44										x									
45																	x		
46																			
47																			
48	x																		
49				x		x													
50		x																	
51		x						x											
52		x																	
53											x								
54										x									
55						x													
56																			
57							x												
58																			
59																x			
60		x																	
61																			x
62											x								
63									x										
64								x											
65					x						x								

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
66	Invasão de domicílio	As equipes deveriam, através de fotografia da fachada de uma casa, localizar o "Museu Cândido Portinari", na cidade de Brodowski, ingressar em sua cozinha, onde é reproduzida a cozinha da época em que o pintor residia no imóvel, e descobrir que estava sendo preparada uma "polenta italiana" no seu fogão.	RP04	2004			x				x					x	
67	Cruzeiro	Através de binóculos, era possível localizar na paisagem a bandeira/carimbo do alto do Morro do Cruzeiro, mirante localizado na cidade de Sertãozinho.	RP04	2004											x	x	
68	Zé Goleiro	Através de uma luneta, instalada pela organização, tornava-se possível visualizar a bandeira/carimbo, localizados a 3km de distância. Eles poderiam ser atingidos pelas equipes com a utilização de bicicletas.	RP04	2004											x	x	
69	Gamboa	Deveria ser construída uma jangada com troncos de bananeira, bambus e cordas de sisal, fornecidas pela organização. Com ela, era possível atingir a bandeira/carimbo localizada no centro de um lago.	RP04	2004						x						x	
70	Lenha	Trilha para veículos 4x4 de grande dificuldade, com lama e subidas íngrimes – o carimbo encontrava-se no meio da trilha.	AT05	2005							x					x	
71	Elevador	Nadando até a parte inferior de uma ponte sobre represa, o competidor deveria se fixar a sistema de cordas e ser içado até o carimbo pelos demais membros da equipe	AT05	2005				x							x	x	
72	Elevador	Nadando até a parte inferior de uma ponte sobre represa, o competidor deveria se fixar a sistema de cordas e ser içado até o carimbo pelos demais membros da equipe.	AT05	2005				x					x			x	
73	Matacão	O carimbo encontrava-se no alto de pedra que deveria ser escalada sem cordas – utilizando-se a técnica de boulder, com segurança de corpo e colchões.	AT05	2005				x					x			x	
74	Pedroco do Google	O carimbo encontrava-se em trilha que deveria ser percorrida à pé seguindo-se orientações dadas através de GPS fornecido pela organização e fotografia da imageria de satélite do Google Earth (2005).	AT05	2005										x		x	x
75	Shazzam	Recebiam a pontuação relativa ao PC apenas as equipes que encontrassem as duas metades de um mesmo carimbo, colocadas em pontos distintos da prova.	AT05	2005										x		x	
76	Onde está o Rinolby?	As equipes deveriam encontrar e fotografar nas imediações de PCs, 4 de 10 mascotes de pelúcia da Mitsubishi, escondidos na paisagem.	AT05	2005			x				x					x	
77	Laranjada	Escolhendo a inclinação e a quantidade de pólvora colocada em canhão feito de bambu, as equipes deveriam conseguir lançar, em 3 tentativas, laranjas dentro de pequena lagoa.	AT05	2005	x				x							x	
78	Alto pasto	O carimbo encontrava-se no alto de colina, e somente poderia ser atingido a pé.	AT05	2005											x	x	
79	Bike Safari II	O carimbo encontrava-se no meio de trilha em mata atlântica que deveria ser percorrida com mountain-bike. Os veículos deveriam navegar até o ponto de encontro com o ciclista.	AT05	2005											x	x	
80	Perdidos	O carimbo encontrava-se no meio de trilha em mata-atlantica que poderia ser percorrida somente a pé ou com mountain-bike.	AT05	2005											x	x	
81	Descidas e subidas	O carimbo encontrava-se no meio de trilha que poderia ser percorrida apenas a pé. Os veículos deveriam encontrar os competidores no ponto de chegada.	AT05	2005											x	x	
82	Pato molhado	O carimbo era dado apenas para os nadadores que chegassem a pato-decoy colocado no meio de travessia em represa e dele retirassem um adesivo que simulava um piolho.	AT05	2005			x								x	x	
83	Canoas e caiaques	O carimbo poderia ser atingido por travessia de braço de represa. A equipe poderia escolher uma canoa canadense – com dois remadores – ou um caiaque – com um remador – para chegar até ele.	AT05	2005											x	x	
84	Cartógrafo Maluco	Para receber o carimbo, as equipes deveriam descobrir 3 de 4 jogos de estradas indicadas no mapa corretamente, em oposição a outras 8, falsamente traçadas.	AT05	2005										x		x	
85	Copo de Leite	Para receber o carimbo, as equipes deveriam seguir planilha até local de plantação de copos de leite e colher seis flores em área demarcada – alagadiço.	AT05	2005							x					x	
86	Bota de Judas	Trecho de serra bastante íngreme, trajeto utilizado na etapa Pe.Bernardo-Brasília do Rally dos Sertões de 2005.	BZ05	2005							x					x	
87	Extreme 4x4	Trial para veículos com tração 4x4 de grande dificuldade, com valas profundas, ponte precária, mata fechada. A bandeira encontrava-se no meio do percurso	BZ05	2005				x			x					x	
88	Pedroco do Urubu	Escalada em top-rope com duas dificuldades de vias, 4º e 5º grau. O competidor deveria escolher uma das vias para chegar a um dos carimbos, com pontuação diferente, de acordo com a via.	BZ05	2005				x								x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo ( <i>skopos</i> ) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	<i>paidia</i>	<i>ludus</i>	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
66		x	x			x		x			x			x	x			
67		x	x			x		x				x		x	x			
68		x	x			x		x				x				x		x
69		x	x			x		x				x			x			
70		x	x			x			x			x			x			
71	x			x		x		x				x				x		
72		x	x			x		x				x			x			
73		x	x			x		x				x			x			
74		x	x			x		x				x			x			x
75		x	x			x		x				x		x		x		
76		x	x		x			x			x			x		x		
77		x	x			x		x				x				x		
78		x	x			x		x				x			x			x
79		x	x			x		x				x			x		x	
80		x	x			x		x						x			x	x
81		x	x			x		x				x			x			x
82		x	x			x		x			x				x			
83		x	x			x		x				x			x			
84		x	x			x		x				x		x		x		
85		x	x			x		x			x			x		x		
86		x	x			x		x			x				x			
87		x	x			x			x			x			x			
88		x	x			x		x				x			x			

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
66							x													
67									x											
68																				
69						x														
70	x																			
71				x		x														
72				x		x														
73				x																
74			x																	
75		x																		
76					x															
77													x							
78																				
79																				
80																				
81																				
82						x														
83						x														
84									x											
85								x												
86	x																			
87	x																			
88				x																

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
89	Torcicolo	Através de informações visuais e pelo rádio talk-about, as equipes deveriam encontrar um balão de ar quente que portava o carimbo e chegar até ele, quando estivesse pousado.	BZ05	2005											X	X	
90	João e Maria	Dividindo-se em duas partes, a primeira parte da equipe deveria seguir informações contidas em GPS fornecido pela organização para chegar até o carimbo, marcando o caminho com fita adesiva colorida. A segunda parte da equipe portando o passaporte deveria, então, seguir as marcas até oaquele local.	BZ05	2005									X			X	X
91	Equilíbrio	Para carimbar seu passaporte, os pilotos das equipes deveriam seguir durante 5 min. a seqüência de movimentos de tai-chi realizadas pelo mestre Dada Inocalla, em centro de meditação.	BZ05	2005			X						X			X	
92	Bird Watching	As equipes deveriam fotografar no mínimo 4 aves selvagens com sua câmera digital e apresenta-las ao monitor biólogo no ponto indicado no mapa.	BZ05	2005						X							X
93	Criançada	A bandeira poderia ser atingida através de estrada permitido o trânsito com bikes ou a pé.	BZ05	2005											X	X	
94	Casinha Tosca	A bandeira poderia ser atingida através de trilha em meio a cerrado.	BZ05	2005												X	
95	Cachoeira	A bandeira poderia ser atingida cruzando-se rio sob cachoeira	BZ05	2005												X	
96	Bike candango	A bandeira poderia ser atingida com bicicletas, por trilha e estradas em meio a serrado, de grande dificuldade. Os veículos deveriam seguir até outro ponto para encontro com os ciclistas	BZ05	2005											X	X	
97	Gruta	A bandeira estava localizada no interior de gruta, acessível com a utilização de head-lamps	BZ05	2005				X							X	X	
98	Carimb'o'boi	Para carimbar o passaporte as equipes deveriam selecionar um novilho e toca-lo através de funil e brete. Preso o animal, ele deveria ser carimbado.	BZ05	2005			X								X	X	
99	Sem deixar rastros	Trekking em leito de ribeirão. Dois membros da equipe deveriam seguir pelo leito do rio até outro ponto para onde deveriam seguir os veículos. A bandeira encontrava-se no meio do percurso.	BZ05	2005											X	X	
100	Torcendo o nariz em 15 min.	Um membro da equipe deveria seguir trilha a pé até topo de morro (200m de desnível). No topo deveriam acertar alvo utilizando arco e flecha para receber o carimbo.	BZ05	2005	X				X							X	
101	Erosão	Uma grande erosão impedia o acesso de veículos ao carimbo. Ele poderia ser atingido apenas a pé ou com mountain-bike, seguindo-se trilha marcada no mapa.	BZ05	2005											X	X	
102	Scorpion AT	Para atingir a bandeira era necessária transposição de trilha 4x4 com pedras e mata.	FZ05	2005							X					X	
103	Teleférico	Através de sistema de cordas, a equipe deveria içar um membro conectado a corda principal, por tirolesa, até outro lado de uma vale de 10m de altura, sobre represa.	FZ05	2005				X							X	X	
104	Florisbelas	A equipe deveria identificar e capturar uma nova imagem de 10 entre 56 opções de flores previamente fotografadas.	FZ05	2005									X			X	
105	Andarilhos	Para pontuar, um integrante da equipe deveria realizar o cruzamento a pé da serra de Santo Antônio, por trilha.	FZ05	2005											X	X	
106	Leitura dinâmica	No local de nascimento de Capistrano de Abreu, um membro da equipe deveria ler em voz alta uma página de edição de sua obra Capítulos de História Colonial em no máximo 2 minutos.	FZ05	2005		X					X					X	
107	Sempre Alerta	O carimbo encontrava-se ao final de trilha de escotismo montada segundo curso de pequeno ribeirão.	FZ05	2005						X						X	
108	Cadê o remo?	O carimbo estava em outra extremidade de açude e poderia ser atingido com canoas regionais propulsionadas com varas.	FZ05	2005							X					X	
109	Lava bike	Necessária transposição de trilha alagada utilizando MTBs – o carro encontrava o membro da equipe na outra extremidade da trilha.	FZ05	2005											X	X	
110	Fura Dedo	Para pontuar, um membro da equipe deveria finalizar trabalho de bordado típico da região.	FZ05	2005			X				X					X	
111	Trilha da Mata	Localizado em trilha 4x4, de média dificuldade.	IT05	2005											X	X	
112	Trial 4x4	Trilha planilhada levava ao carimbo, localizado em trial de difícil transposição.	IT05	2005							X					X	
113	Pedras e Cordas	Trilha a pé e rapel na pedra de Paraibuna, para atingir a bandeira e pontuar.	IT05	2005				X					X			X	
114	Rodas e Rodagem	Após responder questionário em museu rodoviário em Monte Serrat, a equipe poderia ter seu passaporte carimbado.	IT05	2005			X		X							X	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
89	x		x			x	x					x	x		x			
90	x		x			x	x					x	x		x			
91	x		x			x	x				x		x		x			
92		x	x			x	x				x			x		x		
93		x	x			x	x					x	x		x		x	x
94		x	x			x	x					x	x		x			x
95		x	x			x	x					x	x		x			x
96		x	x			x	x					x	x		x		x	
97		x	x			x	x						x			x		x
98		x	x			x	x				x			x		x		
99		x	x			x	x					x	x		x			x
100		x	x			x	x					x	x		x	x		x
101		x	x			x	x					x	x		x		x	x
102		x	x			x			x			x	x		x			
103		x	x			x	x					x	x		x			
104		x		x		x	x					x		x		x		
105		x	x			x	x					x	x		x			x
106	x		x			x	x				x			x		x		
107		x	x			x	x				x		x		x			x
108		x	x			x	x				x		x		x			
109		x	x			x	x					x	x		x		x	
110	x		x			x	x				x			x		x		
111		x	x			x			x			x	x		x			
112		x	x			x			x			x	x		x			
113		x	x			x	x					x	x		x			
114		x		x		x		x			x			x		x		

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais
89			x															x	
90			x																
91		x																	
92					x														
93																			
94																			
95						x													
96																			
97														x					
98								x											
99																			
100													x						
101																			
102 x																			
103				x															
104					x														
105																			
106							x												
107						x							x						
108						x													
109																			
110										x									
111 x																			
112 x																			
113				x															
114							x												

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
115	Carro não passa!	O PC poderia ser atingido apenas por bicicleta ou a pé.	IT05	2005												X	X
116	Não perca o Trem!	Através de planilha de horários, um membro da equipe deveria embarcar em uma estação num trem puxado por locomotiva a vapor de 1910, e ser apanhado pelo carro na seguinte.	IT05	2005			X				X						X
117	Armadilhas	O carimbo encontrava-se ao final de circuito com armadilhas – fios e minas – que detonavam bombas sonoras, se disparadas. Disparada a armadilha, a equipe não poderia carimbar seu passaporte.	IT05	2005	X				X								X
118	Traços do Tempo	O carimbo poderia ser obtido após a apresentação de fotos de três elementos arquitetônicos anteriores ao sec. XX, indicados em material de apoio.	IT05	2005							X						X
119	Braçadas	Trecho do Rio Preto deveria ser percorrido com boias – aqua ride. O carimbo encontrava-se no final do percurso.	IT05	2005											X		X
120	Bike Imperial	Um membro da equipe deveria percorrer trilha – através de navegação por mapa e plano altimétrico – parte dela com calçamento original, datado do séc. XVIII.	IT05	2005							X						X
121	Monte Cristo	Um ou mais membros da equipe deveriam se dirigir à base da pedra de Monte Cristo onde estava localizada a bandeira – conta uma lenda de região que um escravo fugido e seu senhor a cavalo encontram-se no interior da pedra, fechada por um raio.	IT05	2005			X				X						X
122	Vertigem	O carimbo estava colocado no alto da torre do cruzeiro – 60m – que deveria ser escalada por escada interna, sendo a descida feita por rapel.	RP05	2005				X					X				X
123	Controle Remoto	Via rádio do alto de uma colina, os integrantes de um dos carros da equipe deveriam dar indicações para os do outro, para que eles pudessem atingir a bandeira.	RP05	2005											X		X
124	Auto Socorro	Para carimbar o passaporte os participantes deveriam descobrir o defeito de um carro – pane no sistema elétrico. Caso possuissem o cartão Unicarid Assistance, contariam com o auxílio de um mecânico.	RP05	2005			X				X						X
125	Asas	As equipes deveriam montar um aeromodelo planador de balsa e fazê-lo voar por pelo menos 8 segundos.	RP05	2005											X		X
126	Dioguinho	As equipes deveriam plotar no mapa, através de coordenadas geográficas, o local onde estava localizado o carimbo, esconderijo de um famigerado bandido da região.	RP05	2005			X				X						X
127	G.I. Joe	Circuito de treinamento militar montado especialmente para a prova, com 14 aparelhos, que deveria ser completado para a equipe pontuar.	RP05	2005	X					X							X
128	Reporter Fotográfico	Localizado em uma das curvas da Mitsubishi Cup, os participantes deveriam fotografar um carro da competição com a máquina digital e levá-lo ao PC 25 para apuração.	RP05	2005										X			X
129	1896	A bandeira estava localizada no interior de antiga beneficiadora de café, localizável através de histórico de informações.	RP05	2005							X						X
130	Lava Rápido	Localizada sob uma cachoeira, a bandeira somente poderia ser atingida com navegação até o local.	RP05	2005											X		X
131	Medieval Times	Os competidores deveriam, montados a cavalo, acertar argolas penduradas em forcas, com um pequeno bastão.	RP05	2005			X				X						X
132	Montanha Russa	Percurso de bicicleta em downhill em estrada com indicação de curvas de nível.	RP05	2005				X							X		X
133	Trilha das Aranhas	Percurso de bicicleta ou a pé em downhill, por trilha fechada na mata.	RP05	2005				X							X		X
134	Nervos de Aço	Um membro da equipe deveria desarmar um detonador que, se disparado, acionava uma bomba de efeito moral, instalada à distância.	RP05	2005	X				X								X
135	Raid das Lagoas	Os carimbos poderiam ser atingidos percorrendo-se trilhas 4x4. Havia 3 níveis de trilhas, da mais fácil à mais difícil.	SA05	2005											X		X
136	Obstáculos	Para se atingir a bandeira, os veículos deveriam ultrapassar pontes precárias e trechos com erosão.	SA05	2005				X			X						X
137	Escala Coco	Um membro da equipe deveria escalar um coqueiro utilizando aparelhos tradicionais de couro e madeira e com segurança de corda para chegar ao carimbo.	SA05	2005				X			X						X
138	Não perca o voo	Um membro da equipe, classificada em prólogo realizado com carros (Mitsubishi 4x4 de brinquedo) a controle remoto, deveria tomar um avião monomotor, exatamente na hora marcada em passagem aérea e localizar a bandeira durante o voo, para ter seu passaporte carimbado.	SA05	2005							X						X
139	Tartarugas Marinhas	Após visita monitorada por guias mirins do Projeto Tamar na Praia do Forte, as equipes deveriam responder pelo menos 3 de 5 questões para ter seu passaporte carimbado	SA05	2005						X							X

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
115		x	x			x		x				x		x			x	x
116	x		x			x		x			x			x				
117		x	x			x		x			x					x		
118		x	x			x		x			x			x		x		
119		x	x			x		x				x						
120		x	x			x		x			x						x	
121		x	x			x		x			x					x		x
122		x	x			x		x				x						
123	x		x			x			x			x						
124		x	x			x			x				x			x		
125		x	x			x		x				x				x		
126		x	x			x		x					x					
127		x		x		x		x					x					
128		x	x			x			x							x		
129		x	x			x		x						x				
130		x	x			x		x					x					x
131		x		x		x		x						x				
132		x	x			x		x					x					x
133		x	x			x		x					x				x	x
134		x	x			x		x						x				
135		x	x			x			x					x				
136		x	x			x			x					x				
137		x	x			x		x						x				
138		x	x			x			x						x			
139	x	x		x		x		x							x			

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
115																				
116							x													
117													x							
118					x		x													
119						x														
120																				
121																				
122				x																
123			x																	
124		x																		
125										x									x	
126							x		x											
127																				x
128					x															
129							x													
130																				
131							x													x
132																				
133																				
134																				x
135	x																			
136	x																			
137				x				x												
138		x																		x
139																				x

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
140	Pegadas na Areia	A bandeira e o carimbo estavam colocados em dunas que deveriam ser percorridas a pé, a partir de ponto onde eram avistadas	SA05	2005											X	X	
141	Barra	A bandeira somente poderia ser atingida a pé, pela travessia da praia de Massarandupió.	SA05	2005											X	X	
142	Do outro lado do rio	A travessia a nado do canal de Subaúma era necessária para se atingir o carimbo.	SA05	2005											X	X	
143	Palha sem alça	As equipes deveriam trançar a alça de uma bolsa, utilizando palha e a técnica de artesanais locais.	SA05	2005						X						X	
144	Zig-zag	Dois ou três membros da equipe utilizaram canoas canadenses durante aproximadamente 50 min. no Rio Imbassai para chegar ao carimbo.	SA05	2005											X	X	
145	O que é que a baiana tem?	Para receber o carimbo a equipe deveria participar da preparação de um acarajé.	SA05	2005			X			X						X	
146	Bike Safari	Um ciclista com capacete deveria percorrer trilha para atingir o carimbo enquanto os veículos com os demais membros da equipe deveriam se dirigir ao ponto de chegada por estradas.	SA05	2005											X	X	
147	Ride & run	Um membro da equipe a pé e outro a cavalo deveriam percorrer trilha entre coqueiral e praia para atingir o carimbo.	SA05	2005											X	X	
148	Café Traçado	Seguindo planilha tipo "tulipa" as equipes deveriam atingir a bandeira através de trilha 4x4.	AT06	2006						X						X	
149	Boi Verde	Para atingir a bandeira era necessária transposição de trilha 4x4 de pequena dificuldade. o carimbo encontrava-se no meio da trilha.	AT06	2006						X						X	
150	Alta-tensão	Trilha de manutenção de linha de alta-tensão onde era necessária a utilização da tração 4x4.	AT06	2006						X						X	
151	Chuchu	A bandeira podia ser vista sobre plantação de chuchu suspensa. o carimbo somente poderia ser atingido por abaixo da plantação	AT06	2006											X	X	
152	Maan Tiquira	As equipes deveriam levar ducks - caiaques infláveis - até o ponto de início de descida de rio com corredeiras cat. 3, por onde dois integrantes da equipe deveriam navegar	AT06	2006				X							X	X	
153	Café Abanado	As equipes deveriam limpar uma medida de café em fruto da maneira tradicional, com peneiras e chapéu típico.	AT06	2006			X			X						X	
154	Pacman	As equipes deveriam planejar a navegação pelo mapa da prova considerando a passagem pelo maior número dos 90 pontos (dots virtuais) nele identificados.	AT06	2006											X	X	X
155	Bike View	Com perfil de altitude e mapa um integrante da equipe deveria escolher o sentido de trilha a ser percorrida com mountain-bike. os veículos deveriam encontrá-lo no ponto de chegada.	AT06	2006											X	X	
156	E.T	Com perfil de altitude, um integrante da equipe deveria escolher o sentido de trilha a ser percorrida com mountain-bike. os veículos deveriam encontrá-lo no ponto de chegada.	AT06	2006											X	X	
157	Sítio Aprazível	Pequena trilha a pé levava até a bandeira.	AT06	2006											X	X	
158	Trem Fantasma	Recebendo 10 fotos de ruínas de estrada de ferro desativada em 1960, as equipes deveriam localizá-las e tirar uma foto com um integrante da equipe posando no local indicado.	AT06	2006			X			X						X	
159	Benjamin Franklin	Recebendo instruções e material apropriado, as equipes deveriam construir uma pipa e fazê-la voar por, pelo menos, 4 minutos.	AT06	2006									X			X	
160	Sabujo	Sentindo o aroma de 5 sachês identificados com letras, as equipes deveriam relacionar, com base nesse sentido, pelo menos 3 de 20 plantas numeradas em sítio ecológico.	AT06	2006			X			X						X	
161	Café Antenado	Trilha a pé que seguia do ponto mais alto da região da prova - onde estavam instaladas diversas antenas de retransmissão - por meio de plantações de café. os veículos deveriam seguir até o ponto de encontro.	AT06	2006											X	X	
162	Mercadinho	O carimbo estava escondido entre as mercadorias de um mercado de beira de estrada rural.	CB06	2006			X			X						X	
163	Avarento	PC negativo - em pedágio localizado em via asfaltada, as equipes que passavam por ele perdiam pontos.	CB06	2006											X	X	
164	Pêssego	Navegando a pé pelo interior de plantação de pêssegos, as equipes poderiam encontrar a bandeira.	CB06	2006											X	X	
165	Olhos de Águia	Navegando através de uma foto de alta resolução, as equipes, a pé ou com bicicleta, deveriam encontrar quatro carimbos localizados em marcos turísticos e museus da cidade histórica da Lapa-PR	CB06	2006			X					X			X	X	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
140		x	x			x						x	x		x			x
141		x	x			x						x	x		x			x
142		x	x			x						x	x		x			
143		x	x			x					x			x	x			
144		x	x			x						x	x		x			
145	x		x			x					x			x	x			
146		x	x			x						x	x		x		x	
147		x	x			x						x	x		x			
148		x	x			x			x			x	x		x			
149		x	x			x			x			x	x		x			
150		x	x			x			x		x	x			x			
151		x	x			x				x			x			x		x
152		x	x			x						x	x		x			
153		x	x			x					x			x		x		
154		x	x		x							x		x		x		
155		x	x			x						x	x		x		x	
156		x	x			x						x	x		x		x	
157		x	x			x						x	x		x			x
158		x	x			x					x			x	x			
159		x	x			x						x		x		x		
160		x	x		x							x		x		x		
161		x	x			x						x	x		x			x
162	x		x			x						x		x		x		
163		x	x			x						x		x	x			
164		x	x			x						x		x		x		
165	x			x	x			x				x		x		x	x	x

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
140																				
141																				
142						x														
143										x										
144						x														
145								x												
146																				
147																x				
148	x											x								
149	x																			
150	x																			
151								x												
152						x														
153								x												
154									x											
155																				
156																				
157																				
158					x		x													
159										x										
160											x									
161																				
162		x																		
163		x																		
164								x	x											
165							x													

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia			
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital	
166	Evel Knievel	A equipe deveria estacionar um veículo sob uma rampa por onde piloto de motocicleta da organização (fantasiado como Evel Knievel) realizava saltos. Um integrante da equipe deveria tirar uma foto exatamente no momento em que o piloto voava sobre o veículo	CB06	2006			x				x							x
167	Encher Linguixa	a equipe deveria preparar uma linguixa da maneira colonial e assá-la para que a equipe seguinte pudesse degustá-la.	CB06	2006			x								x	x		
168	Matinha	O PC poderia ser atingido apenas com bicicleta ou a pé, através de single trek.	CB06	2006											x	x		
169	Pintor de Paredes	De posse de 50 fotos de casas de madeira da região, trabalhadas digitalmente de forma que perderam suas cores, as equipes deveriam localizar e colorir com lápis de cor, pelo menos 10 delas.	CB06	2006							x					x		
170	Pés Molhados	Dois integrantes da equipe deveriam seguir leito de riacho até atingir ponto de encontro para onde deveriam seguir os veículos - a organização e moradores do local promoveram um multirão para limpeza prévia do rio.	CB06	2006							x					x		
171	O Inverno Acabou	Em pequeno curral a equipe deveria segurar uma ovelha e tosquir parte de suas costas com tesouras	CB06	2006											x	x		
172	Pitfall	Trilha a pé de aproximadamente 2,5 km ao lado de parede de arenito na Lapa-PR. Os veículos seguiam para o ponto final da trilha.	CB06	2006											x	x		
173	Araucária	Trilha a pé, no interior de parque biológico com Floresta de Araucárias, deveria ser percorrida por membros da equipe.	CB06	2006							x					x		
174	Bike-bóia	Trilha deveria ser percorrida de mountain-bike. no meio do percurso era necessária a travessia de um rio sobre bóias e segurança de cordas.	CB06	2006											x	x		
175	Colinas	Um integrante da equipe deveria navegar sobre mapa próprio, utilizando mountain-bike. para atingir a bandeira. Os veículos deveriam encontrá-lo no ponto final.	CB06	2006											x	x		
176	Scorpion AT	Para atingir a bandeira era necessária transposição de trilha 4x4 com erosões e pasto.	GO06	2006							x					x		
177	Dakar	Seguindo planilha tipo "tulipa", as equipes trafegavam por trilha fora da área do mapa até o carimbo e a ele retornavam.	GO06	2006							x					x		
178	Hexa	As equipes deveriam marcar dois gols em "zaga" adversária no período de 20 minutos	GO06	2006	x				x							x		
179	Road Runner	As equipes deveriam, durante a prova, obter a foto de uma siriema e levá-la ao local de apuração.	GO06	2006											x	x		
180	Bonança	A bandeira poderia ser atingida por bóia-cross em rio com corredeiras cat. 2.	GO06	2006				x					x			x		
181	Tempestade	A bandeira poderia ser atingida bóia-cross em rio com corredeiras cat. 4.	GO06	2006				x						x		x		
182	Aquaplay	Com balde de 5 litros, os competidores deveriam transportar 20 alevinos vivos até ponto de soltura, rio acima.	GO06	2006							x					x		
183	A Ponte Caiu I	O carimbo poderia ser atingido apenas com mountain-bike ou a pé.	GO06	2006											x	x		
184	A Ponte Caiu II	O carimbo poderia ser atingido apenas com mountain-bike ou a pé.	GO06	2006											x	x		
185	Buffalo Bill	Os competidores deveriam se guiar com bússola através de pastagens contando apenas com referências visuais e azimutes	GO06	2006										x		x		
186	Bike Roça	Trilha de mountain-bike cross country. Os veículos deveriam navegar pelo mapa até o ponto de encontro.	GO06	2006											x	x		
187	Bike Matinha	Trilha de mountain-bike downhill. Os veículos deveriam navegar pelo mapa até o ponto de encontro.	GO06	2006											x	x		
188	Sujinho	Para atingir a bandeira era necessária transposição de trilha 4x4.	IT06	2006							x					x		
189	8x8	Para atingir a bandeira era necessária transposição de trilha 4x4 de difícil transposição, que deveria ser percorrida pelos dois carros da equipe.	IT06	2006							x					x		
190	1897	Utilizando-se de técnica de escalada guiada - através de costuras - um integrante da equipe deveria atingir o carimbo localizado no centro de ponte de linha de trem desativada, construída em 1897.	IT06	2006				x			x					x		
191	Graham Bell	Com cartões telefônicos, as equipes deveriam receber ligações de telefones públicos para os próprios celulares (sabendo que em diversos pontos da área de interesse da etapa era difícil o sinal celular) e seguir para ponto de apuração.	IT06	2006							x					x		x

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
166	x			x		x		x			x			x		x		
167	x		x			x					x			x		x		
168		x	x			x					x		x		x		x	x
169		x	x			x					x			x		x		
170	x		x			x					x		x	x	x			x
171		x	x			x						x		x		x		
172		x	x			x						x		x		x		x
173		x	x			x					x			x		x		x
174		x	x			x						x		x		x		x
175		x	x			x						x		x		x		x
176		x	x			x			x				x		x			
177		x	x			x		x					x		x			
178		x		x	x						x			x		x		
179		x	x			x						x		x		x		
180		x	x			x							x		x			
181		x	x			x							x		x			
182	x		x			x					x			x		x		
183		x	x			x						x		x		x		x
184		x	x			x							x		x		x	x
185		x	x			x							x			x		x
186		x	x			x							x		x		x	
187		x	x			x							x		x		x	
188		x	x			x			x				x		x			
189		x	x			x			x				x		x			
190		x	x			x							x		x			
191	x		x			x					x			x		x		

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
166					x															
167								x												
168																				
169							x													
170						x					x									
171								x												
172																				
173											x									
174						x														
175																				
176 x																				
177												x								
178																x				
179					x															
180						x														
181						x														
182											x									
183																				
184																				
185													x							
186																				
187																				
188 x																				
189 x																				
190				x																
191	x																			

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
192	Bruxa de Blair	Através de planilha tipo "tulipa" as equipes deveriam atravessar o horto florestal de Avelar, onde estava localizado o carimbo.	IT06	2006							x					x	
193	Bike XC	As equipes deveriam escolher a trilha correta - através de medição sobre o mapa da etapa - e percorrê-la com mountain-bike para atingir o carimbo. Os veículos deveriam navegar pelo mapa até o ponto de encontro.	IT06	2006											x	x	
194	Café-Niemeyer	Atingido apenas com mountain-bike ou a pé, o carimbo estava no interior de capela contruída por Oscar Niemeyer, que deveria ser reconhecido através da análise da construção.	IT06	2006							x					x	
195	Carrapato	Dois integrantes da equipe deveriam percorrer trilha a pé localizada em serra, escolhendo qual o ponto de partida e de chegada através das altitudes dos respectivos pontos.	IT06	2006											x	x	
196	Poeta	No local de batismo de Osório Duque Estrada, as equipes deveriam, por sorteio, escrever e recitar três versos do hino nacional brasileiro.	IT06	2006		x					x					x	
197	Agrobusiness	Para obter o carimbo, as equipes deveriam completar três etapas do plantio de tomates - cova e colocação de muda, amarração do caule, colheita e seleção.	IT06	2006							x					x	
198	Bike Trial	Um integrante da equipe deveria percorrer trilha demarcada para bicicleta com diversos obstáculos naturais e artificiais. Para obter o carimbo não poderia ser tocado o chão com os pés durante todo percurso.	IT06	2006											x	x	
199	Piolho	Utilizando-se de duas bóias e cordas, as equipes deveriam montar uma jangada e atingir pato decoy que encontrava-se no meio de lagoa para dele retirar um "piolho" - pequeno adesivo de borracha - e com ele obter o carimbo.	IT06	2006											x	x	
200	Forno de Pizza	Seguindo a pé por trilha demarcada um integrante da equipe deveria realizar rappel de aproximadamente 40m para chegar ao local de encontro com os veículos. Estes, por sua vez, precisavam ultrapassar obstáculo que exigia utilização de tração 4x4.	RP06	2006				x					x			x	
201	4x4	Necessária utilização da tração integral para se atingir carimbo.	RP06	2006									x			x	
202	Ano de 1914	Considerando a data da prova - 1 de abril - as equipes se deparavam com pequena rocha e placa indicando que ela modificava sua cor ao ser friccionada. bastava, porém, que as equipes carimbassem seus passaportes no local, como num PC de passagem.	RP06	2006										x		x	
203	Trilha da Beterraba	Integrantes da equipe deveriam seguir a pé ou com mountain-bike uma planilha "tulipa" até o ponto de encontro com os veículos.	RP06	2006											x	x	
204	Paralelas	Por duas estradas paralelas - com alguns pontos de visão entre elas - cada carro das equipes deveria seguir médias horárias distintas e encontrar o outro no ponto final com no máximo 5 segundos de diferença.	RP06	2006							x					x	
205	Foto Calculada	As equipes deveriam tirar fotos de veículos participantes da MotorSports sendo que a soma de seus Algarismos resultasse em múltiplo de 3.	RP06	2006							x					x	
206	Bridge Quest	Dadas aos competidores 50 fotos de pontes da região da prova, devidamente numeradas no mapa geral, as equipes deveriam relacionar pelo menos 10 delas e seguir para ponto de apuração.	RP06	2006										x		x	
207	Efeito Estufa	Em horto florestal estadual as equipes deveriam plantar mudas de plantas ao lado de lagoa.	RP06	2006							x					x	
208	Nêgo Moraes	O carimbo encontrava-se no interior de caverna que somente poderia ser atingida com a utilização de mountain-bikes.	RP06	2006											x	x	
209	Dose Dupla	Para obtenção do carimbo do PC, os competidores deveriam encontrar outros dois carimbos em trilha a pé: um atrás de véu de cachoeira e outro no interior de caverna.	RP06	2006											x	x	
210	Pedroco	Pequena trilha a pé levava até a bandeira.	RP06	2006												x	
211	Tobogã	Trecho de rio com corredeiras cat. 2 feito com boia-cross. Os veículos seguiam mapa até o local de encontro.	RP06	2006												x	
212	Bruxa de Blair	Trilha a pé entre mata em reconstrução para chegar à bandeira.	RP06	2006												x	
213	Luz no Fim do Túnel	Trilha a pé levava a travessia de caverna - demarcada com "light sticks" - onde se encontrava o carimbo.	RP06	2006											x	x	
214	Cava do Bichinho	Antiga estrada deveria ser seguida por um membro da equipe com mountain-bike. Os demais deveriam ultrapassar trilha 4x4 leve para chegar ao local de encontro.	TI06	2006												x	
215	Choveu	Para atingir a bandeira era necessária transposição de trilha 4x4 com obstáculo de difícil transposição - erosão.	TI06	2006												x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
192		x	x			x					x		x	x	x			
193		x	x			x						x			x		x	
194		x	x			x						x		x	x		x	x
195		x	x			x						x			x			x
196 x			x			x					x			x	x			
197 x			x			x					x			x	x			
198		x	x			x			x			x			x		x	
199		x	x			x					x				x			
200		x	x			x			x			x			x			x
201		x	x			x			x			x			x			
202		x	x			x					x			x		x		
203		x	x			x						x		x			x	x
204		x	x			x						x			x			
205 x			x			x			x			x				x		
206		x	x			x					x					x		
207		x	x			x					x				x			
208		x	x			x						x		x			x	
209		x	x			x						x		x				x
210		x	x			x						x			x			x
211		x	x			x						x			x			
212		x	x			x						x			x			x
213		x	x			x						x			x			x
214		x	x			x				x		x			x		x	
215		x	x			x				x		x			x			

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais		
192											x	x									
193																					
194							x														
195									x												
196							x														
197								x													
198																					
199						x															
200	x			x																	
201	x																				
202		x																			
203																					
204																					
205					x																
206					x																
207											x										
208														x							
209														x							
210																					
211						x															
212																					
213														x							
214	x																				
215	x																				

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia			
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital	
216	Satélite	Contando apenas com as coordenadas geográficas da localização de dois carimbos as equipes deveriam atingir um deles com a utilização de GPS.	TI06	2006											x		x	x
217	Pontuação extra	As equipes que completassem a Trindade (PCs 16, 21 e 25 - grandes igrejas do sec. XVIII construídas nos pontos mais altos da região da prova) recebiam pontuação extra.	TI06	2006							x						x	
218	Duas Faces	Dois integrantes da equipe deveriam seguir trilha em uma face da Serra de São José e descer pela outra navegando através de mata, sem trilha, apenas com a bússola.	TI06	2006												x	x	
219	Farinha	Em antigo moinho d'água, as equipes deveriam debulhar duas espigas de milho e obter uma medida de farinha.	TI06	2006							x						x	
220	Rally Colonial	Munidos de fotos trabalhadas digitalmente e glossário, as equipes deveriam identificar os elementos arquitetônicos faltantes em 10 de 26 construções do centro histórico de Tiradentes.	TI06	2006											x		x	
221	Na Beira do Rio	O carimbo encontrava-se no meio de trilha que deveria ser seguida por dois integrantes, um a pé e o outro a cavalo.	TI06	2006												x	x	
222	East African Safari Rally	O carimbo localizava-se no interior de veículo da década de 60, em museu do automóvel de Vitoriano Veloso.	TI06	2006							x						x	
223	Pimentas	Os competidores deveriam completar pequeno artesanato em madeira, típico da região, pintando escultura de pimenta	TI06	2006							x						x	
224	Planeta Água	Um integrante da equipe deveria navegar por pequeno trecho de rio com bóia e coletar uma amostra de água. ao final, essa amostra deveria ser analisada com equipamentos montados no local - análise biológica. análise química posterior foi disponibilizada para os competidores através da internet.	TI06	2006				x									x	
225	Maestro!	Para pontuar, um integrante da equipe deveria reger a Lira Cecilianiana - orquestra da cidade de Prados - por 2 minutos, sem ocorrer (grande) variação do andamento.	TI06	2006				x									x	
226	Bike das Porteiras	Um integrante da equipe deveria seguir trilha com mountain-bike escolhendo previamente um de dois pontos de encontro para a reunião com os veículos - eram fornecidos mapas e planos altimétricos.	TI06	2006											x		x	
227	Se Chover, Fica	Travessia longa com carros 4x4 e vários trechos de alagados e trial para atingir a bandeira. Alta dificuldade.	AR07	2007													x	
228	Rola Cabrito	Para atingir a bandeira era necessário rappel a partir de cume atingido a pé.	AR07	2007													x	
229	Pinga-pinga	Os veículos deveriam seguir ponto a ponto as coordenadas da trilha para chegar ao carimbo	AR07	2007													x	
230	Ponto G	Para pontuar, era necessário atingir um local não indicado graficamente, mas apenas como waypoint inserido em receptor GPS.	AR07	2007													x	x
231	Rali do Lourí II	Rally de regularidade com 7 PCs virtuais	AR07	2007													x	
232	Duas Caras	A equipe deveria escolher integrantes para atingir dois cumes em colinas localizadas uma de cada lado da estrada. Apenas com os dois carimbos (duas metades da figura correspondente) o PC era completado	AR07	2007													x	
233	Marca barbante	As equipes deveriam completar artesanato de porta celulares com barbantes, típico da região onde se desenvolveu a etapa.	AR07	2007				x									x	
234	Indiana Jones	As equipes deveriam localizar 3 pontos indicados em croquis histórico da cidade de São João Marcos, do sec. XVIII, onde hoje só existem ruínas.	AR07	2007													x	
235	Frango Zoiúdo	As equipes deveriam obter foto do engraçado logo de granja comum da região.	AR07	2007													x	
236	Em algum lugar do passado	As equipes deveriam seguir o procedimento de conservação e catalogação de acervo histórico documental da cidade de São João Marcos, do sec. XVIII, acompanhando técnicos da Prefeitura de Rio Claro-RJ.	AR07	2007													x	
237	Bike Bamboo	Travessia de colina utilizando mountain-bike. A equipe deveria seguir para o ponto de encontro e resgatar o ciclista com passaporte/carimbo.	AR07	2007													x	
238	Fio Dental	Travessia de serra a pé, cujo sentido deveria ser escolhido pela análise de perfil de altimetria.	AR07	2007													x	
239	Trilha do Ouro	Trilha a pé em calçamento da estrada real, necessária para atingir a bandeira.	AR07	2007													x	
240	Ruínas dos amantes	Um integrante da equipe deveria atingir a bandeira atravessando alagadiço, a pé e com coletes salva-vidas.	AR07	2007													x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo ( <i>skopos</i> ) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	<i>paidia</i>	<i>ludus</i>	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
216		x	x			x						x		x		x		
217		x	x			x					x			x	x			
218		x	x			x						x			x			x
219		x	x			x					x			x	x			
220		x		x		x					x			x	x			
221		x	x			x						x	x		x			x
222		x	x			x				x				x	x			
223	x		x			x			x		x			x	x			
224	x		x			x					x		x	x	x			
225	x		x			x					x			x	x			
226		x	x			x						x	x		x		x	
227		x	x			x				x			x		x			
228		x	x			x						x	x		x			
229		x	x			x						x			x			
230		x	x			x						x	x			x		
231		x		x		x						x	x			x		
232	x		x			x							x	x	x			x
233		x	x			x					x			x		x		
234		x	x			x					x			x		x		
235		x	x			x					x			x		x		
236	x		x			x					x			x	x			
237		x	x			x						x	x		x		x	
238		x	x			x						x	x		x			x
239		x	x			x					x		x		x			x
240		x	x			x						x	x		x			

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
216			x																	
217							x													
218									x											
219								x												
220					x		x													
221																x				
222							x													
223										x										
224						x					x									
225																	x			
226																				
227	x																			
228				x																
229			x																	
230			x																	
231																				
232																				
233										x										
234							x													
235					x															
236							x													
237																				
238																				
239																				
240						x														

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia			
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital	
241	Toras	A equipe deveria construir uma ponte com toras de madeira e orientar o piloto na travessia.	BH07	2007				x					x			x		
242	Topázio	Para atingir a bandeira era necessária transposição de trilha demarcada para autos em mina de topázio.	BH07	2007				x			x					x		
243	Uaimi	Rappel em cachoeira para um integrante da equipe chegar ao carimbo e voltar ao ponto de partida por trilha a pé.	BH07	2007				x					x			x		
244	Unidos por um Fio	A equipe deveria tecer um tapete com fios coloridos, típico da região	BH07	2007							x					x		
245	Diamantes Lapidados	A equipe deveria finalizar a escultura da logo marca Mitsubishi, em pedra sabão.	BH07	2007							x					x		
246	Guayaba Imperial	a equipe deveria produzir um doce de goiaba em cozinha do sec. XVIII, com tachos de cobre sobre fogão à lenha.	BH07	2007				x							x	x		
247	Andorinhas	As equipes deveriam seguir planilha para conduzi-las através de APA demarcada no mapa.	BH07	2007						x						x		
248	Casinhas Divinas	As equipes deveriam identificar igrejas na cidade de Ouro Preto, montar e colar as respectivas maquetes sobre imagem-tabuleiro, fornecidas em papel.	BH07	2007							x					x		
249	Alto do Catete	Pelo menos dois integrantes da equipe deveriam seguir trilha a pé para atingir a bandeira em topo de colina – os veículos deveriam navegar até o ponto de encontro.	BH07	2007											x	x		
250	1782	Trilha de 1h40 de duração da antiga estrada real – os competidores deveriam completá-la a pé ou com mountain-bike.	BH07	2007							x					x		
251	Carvão	Trilha downhill em reflorestamento de pinus para mountain-bike por um integrante da equipe. os veículos deveriam se dirigir ao ponto de encontro.	BH07	2007												x	x	
252	Casa de Pedra	Para pontuar, as equipes deveriam encontrar e visitar ruínas do sec. XVII, onde se localizava a bandeira e carimbo.	BH07	2007											x		x	
253	Pac Man II	As equipes deveriam navegar através de mapa buscando “dots” e “frutas” e evitando os “fantasmas”, todos virtuais	BS07	2007											x			x
254	Cinema	Através de coordenadas geográficas as equipes deveriam localizar o carimbo, que apenas poderia ser atingido a pé.	BS07	2007												x	x	x
255	Patinho Feio	Um integrante da equipe deveria nadar até uma bóia, retirar e montar um pequeno patinho de isopor e enganchá-lo na fila de patinhos localizada em outra bóia, nadando também até o ponto de partida.	BS07	2007												x	x	
256	Meio do Rio	A bandeira estava localizada em trilha no leito de rio, acessível a pé. Era necessário atingi-la para pontuar.	BS07	2007												x	x	
257	Vigilantes do Peso	As equipes deveriam apanhar ovelhas de exposição e pesá-las corretamente em equipamento próprio para ganhar o carimbo.	BS07	2007				x								x	x	
258	Geleca	As equipes deveriam finalizar o processo de coleta de latex em seringueiras para obter o carimbo.	BS07	2007							x						x	
259	Cerrado	Trilha de 1h de duração, passando ao longo de leito de rio, para ser percorrida por integrante da equipe a pé ou com mountain-bike.	BS07	2007												x	x	
260	Tamanho não é Documento	Um integrante da equipe deveria capturar, medir e classificar alevinos a (de acordo com tabela fornecida) para receber o carimbo.	BS07	2007							x						x	
261	Bike Beleza	Um integrante da equipe deveria seguir trilha de mountain-bike até o ponto de encontro, para onde deveriam se dirigir os veículos.	BS07	2007													x	x
262	Temporada de Caça	Uma equipe deveria fotografar uma concorrente através de alvo transparente, levando a foto para PC de apuração para pontuar..	BS07	2007	x							x					x	x
263	Mit Challenge	Pequena prova de corrida de aventura envolvendo trekking, técnicas verticais, natação, ciclismo e trilhas 4x4.	CA07	2007				x									x	
264	São Longuinho	A partir de coordenadas obtidas através de charada, os competidores deveriam localizar a bandeira/carimbo utilizando GPS através de trilha 4x4.	CA07	2007												x	x	x
265	Energia Alternativa	As equipes deveriam coordenar o embarque e desembarque de integrantes em trem maria fumaça, deixando-os em horário determinado em uma estação e colhendo-os em outra.	CA07	2007				x									x	
266	Easy Riders	As equipes deveriam obter fotos de seus integrantes em determinados tipos de motocicletas, abundantes na região.	CA07	2007				x									x	x

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
241	x		x			x			x		x	x			x			
242		x	x			x			x	x		x			x			
243		x	x			x			x		x	x			x			
244	x		x		x				x	x			x			x		
245	x			x		x			x	x			x			x		
246		x	x			x			x	x			x			x		
247		x	x			x			x	x			x		x			x
248		x		x	x				x	x			x			x		
249		x	x			x			x		x	x			x			x
250		x	x			x			x		x	x			x		x	x
251		x	x			x			x		x	x			x		x	
252		x	x			x			x	x			x			x		
253		x		x	x		x			x			x			x		
254		x	x			x			x		x		x			x		
255		x	x			x			x	x		x			x			
256		x	x			x			x		x	x			x			x
257		x	x			x			x	x			x			x		
258		x	x			x			x	x			x		x			
259		x	x			x			x		x	x			x		x	x
260		x	x			x			x				x			x		
261		x	x			x			x		x	x			x		x	
262		x	x			x			x	x			x			x		
263		x		x		x			x		x	x			x		x	x
264		x	x			x			x		x	x	x			x		
265	x		x			x			x	x			x			x		
266	x		x			x			x	x			x			x		

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
241	x																			
242	x																			
243				x																
244										x										
245										x										
246							x	x												
247											x									
248							x													
249																				
250																				
251																				
252							x													
253	x								x											
254			x																	
255		x						x												
256								x												
257									x											
258									x											
259																				
260									x											
261																				
262						x														
263	x			x				x												
264	x		x																	
265										x										
266																				

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
267	Horizonte Perdido	Em observatório giratório da região, as equipes deveriam localizar cenas previamente descritas e determinadas pelos organizadores.	CA07	2007										x		x	
268	Cipó	Para obter o carimbo as equipes deveriam produzir artesanato típico da região, que utiliza cipós.	CA07	2007			x				x					x	
269	Hell's Kitchen	Para obter o carimbo as equipes deveriam seguir todas as etapas de preparo do "frango caipira ao molho pardo".	CA07	2007			x				x					x	
270	Espírito Santo	Trilha que deveria ser percorrida com mountain-bike dentro de antiga fazenda do ciclo do café.	CA07	2007							x					x	
271	Lama Negra	Trecho de trial com atoleiro para veículos 4x4, cuja transposição era necessária para se atingir a bandeira.	CB07	2007							x					x	
272	Copas	Era necessário passar circuito de arborismo para se atingir a bandeira localizada em copas de árvores.	CB07	2007				x							x	x	
273	Uno, Due, Cinque!	Para ganhar o carimbo as equipes deveriam contar corretamente o placar de jogo de mora, em que participavam jogando contra imigrantes locais.	CB07	2007			x				x					x	
274	Madeeeeeeiraaaaaa!!!	Os veículos deveriam seguir tulipas em planilha para atingir o carimbo	CB07	2007											x	x	
275	Tarântula	As equipes deveriam cantar e seguir os passos de grupo folclórico local de Tarantela para ganhar o carimbo.	CB07	2007			x				x					x	
276	Concombre	Para ganhar o carimbo as equipes deveriam alimentar avestruzes com pepinos.	CB07	2007											x	x	
277	XC do Véio	Pelo menos dois integrantes da equipe optavam entre mountain-bike ou trekking para chegar até o ponto de encontro com os veículos.	CB07	2007											x	x	
278	Gertrudes	Necessária travessia de trilha em caverna com lanternas para se chegar ao carimbo.	CB07	2007				x						x		x	
279	Pinos	Trilha em reflorestamento de pinus que deveria ser percorrida com mountain-bike. os veículos deveriam se dirigir até o ponto de encontro.	CB07	2007												x	x
280	Pingüim	Um integrante da equipe deveria utilizar bóias para percorrer pequeno trecho de rio com águas gélidas.	CB07	2007				x					x			x	
281	Mato sem cachorro	Trecho com mata nativa de difícil travessia utilizando tração integral nos veículos	SJ07	2007				x								x	x
282	Alta Montanha	Simulação de escalada "a francesa" – dois competidores eram unidos por cordas para atingir a bandeira em topo de colina e voltar ao ponto de partida.	SJ07	2007				x			x					x	
283	Tropeiro	Um integrante da equipe deveria seguir trecho a cavalo mantendo média horária, seguindo as marcações do percurso cada 250mts e calculando o tempo correto.	SJ07	2007							x					x	
284	Sítio do Pica-Pau Amarelo	A partir de leitura atenta e análise de texto descritivo de Lobato (caminho de cozinha a cachoeira) os competidores deveriam encontrar a bandeira em sítio onde viveu o escritor.	SJ07	2007			x				x					x	
285	Memória Verde	A partir de análise de várias mudas de espécies nativas expostas em cartilha exposta no início de trilha ecológica, os competidores deveriam identificar espécies numeradas em meio a mata nativa.	SJ07	2007							x					x	
286	Trilha Perdida	Antiga trilha marcada em mapa oficial editado pelo IBGE – competidores deveriam seguir de bike, escolhendo a direção do percurso através de perfil de altitude.	SJ07	2007							x					x	
287	Papel Amigo	Atelier de produção de papel reciclado – os competidores deveriam produzir uma folha de papel para receber o carimbo.	SJ07	2007									x			x	
288	Jeca	Os competidores deveriam convencer um morador local – que contivesse 4 características do personagem descrito em texto de Monteiro Lobato - a tirar uma foto com integrantes da equipe.	SJ07	2007			x				x					x	
289	Urupês	Os competidores deveriam encontrar uma amostra de "orelha-de-pau" – o saçi – e levá-la para apuração para receber o carimbo.	SJ07	2007			x				x					x	
290	Altos e Baixos	Trecho longo de bike com travessia de serra – escolha do percurso através de perfil de altitude – os veículos deveriam navegar até o ponto oposto e receber a pontuação do PC.	SJ07	2007											x	x	
291	Serpente	Um membro da equipe deveria utilizar caiaque monoplace para atingir a bandeira em rio sinuoso e voltar ao ponto de partida.	SJ07	2007											x	x	
292	A corda acabou	A bandeira poderia ser acessada através de rappel em ponte de ferro, com corda terminando 1,5m sobre leito de rio.	BH08	2008				x						x		x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
267		x	x			x		x				x		x				
268		x	x			x		x			x			x		x		
269	x		x			x		x			x			x		x		
270		x	x			x		x				x	x		x		x	
271		x	x			x			x			x	x		x			
272		x	x			x		x				x	x		x			
273		x		x	x			x			x			x		x		
274		x	x			x			x			x	x		x			
275	x		x			x		x			x			x		x		
276		x	x			x		x				x		x		x		
277		x	x			x		x				x	x		x		x	x
278		x	x			x		x				x	x			x		x
279		x	x			x		x				x	x		x		x	
280		x	x			x		x				x	x		x			
281		x	x			x			x			x	x		x			
282		x	x			x		x			x		x		x			
283		x	x			x		x				x	x		x			
284		x	x			x		x			x			x		x		
285		x	x			x		x				x		x		x		
286		x	x			x		x				x	x		x		x	
287		x	x			x		x			x			x		x		
288	x		x			x		x			x			x		x		
289		x	x		x			x			x			x		x		
290		x	x			x		x				x	x		x		x	
291		x	x			x		x				x	x		x			
292		x	x			x		x				x	x		x			

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
267									x											
268										x										
269								x												
270																				
271	x																			
272				x																
273		x																		
274												x								
275																	x			
276								x												
277																				
278														x						
279																				
280						x														
281	x																			
282				x																
283												x				x				
284							x													
285											x									
286																				
287										x	x									
288					x															
289					x															
290																				
291																				
292				x																

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
293	Serac	Utilizando uma escada de escalada para serac, os competidores deveriam escalar pequena parede rochosa sobre lagoa para chegar ao carimbo.	BH08	2008				x					x			x	
294	Celulá num é só prá falá	Utilizando um celular Nokia previamente programado com waypoints/GPS, os competidores deveriam encontrar algumas bandeirolas posicionadas à volta de ponto central em raio de 500m.	BH08	2008						x						x	x
295	Tulipas	Os competidores deveriam seguir planilha com tulipas, identificando os adesivos de croquis correspondentes aos espaços em branco e colando-os corretamente no local apropriado.	BH08	2008						x						x	
296	O caçador de esmeraldas	As equipes deveriam localizar no museu dos escravos uma pintura onde era identificado o local do carimbo – marco do local onde esteve o corpo de Fernão Dias, o bandeirante.	BH08	2008				x						x		x	
297	Peguei a mexerica, abracei as duas gerações e fui embora de trem	As equipes precisavam obter fotos de imagens características da região (competidor colhendo mexerica no pé, abraçando criança e idoso e com a imagem de um trem ao fundo) para ganhar o carimbo.	BH08	2008				x			x					x	
298	Trilha da Vaca	Através de estudo do mapa e curvas de altitude, os competidores escolhiam qual sentido percorrer trilha com mountain-bike para chegar ao carimbo.	BH08	2008										x		x	
299	Em cana	Em elaborado centro/fazenda produtor, as equipes deveriam identificar os diversos pontos e momentos de produção de cachaça, a partir de mapa em alta definição	BH08	2008						x						x	
300	Flor de diamantes	Os competidores deveriam fazer artesanato de bucha vegetal (logo Mitsubishi) para conquistar o carimbo.	BH08	2008							x					x	
301	O jogo dos sete erros	Pela análise de representação cartográfica de uma região, os competidores deveriam identificar quais elementos estavam errados.	BH08	2008										x		x	
302	O velho caminho para boa morte	Travessia de serra utilizando mountain-bike em trecho da antiga estrada real. os veículos se deslocavam até o ponto de encontro.	BH08	2008							x					x	
303	Caça às bandeirolas	Em diversos pontos da prova haviam bandeirolas cuja localização era conhecida apenas através de coordenadas. Com três delas, as equipes conquistavam a pontuação do PC	CB08	2008											x	x	
304	Cadê o Sinal	Para receber o carimbo, as equipes deveriam encontrar região com sinal e mandar um SMS a determinado número que, em resposta, enviava a localização do carimbo.	CB08	2008						x						x	x
305	Cor Sim, Cor Não	Cada veículo da equipe recebia referências intercaladas para chegar ao final de trilha indicada por tulipas.	CB08	2008											x	x	
306	Menino do dedo verde	As equipes deveriam plantar mudas de árvores nativas durante a prova e em determinados locais, comprovando a atividade através de fotografia.	CB08	2008									x			x	
307	Moranguitos com Chantilly	As equipes deveriam seguir todos os passos do plantio do morango e, simultaneamente, preparar um creme chantilly, para obter a pontuação do PC.	CB08	2008											x	x	
308	Abduzido	Longa travessia de serra, em reflorestamento e mata nativa, a pé ou com mountain-bike, por pelo menos 2 integrantes da equipe para se atingir o carimbo.	CB08	2008											x	x	
309	Slalom	Para chegar ao carimbo, os competidores deveriam descer ladeira de grama utilizando mountain-board.	CB08	2008				x					x			x	
310	Lontras	Para chegar ao carimbo, um integrante da equipe deveria descer trecho de rio com pedras utilizando bóia.	CB08	2008				x					x			x	
311	Tambor e Baliza	Para conquistar o carimbo, um integrante da equipe deveria percorrer circuito de tambor e baliza em pista de areia, a cavalo, cumprindo tempo máximo,	CB08	2008				x							x	x	
312	Bike or Die!	Trecho de trial para mountain-bike, que deveria ser percorrido pelo competidor sem colocar os pés no chão (associação ao vídeo-game Bike or Die!, para PalmTops.	CB08	2008										x		x	x
313	Eu sou 4x4	Os veículos deveriam utilizar a tração 4x4 para chegar ao carimbo	FL08	2008							x					x	
314	Cine Planilha	Utilizando um celular Nokia, as equipes deveriam seguir filme em 1ª pessoa do percurso, produzido pelos organizadores.	FL08	2008				x			x					x	x
315	O Lenhador	Dois competidores deveriam serrar uma tora de madeira utilizando serrote duplo tradicional para ganhar o carimbo.	FL08	2008							x					x	
316	Idéia Iluminada	As equipes deveriam abordar moradores e convencê-los a trocar lâmpadas incandescentes por lâmpadas econômicas, que levavam consigo.	FL08	2008				x			x					x	
317	Saltos	As equipes deveriam identificar e atingir navegando pelo mapa da etapa algumas cachoeiras previamente fotografadas para conquistar o carimbo.	FL08	2008										x		x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
293		x	x			x		x				x		x				
294		x	x		x				x				x		x			
295		x	x			x					x		x		x			
296		x	x			x				x			x			x		
297	x		x			x				x			x			x		
298		x	x			x					x		x		x		x	
299		x	x			x				x			x			x		
300	x		x			x	x				x		x			x		
301		x	x			x				x			x			x		
302		x	x			x					x		x		x		x	
303		x	x			x					x		x			x		
304		x	x			x					x		x			x		
305		x	x			x					x		x		x			
306	x		x			x					x		x			x		
307		x	x			x					x		x		x			
308		x	x			x					x		x		x		x	x
309		x	x			x					x		x			x		
310		x	x			x					x		x		x			
311		x		x		x					x		x			x		
312		x		x		x					x		x			x		x
313		x	x			x			x		x		x		x			
314	x		x			x			x				x		x			
315		x	x			x					x		x		x			
316	x		x			x					x		x			x		
317		x	x			x					x		x			x		

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais
293				x															
294			x																
295												x							
296							x												
297					x														
298																			
299								x											
300										x									
301									x										
302																			
303			x																
304			x																
305												x							
306											x								
307								x											
308																			
309															x				
310						x													
311																x			
312																			
313	x																		
314			x																
315		x					x												
316											x								
317					x														

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
318	<i>Pra onde eu vou?</i>	<i>Com três entradas e saídas possíveis e um carimbo central, os competidores deveriam utilizar mountain-bike para percorrer a trilha e combinar com a equipe o local de reencontro</i>	FL08	2008											X	X	
319	<i>Linha Vermelha</i>	<i>Os competidores deveriam seguir referências e distâncias para atingir 3 carimbos a pé e retornar ao ponto de partida.</i>	FL08	2008											X	X	
320	<i>Linha de Montagem</i>	<i>Para ganhar o carimbo, as equipes deveriam montar miniatura de carro de madeira e adesivá-lo de acordo com o mapa de adesivagem do evento.</i>	FL08	2008							X					X	
321	<i>Cadê meu Candidato?</i>	<i>Para obter o carimbo, as equipes deveriam (em época de eleição em zona rural saturada de propagandas eleitorais) localizar um candidato e sua placa-propaganda, tirando uma foto junto com ambos.</i>	FL08	2008			X				X					X	
322	<i>Arena do Laço</i>	<i>Para obter o carimbo, um competidor deveria laçar um “boi” de lata, em centro de treinamento de rodeios.</i>	FL08	2008			X				X					X	
323	<i>Serviço de Inteligência Fotográfica</i>	<i>Para pontuar, equipes deveriam localizar e fotografar 4 de 7 animais silvestres habitantes da região do evento.</i>	FL08	2008									X			X	
324	<i>Sobre as Cartas</i>	<i>Travessia de serra de 1h com base em cartas de navegação e utilizando mountain-bike.</i>	FL08	2008									X			X	
325	<i>Galileu Galilei</i>	<i>Para ganhar o carimbo as equipes deveriam fazer pêndulo com cordas em antiga ponte de ferro.</i>	GR08	2008				X					X			X	
326	<i>Escala Reduzida</i>	<i>A equipe deveria atingir a pé 5 pontos marcados em mapa com foto de alta definição para conquistar o carimbo do PC</i>	GR08	2008											X	X	X
327	<i>Bike Pinus</i>	<i>Um integrante da equipe deveria seguir em reflorestamento de pinus através de coordenadas dadas com GPS, utilizando mountain-bike.</i>	GR08	2008											X	X	X
328	<i>Perspectiva do Pintor</i>	<i>Através de reprodução de pintura a óleo, as equipes deveriam localizar a perspectiva do pintor da tela, onde estava localizado o carimbo.</i>	GR08	2008									X			X	
329	<i>Frutinha</i>	<i>As equipes deveriam identificar 3 tipos de maçãs e 2 de mexicanas, com os olhos vendados, a partir da cartilha de características que era fornecida.</i>	GR08	2008						X				X		X	
330	<i>O santo nome</i>	<i>Através de algumas fotos, as equipes precisavam identificar igrejas que constavam do mapa e os seus respectivos santos padroeiros.</i>	GR08	2008							X					X	
331	<i>Azimute</i>	<i>Cada veículo deveria seguir uma planilha separada, onde eram indicadas distâncias e rumos, até o ponto de encontro.</i>	GR08	2008											X	X	
332	<i>Serra do Rola Pedras</i>	<i>Descida de serra em trilha estilo down-hill que deveria ser feita com mountain-bike</i>	GR08	2008				X							X	X	
333	<i>Do milho à farinha</i>	<i>Em antigo moinho movido a água as equipes deveriam identificar as etapas da produção da farinha, a partir do milho.</i>	GR08	2008						X	X					X	
334	<i>Rolê do Ingo</i>	<i>Para ganhar o carimbo as equipes deveriam completar uma volta rápida em kartódromo, abaixo do tempo estipulado pela organização.</i>	GR08	2008				X					X			X	
335	<i>Silêncio</i>	<i>Um integrante da equipe deveria seguir trilha a pé subindo pequeno monte até chegar ao carimbo, no topo de pedras.</i>	GR08	2008											X	X	
336	<i>Nós somos 4x4!</i>	<i>Para chegar ao carimbo, as equipes deveriam escolher entre 3 entradas e saídas de trilhas onde era necessária a utilização da tração integral</i>	MC08	2008							X					X	
337	<i>Toma a Tua Linha!</i>	<i>Três carimbos com pontuações distintas, de acordo com a dificuldade e escolha do competidor, encontravam-se no topo de vias de escalada tipo top-rope.</i>	MC08	2008				X					X			X	
338	<i>Marcapasso</i>	<i>Com a distância limite de 8 km percorridos, os competidores deveriam atingir 3 de 5 bandeiras espalhadas em reflorestamento de eucaliptos inteiramente mapeado.</i>	MC08	2008											X	X	
339	<i>Magela de Sta. Branca</i>	<i>Acompanhando o trabalho de artista, as equipes deveriam deixar uma frase sobre o evento – esta frase faria parte da composição final da obra.</i>	MC08	2008			X				X					X	
340	<i>Florisbellas II</i>	<i>Em orquidário, os competidores deveriam identificar nomes das flores expostas, que foram previamente fotografadas</i>	MC08	2008									X			X	
341	<i>Energia</i>	<i>Em usina-museu operacional datada de 1913, um competidor deveria buscar carimbo no topo da barragem percorrendo trilha enquanto outro “gastava energia” em bicicleta ergométrica ligada a roda d’água.</i>	MC08	2008							X					X	
342	<i>Mantimentos TP</i>	<i>Localização e recuperação de mantimentos lançados de aeronave, sobre a região do evento, dariam pontos para as equipes.</i>	MC08	2008									X			X	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
318		x	x			x						x			x		x	
319		x	x			x						x			x			x
320		x	x			x						x		x				
321	x		x			x			x			x		x		x		
322		x	x			x						x		x		x		
323		x	x		x							x		x		x		
324		x	x			x							x		x		x	
325		x	x			x							x			x		
326		x	x			x							x		x			x
327		x	x			x							x			x		x
328		x	x			x							x			x		
329		x	x			x							x			x		
330		x	x			x						x		x		x		
331		x	x			x							x		x			
332		x	x			x							x		x		x	
333		x	x			x						x		x		x		
334		x		x		x						x		x		x		
335		x	x			x							x		x			x
336		x	x			x			x				x			x		
337		x	x			x							x			x		
338		x	x			x							x		x			
339	x		x			x						x		x		x		
340		x	x			x							x		x			
341		x	x			x						x		x			x	
342		x	x		x							x		x		x		

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
318																				
319													x							
320										x										
321					x															
322								x												
323					x															
324																				
325				x																
326			x		x															
327			x																	
328	x						x													
329								x												
330					x		x													
331									x											
332																				
333							x													
334															x					
335																				
336	x																			
337				x																
338			x																	
339							x			x										
340					x															
341							x				x									
342																			x	

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)							mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital	
343	Banho de Gato	O carimbo encontrava-se em trecho de rio que poderia ser atingido através de passeio em bóias.	MC08	2008												X	X	
344	Caça-café	Para receber o carimbo, as equipes deveriam obter fotos de casarões do ciclo do café, indicados no mapa.	MC08	2008							X						X	
345	O Rio Teimoso	Seguindo trilha em parque municipal, os competidores deveriam chegar à nascente do rio Tietê, de onde deveriam beber água.	MC08	2008							X						X	
346	Livestrong	Trecho de asfalto até barragem da Ponte Nova, que deveria ser percorrido com bicicletas speed. Os competidores levavam no trajeto de ida e volta um aparelho Nokia com um programa de treinamento.	MC08	2008						X							X	X
347	Bikeliptus	Trilha em reflorestamento de eucaliptos que deveria ser percorrida com mountain-bike até o ponto de encontro com os veículos.	MC08	2008												X	X	
348	Capim	Para atingir a bandeira era necessária transposição de trilha 4x4 que deveria ser percorrida pelos veículos para se atingir o carimbo.	SJ08	2008							X						X	
349	Rala-boi	Um integrante da equipe deveria atingir o carimbo em escalada "guiada" – aderência em rocha, n3.	SJ08	2008				X					X				X	
350	Liga Pontos	Os veículos deveriam seguir uma a uma as coordenadas dadas para percorrer trilha e chegar ao carimbo	SJ08	2008												X	X	
351	Será que vale a pena?	As equipes deveriam seguir trilha navegando através de planilha tipo tulipa, apenas pelos croquis – sem as referências de distância, que foram escritas em grego.	SJ08	2008									X		X	X	X	
352	Xangrilá	Area fechada para mountain-bikes, na qual os competidores escolhiam a entrada e a saída, combinando isto com os veículos).	SJ08	2008												X	X	
353	Village People	As equipes deveriam localizar pontos previamente demarcados e fotografar 4 integrantes da equipe na posição da dança YMCA do famoso grupo dos anos 80, Village People.	SJ08	2008			X				X						X	
354	Restauração	As equipes deveriam pintar parte de antigo casarão colonial para obter o carimbo, seguindo orientações de restauradores locais.	SJ08	2008							X						X	
355	Hidropônico	Para conquistar o carimbo as equipes deveriam percorrer as etapas do plantio de hortas hidropônicas.	SJ08	2008							X						X	
356	Pirambeira	Trilha em serra, as equipes deveriam escolher o sentido da travessia com mountain-bike ou a pé pela análise do perfil de altitude.	SJ08	2008												X	X	
357	Banana'O'Rama	Um integrante da equipe deveria utilizar bóia presa a lancha para chegar até a bandeira e conquistar o carimbo.	SJ08	2008												X	X	
358	Into the Wild	Um integrante da equipe deveria utilizar o sistema de bóias e cordas para atingir a outra margem de rio e chegar ao carimbo.	SJ08	2008				X					X				X	
359	Mina d'água	A bandeira deveria ser atingida por um integrante da equipe que deveria percorrer pequena trilha a pé, nadar através de poço em base de cachoeira e entrar em pequena caverna escalando pequeno trecho de corda até sua abertura	BH09	2009				X								X	X	
360	Geocaching	Através de coordenadas geográficas, as equipes deveriam localizar uma caixa, colocada dentro da região da prova. Nela estavam presentes a ser trocados, um log book e o carimbo.	BH09	2009							X						X	X
361	Melado	Em pequeno vilarejo que comemorava o aniversário de sua padroeira, as equipes deveriam atingir o carimbo subindo em "pau de sebo".	BH09	2009							X						X	
362	Alvão	A bandeira deveria ser atingida por um integrante da equipe utilizando mountain-bike. Os veículos deveriam navegar até o ponto de reencontro com o ciclista	BH09	2009				X								X	X	
363	Minérios Gerais	As equipes deveriam através de cartilha, identificar os tipos de rochas, cujas amostras eram apresentadas em instituto geológico da região da etapa.	BH09	2009						X							X	
364	Barranco Colorido	As equipes deveriam pintar parte de uma tela (comum para todo o grupo) utilizando tintas extraídas do solo.	BH09	2009									X				X	
365	Barão de Catas Altas	Em cemitério que faz parte de ruínas de uma vila do sec. XVIII, as equipes deveriam desvendar inscrições de lápides ricamente trabalhadas.	BH09	2009							X						X	
366	Topo	Em topo de serra, as equipes deveriam orientar corretamente um disco giratório que mostrava o modelo de elevação do local	BH09	2009									X				X	
367	Bike cross	Um integrante da equipe deveria percorrer circuito de moto-cross utilizando mountain-bike, enquanto outro filmaria sua volta utilizando um telefone Nokia.	BH09	2009			X				X						X	X

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
343		x	x			x					x	x			x			
344		x	x		x					x			x			x		
345		x	x			x				x			x			x		
346		x	x			x			x		x	x			x		x	
347		x	x			x				x		x			x		x	
348		x	x			x			x		x	x			x			
349		x	x			x				x		x			x			
350		x	x			x			x		x					x		
351		x	x			x				x		x			x			
352		x	x			x				x		x			x		x	
353		x	x			x				x			x		x			
354	x		x			x				x			x		x			
355		x	x			x				x			x		x			
356		x	x			x				x	x	x			x		x	x
357		x	x			x				x		x			x			
358		x	x			x				x		x			x			
359		x	x			x				x		x				x		x
360	x		x			x				x			x			x		
361		x	x			x				x			x		x			
362		x	x			x				x	x	x			x		x	
363		x	x			x				x			x		x			
364	x		x			x				x			x			x		
365		x	x			x				x			x			x		
366		x	x			x				x	x		x			x		
367		x	x			x			x	x		x	x		x		x	

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
343						x														
344					x															
345											x									
346																				
347																				
348	x																			
349				x																
350			x																	
351												x								
352																				
353					x															
354							x													
355								x												
356																				
357						x														
358						x														
359				x		x														
360			x																	
361		x																		
362																				
363									x		x									
364										x										
365							x													
366									x											
367					x															

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
368	Caminho do ouro	Utilizando papel vegetal e lápis, as equipes deveriam com um decalque comprovar a passagem por 10 marcos da Estrada Real, dentre os diversos presentes na região - cada um deles tem uma placa com o logo ER e sua posição geográfica, em baixo relevo.	BH09	2009			x				x					x	
369	Rapidinha	Pequena mas difícil trilha 4x4 deveria ser superada pelos veículos para se atingir o carimbo.	BS09	2009				x							x	x	
370	Go Home	Através de um vídeo gravado em aparelhos Nokia, as equipes deveriam localizar o ET, que segurava o carimbo. Este pequeno vídeo mostrava a história de um ET que chegava em determinado local da prova e indicava as coordenadas geográficas do local.	BS09	2009									x				x
371	Prof. Pasquale	As equipes deveriam identificar os erros de português, se existentes, contidos em 8 placas regionais, cujos locais estavam indicado no mapa da prova.	BS09	2009			x				x					x	
372	North Up	Para chegar à bandeira as equipes deveriam seguir uma planilha estilo tulipa. As tulipas, porém, estavam orientadas para o norte e não a partir da perspectiva do competidor como usualmente.	BS09	2009										x		x	
373	Vai e volta	Um integrante da equipe deveria lançar um bumerangue e o restante dela deveria pegá-lo antes que ele tocasse o solo.	BS09	2009	x										x	x	
374	Caminhos da Água	Ambas as categorias (FUN e EXT) deveriam chegar à bandeira/carimbo seguindo leito de rio com corredeiras. Percurso maior e passagens com corda para a categoria EXT	BS09	2009				x							x	x	
375	Animale	Com base em uma planilha com exemplos e pontos, as equipes deveriam encontrar animais presentes na região da prova e fotografá-los, até atingir determinada pontuação. Os animais mais difíceis de serem encontrados valiam mais pontos.	BS09	2009							x					x	
376	Bike dos Infernos	Trajetos cross country de 36km que deveria ser percorrido com mountain-bike por um integrante da equipe. o restante dela com os veículos deveria montar sua estratégia para reencontrar o ciclista dentro de seu horário de prova - apenas para a categoria. EXT	BS09	2009				x							x	x	
377	Bike Campestre	Um integrante da equipe deveria seguir com mountain-bike por trecho impedido para os veículos, que, por sua vez, deveriam chegar ao outro extremo do PC navegando pelo mapa da prova.	BS09	2009											x	x	
378	Floater	Utilizando bóia-cross, um integrante da equipe deveria descer corredeira em rio até o ponto de chegada, passando pelo carimbo. o restante da equipe com os veículos deveriam chegar ao mesmo ponto navegando pelo mapa.	BS09	2009											x	x	
379	Travessia	A bandeira encontrava-se no meio de percurso sinalizado a ser percorrido com os veículos 4x4. EXT. deveria ser descoberto desvio no meio da trilha para validação do PC através da passagem pelo ponto virtual.	CA09	2009											x	x	x
380	Rock City	Qualquer integrante da equipe, sem a ajuda dos demais, deveria escalar boulder para atingir o carimbo.	CA09	2009												x	
381	Strange Fruit	Um integrante da equipe deveria atingir o gongo, colocado em galho de grande árvore, escalando através do tecido acrobático. Na descida, era obrigado a fazer a posição de crucifixo, sem as mãos no tecido.	CA09	2009				x							x	x	
382	Geocaching	através de coordenadas geográficas, as equipes deveriam localizar uma caixa, colocada dentro da região da prova. Nela estavam presentes a serem trocados, um log book e o carimbo.	CA09	2009							x					x	x
383	DOTS O Impostor	As equipes deveriam passar por portarias de condomínios fechados para atingir pontos virtuais.	CA09	2009			x				x						x
384	Shopping Time	Através de fotos de quatro peças de roupas, as equipes deveriam identificar a respectiva loja em Shopping Outlet, provar as peças e ser fotografada, voltando ao ponto de partida para obtenção do carimbo.	CA09	2009			x				x					x	
385	O Cangaceiro	Transitando pela região das locações do filme O Cangaceiro, as equipes deveriam, durante a prova, localizar 4 locações - selva, deserto, metrópole, sertão - e obter as fotos respectivas para conquistar o carimbo.	CA09	2009			x				x					x	
386	Encapado	Seguindo as orientações dos agricultores, as equipes deveriam completar algumas etapas do plantio da goiaba para obter o carimbo.	CA09	2009			x				x					x	
387	Videiras	Seguindo as orientações dos agricultores, as equipes deveriam completar algumas etapas do plantio da uva, numa videira selecionada.	CA09	2009			x				x					x	
388	Entre Fazendas	Um integrante da equipe deveria atingir o carimbo seguindo single-track e completar o percurso até o outro extremo do PC, onde o restante dela, com os veículos deveria resgatá-lo. EXT optativa a utilização de mountain-bike/capacete.	CA09	2009											x	x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
368		x	x			x		x		x			x		x			
369		x	x			x	x				x	x			x			
370		x	x			x			x	x			x		x	x		
371		x	x		x		x			x			x		x			
372		x	x			x		x			x		x		x			
373	x		x			x	x				x	x				x		
374		x	x			x	x				x	x			x			
375		x		x	x		x			x			x		x			
376		x	x			x	x				x	x			x		x	
377		x	x			x	x				x	x			x		x	
378		x	x			x	x				x	x			x			
379		x	x			x			x		x	x			x			
380		x	x			x	x				x	x				x		
381		x	x			x	x				x	x				x		
382	x		x			x	x				x		x			x		
383	x		x			x	x				x		x			x		
384		x	x			x	x			x			x			x		
385		x	x			x	x			x			x			x		
386		x	x			x	x			x			x		x			
387		x	x			x	x			x			x		x			
388		x	x			x	x				x	x			x		x	x

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais
368							x												
369	x																		
370			x																
371		x																	
372												x							
373															x				
374								x											
375					x														
376																			
377																			
378																			
379	x																		
380				x															
381				x															
382			x																
383		x																	
384		x																	
385																			
386																			
387																			
388																			

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
389	60 jardas	Um integrante da equipe deveria paramentar-se e montar cavalo em campo de polo, conduzindo a bola a partir da linha de 60 jardas até o gol.	CA09	2009	x				x							x	
390	Duas Vias	Um integrante da equipe deveria seguir trilha com mountain-bike, combinando previamente com os veículos o local de resgate, entre duas opções de fim da trilha.	CA09	2009										x		x	
391	Into the Jungle	A bandeira deveria ser atingida pelos veículos através de trilha onde era necessário o uso da tração integral	CB09	2009				x							x	x	
392	Flinstones 4x4 II	A bandeira estava localizada em antiga estrada colonial com piso de pedras, que deveria ser percorrida com os veículos utilizando a tração integral.	CB09	2009				x			x					x	
393	Tarzan	A bandeira era atingida após passagem por circuito de arvorismo e tirolesa sobre lagoa	CB09	2009				x							x	x	
394	Vértigem	A bandeira estava localizada na base de falésia que deveria ser atingida através de rappel pela categoria EXT e por trilha a pé pela categoria FUN	CB09	2009				x							x	x	
395	Escalaminhada	Um integrante da equipe deveria seguir trilha de aproximação a base de rocha de escalada, com pedras e pequeno trecho com segurança de cordas para chegar até à bandeira/carimbo.	CB09	2009				x					x			x	
396	Geocaching	Em 6 pontos distintos da prova, encontravam-se "caches" - pequenas caixas com um log book e presentes. Contando apenas com as coordenadas geográficas onde elas se encontravam, as equipes deveriam chegar até uma delas, pegar um presente para si e deixar o que havia levado.	CB09	2009							x					x	x
397	Divórcio	Os veículos da equipe eram separados e cada um deles deveria seguir uma planilha com velocidades médias distintas e chegar ao ponto final dentro do limite de tolerância do PC - EXT - até 10 segundos de diferença; FUN - até 20 segundos de diferença	CB09	2009											x	x	
398	Bike do Peru	A bandeira estava localizada no meio de trilha que deveria ser percorrida com mountain-bike. os veículos deveriam navegar para reencontrar o ciclista no outro extremo do PC.	CB09	2009				x							x	x	
399	Pau Seco	As equipes deveriam jogar um dado que indicava que tipo de embarcação deveria ser utilizada para se atingir o carimbo - canoa regional, caiaque, bóia, prancha de surf ou a nado, com roupa de neoprene.	CB09	2009		x					x					x	
400	Google Maps	As equipes deveriam navegar com os veículos através de foto de alta definição integrada ao mapa da prova, para chegar ao carimbo.	CB09	2009										x		x	x
401	Tarmac	as equipes deveriam utilizar patins ou skate para chegar até o carimbo, em trecho de asfalto fechado para os veículos. Eles deveriam atingir o outro extremo do PC navegando pelo mapa da prova.x	CB09	2009				x							x	x	
402	Saia Justa	Os competidores deveriam atingir a bandeira/carimbo, que se encontrava em poço de grande cachoeira, utilizando trilha a pé ou com bicicleta	CB09	2009											x	x	
403	Caves	Um ou mais integrantes da equipe deveriam seguir trilha a pé e atravessar pequena gruta até chegar à bandeira/carimbo. a categoria EXT era obrigada a percorrer a trilha no sentido ascendente, o que era optativo para a categoria FUN.	CB09	2009											x	x	
404	Ride & Bike	Um integrante da equipe deveria seguir trilha com mountain-bike; um segundo integrante deveria seguir a mesma trilha a cavalo, até sua divisão, retornando ao ponto de partida; os veículos deveriam aguardar o cavaleiro para percorrer trilha 4x4 chegando até o local de reencontro com o ciclista.	IT09	2009							x					x	
405	Carrapato	EXT um integrante da equipe deveria atingir o carimbo através de um jumar - técnica de subida em corda fixa - de 25m, retornando ao ponto de reunião com a equipe por trilha; FUN um ou mais integrantes da equipe deveriam utilizar a trilha para chegar até a bandeira.	IT09	2009				x					x			x	
406	Geocaching	Através de coordenadas geográficas, as equipes deveriam localizar uma caixa, colocada dentro da região da prova. Nela estavam presentes a serem trocados, um log book e o carimbo.	IT09	2009							x					x	x
407	2 de 3	as equipes deveriam, através de trilhas a pé, encontrar 2 dos 3 carimbos que estavam na região - 1. em galho de grande figueira; 2 em outro lado de rio com acesso por balsa manual com cabo de aço; 3 em ruína no topo de colina.	IT09	2009											x	x	
408	Snipers	As equipes deveriam, com três tiros, atingir o alvo utilizando armas de pressão, pistola em alvo próximo sem apoio ou carabina com mira telescópica em alvo à distância com apoio, à sua escolha.	IT09	2009	x				x							x	
409	Velho Maquinista	Através de fotos e apenas do antigo traçado de via férrea desativada traçado no mapa, as equipes deveriam identificar 5 das 10 antigas estações em ruínas que eram apresentadas.	IT09	2009										x		x	
410	Arribada	O carimbo estava no meio de trilha que cortava serra, acessível a pé.	IT09	2009											x	x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
389		x		x		x					x		x			x		
390		x	x			x						x	x		x		x	
391		x	x			x						x	x		x			
392		x	x			x					x		x		x			
393		x		x		x						x	x		x			
394		x	x			x						x	x		x			x
395		x	x			x					x		x		x			
396	x		x			x						x		x		x		
397		x	x			x						x	x		x			
398		x	x			x						x	x		x			x
399		x		x		x						x	x			x		
400		x	x			x						x		x		x		
401		x	x			x						x	x		x			
402		x	x			x						x	x		x		x	x
403		x	x			x						x	x		x			x
404		x	x			x						x	x		x			x
405		x	x			x						x	x		x			
406	x		x			x						x		x		x		
407		x		x	x							x	x		x			x
408		x	x			x						x	x			x		
409		x	x			x					x			x		x		
410		x	x			x						x	x		x			x

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais
389															x	x			
390																			
391	x																		
392	x																		
393				x															
394				x															
395				x															
396			x																
397												x							
398																			
399						x													
400									x										
401															x				
402																			
403																			
404	x																x		
405				x															
406			x																
407																			
408													x						
409					x														
410																			

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
411	Trançados	Seguindo a orientação de artesão, as equipes deveriam continuar o trabalho iniciado pela equipe anterior, de produção de um tapete com retalhos e tear manual.	IT09	2009							x					x	
412	Flor de Milho	Seguindo as orientações de artesãs, as equipes deveriam montar uma rosa, cuja base eram os três diamantes da MMC, feita com palha de milho.	IT09	2009			x				x					x	
413	Caminho do café	Um integrante da equipe deveria utilizar mountain-bike para chegar até a bandeira, cruzando antigo caminho de carros de boi. Os veículos deveriam navegar até o ponto de reencontro com o ciclista.	IT09	2009									x			x	
414	Boiando no Cágado	Utilizando bóia-cross, um integrante da equipe deveria descer corredeira em rio até o ponto de chegada, passando pelo carimbo, o restante da equipe com os veículos deveriam chegar ao final navegando pelo mapa.	IT09	2009											x	x	
415	RXing	Trilha com um obstáculo 4x4 de maior dificuldade em cruzamento de rio	RP09	2009				x								x	
416	Fundo do Poço	EXT um integrante da equipe deveria atingir o carimbo através de um rapel de 90m, retornando ao ponto de reunião com a equipe por trilha em trecho de mata atlântica; FUN um ou mais integrantes da equipe deveriam atingir a bandeira através de trilha em trecho de mata atlântica e retornar ao ponto de partida	RP09	2009				x					x			x	
417	Doce labirinto	Com apenas uma coordenada geográfica, as equipes deveriam passar por labirinto formado por plantação de cana de açúcar, atingindo sua porteira de saída.	RP09	2009												x	
418	Grand Cru	Em labirinto formado por cafezal, os competidores deveriam encontrar 5 de 10 bandeiras cujas coordenadas eram fornecidas.	RP09	2009										x		x	
419	Castrol	Durante toda a temporada, serão marcados PCs em campos de futebol regionais, onde as equipes deverão fotografar seus carros. A equipe que chegar em primeiro lugar ao PC, em seu tempo de prova, ainda ganha o prêmio Castrol.	RP09	2009							x					x	
420	Agrobusiness	As equipes deveriam identificar corretamente as espécies de cultivo em determinadas áreas rachureadas no mapa da prova.	RP09	2009						x						x	
421	Décadence avec élégance	Em antiga fazenda abandonada, as equipes deveriam colar corretamente os croquis dos elementos que faltavam em mapa do local. Esses croquis eram fornecidos em adesivos.	RP09	2009							x					x	
422	1929	Em grande e antiga fazenda de café totalmente preservada, as equipes deveriam identificar construções e a ordem de produção do café, da colheita à distribuição do pó torrado.	RP09	2009			x				x					x	
423	Logo ali	Em mirante, as equipes deveriam identificar 3 cidades para as quais eram apontadas lunetas-miras, com base em mapa "google" da região.	RP09	2009										x		x	
424	A Onça vai Pegar	EXT trilha ascendente em serra com mata atlântica, FUN sentido ascendente ou descendente - os veículos deveriam buscar os trekkers no outro extremo do PC.	RP09	2009							x					x	
425	Bartolomeu Bueno da Silva	os competidores deveriam encontrar 3 "diamantes" (logos da MMC), deixados no fundo de poço de cachoeira para conquistar o carimbo.	RP09	2009							x					x	
426	Chupeta	Trecho entre morros que deveria ser percorrido com mountain-bike, até outra extremidade para onde os veículos deveriam navegar e reencontrar o ciclista.	RP09	2009											x	x	
427	Geocaching	Contando apenas com as coordenadas geográficas onde ela se encontrava, as equipes deveriam chegar até a bandeira, localizada em cachoeira de difícil acesso por trilha 4x4.	BL10	2010										x		x	x
428	Geocaching	Contando apenas com as coordenadas geográficas onde ela se encontrava, as equipes deveriam chegar até a bandeira, localizada em cachoeira de difícil acesso por trilha 4x4.	BL10	2010										x		x	x
429	Escorregador	Utilizando a tração 4x4 a bandeira poderia ser atingida por trilha bastante escorregadia, que formava sulcos no solo e impossibilitava a direção.	BL10	2010		x						x				x	
430	Palmeira Real	Contando apenas com coordenadas geográficas as equipes deveriam seguir trilha a pé em estrada tomada por mata, para atingir a bandeira/carimbo.	BL10	2010										x		x	x
431	Stike	As equipes deveriam conseguir derrubar os 10 pinos lançando 3 bolas, no tradicional jogo de Bolão Tirolês, em pista construída em zona rural.	BL10	2010	x						x					x	
432	Deutsch-Klasse	Depois de ensinados por um grupo de crianças, os membros da equipe deveriam dar respostas certas a três tipos de perguntas, em alemão.	BL10	2010			x			x	x					x	
433	Bagunça II	Em "loja" de quinquilharias à beira de estrada, com o tradicional morador da região Sr. Coko, as equipes deveriam localizar o carimbo sem tocar em nenhum dos mais de 1000 itens expostos.	BL10	2010							x				x	x	
434	Apfelstrudel	Para pontuar, as equipes deveriam esticar a massa para o preparo da torta de maçã, utilizando a técnica tradicional alemã.	BL10	2010			x				x					x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
411	x		x			x		x				x		x				
412		x	x			x			x				x		x			
413		x	x			x					x		x		x		x	
414		x	x			x						x		x				
415		x	x			x				x			x		x			
416		x	x			x						x		x				x
417		x	x			x								x		x		
418		x	x			x								x		x		
419		x	x			x					x			x		x		
420		x	x			x						x				x		
421		x	x			x						x				x		
422		x	x			x						x				x		
423		x	x			x										x		
424		x	x			x						x				x		x
425		x	x			x					x						x	
426		x	x			x											x	
427		x	x			x											x	
428		x	x			x											x	
429		x	x			x												
430		x	x			x											x	
431		x																
432		x	x			x												
433		x	x			x												
434	x		x			x												

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais
411										x									
412										x									
413																			
414						x													
415 x																			
416				x															
417			x																
418			x																
419	x				x														
420								x											
421							x		x										
422							x												
423									x										
424																			
425						x													
426																			
427 x			x																
428 x																			
429 x																			
430			x								x								
431	x														x				
432	x																		
433	x																		
434								x											

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
435	Enxaimel	As equipes deveriam identificar 10 de 100 casas estilo enxaimel apontadas indistintamente no mapa da prova para conseguir o carimbo.	BL10	2010			x				x					x	
436	Einwanderer Haus	Através de apenas uma foto e um texto em alemão dizendo que "o carimbo está na mão do imigrante", as equipes deveriam identificar o Museu dos Imigrantes localizado na região da prova para chegar até a bandeira.	BL10	2010							x					x	
437	A Pegada é da Onça	EXT - dois integrantes da equipe, um a pé outro com MTB deveriam descer o Morro Azul por single trek até o ponto de encontro com o restante da equipe, no pé da montanha. FUN - mesmo percurso, apenas a pé.	BL10	2010											x	x	
438	Fahrradweg	Pelo menos um integrante da equipe, com MTB, deveria atingir o lado oposto da trilha indicada no mapa, a partir do ponto de partida escolhido. Os veículos deveriam atingir aquele ponto sem passar pela zona proibida e respeitando as sinalizações de mão de direção.	BL10	2010											x	x	
439	Vogelstechen	Um integrante da equipe deveria conseguir atingir determinado número de pontos no tradicional "pássaro ao alvo" - tiro ao alvo utilizando pássaro de madeira preso ao teto	BL10	2010	x					x						x	
440	PC Dakar!	A equipe deveria percorrer trilha 4x4 com grande dificuldade para chegar até a bandeira	IT10	2010											x	x	
441	Na Matinha	A equipe deveria percorrer trilha 4x4 em meio a mata, para atingir a bandeira	IT10	2010											x	x	
442	Geocaching	através de coordenadas geográficas, as equipes deveriam localizar uma caixa, colocada dentro da região da prova. Nela estavam presentes a serem trocados, um log book e o carimbo. Havia dois escondidos na área da prova.	IT10	2010							x					x	x
443	Reflexão	Para atingir o carimbo, as equipes deveriam seguir as orientações de planilha que deveria ser lida pelo espelho retrovisor.	IT10	2010											x	x	
444	Cantadeira	Toda a equipe deveria atingir a bandeira dirigindo um carro puxado por bois, para receber o carimbo no passaporte	IT10	2010			x				x					x	
445	Caminhão de Leite	Para pontuar, as equipes deveriam encontrar, com alguma sorte, e transportar um latão de leite de um a outro dos vários PCs com monitores da prova e respeitando o tempo máximo de transporte	IT10	2010		x						x				x	
446	7 Erros	Analisando uma foto do alto de uma antiga igreja em cidade histórica, as equipes deveriam identificar as sete diferenças entre o jardim avistado e o retratado na foto (manipulada digitalmente).	IT10	2010											x	x	
447	Caminhão de Leite	As equipes deveriam transportar um latão de leite de um a outro dos vários PCs controlados por monitores da etapa, respeitando o tempo máximo de transporte.	IT10	2010			x				x					x	
448	Pé na Cova	Através de informação histórica, as equipes deveriam localizar antigo cemitério localizado à margem de trilha pertencente à Estrada Real, onde estava o carimbo.	IT10	2010							x					x	
449	A Sola e o Pneu	Dois integrantes da equipe, um com MTB e outro a pé, deveriam percorrer antiga estrada de terra e balsa com cabos de aço para localizar a bandeira em antiga ruína.	IT10	2010											x	x	
450	Pés Molhados II	Pelo menos dois integrantes da equipe deveriam atingir a base de cachoeira através de trilha marcada. No meio do percurso deveriam utrapassar um rio, a pé, com a ajuda de cordas.	IT10	2010											x	x	
451	Hawaii 5.0	Um integrante da equipe deveria utilizar um SUP (Stand Up Board) para atingir a bandeira na margem oposta de um rio.	IT10	2010											x	x	
452	Vôcoroca	Usando o mapa do PC um integrante da equipe deveria atingir a bandeira utilizando MTB e transpondo grande erosão no meio do percurso. Os veículos deveriam resgatá-lo no lado oposto do PC.	IT10	2010											x	x	
453	Áquacaching	Contando apenas com as coordenadas geográficas onde ela se encontrava, as equipes deveriam chegar até a bandeira, localizada em passagem molhada, atingida com os veículos 4x4.	LD10	2010											x	x	x
454	Pá nela	A bandeira deveria ser atingida pelos veículos através de trilha onde era necessário o uso da tração integral, consertando trechos do percurso utilizando pá.	LD10	2010											x	x	
455	Corda n'Água	A bandeira deveria ser atingida por um integrante da equipe que, para tanto, deveria atravessar um rio e cachoeira através de uma tirolesa, montada sobre a água.	LD10	2010											x	x	
456	Geocaching	Contando apenas com as coordenadas geográficas onde ela se encontrava, as equipes deveriam chegar até a bandeira, localizada no topo de cachoeira de difícil acesso por trilha a pé.	LD10	2010											x	x	x

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
435		x	x			x		x			x			x		x		
436		x	x			x		x			x			x	x			
437		x	x			x		x				x	x		x		x	x
438		x	x			x		x				x	x		x		x	
439		x		x	x			x			x		x			x		
440		x	x			x			x			x	x		x			
441		x	x			x			x			x	x		x			
442	x		x			x		x				x		x		x		
443		x	x			x		x				x	x		x			
444	x		x			x		x			x			x	x			
445	x			x		x		x			x			x		x		
446		x		x		x		x				x		x		x		
447	x			x		x		x			x			x		x		
448		x	x			x		x			x			x		x		
449		x	x			x		x			x		x		x		x	x
450		x	x			x		x				x	x		x			x
451		x	x			x		x				x	x		x			
452		x	x			x		x				x	x		x		x	
453		x	x			x			x			x	x			x		
454	x		x			x			x			x	x		x			
455		x	x			x		x				x	x		x			
456		x	x			x		x				x	x			x		

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
435					x		x													
436							x													
437																				
438																				
439													x							
440	x																			
441	x																			
442			x																	
443												x								
444							x	x												
445								x	x											
446					x															
447																				
448							x													
449																				
450																				
451																				
452																				
453	x		x																	
454	x																			
455				x																
456			x		x															

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
457	Vice-versa	Utilizando uma planilha tulipa, os competidores deveriam atingir a bandeira. Porém, o sentido de direção da prova os obrigava a lê-la da maior referência para a menor, ao contrário.	LD10	2010										x		x	
458	Sino do Imperador	Através de informações de crianças, as equipes deveriam localizar um sino do séc. XIX, localizado no museu da cidade, onde encontrava-se o carimbo.	LD10	2010							x					x	
459	De Olho no Tigre	FUN: a bandeira deveria ser atingida percorrendo-se trilha que levava até a base de grande cachoeira; EXT: um integrante da deveria escolher o início da trilha (ou junto com a FUN ou em distante local rio abaixo) para chegar até a bandeira e ser resgatado pelo restante da equipe no ponto oposto - coordenadas geográficas com alguns pontos de referência eram fornecidos para facilitar a navegação.	LD10	2010											x	x	
460	Skylite	Observando a linha de relevo de uma serra, as equipes deveriam identificar, por memória, a sua foto correta.	LD10	2010										x		x	
461	Caratava	Para atingir a bandeira, um integrante da equipe deveria nadar até a base de cachoeira e fazer pequena escalada em trecho seco da sua parede.	LD10	2010				x					x			x	
462	Páia de Índio	Seguindo as orientações dos indígenas, as equipes deveriam completar trabalho da confecção de cestos de cipó.	LD10	2010			x				x					x	
463	Bike trigo	Usando o mapa do PC um integrante da equipe deveria atingir a bandeira passando pelo caminho correspondente à sua categoria FUN ou EXT. Os veículos deveriam resgatá-lo no seu lado oposto.	LD10	2010											x	x	
464	Nas alturas	A bandeira era atingida através de escada de cabo de aço, que deveria ser escalada por um integrante da equipe.	RP10	2010				x							x	x	
465	Quebra galho	Para atingir a bandeira, um integrante das equipes deveria seguir um trajeto por circuito de arvorismo e tirolesa.	RP10	2010				x					x			x	
466	Bruxa de Blair	Ao atingir o PC marcado no mapa, os competidores encontravam uma placa com as coordenadas geográficas da localização da bandeira, que estava numa assombrosa mata de reflorestamento composta por eucaliptos queimados.	RP10	2010			x						x			x	x
467	Cata-vento	para conquistar o carimbo, uma criança de até 13 anos deveria confeccionar um cata-vento com materiais recicláveis	RP10	2010			x			x					x	x	
468	Racha Cuca	Para atingir o carimbo, as equipes deveriam solucionar charada onde se exigia uma única pergunta para cada personagem (o verdadeiro e o mentiroso), para descobrir a porta correta em antiga ruína.	RP10	2010			x			x						x	
469	Bitola	Através de análise de foto aérea, as equipes deveriam localizar a bandeira, que estava no interior de 1 de 15 vagões estacionados em linha desativada.	RP10	2010										x		x	
470	Plotagem	Com um mapa próprio e coordenadas em UTM, os competidores deveriam plotar pontos de navegação e segui-los, atingindo check-points e a bandeira/carimbo, utilizando uma MTB.	RP10	2010											x	x	
471	Gravidade	Em casa construída para dar efeitos de ilusão de ótica, as equipes deveriam fotografar seus integrantes em posições curiosas, que identificassem esses efeitos.	RP10	2010										x		x	
472	Poço de Cristal	FUN: para chegar até a bandeira, pelo menos dois integrantes da equipe deveriam percorrer trilha e nadar através de poço até a base de cachoeira, retornando ao local de partida; EXT: depois de atingir a base, eles deveriam continuar na trilha até encontrar o restante da equipe no seu lado oposto.	RP10	2010											x	x	
473	Num sei, só sei que foi assim	Para atingir a bandeira, um integrante da equipe deveria percorrer uma estrada ligando a parte alta à parte baixa de queda. O restante da equipe deveria resgatá-lo navegando através do mapa da prova. FUN - sentido livre, EXT - obrigatória subida.	RP10	2010										x		x	
474	Leite Derramado	Para conquistar o carimbo, as equipes deveriam seguir as orientações do agricultor e "sangrar" o tronco de seringueiras, obtendo o latex.	RP10	2010							x					x	
475	Uma Garra do Falcão	Um integrante da equipe deveria percorrer uma tirolesa até a bandeira localizada em outra margem de canion e outra até a margem de partida, onde os carros o aguardavam e deixavam o PC através de uma trilha 4x4.	SP10	2010				x					x			x	
476	Descida da Torre	Para atingir a bandeira era necessária transposição de trilha 4x4 descendo queda.	SP10	2010							x					x	
477	Rádio-transmissão	Em área demarcada no mapa as equipes deveriam aguardar a recepção de comunicação via rádio indicando as coordenadas geográficas da bandeira/carimbo, que deveria ser localizada, então, com a utilização de receptor GPS.	SP10	2010										x		x	x

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo ( <i>skopos</i> ) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	<i>paidia</i>	<i>ludus</i>	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
457		x		x		x			x			x		x				
458		x	x			x					x			x		x		
459		x	x			x					x			x				x
460		x	x			x					x					x		
461		x	x			x					x			x				
462	x		x			x					x			x				
463		x	x			x					x			x			x	
464		x		x		x					x			x				
465		x	x			x					x			x				
466		x	x			x					x			x		x		x
467	x		x			x					x			x				
468		x		x		x					x			x				
469		x	x			x					x			x		x		
470		x	x			x					x			x			x	
471		x	x			x					x			x		x		
472		x	x			x					x			x				x
473		x	x			x					x			x			x	
474		x	x			x					x			x				
475		x	x			x					x			x				
476		x	x			x						x		x				
477		x	x			x					x			x		x		

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais
457												x							
458							x												
459																			
460					x				x										
461						x													
462										x									
463																			
464				x															
465				x															
466			x																
467	x										x								
468	x																		
469					x														
470									x									x	
471					x		x												
472																			
473																			
474								x											
475	x			x															
476	x																		
477			x																

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia			
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital	
478	Pegadas	Seguindo as impressões da banda de rodagem de quatro pneus, deixadas em terreno arenoso, as equipes deveriam chegar até a bandeira - era necessário fazer a relação entre um dos pneus escolhidos na largada e o ponto final (PC temático Pirelli).	SP10	2010							x						x	
479	Perspectiva do Pintor II	Através da reprodução de uma cena famosa da região da prova (Torrinha), como um quadro a óleo, a equipe deveria encontrar a bandeira nela retratada.	SP10	2010										x			x	
480	O Caça Cachoeiras	EXT pelo menos dois integrantes da equipe deveriam atingir três carimbos localizados na base de cachoeiras acessíveis através de trilhas em trecho de mata atlântica; FUN os integrantes da equipe deveriam seguir trilha até a base de uma cachoeira para conquistar o carimbo.	SP10	2010											x		x	
481	Jacaré	EXT um integrante da equipe deveria seguir de boia (boia-cross Jacaré Pepira) pelo rio até a cidade, FUN 4 integrantes da equipe (ou equipes unidas) deveriam descer pequena corredeira a bordo de um KR9 - bote inflável para 4 pessoas em tandem.	SP10	2010				x					x				x	
482	Bike Atol	Os competidores deveriam atingir a bandeira/carimbo por estrada fechada para os veículos, utilizando mountain-bike. Estes deveriam resgatá-lo no lado oposto da trilha	SP10	2010												x	x	
483	O premiado paulista	Teste cego de prova de café - para conseguir o carimbo a equipe deveria acertar qual o café provado no teste cego.	SP10	2010						x							x	
484	ut re mi fa sol la san	Utilizando baquetas em uma partitura, um integrante da equipe deveria tocar um trecho de Green Sleaves em garrafas cheias de água que formavam uma escala musical.	SP10	2010				x				x					x	
485	River Xing	Para atingir a bandeira era necessária transposição de trilha 4x4, com um obstáculo - atoleiro/cruzamento de riacho que deveria ser feita pelos veículos.	UB10	2010								x					x	
486	Vara Mato	A bandeira, em vale acessível apenas a pé, poderia ser localizada apenas através das coordenadas geográficas fornecidas - necessária a utilização de GPS.	UB10	2010											x		x	x
487	Geocaching	No mapa da prova havia dois caches, localizáveis através de receptor GPS, uma vez que fornecidas as coordenadas.	UB10	2010											x		x	x
488	Bola 7	Através de planilha estilo tulipa as equipes deveriam chegar até o local do PC, fora do mapa. Para conseguir a segunda metade da planilha, era necessário encaixar uma bola de sinuca em mesa de bar.	UB10	2010	x					x							x	
489	Florale	As equipes deveriam identificar e fotografar 7 de 10 árvores previamente fotografadas pela organização, em região determinada no mapa.	UB10	2010						x							x	
490	Pelo Rio	Pelo menos dois integrantes da equipe deveriam seguir leito de um rio para chegar até a bandeira, sendo resgatados no ponto de chegada pelos veículos.	UB10	2010												x	x	
491	Teodolito	Pelo menos dois integrantes das equipes deveriam localizar sucessivamente 4 bandeiras até chegar ao carimbo. em cada bandeira e no ponto de partida havia um "teodolito" apontando o próximo destino.	UB10	2010										x			x	
492	O Pantera Cor de Rosa	Seguindo as instruções de garimpeiro local, as equipes deveriam fazer o garimpo de aluvião para encontrar 3 diamantes (entre várias pedras colocadas no leito de ribeirão) para conquistar o carimbo.	UB10	2010						x							x	
493	Palmitav	Teste cego de degustação de palmitos - era fornecido às equipes um texto explicando os problemas e vantagens, bem como legislação, para o cultivo/extração de cada espécie.	UB10	2010						x							x	
494	Boia da Beija	Trajeto de bóia-cross, passando pela bandeira, a partir da casa da famosa Dona Beija.	UB10	2010								x					x	
495	2x1	Utilizando mountain-bike, um integrante da equipe deveria seguir uma trilha até o ponto de resgate, para onde deveriam navegar os veículos.	UB10	2010												x	x	
496	4x4 Park	Um conjunto de duas trilhas, uma fácil e outra difícil compunha o PC. As equipes deveriam utilizar a tração 4x4 para atingi-las, de acordo com a sua categoria	BS11	2011													x	x
497	Cavaleiros	Para atingir a bandeira, as equipes deveriam, usando a tração 4x4, seguir uma longa trilha antes utilizada por cavaleiros	BS11	2011								x					x	
498	Verticália	Os competidores que foram aprovados no teste de habilidade realizado no dia anterior, deveriam descer de rapel até o Buraco das Araras e, dentro da caverna, procurar a bandeira. Para retornar, deveriam seguir uma trilha até o ponto inicial de escalada. Encontravam suas equipes ao atingir o topo.	BS11	2011										x			x	
499	Geocaching	Utilizando três conjuntos de coordenadas geográficas, as equipes deveriam encontrar o carimbo com o auxílio de um receptor GPS.	BS11	2011												x	x	x

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo ( <i>skopos</i> ) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	<i>paidia</i>	<i>ludus</i>	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
478		x	x			x		x				x		x				
479		x	x			x					x			x		x		
480		x	x		x						x		x		x			x
481	x		x			x					x		x		x			
482		x	x			x					x		x		x		x	
483		x	x			x					x			x		x		
484		x	x			x					x			x		x		
485		x	x			x			x			x		x		x		
486		x	x			x					x		x	x		x		x
487		x	x			x					x			x		x		
488		x		x		x					x		x	x	x			
489		x	x			x					x			x		x		
490		x	x			x					x		x		x			x
491		x	x			x					x		x		x			x
492		x	x			x		x			x			x		x		
493		x	x			x					x			x		x		
494		x	x			x					x		x		x			
495		x	x			x					x		x		x		x	
496		x	x			x			x			x		x		x		
497		x	x			x				x			x		x			
498		x	x			x					x		x			x		
499		x	x			x					x			x		x		

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
478		x																		
479									x											
480																				
481						x														
482																				
483								x												
484																	x			
485	x																			
486			x																	
487			x																	
488		x										x								
489					x			x												
490																				
491									x											
492							x													
493								x			x									
494						x														
495																				
496	x																			
497	x																			
498				x																
499			x																	

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
500	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	BS11	2011							x					x	
501	Linha Cruzada	As equipes deveriam usar seus conhecimentos de navegação e cartografia, bússola, compasso e régua, para encontrar a bandeira, que poderia ser localizada por triangulação.	BS11	2011										x		x	
502	Portal	As equipes deveriam, no interior de uma caverna, seguir as setas indicativas até o portal, onde encontrava-se a bandeira.	BS11	2011				x					x			x	
503	Onde está o Wally?	Na parede rochosa de uma cachoeira estavam escondidos três diamantes do emblema da Mitsubishi. As equipes deveriam encontrar pelo menos um, tirar uma foto dele e mostrá-la ao monitor.	BS11	2011							x					x	
504	Rota de Fuga	Os competidores deveriam observar as inscrições rupestres existentes na caverna chamada Toca da Onça e descobrir qual era a rota de fuga das pessoas que ali viviam, na pré-história. O carimbo encontrava-se no meio do percurso	BS11	2011										x		x	
505	Lava-rápido	Os integrantes deveriam seguir trilha até a base de uma cachoeira, de 168 m de altura, onde, por trás da ducha d'água, encontrava-se a bandeira	BS11	2011				x					x			x	
506	Indiana Jones	Três integrantes de cada equipe, deveriam localizar uma figura de cada setor de um sítio arqueológico (petroglifos de Bisnau, em Formosa-GO) e marcá-las na planilha do envelope do PC, de acordo com um gabarito de figuras das inscrições rupestres datadas de 10.000 anos previamente coletadas e digitalizadas.	BS11	2011							x			x		x	
507	Pedrocós	Um integrante de cada equipe deveria, utilizando mountain-bike e capacete, atingir a outra extremidade do PC através de trilha indicada no mapa. O restante da equipe, com os veículos, deveria chegar até aquele ponto para resgatá-lo.	BS11	2011											x	x	
508	Red-Necks	Utilizando tração 4x4, a equipe deveria seguir uma trilha para veículos 4x4 e encontrar a bandeira, segundo indicação do mapa.	CB11	2011							x					x	
509	Cogumelo	Em no máximo 6 minutos, um integrante da equipe deveria escalar uma parede (via de 40 grau no arenito de S.L. do Purunã) até o ponto onde se encontrava a bandeira	CB11	2011				x					x			x	
510	Étrex	A equipe deveria percorrer o leito de um rio e encontrar a bandeira utilizando o GPS entregue pelo monitor, pré-programado com suas coordenadas.	CB11	2011											x		x
511	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 3 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	CB11	2011							x					x	
512	Tropeirismo	A equipe deveria encontrar a bandeira seguindo o mesmo tipo de sinalização utilizada por tropeiros: as fitas, espalhadas pela área da prova, continham o logo do Mitsubishi Outdoor.	CB11	2011				x						x		x	
513	Curados, semi moles e maturados	Após estudar e provar diversos tipos de queijos descritos no envelope do PC, um integrante da equipe deveria, de olhos vendados, acertar o sabor provado, escolhido pelo monitor.	CB11	2011				x							x	x	
514	Ostereier	As equipes deveriam realizar pinturas tradicionais de Páscoa em ovos de marreco, utilizando as técnicas ensinadas por um grupo de artesãs.	CB11	2011				x					x			x	
515	Encilhas	As equipes deveriam, com a ajuda de um gabarito, escolher um cavalo de acordo com a pelagem indicada pelo monitor e encilhá-lo (equipá-lo para montaria), de acordo com a moda tropeira.	CB11	2011							x					x	
516	Down Hill	Um integrante da equipe deveria, usando mountain-bike e capacete, seguir por uma trilha descendente indicada em um mapa e até o final dela, onde o restante da equipe o resgataria com o veículo.	CB11	2011											x	x	
517	Olho na carta	Utilizando o mapa oficial do IBGE, o ciclista deveria atingir a outra extremidade do PC, o restante da equipe o resgataria naquele ponto, com os veículos.	CB11	2011											x	x	
518	Flintstones II	Utilizando uma marreta de 1kg, um integrante da equipe deveria, com apenas uma chance, efetuar o corte correto de pedra para venda (de acordo com a técnica ensinada pelos trabalhadores locais).	CB11	2011				x					x			x	
519	Hard	As equipes deveriam utilizar a tração 4x4 para completar uma difícil trilha pedregosa e atingir a bandeira.	PN11	2011												x	x
520	Falsa Baiana	Para atingir a bandeira, um integrante da equipe deveria utilizar a técnica da falsa-baiana, montada sobre rio.	PN11	2011									x			x	
521	Geocaching	Utilizando coordenadas geográficas e um receptor GPS, as equipes deveriam encontrar o carimbo.	PN11	2011										x		x	x

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
500		x		x	x			x	x			x		x				
501		x	x			x		x					x			x		
502		x	x			x		x				x		x				
503		x		x		x			x			x		x		x		
504		x	x			x		x				x		x		x		
505		x	x			x		x				x		x		x		
506		x		x		x		x				x		x		x		
507		x	x			x		x					x	x		x		x
508		x	x			x			x				x		x			
509		x	x			x		x					x		x			
510		x	x			x		x					x		x			
511		x		x	x			x	x			x		x		x		
512	x			x		x	x					x		x		x		
513		x		x	x			x				x		x		x		
514	x		x			x		x				x		x		x		
515		x	x			x		x				x		x		x		
516		x	x			x		x					x	x		x		x
517		x	x			x		x					x	x		x		x
518		x	x			x		x				x		x		x		
519		x	x			x		x					x	x		x		
520		x	x			x		x					x	x		x		
521		x	x			x		x					x			x		

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
500		x																		
501									x											
502														x						
503					x															
504														x						
505						x														
506							x													
507																				
508	x																			
509				x																
510			x			x														
511		x																		
512							x													
513								x												
514										x										
515							x									x				
516																				
517																				
518										x										
519	x																			
520				x																
521			x																	

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
522	Stone Skipping	A equipe deveria arremessar uma pedra no rio e fazê-la dar, no mínimo, 9 quiques antes de afundar.	PN11	2011											X	X	
523	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PCs de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	PN11	2011							X					X	
524	Sobre duas Rodas	A equipe deveria encontrar a mais antiga motocicleta do Brasil, no Museu Duas Rodas, com mais de 300 veículos no acervo.	PN11	2011							X					X	
525	Feche a porrrreira	A equipe deveria percorrer estrada e associar as porteiros fotografadas na folha do PC com as porteiros gravadas no mapa da prova em azul.	PN11	2011											X	X	
526	Pé de Serra	Com base no mapa fornecido, o ciclista deveria atingir a outra extremidade do PC e esperar a equipe resgatá-lo naquele ponto.	PN11	2011											X	X	
527	Pratinha	Os competidores deveriam seguir trilha até encontrar a bandeira, localizada em uma cachoeira. Para navegar, recebiam coordenadas planimétricas no formato UTM.	PN11	2011												X	X
528	Tapetão	Para ganhar o carimbo, as equipes deveriam aprender a técnica de tecelagem com retalhos e inserir dez deles no tapete comunitário feito por todos os participantes.	PN11	2011							X					X	
529	Levantamento de campo	Um integrante da equipe deveria realizar um levantamento de campo, assim como o realizado pela organização. Durante esse processo, o levantador deveria encontrar um meio de cruzar a Serra do Machado e ser resgatado pela equipe do outro lado.	PN11	2011										X		X	
530	Abandonados	Um integrante de cada equipe deveria percorrer trilha até o cume da Pedra Selada para completar o PC. A atividade teve um tempo estimado em 2h10min. O restante da equipe deveria retornar ao local para resgatar o integrante, após esse período.	PN11	2011									X			X	
531	Colagem	Utilizando imagem de satélite fornecida, a equipe deveria localizar a sua continuação e juntá-la ao mapa principal para encontrar a bandeira.	PN11	2011										X		X	
532	Dakar II	Para completar o PC, as equipes deveriam seguir um percurso demarcado composto por dunas de areia foja.	RP11	2011							X					X	
533	O equilibrista	Para ganhar o carimbo, um integrante da equipe deveria atingir determinada distância equilibrando-se sobre uma slackline.	RP11	2011									X			X	
534	Coca com Mentos	A equipe deveria depositar, de uma só vez, todos os Mentos recebidos em uma garrafa pet de Coca-Cola. Receberiam o carimbo apenas se a erupção fosse mais alta do que o integrante mais baixo da equipe, posicionados conforme orientação	RP11	2011			X								X	X	
535	Geocaching	As equipes deveriam localizar o carimbo a partir de coordenadas geográficas, a pé, usando um receptor GPS.	RP11	2011										X			X
536	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 4 perguntas do quiz, formuladas nos PCs de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	RP11	2011							X					X	
537	Uploading	A equipe deveria associar a localização de estações de carga de insumos agrícolas indicadas no mapa com fotos indicadas no material gráfico da etapa.	RP11	2011							X						
538	Guliver	A equipe, exceto o piloto, deveria percorrer a trilha até atingir o jequitibá "Patriarca", que possui 14m de diâmetro, e abraçá-lo, unindo-se a outra equipe, caso necessário. Os pilotos deveriam reencontrar suas equipes na saída.	RP11	2011			X						X			X	
539	Naranjas	Para ganhar o carimbo, um integrante da equipe deveria descascar uma laranja com um canivete em apenas uma única chance, sem romper a casca.	RP11	2011											X	X	
540	Navega	Pelo menos um integrante da equipe, usando MTB e capacete, deveria atingir a outra extremidade do PC, passando pela bandeira. O restante da equipe deveria resgatá-lo naquele ponto, sem passar pela zona proibida.	RP11	2011											X	X	
541	Water Mountaineering	Um integrante da equipe deveria, baseado na técnica criada por europeus (hoax) para andar sobre as águas, dar 3 passos sobre a água ou ter, pelo menos, 6 tentativas.	RP11	2011			X							X		X	
542	Deliverance	Um integrante de cada equipe deveria, utilizando colete salva-vidas, bóia e capacete, descer o rio até o local marcado como fim, depois das corredeiras. O restante da equipe, deveria dirigir até lá utilizando o mapa do envelope do PC	RP11	2011				X					X			X	
543	Transição	Um ou dois integrantes das equipes, deveriam percorrer uma trilha de 2050m e, se completassem o percurso em até 12 min, receberiam bônus de 75 pts. O envelope do PC deveria ser carimbado para comprovação da passagem.	RP11	2011											X	X	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
522		x		x		x		x				x	x		x			
523		x		x	x			x	x			x		x	x			
524		x		x		x			x			x		x		x		
525		x	x			x			x				x		x			
526		x	x			x			x				x		x		x	
527		x	x			x			x			x		x				x
528	x		x		x				x			x		x		x		
529		x	x			x			x				x	x		x		x
530		x	x			x			x				x		x			x
531		x	x			x			x				x		x			
532		x	x			x				x			x		x			
533		x	x			x			x				x		x			
534		x	x			x				x				x		x		
535		x	x			x				x				x		x		
536		x		x	x				x	x				x		x		
537		x	x			x				x				x		x		
538	x		x			x				x			x		x			
539		x	x			x				x				x		x		
540		x	x			x				x			x		x		x	
541		x	x		x					x			x			x		
542		x	x			x				x				x		x		
543		x	x		x					x				x		x		x

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
522		x																		
523		x																		
524							x													
525					x															
526																				
527									x											
528										x										
529									x											
530																				
531									x											
532	x																			
533				x																
534			x																	
535			x																	
536		x																		
537					x															
538											x									
539								x												
540																				
541																				
542																				
543																				

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
544	Beira Rio	Um ou dois integrantes de cada equipe, deveriam atingir a bandeira usando mountain-bike e capacete. Os carros não poderiam invadir a área proibida. Andar a pé ou de bicicleta em trecho de asfalto, também era proibido.	RP11	2011											X	X	
545	No Seco	Para ganhar o carimbo, as equipes deveriam utilizar a tração 4x4 para cruzar trilha que atravessa a Serra da Balança na divisa São Paulo-Minas Gerais.	SJ11	2011							X					X	
546	Vista Aérea	O competidor deveria escalar o boulder indicado pelo monitor, recebendo o carimbo caso dominasse o bloco de pedra.	SJ11	2011				X							X	X	
547	Geocaching	Utilizando as coordenadas geográficas informadas e um receptor GPS, as equipes chegariam até uma porteira e, a partir dela, seguiam indicações físicas para atingir a bandeira.	SJ11	2011									X			X	X
548	Bolim	Os competidores deveriam lançar uma bocha para uma posição melhor do que a deixada pela última equipe, ou seja, mais perto do bolim	SJ11	2011	X				X							X	
549	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	SJ11	2011							X					X	
550	Mulher de Fases	A equipe deveria localizar esculturas de Felícia Lerner e indicar, através de sua análise, a respectiva fase da obra da artista	SJ11	2011									X			X	
551	Terra da Banana	Os competidores deveriam montar uma peça de artesanato com fibras de bananeiras	SJ11	2011							X					X	
552	Trilha da Base	Pelo menos dois integrantes de cada equipe deveria percorrer a pé a trilha da base do Monumento Pedra do Baú e encontrar o restante da equipe na sua outra extremidade.	SJ11	2011										X		X	
553	Divisa	Um integrante de cada equipe deveria percorrer trilha, usando mountain-bike e capacete, encontrar sua equipe em seu outro extremo.	SJ11	2011										X		X	
554	Kmon	Em um dos setores de escalada esportiva mais famosos do país, os competidores deveriam escalar uma via de quinto grau para atingir a bandeira.	SL11	2011				X					X			X	
555	Namastê	Três integrantes de cada equipe, deveriam seguir por uma trilha e cruzar o Rio Cipó através de uma ponte tibetana. O retorno deveria ser feito por água, utilizando uma canoa canadense.	SL11	2011				X					X			X	
556	Seriema	Utilizando a técnica da tirolesa, um integrante de cada equipe deveria cruzar o Rio Cipó para chegar à bandeira.	SL11	2011				X					X			X	
557	Cafê com Leite	A equipe deveria criar uma estratégia para cruzar a fronteira SP/MG (demarcada no mapa físico e digitalmente controlada) o máximo de vezes que conseguisse, passando apenas uma vez apenas em cada ponto.	SL11	2011										X		X	X
558	Bird's Eye	As equipes deveriam identificar pelo menos 5 das 12 fotos do gabarito, que eram imagens de satélite da região da prova.	SL11	2011									X				X
559	Gertrude	Utilizando as coordenadas geográficas informadas e um receptor GPS, as equipes deveriam chegar até a Gruta do Sumidouro, onde se encontrava a bandeira.	SL11	2011									X			X	X
560	Geocaching II	Utilizando as coordenadas geográficas informadas, as equipes deveriam encontrar o carimbo utilizando um receptor GPS.	SL11	2011									X			X	X
561	Hipócrates	Depois de assistir as explicações de uma moradora local, conhecedora dos efeitos medicinais de várias plantas, raízes e ervas, os competidores deveriam responder às perguntas do monitor, sobre prescrições para certos sintomas de determinadas ervas.	SL11	2011			X			X	X					X	
562	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, na categoria FUN e 6 perguntas na categoria EXT, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	SL11	2011							X					X	
563	Bandeira na Mira!	Com a ajuda de 3 miras/teodolitos apontadas para as bandeiras, os competidores deveriam identificar a posição destas em campo e transmiti-las para os restante da equipe, nos veículos	SL11	2011									X			X	
564	Mogli, o Menino Lobo	Os competidores deveriam seguir uma trilha indicada no mapa da prova para atingir o outro extremo do PC. A bandeira estava localizada dentro de uma caverna, no meio da trilha.	SL11	2011									X			X	
565	Beira-Rio	Um integrante da equipe deveria utilizar mountain-bike e capacete para atingir a outra extremidade da trilha, baseando-se no mapa do PC. O restante da equipe deveria resgatá-lo, com os veículos, na outra extremidade.	SL11	2011										X		X	
566	Campo-Escola	EXT: Um integrante da equipe deveria, através de uma trilha, chegar até a base de vias de escalada esportiva e escalar a pedra até alcançar a bandeira. FUN: Um integrante da equipe deveria chegar até a bandeira através de uma trilha a pé.	JV12	2012				X					X			X	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
544		x	x			x		x				x		x			x	
545		x	x			x			x			x		x				
546		x	x			x			x			x		x				
547		x	x			x			x			x			x			
548		x		x		x			x			x		x		x		
549		x		x	x				x	x		x		x				
550		x		x		x			x			x		x				
551	x		x			x			x			x		x				
552		x	x			x			x			x		x				x
553		x	x			x			x			x		x				x
554		x	x			x			x			x		x				
555		x	x			x			x			x		x				
556		x	x			x			x			x		x				
557		x	x		x				x			x		x		x		
558		x	x			x			x			x		x		x		
559		x	x			x			x			x		x		x		
560		x	x			x			x			x		x		x		
561		x	x			x			x			x		x				
562		x		x	x				x	x		x		x				
563		x	x			x			x			x		x				
564		x	x			x			x			x		x				
565		x	x			x			x			x		x				x
566		x	x			x			x			x		x				

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais
544																			
545	x																		
546				x															
547			x																
548		x																	
549		x																	
550							x												
551										x									
552																			
553																			
554				x															
555				x		x													
556				x															
557			x						x										
558			x																
559			x											x					
560			x																
561		x									x								
562		x																	
563									x										
564									x					x					
565																			
566				x															

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia			
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital	
567	Pés-molhados	Utilizando um sistema de cordas, um integrante da equipe deveria cruzar um rio caudaloso para chegar até a bandeira.	JV12	2012				x						x			x	
568	Rede Social	As equipes deveriam acessar a página Mitsubishi Nação 4x4, no Facebook, para encontrar a indicação e coordenadas do local onde estava a bandeira/carimbo, que, assim, poderia ser localizada com a utilização de um receptor GPS.	JV12	2012			x				x							x
569	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 4 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	JV12	2012							x						x	
570	Motorsports	As equipes deveriam seguir a planilha de regularidade até chegar ao ponto final, respeitando as médias de velocidade de cada trecho	JV12	2012	x				x								x	
571	E aí Truta?	A equipe deveria pescar uma truta utilizando os equipamentos locais, levá-la ao cozinheiro e degustar uma outra já pronta, entregue pela equipe anterior.	JV12	2012			x								x		x	
572	Bike Signs	As equipes deveriam encontrar 4 placas de sinalização, de um percurso sequencial em um conjunto de trilhas de ciclismo espalhadas pela região da prova.	JV12	2012											x		x	
573	Sapecada	As equipes deveriam recolher 200g de pinhões caídos das araucárias, para que a equipe seguinte pudesse sapecá-lo (juntas os pinhões com os espinhos secos e colocar fogo para assar o pinhão).	JV12	2012							x						x	
574	Ovinocultura	As equipes deveriam seguir a orientação de artesãs para fabricar um artesanato reproduzindo a cara de uma ovelha, típico da região.	JV12	2012			x				x						x	
575	Ride & ...	Para atingir a bandeira, dois integrantes de cada equipe, deveriam escolher como percorrer uma trilha, entre de três modos: a cavalo/a pé, a cavalo/bike e bike/a pé	JV12	2012											x		x	
576	Ride & ...	Para atingir a bandeira, dois integrantes de cada equipe, deveriam escolher como percorrer uma trilha, entre de três modos: a cavalo/a pé, a cavalo/bike e bike/a pé	JV12	2012											x		x	
577	Bike Pimus	Seguindo o mapa fornecido o ciclista deveria percorrer a trilha, usando mountain-bike e capacete, para encontrar a bandeira. O restante da equipe o encontraria no outro extremo da trilha.	JV12	2012											x		x	
578	Techinic	Para atingir a bandeira, as equipes deveriam seguir trilha em pequena serra, utilizando a tração 4x4	LD12	2012							x						x	
579	Into the Wild	A equipe deveria, através das coordenadas geográficas indicadas, localizar uma carcaça de veículo abandonada na área da prova, anotar logbook, trocar o "presente" que se encontrava no local com um que ela tivesse trazido e tirar uma foto da equipe e postar na página Mitsubishi Nação 4x4, no Facebook.	LD12	2012											x		x	x
580	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	LD12	2012							x						x	
581	Motorsports	As equipes deveriam seguir planilha de regularidade até chegar ao ponto final, respeitando as médias de velocidade de cada trecho.	LD12	2012											x		x	
582	Vámo Malhá	A equipe deveria seguir uma série de exercícios (movimentos e repetições) em aparelhos instalados em uma praça, sob acompanhamento do monitor.	LD12	2012						x							x	
583	Plantio	As equipes deveriam identificar no mínimo 12 plantios de culturas diferentes existentes na região da prova e demarcadas no mapa.	LD12	2012						x							x	
584	Igreja perdida	Com poucas informações gráficas no mapa da prova, as equipes deveriam utilizar noções de triangulação e azimute para navegar até a bandeira	LD12	2012						x							x	
585	Pedregulho	Contando apenas com parte de carta topográfica oficial da região datada de 1966, um ciclista da equipe deveria navegar utilizando mountain-bike e capacete, e encontrar a bandeira/carimbo. O restante da equipe o encontraria no outro extremo da trilha.	LD12	2012										x			x	
586	Resgate	Em horários determinados, a organização disparava sinalizadores luminosos, numa região central do mapa. Este era o local da bandeira.	LD12	2012											x		x	
587	Pedregulho	Contando apenas com parte de carta topográfica oficial da região datada de 1966, um ciclista da equipe deveria navegar utilizando mountain-bike e capacete, e encontrar a bandeira/carimbo. O restante da equipe o encontraria no outro extremo da trilha.	LD12	2012										x			x	
588	Os Sertanejos	Para completar o PC, a equipe deveria imobilizar um novilho, que carregava o carimbo no pescoço.	LD12	2012							x						x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
567		x	x			x		x				x		x				
568		x	x			x			x		x			x		x		
569		x		x	x			x	x		x			x		x		
570		x		x		x				x		x		x				
571	x		x			x		x				x		x		x		
572		x		x		x		x				x		x		x		x
573	x		x			x				x				x		x		
574		x	x			x				x				x		x		
575		x	x			x			x		x		x			x	x	x
576		x	x			x				x		x				x		
577		x	x			x				x		x			x		x	
578		x	x			x				x		x			x			
579	x			x	x					x				x		x		
580		x		x	x					x				x		x		
581		x		x		x				x		x		x		x		
582		x	x			x				x		x			x			
583		x	x			x				x				x		x		
584		x	x			x				x				x		x		
585		x	x			x				x		x			x		x	
586		x	x			x				x		x				x		
587		x	x			x				x		x	x		x		x	
588		x	x			x				x				x		x		

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
567				x		x														
568			x																	
569		x																		
570												x								
571								x												
572					x															
573								x												
574										x										
575																				
576																				x
577																				
578	x																			
579			x		x															
580		x																		
581																				x
582																x				
583								x												
584									x											
585							x													
586																				x
587									x											
588								x												

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
589	Biodiversidade	Pelo menos dois competidores deveriam percorrer uma trilha sinalizada em mata nativa no Parque Estadual Mata dos Godoy, onde encontraria o carimbo. O restante da equipe e carros deveria seguir para o outro extremo e aguardá-los.	LD12	2012							x					x	
590	Rodellar	Um integrante de cada equipe deveria escalar uma via em setor de escalada de alto nível (5o grau), localizado na área da prova, até alcançar a bandeira.	PN12	2012				x					x			x	
591	Via Cucis	As equipes deveriam encontrar o cache da prova, utilizando seu GPS e as coordenadas fornecidas na folha do PC, fazer a anotação no logbook e trocar o "presente" encontrado no local por outro, para que a próxima equipe fizesse o mesmo.	PN12	2012							x					x	x
592	Ovni	A equipe deveria se dividir em duas e, dentro da área demarcada, lançar um freesbie e apanhá-lo, sem deixar que ele tocasse no chão.	PN12	2012										x		x	
593	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5(FUN) / 6(EXT) perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	PN12	2012							x					x	
594	Masmorra	Os participantes deveriam entrar em uma masmorra, de uma fazenda do século XIX, e contar quantos escravos poderiam ser aprisionados nos 3 travões existentes e se fixar em um deles por apenas 3 minutos.	PN12	2012				x			x					x	
595	Motorsports	As equipes deveriam fazer o levantamento da planilha de regularidade e completar corretamente as anotações que estavam faltando para, dessa forma, pontuar,	PN12	2012						x	x					x	
596	Fenda	A equipe deveria deixar o carro e seguir pela trilha, a pé, até o seu final, onde deveriam fazer uma travessia de poço a nado para encontrar o carimbo.	PN12	2012				x					x			x	
597	Figurinhas	Com álbum de figurinhas montado para a prova, relacionado estações antigas e trilhos de trem localizados na região, as equipes teriam que colar, pelo menos, 4 figurinhas corretas. Para conseguir todas as figuras que precisavam, deveriam trocar as repetidas com outras equipes	PN12	2012		x					x					x	
598	Velho Maquinista	O ciclista deveria percorrer o trecho da antiga Linha de Jacutinga da Estrada de Ferro Central. O restante da equipe o resgataria, com os veículos, do lado oposto ao que o ciclista iniciaria o PC, onde ele era obrigado a fazer a travessia de um rio, com a ajuda de bóias.	PN12	2012										x		x	
599	Transparência	Os participantes deveriam subir o rio caminhando pelo seu leito, para encontrar a bandeira no meio do percurso.	PN12	2012										x		x	
600	Cafezal	Para atingir a bandeira era necessário percorrer pequeno trecho de mata, utilizando a tração 4x4	RP12	2012							x					x	
601	Aquacaching	As equipes deveriam encontrar o cache da prova, seguindo as coordenadas informadas, e anotar sua conquista no logbook. A bandeira estava em meio a corpo d'água.	RP12	2012									x				x
602	Controle Remoto II	Dividindo os dois carros da equipe, um deles deveria subir no Morro da Mesa e, do alto e com o auxílio de rádios comunicadores, orientar o carro que ficasse na parte de baixo, no canavial, para encontrar as 3 bandeiras ocultas.	RP12	2012										x		x	
603	#MitsubishiOutdoor	As equipes deveriam identificar ruínas existentes em pontos marcados no mapa da prova e postar no twitter pelo menos 1 indicação correta a respeito da sua localização.	RP12	2012							x						x
604	Quiz Outdoor	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5(FUN) / 7(EXT) perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	RP12	2012							x					x	
605	Motorsports	As equipes deveriam seguir a planilha, cada carro com a sua, de regularidade até chegar ao ponto final, respeitando as médias de velocidade de cada trecho	RP12	2012										x		x	
606	Exploração	As equipes deveriam descobrir o caminho que desce a Serra da Vazante. Para ajudar nessa tarefa, eles poderiam utilizar os meios usados no levantamento da prova: cartas do IBGE, Google Earth, entrevista com população local, etc.	RP12	2012							x					x	
607	Pra Baixo Todo Santo Ajuda	O competidor deveria descer a trilha indicada, usando mountain-bike e capacete, até encontrar a bandeira. O restante da equipe deveria resgatá-lo no outro extremo da trilha.	RP12	2012										x		x	
608	Tesouro Escondido	Os competidores deveriam descer trilha, ao lado de uma cachoeira, até atingir a bandeira	RP12	2012										x		x	
609	Cachú Sob Cachú	Para chegar à bandeira, os competidores deveriam seguir por trilha a beira rio até atingir cachoeira.	RP12	2012										x		x	
610	As Curvas do Rio	Um integrante de cada equipe deveria descer o rio Sapucaí-Mirim de bóia, até a bandeira e depois retornar, carregando a bóia, pela trilha, até o ponto de partida.	RP12	2012										x		x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
589		x	x			x		x			x		x		x			x
590		x	x			x		x				x		x				
591	x		x			x		x				x		x		x		
592	x		x			x		x				x				x		
593		x		x	x			x	x		x			x				
594	x		x		x			x					x		x			
595		x		x		x	x					x		x				
596		x	x			x		x			x		x		x			x
597	x			x	x		x				x			x		x		
598		x	x			x		x			x		x		x		x	
599		x	x			x		x			x		x		x			x
600		x	x			x			x			x		x				
601		x	x			x		x				x		x		x		
602	x		x			x		x				x		x				
603		x	x			x		x			x			x		x		
604		x		x	x			x	x		x			x				
605		x		x		x		x				x		x				
606	x		x			x		x			x			x		x		
607		x	x			x		x				x		x			x	
608		x	x			x		x				x		x				x
609		x	x			x		x				x		x				
610		x	x			x		x				x		x				

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais
589											x								
590				x															
591			x																
592		x																	
593		x																	
594		c					x												
595												x							
596								x											
597					x														
598										X									
599																			
600	x																		
601			x							x									
602			x																
603		x																	
604		x																	
605												x							
606									x										
607																			
608																			
609										x									
610										x									

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
611	A Terceira Margem do Rio	As equipes deveriam seguir trilha utilizando a tração 4x4 para atingir a bandeira.	SL12	2012											X	X	
612	O Duelo	As equipes deveriam, utilizando um GPS e as coordenadas informadas na folha do PC, bem como referências escritas extraídas do conto "O Duelo" de Guimarães Rosa, atingir um dos locais por onde os personagens criadas pelo autor passaram.	SL12	2012			X			X						X	
613	Corpo Fechado	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	SL12	2012						X						X	
614	Famigerado	As equipes deveriam seguir a planilha de regularidade até chegar ao ponto final, respeitando a média de velocidade. Receberam a pontuação apenas as equipes que ficaram mais próximas da média.	SL12	2012										X		X	
615	Pirlimpisquise	Com um mapa anexo à folha do PC, a equipe deveria traçar uma linha, ligando dois pontos, para representar com precisão a estrada principal existente entre eles.	SL12	2012					X							X	
616	Passaporte em SL12	Museu Guimarães Rosa em Cordisburgo - visita guiada e indicação de referências importantes, relacionadas à área de interesse da prova, para a participação na etapa.	SL12	2012						X			X			X	
617	Sarapalha	Os competidores deveriam seguir indicações de referências e azimutes para atingir a bandeira.	SL12	2012									X			X	
618	A Menina de Lá	Para completar o PC, as equipes deveriam fazer uma boneca de pano típica da região, seguindo as instruções das artesãs.	SL12	2012			X			X						X	
619	Conversa de Bois	Pelo menos dois competidores deveriam seguir o leito de rio até o cruzamento com estrada onde deveria encontrar o restante da equipe. A bandeira estava no meio do percurso.	SL12	2012										X		X	
620	O Burrinho Pedrês	Seguindo o mapa fornecido na folha do PC, o ciclista deveria atravessar uma trilha. A bandeira estava no meio do percurso. O restante da equipe deveria resgatá-lo no outro extremo da trilha.	SL12	2012										X		X	
621	O Recado do Morro	Um integrante da equipe deveria, utilizando head lamp, percorrer o interior da gruta de Maquiné, até atingir a bandeira/carimbo.	SL12	2012									X			X	
622	Alta Tensão	Um integrante da equipe deveria descer através de tirolesa até o ponto onde seria resgatado pelo restante da equipe com os veículos, ponto que somente podia ser atingido percorrendo-se trilha 4x4.	SP12	2012				X		X						X	
623	Inóspito	Para atingir a bandeira, as equipes deveriam seguir trilha utilizando a tração 4x4	SP12	2012						X						X	
624	Cassarova	Para atingir a bandeira, um integrante da equipe deveria descer a cachoeira Cassarova usando a técnica de rapel.	SP12	2012				X				X				X	
625	Geocaching	Utilizando um GPS fornecido pelo monitor, as equipes deveriam encontrar todos os pontos indicados pelas coordenadas geográficas nele indicadas. Em cada ponto encontrado, havia um carimbo.	SP12	2012									X			X	X
626	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	SP12	2012						X						X	
627	Motorsports	As equipes deveriam seguir a planilha de regularidade até chegar ao ponto final, respeitando as médias de velocidade de cada trecho.	SP12	2012										X		X	
628	Rede Social	Na região da prova havia diversas cachoeiras. Para ganhar o carimbo, as equipes deveriam tirar uma foto de pelo menos uma delas com a equipe e postá-la na página Mitsubishi Nação 4x4, no Facebook.	SP12	2012						X							X
629	Ironman	Os competidores deveriam realizar as três modalidades do triathlon. Poderiam designar um, dois ou três competidores para o desafio	SP12	2012	X				X							X	
630	Le lait de buffle	Para completar o PC, os competidores deveriam ordenhar uma búfala até completar a marcação de copo fornecido pela organização.	SP12	2012						X						X	
631	Bike do Saara	Um integrante de cada equipe deveria percorrer a trilha indicada no mapa da folha do PC, usando mountain-bike e capacete. Sua equipe deveria resgatá-lo no outro extremo da trilha.	SP12	2012										X		X	
632	Passeio de Domingo	O carimbo poderia ser atingido percorrendo-se uma trilha 4x4 de baixa dificuldade.	CB13	2013										X		X	
633	Tchibum	Os dois veículos da equipe deveriam realizar a travessia do rio, de média profundidade, para receber o carimbo na outra margem.	CB13	2013										X		X	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
611		x	x			x		x				x		x				
612		x	x			x		x			x			x	x			
613		x		x	x			x	x		x			x				
614		x	x			x		x				x		x				
615		x	x			x		x				x			x			
616	x		x			x		x			x			x	x			
617		x	x			x		x				x		x				x
618	x		x			x		x			x			x	x			
619		x	x			x		x				x		x				x
620		x	x			x		x				x		x			x	
621		x	x			x		x				x		x				
622		x	x			x			x			x		x				
623		x	x			x			x			x		x				
624		x	x			x			x			x		x				
625		x	x		x			x				x			x			
626		x		x	x			x	x		x			x				
627		x		x		x		x				x		x				
628	x		x			x	x				x			x		x		
629		x		x		x		x				x		x			x	x
630		x	x			x		x			x			x				
631		x	x			x		x				x		x			x	
632		x	x			x			x			x		x				
633		x	x			x			x			x		x				

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
611	x																			
612			x				x													
613		x																		
614												x								
615									x											
616							x													
617																				
618										x										
619																				
620																				
621														x						
622	x			x																
623	x																			
624				x		x														
625			x																	
626		x																		
627																				x
628					x															
629						x														
630								x												
631																				
632	x																			
633	x					x														

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
634	Gralha Azul	O competidor deveria escalar a torre de observação de floresta de araucárias para carimbar o passaporte, utilizando cadeirinha e capacete.	CB13	2013				x							x	x	
635	Feira de Ciências	As equipes deveriam acender uma lâmpada de LED, utilizando 1 limão, 1 moeda e 1 prego.	CB13	2013						x						x	
636	Coordenadas	As equipes deveriam encontrar a bandeira/carimbo, seguindo as coordenadas geográficas informadas na folha do PC. Para isso, poderiam utilizar os meios digitais que escolhessem.	CB13	2013									x				x
637	Aqui tem Pressão	As equipes deveriam encaixar um pistão, com todos os anéis, dentro de um cilindro de um motor de automóvel, sem quebrar nenhum anel. A aula de mecânica era ministrada pelas duas filhas do proprietário da mecânica rural.	CB13	2013						x						x	
638	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	CB13	2013							x					x	
639	Chave	As equipes deveriam encontrar a bandeira localizada em uma casa de madeira, cuja foto havia sido postada na página do Mitsubishi Outdoor do Facebook.	CB13	2013							x						x
640	Veadinho	O ciclista deveria atingir o outro extremo do PC, seguindo o mapa. A bandeira estava no meio do percurso, em mata onde era comum o avistamento de um grupo de pequenos veados. O restante da equipe o resgataria naquele ponto.	CB13	2013											x	x	
641	Pedra sobre Pedra	Os competidores deveriam seguir a pé, através da mira dos teodolitos, os 3 pontos até atingirem o carimbo	CB13	2013											x	x	
642	Fuga das Galinhas	Para pontuar, a equipe deveria capturar uma galinha caipira, com as mãos.	CB13	2013				x			x					x	
643	Flintstones Reloded	Utilizando marreta e talhadeira, um integrante da equipe deveria efetuar o corte correto do granito para venda.	CB13	2013							x					x	
644	Banana 4x4	Para atingir o carimbo era necessário seguir uma difícil trilha utilizando a tração 4x4	JV13	2013				x			x					x	
645	Donkey Kong	O competidor deveria alcançar o carimbo sobrepondo e escalando caixas de banana, contando com a ajuda de apenas 1 membro de sua equipe e segurança por cordas.	JV13	2013				x					x			x	
646	MakkaMappa	As equipes deveriam utilizar o aplicativo de navegação Makka Mappa para encontrar o PC.	JV13	2013									x				x
647	Circ Scoala	Os integrantes deveriam realizar, pelo menos, 2 atividades do Circo Escola para ganhar o carimbo	JV13	2013				x			x						
648	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 4 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	JV13	2013							x					x	
649	Surf Rodeo	Para pontuar, um competidor da equipe deveria surfar uma onda por, pelo menos, 8 segundos.	JV13	2013				x	x							x	
650	Noi Sian Canalin	As equipes deveriam entrevistar pelo menos 3 descendentes de famílias diferentes da colônia Bellunese, utilizando a filmadora do celular, postando o resultado na página do Facebook do Mitsubishi Outdoor. O nome das famílias estava colocado em algumas placas distribuídas pela região e indicadas no mapa.	JV13	2013				x			x						x
651	Banana Ride	O ciclista deveria seguir pelo caminho bampeado até atingir a outra extremidade do PC, onde encontraria o restante da equipe.	JV13	2013											x	x	
652	Tony Hawk	O competidor deveria seguir o circuito demarcado na pista de skate.	JV13	2013				x							x	x	
653	Banana	Para conquistar o carimbo, as equipes deveriam seguir e participar de todo o processo de colheita e preparo da banana para a distribuição.	JV13	2013							x					x	
654	Vai que Passa	Apenas um dos veículos da equipe deveria percorrer a trilha-parque 4x4 para atingir a bandeira.	PN13	2013											x	x	
655	Corrimão	Os competidores deveriam cruzar rio utilizando um sistema de cordas fixas para segurança	PN13	2013				x						x		x	
656	Carimbo Perdido	As equipes deveriam encontrar a bandeira/carimbo através das coordenadas fornecidas com a ajuda de um receptor GPS.	PN13	2013										x			x
657	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 4 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	PN13	2013							x					x	
658	Strange Fruit	As equipes deveriam encontrar o local, dentro da área de interesse da prova, onde estavam as árvores correspondentes a diversos frutos indicados em fotografias.	PN13	2013											x	x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
634		x	x			x		x				x		x				
635		x		x		x		x			x			x		x		
636		x	x			x		x				x		x		x		
637		x	x			x			x		x			x		x		
638		x		x	x			x	x			x		x		x		
639		x	x			x			x			x		x		x		
640		x	x			x			x				x		x		x	
641		x	x			x			x				x		x			x
642		x	x			x			x			x		x		x		
643		x	x			x			x				x		x			
644		x		x		x				x			x		x			
645		x	x			x			x			x		x		x		
646		x	x			x			x				x		x			
647	x		x			x			x				x		x			
648		x		x	x				x	x			x		x			
649		x		x		x			x				x		x			
650	x		x			x			x				x		x			
651		x	x			x			x				x		x		x	
652		x	x			x			x				x		x			
653		x	x			x			x				x		x			
654		x	x			x				x			x		x			
655		x	x			x			x				x		x			
656		x	x			x			x				x		x			
657		x		x	x				x	x			x		x			
658		x	x			x			x				x		x			

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
634				x																
635			x																	
636			x																	
637		x																		
638		x																		
639					x															
640											x									
641									x											
642								x												
643										x										
644	x																			
645				x																
646			x																	
647		x																		
648		x																		
649						x														
650							x													
651																				
652																x				
653								x												
654	x																			
655				x		x														
656			x																	
657		x																		
658					x			x												

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
659	Cantos Coloridos	As equipes deveriam pintar um pássaro de madeira, em um atelier da região da prova. Ao trabalho aprovado, seria dado o carimbo.	PN13	2013							x					x	
660	Formigas	Com a ajuda de uma apostila fornecida pelo monitor, as equipes deveriam responder a um questionário para poder degustar a farofa de igás, típica da região, e ganhar o carimbo	PN13	2013			x			x						x	
661	2x2	Dois integrantes de cada equipe deveriam seguir a pé as marcações de campo, para chegar à bandeira.	PN13	2013											x	x	
662	Zig-Zag	Os competidores deveriam seguir a direções e distâncias informadas para atingir as marcações fixadas em campo e, ao final do percurso, atingir a bandeira	PN13	2013											x	x	
663	Biathlon Serrano	Um competidor deveria subir um morro até alcançar a bandeira. Chegando lá, teria uma chance para atingir o alvo com uma espingarda de pressão. Cumpriria penalidade de 7 minutos parado, caso errasse o alvo.	PN13	2013	x				x							x	
664	Ares da Bocaina	Usando o mapa fornecido, o ciclista deveria atingir o outro extremo do PC, onde seria resgatado pelo restante da equipe. O carimbo encontrava-se no meio desse percurso.	PN13	2013											x	x	
665	NASA	As equipes deveriam construir um foguete de garrafa pet, seguindo as orientações fornecidas. No lançamento desse foguete, a altura deveria atingir o tamanho da árvore onde a bandeira estava fixada.	RP13	2013						x					x	x	
666	Smart Navigation	As equipes deveriam encontrar o PC utilizando o aplicativo Makka Mappa e as coordenadas fornecidas na folha do PC.	RP13	2013										x			x
667	João e Maria	Através de 16 coordenadas geográficas, as equipes podiam seguir um tortuoso caminho até atingir a bandeira, utilizando receptor GPS.	RP13	2013										x		x	x
668	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 6 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	RP13	2013							x					x	
669	Cruise Control	Os carros das equipes deveriam percorrer duas trilhas diferentes e chegar juntos ao ponto final, saindo juntos do ponto de partida. Todo o percurso era cronometrado pelos monitores.	RP13	2013											x	x	
670	Pirâmide	As equipes deveriam encontrar o morro da figura impressa na folha do PC. A partir daí, seguir as coordenadas geográficas indicadas no local para encontrar a bandeira.	RP13	2013										x		x	x
671	Priscas Casas	As equipes deveriam identificar as diversas ruínas previamente fotografadas, de acordo com a sua localização no mapa da prova.	RP13	2013							x					x	
672	Tira o Pé	Os ciclistas deveriam percorrer o circuito sem colocar o pé no chão ou encostar nas marcações da pista.	RP13	2013											x	x	
673	Caminho da Fé	Os competidores da categoria FUN, deveriam seguir a pé pela trilha até chegar à capela sobre o Morro das Araras onde estaria a bandeira. Já os competidores da categoria EXT, deveriam seguir a sul da capela, onde encontrariam sua bandeira, sobre as pedras	RP13	2013											x	x	
674	Agharta	Os competidores deveriam entrar na gruta localizada no Morro da Mesa, onde encontrariam a bandeira	RP13	2013											x	x	
675	Agulha Vermelha	Seguindo referências, distâncias e azimutes, os competidores conseguiam encontrar a bandeira.	RP13	2013										x		x	
676	Pedra sobre Pedra	Difícil trilha pedregosa que deveria ser percorrida utilizando-se a tração 4x4.	SJ13	2013											x	x	
677	Chuveirinho	O competidor deveria subir até o topo de cachoeira usando trilha e descer pela corda fixa (rapel) num poço onde os veículos o encontravam. O carimbo encontrava-se no meio do percurso.	SJ13	2013											x	x	
678	Coordenadas Geográficas	Utilizando as coordenadas informada, as equipes deveriam encontrar a bandeira com o auxílio de um receptor GPS.	SJ13	2013										x		x	x
679	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	SJ13	2013							x					x	
680	Festa no Coreto	Para pontuar, as equipes deveriam aprender passos de dança típica caipira e reproduzi-los no coreto da cidade de Lagoinha.	SJ13	2013							x					x	
681	A perspectiva do pintor III	As equipes deveriam encontrar a bandeira a partir de fotografias fornecidas, trabalhadas digitalmente com aparência de pinturas a óleo. Uma para FUN e outra para EXT.	SJ13	2013										x		x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
659		x	x			x		x			x			x	x			
660		x	x			x		x			x			x	x			
661		x	x			x		x				x	x		x			x
662		x	x			x		x				x	x		x			x
663		x	x			x		x				x	x			x		
664		x	x			x		x				x	x		x		x	
665		x		x		x		x				x		x		x		
666		x	x			x		x				x		x	x			
667		x	x			x		x				x	x		x			x
668		x		x	x			x	x		x			x	x			
669		x	x			x			x			x	x		x			
670		x	x			x		x				x		x		x		
671		x	x			x		x			x			x		x		
672		x	x			x		x				x	x		x		x	
673		x	x			x		x				x	x		x			x
674		x	x			x		x				x	x		x			
675		x	x			x		x				x	x		x			x
676		x	x			x			x			x	x		x			
677		x	x			x		x				x	x		x			
678		x	x			x		x				x		x		x		
679		x		x	x			x	x			x		x	x			
680	x		x			x		x			x			x	x			
681		x	x			x		x				x		x		x		

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
659										x										
660								x												
661																				
662																				
663													x							
664																				
665			x																	
666			x																	
667			x																	
668		x																		
669												x								
670					x				x											
671					x															
672																				
673																				
674														x						
675									x											
676	x																			
677				x																
678			x																	
679		x																		
680																				x
681					x															

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
682	3 Pontas	O competidor deveria seguir pelos caminhos indicados usando mountain-bike e capacete, até atingir o carimbo. O restante da equipe deveria estudar o percurso escolhido pelo ciclista e resgatá-lo em uma das outras duas pontas do PC.	SJ13	2013											X	X	
683	Nos Passos de Francisco	Um competidor de cada equipe deveria percorrer a pé a Trilha Franciscana até atingir o carimbo, que estava no meio do percurso. Os veículos o resgatariam na outra extremidade.	SJ13	2013											X	X	
684	Titanic	Utilizando cartão de embarque retirado de acordo com classificação do dia anterior, o competidor deveria tomar um bote de rafting no horário marcado, passar pela bandeira e navegar até o ponto de encontro sinalizado no mapa.	SJ13	2013	X					X						X	
685	Dona Purezinha	Os competidores deveriam seguir a receita de Bolinho de Chuva da companheira de Monteiro Lobato e degustar a receita preparada pela equipe anterior	SJ13	2013							X					X	
686	Travessia	Para completar a travessia, as equipes deveriam seguir os dots em trilha 4x4. A bandeira, estava em uma das passagens de rio do percurso.	VT13	2013							X					X	
687	Rio Acima	Para atingir a bandeira, os competidores deveriam seguir no contra-fluxo de cachoeira, utilizando segurança de cordas e escadas.	VT13	2013				X				X				X	
688	Quadricula X	As equipes deveriam encontrar o PC através do aplicativo Makka Mappa.	VT13	2013										X			X
689	RGB*	Os competidores deveriam escolher 3 cores para gerar uma terceira cor indicada pelo monitor. Para tanto, contavam com um disco giratório que misturava as matrizes de luz	VT13	2013						X						X	
690	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	VT13	2013							X					X	
691	Folhas Verdes	As equipes deveriam colher 5 folhas de espécies diferentes de frutas/legumes cultivadas na região e identificá-las de acordo com as espécies listadas na folha do PC.	VT13	2013						X						X	
692	Pássaros	As equipes deveriam montar um espantalho, fixá-lo em uma plantação e tirar uma foto dele com um membro da equipe e o agricultor responsável pela área do plantio. Depois, saber identificar precisamente no mapa da prova, o local da plantação.	VT13	2013			X				X					X	
693	Triangulação	As equipes encontrariam o PC traçando uma linha a 351° do PC 1 e outra a 69° do PC 2. O cruzamento delas, por triangulação, era o local da bandeira.	VT13	2013									X			X	
694	Pedroco	O competidores deveriam subir a pé por estrada até a entrada do Parque Estadual da Pedra Azul, onde encontrariam o carimbo.	VT13	2013											X	X	
695	Canelas Verdes	Os ciclistas deveriam seguir pela trilha de mountain-bike até atingir o outro extremo do PC, onde encontrariam o restante da equipe	VT13	2013											X	X	
696	Pela Roça	Para atingir a bandeira as equipes deveriam utilizar uma pequena trilha de roça.	CB14	2014											X	X	
697	Lá de Cima	As equipes deveriam encontrar a bandeira a partir da imagem de satélite e coordenadas fornecidas na folha do PC.	CB14	2014									X			X	
698	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	CB14	2014							X					X	
699	Largados	A bandeira estava localizada em meio a uma pequena área de mata atlântica preservada, sem qualquer outra referência.	CB14	2014										X		X	
700	Vitrais	As equipes deveriam provar 5 tipos de geleias, produzidas no mosteiro que sediou o PC, e acertar, pelo menos, 3 sabores, em teste cego.	CB14	2014			X			X						X	
701	Desce & Sobe	O ciclista deveria atingir o outro extremo do PC, seguindo o mapa. A bandeira estava no meio do percurso. O restante da equipe o resgataria naquele ponto	CB14	2014											X	X	
702	Curtinho	O ciclista deveria atingir o outro extremo do PC, seguindo o mapa. A bandeira estava no meio do percurso. O restante da equipe o resgataria naquele ponto	CB14	2014											X	X	
703	X-Mata	Os ciclistas deveriam percorrer o circuito demarcado e transpor todos os obstáculos, sem encostar o pé no chão ou se apoiar em árvores.	CB14	2014											X	X	
704	Bruxa de Blair	Os competidores deveriam seguir as marcações em área de reflorestamento de pinus para chegar até a bandeira.	CB14	2014											X	X	
705	Olheiros	Os competidores deveriam seguir uma série de tarefas do circuito de futebol: corrida pelos cones, troca de passes, cobrança de falta e de pênalti.	CB14	2014	X					X						X	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
682		x	x			x		x				x		x			x	
683		x	x			x		x			x		x		x			x
684		x	x			x		x			x		x		x			
685	x		x			x		x			x			x	x			
686		x	x			x			x			x	x		x			
687		x	x			x		x				x	x		x			
688		x	x			x		x					x		x			
689		x	x			x		x			x			x		x		
690		x		x	x			x	x		x			x		x		
691		x	x			x		x			x			x		x		
692	x		x			x		x			x			x		x		
693		x	x			x		x				x		x		x		
694		x	x			x		x			x		x		x			x
695		x	x			x		x				x	x		x		x	
696		x	x			x		x				x	x		x			
697		x	x			x		x				x		x		x		
698		x		x	x			x	x		x			x		x		
699		x	x			x		x			x		x			x		x
700		x		x	x			x			x			x		x		
701		x	x			x		x				x	x		x		x	
702		x	x			x		x				x	x		x		x	
703		x	x			x		x				x	x		x		x	
704		x	x			x	x					x	x		x			x
705		x		x		x		x			x		x			x		



	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
706	4x4	Para atingir a bandeira era necessária a utilização da tração 4x4 em longa trilha cruzando a Serra dos Marques	CJ14	2014							x					x	
707	Buracos	Para atingir a bandeira era necessária a utilização da tração 4x4 em trilha na Serra dos Dias	CJ14	2014							x					x	
708	Abseilen	Para chegar até a bandeira, um integrante da equipe deveria descer uma rocha com técnica rústica de rapel, passando a corda pelo corpo.	CJ14	2014				x			x					x	
709	Na Escuridão	As equipes deveriam encontrar a bandeira, a partir das coordenadas fornecidas e sinalização luminosa. Ela estava escondida dentro da caverna das Andorinhas, acessada a pé.	CJ14	2014									x			x	
710	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 4(FUN) / 5(EXT) perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	CJ14	2014							x					x	
711	Amendoim	As equipes deveriam participar de uma das etapas da preparação do Pé de Moleque, que era a de escolha manual do amendoim, doce típico da cidade de Piranguinho.	CJ14	2014			x				x					x	
712	Tarefa Bonus	As equipes deveriam tirar uma foto da rocha ilustrada na capa da Lista de Objetivos da prova, devendo aparecer a equipe; e outra foto de um dos postos BR (patrocinador) indicados no mapa.	CJ14	2014							x					x	
713	Estradinha	O ciclista deveria atingir o outro extremo do PC, seguindo o mapa. A bandeira estava no meio do percurso. O restante da equipe o resgataria naquele ponto	CJ14	2014											x	x	
714	Trem	O ciclista deveria atingir o outro extremo do PC, seguindo o mapa. A bandeira estava no meio do percurso. O restante da equipe o resgataria naquele ponto	CJ14	2014											x	x	
715	Como de Costume	O ciclista deveria percorrer a trilha seguindo o mapa fornecido e encontrar o restante da equipe no outro extremo.	CJ14	2014											x	x	
716	Pedra Bicuda	Os competidores deveriam seguir a trilha e mapa a pé até o ponto de encontro indicado, onde o restante da equipe estaria aguardando	CJ14	2014											x	x	
717	(Quase) Topo do Mundo	Para chegar à bandeira, um integrante da equipe deveria subir a pé o pico próximo ao laboratório astrofísico de Brasópolis.	CJ14	2014										x		x	
718	Sobe & Desce	Trilha pedregosa de fácil transposição onde se localizava a bandeira	JV14	2014				x							x	x	
719	Minotauro	Em uma rede de trilhas 4x4 com muita lama, as equipes deveriam encontrar a bandeira, navegando através do mapa e superando as dificuldades do terreno.	JV14	2014											x	x	
720	Caça Cachoeira	Com a ajuda de um GPS e utilizando as coordenadas geográficas fornecidas, as equipes deveriam encontrar a bandeira/carimbo que estava em uma das cachoeiras da região	JV14	2014											x	x	x
721	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 6 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	JV14	2014							x					x	
722	Ponte Coberta	A partir da foto impressa no envelope do PC, as equipes deveriam encontrar a respectiva ponte, localizada na região da prova.	JV14	2014											x	x	
723	Ferry Boat	Em cinco horários diferentes, uma embarcação partiria com 5 pessoas à bordo - um integrante de cada equipe - com destino à bandeira/carimbo. O direito ao embarque, daria-se pelo menor tempo de chegada, contanto seu horário de retirada do passaporte	JV14	2014											x	x	
724	Voadeira	Em quatro horários diferentes, uma embarcação partiria com 5 pessoas à bordo - um integrante de cada equipe - com destino à bandeira/carimbo. O direito ao embarque, daria-se pelo menor tempo de chegada, contanto seu horário de retirada do passaporte	JV14	2014											x	x	
725	Bikanana	O ciclista deveria atingir o outro extremo do PC, seguindo o mapa fornecido. A bandeira estava no meio do percurso. O restante da equipe o resgataria naquele ponto	JV14	2014											x	x	
726	Clássico	O ciclista deveria atingir o outro extremo do PC, seguindo o mapa fornecido. A bandeira estava no meio do percurso. O restante da equipe o resgataria naquele ponto	JV14	2014											x	x	
727	Família Adams	Pelo menos dois integrantes de cada equipe deveriam seguir por uma trilha demarcada até atingir a bandeira. Para ganhar o carimbo, deveriam trazer uma fita colorida para o monitor na volta.	JV14	2014											x	x	
728	Água e Areia	Utilizando colete salva-vidas, os competidores deveriam atravessar a nado as barras de dois rios e, a pé e entre eles, 4 km de praia deserta, para se reunir com a equipe na outra extremidade do PC.	JV14	2014									x			x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
706		x	x			x				x		x		x				
707		x	x			x				x		x		x				
708		x	x			x					x	x		x				
709		x	x			x				x		x		x				
710		x		x	x			x	x		x			x				
711		x	x			x				x				x				
712		x	x			x	x					x		x		x		
713		x	x			x					x	x		x			x	
714		x	x			x					x	x		x			x	
715		x	x			x					x	x		x			x	
716		x	x			x					x	x		x				x
717		x	x			x				x		x		x				x
718		x	x			x						x	x	x				
719		x	x			x						x	x	x				
720		x	x			x						x		x		x		
721		x		x	x						x			x				
722		x	x			x						x		x		x		
723		x	x			x						x	x			x		
724		x	x			x						x	x			x		
725		x	x			x						x	x			x		x
726		x	x			x						x	x			x		x
727		x	x			x						x	x			x		x
728		x	x			x						x	x			x		x

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
706	x																			
707	x																			
708				x																
709			x											x						
710		x																		
711								x												
712					x															
713																				
714																				
715																				
716																				
717																				
718	x																			
719	x								x											
720			x																	
721		x																		
722					x															
723										x										
724										x										
725																				
726																				
727																				
728										x										

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
729	O Pescador	Utilizando uma tarrafa, e seguindo as orientações de um pescador, as equipes deveriam capturar pelo menos um peixe vivo.	JV14	2014			x				x					x	
730	Cava	Para atingir a bandeira, as equipes deveriam passar por antiga estrada abandonada, utilizando a tração 4x4 - PC de extrema dificuldade	PN14	2014				x			x					x	
731	Pan	A partir de um ponto cujas coordenadas geográficas eram conhecidas, as equipes deveriam identificar um dos cumes da Serra da Bocaina, de acordo com o azimute fornecido.	PN14	2014									x			x	
732	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	PN14	2014							x					x	
733	Pan	A partir de um ponto cujas coordenadas geográficas eram conhecidas, as equipes deveriam identificar um dos cumes da Serra da Bocaina, de acordo com o azimute fornecido, onde se localizava a bandeira	PN14	2014										x		x	
734	Fazendas Escondidas	No mapa da prova, foram indicados e numerados alguns casarões da região. Os competidores deveriam identificá-los no gabarito recebido para ganhar o carimbo.	PN14	2014							x					x	
735	Clássico	No Museu Armando Vianna, os competidores deveriam, após analisar as obras e detalhes expostos na Sala Documental, responder duas questões (especialmente sobre a escola correspondente a determinadas telas) para ganhar o carimbo.	PN14	2014							x					x	
736	Vale Perdido	O ciclista deveria atingir o outro extremo do PC, seguindo o mapa fornecido. A bandeira estava no meio do percurso. O restante da equipe o resgataria naquele ponto	PN14	2014											x	x	
737	Ligação	O ciclista deveria atingir o outro extremo do PC, seguindo o mapa. A bandeira estava no meio do percurso. O restante da equipe o resgataria naquele ponto	PN14	2014											x	x	
738	Poço	Os competidores deveriam seguir pelo caminho demarcado por bumpings, a pé, até atingir a bandeira/carimbo.	PN14	2014											x	x	
739	Mergulhão	Utilizando máscara de mergulho, os competidores deveriam encontrar um bastão colorido no fundo de um lago para, assim, ganhar o carimbo.	PN14	2014											x	x	
740	Alça	Para atingir a bandeira era necessária a transposição de uma trilha 4x4 de média dificuldade	RP14	2014							x					x	
741	Descendo na Divisa	As equipes da categoria FUN deveriam seguir por uma trilha demarcada para chegar à bandeira. Já as equipes EXT, deveriam descer uma parede defronte à uma cachoeira, utilizando as técnicas de rapel, passando por sua bandeira.	RP14	2014				x					x			x	
742	Mato	Utilizando o GPS e as coordenadas geográficas, as equipes deveriam encontrar a bandeira/carimbo.	RP14	2014										x		x	x
743	Sinal dos Céus	Utilizando o GPS e as coordenadas geográficas, as equipes deveriam encontrar a bandeira/carimbo.	RP14	2014										x		x	x
744	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	RP14	2014							x					x	
745	Pausa Para o Café	As equipes deveriam preparar um cafezinho e degustar o preparado pela equipe anterior, na estrada de um cafezal.	RP14	2014							x					x	
746	Animal Planet	Numa tomada de, no máximo, 20 segundos, as equipes deveriam fazer um filme, com smartphone, onde deveria aparecer a imagem de um tucano e na sequência, gravar um integrante da equipe dizendo "O Mitsubishi Outdoor é animal!", em close-up.	RP14	2014			x								x	x	x
747	Bike no Mato	O ciclista deveria atingir o outro extremo do PC, seguindo o mapa fornecido. A bandeira estava no meio do percurso. O restante da equipe o resgataria naquele ponto	RP14	2014											x	x	
748	Cafê Racing	O ciclista deveria atingir o outro extremo do PC, seguindo o mapa fornecido. A bandeira estava no meio do percurso. O restante da equipe o resgataria naquele ponto	RP14	2014											x	x	
749	Sobre as Pedras	Os competidores deveriam seguir pelo leito de um córrego e, em seguida, pelo leito de um rio até o ponto de chegada indicado no mapa informado no envelope do PC, onde encontrariam o restante da equipe. O carimbo seria encontrado no meio do percurso.	RP14	2014											x	x	
750	Caminho da Fé	Para atingir a bandeira, as equipes deveriam subir um dos picos da serra das três colinas, onde havia uma pequena capela	RP14	2014											x	x	
751	O.V.N.I	Um integrante de cada equipe deveria fazer o lançamento de um frisbee a uma distância maior do que a delimitada pelos cones, no campo.	RP14	2014											x	x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
729		x	x			x		x			x			x		x		
730		x	x			x			x			x			x			
731		x	x			x			x				x			x		
732		x		x	x			x	x		x			x	x			
733		x		x		x			x			x		x	x			
734		x	x			x			x		x			x	x			
735		x	x			x			x		x			x	x			
736		x	x			x			x			x	x		x		x	
737		x	x			x			x			x	x		x		x	
738		x	x			x	x					x	x		x			x
739		x	x			x			x			x	x			x		
740		x	x			x				x		x	x		x			
741		x	x			x			x			x	x		x			x
742		x	x			x			x			x		x		x		
743		x	x			x			x			x		x		x		
744		x		x	x				x	x		x		x	x			
745	x		x			x			x			x		x	x			
746	x		x			x	x			x		x		x	x			
747		x	x			x			x			x	x		x		x	
748		x	x			x			x			x	x		x		x	
749		x	x			x			x			x	x		x			x
750		x	x			x			x			x	x		x			x
751		x	x			x			x			x	x			x		

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
729								x												
730	x																			
731			x																	
732		x																		
733									x											
734					x															
735							x													
736																				
737																				
738																				
739						x														
740	x																			
741				x																
742			x																	
743			x																	
744		x																		
745								x												
746					x															
747																				
748																				
749						x														
750																				
751																				

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
752	Casa das Máquinas	Uma antiga usina desativada ao lado de cachoeira de 40m e atingida por uma pequena escada de pedras construída no sec. XIX era o local onde se localizava a bandeira.	RP14	2014				x			x					x	
753	Linha de Montagem	Em visita à linha de montagem da Mitsubishi, todas as equipes deveriam participar de uma das etapas da montagem de uma L200, seguindo as planilhas oficiais de fábrica.	UB14	2014							x					x	
754	Ruínas	Para atingir a bandeira era necessária a travessia de uma trilha 4x4	UB14	2014							x					x	
755	Guincho	Para atingir a bandeira, os competidores deveriam fazer a travessia de rio utilizando cabo do guincho de uma L200.	UB14	2014				x					x			x	
756	Cadê	As equipes deveriam encontrar, pelo menos, 1 de 3 bandeiras cujas coordenadas geográficas eram fornecidas.	UB14	2014										x		x	x
757	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 4 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	UB14	2014							x					x	
758	Willa	As equipes deveriam tirar uma foto onde aparecesse uma seriema em conjunto com um dos carros da equipe.	UB14	2014											x	x	
759	Eros	O ciclista deveria atingir o outro extremo do PC, seguindo o mapa. A bandeira estava no meio do percurso. O restante da equipe o resgataria naquele ponto	UB14	2014											x	x	
760	Mata	O ciclista deveria atingir o outro extremo do PC, seguindo o mapa. A bandeira estava no meio do percurso. O restante da equipe o resgataria naquele ponto	UB14	2014											x	x	
761	Patrola	O ciclista deveria atingir o outro extremo do PC, seguindo o mapa. A bandeira estava no meio do percurso. O restante da equipe o resgataria naquele ponto	UB14	2014											x	x	
762	Urubu	Os competidores deveriam atravessar a trilha do Morro do Urubu, a pé, até atingir a outra extremidade do PC, onde encontrariam o restante da equipe	UB14	2014											x	x	
763	E a chuva levou	Utilizando a tração 4x4, os competidores deveriam cruzar uma trilha com vários trechos erodidos pela chuva.	CB15	2015							x					x	
764	Cai-cai	Com a ajuda de cordas fixas e capacete, um integrante da equipe deveria escalar uma cachoeira pouco íngreme, pelo leito do rio, para chegar até a bandeira.	CB15	2015											x	x	
765	Aquacaching	Para conseguir a pontuação do PC, as equipes deveriam encontrar pelo menos uma das bandeiras cujas coordenadas geográficas eram fornecidas. Todas encontravam-se em leitos de rios da região da prova.	CB15	2015											x	x	
766	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	CB15	2015							x					x	
767	2+2=4x4	As equipes deveriam fotografar carros numerados suspenso em teleférico de mineiradora que cruzava estrada vicinal em diversos pontos indicados no mapa da etapa, cuja soma dos números igualasse a soma do seu número de porta da equipe.	CB15	2015											x	x	
768	Munit haec et altera vincit	Competição de paintball entre duas duplas de equipes rivais. Um integrante do time deveria atingir a bandeira adversária sem ser atingido por tiros.	CB15	2015	x				x							x	
769	Paixão nacional à procura de um sinal	Segunda etapa de um concurso fotográfico onde a melhor das fotos de cada uma das primeiras etapas da temporada foi premiada com uma prancha autografada do surfista de ondas grandes, atleta Mit. Carlos Burt. Nesta, as equipes deveriam tirar uma foto onde todos os integrantes e os dois carros aparecessem e postá-la no Instagram. Para isso, elas deveriam utilizar um dos campos de futebol rurais indicados no mapa principal da prova.	CB15	2015				x			x					x	x
770	Barquinhos	Utilizando barcos locais feitos de madeira, as equipes deveriam remar até outra margem de represa, onde estava localizada a bandeira.	CB15	2015							x					x	
771	Pedras & Dots	Trilha em descida com diversos obstáculos naturais de pedra	CJ15	2015				x							x	x	
772	Uma luz no fim	A bandeira encontrava-se no final de um túnel para escoamento de água, construído para uma antiga estrada de ferro. Para chegar ao túnel era necessária a superação de obstáculos naturais de pedra, com a ajuda de cordas fixas	CJ15	2015				x						x		x	
773	Tchibum!	Um membro da equipe deveria descer por rapel a face de uma cachoeira. A corda acabava antes da base provocando a queda do competidor no poço de água.	CJ15	2015				x					x			x	
774	Poço	Apenas com as coordenadas geográficas e uma foto de satélite de alta-definição representando uma quadricula do mapa da prova, as equipes deveriam encontrar o PC.	CJ15	2015										x		x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
752		x	x			x		x			x		x		x			x
753	x		x			x			x	x			x		x			
754		x	x			x			x		x		x		x			
755		x	x			x		x			x		x		x			
756		x	x		x			x			x		x		x			
757		x		x	x			x	x		x		x		x			
758		x	x			x		x			x		x		x			
759		x	x			x		x			x		x		x		x	
760		x	x			x		x			x		x		x		x	
761		x	x			x		x			x		x		x		x	
762		x	x			x		x			x		x		x			x
763		x	x			x			x		x		x		x			
764		x	x			x		x			x		x		x			
765		x	x		x			x			x		x		x			
766		x		x	x			x	x		x		x		x			
767		x	x			x		x			x		x		x			
768		x		x		x		x			x		x		x			
769		x		x	x			x			x		x		x			
770		x	x			x		x			x		x		x			
771		x	x			x			x		x		x		x			
772		x	x			x		x			x		x		x			
773		x	x			x		x			x		x		x			
774		x	x			x		x			x		x		x			

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
752																				
753	x									x										
754	x																			
755				x																
756			x																	
757		x																		
758					x															
759																				
760																				
761																				
762																				
763	x																			
764				x						x										
765			x							x										
766		x																		
767					x															
768																				x
769					x															
770										x										
771	x																			
772				x						x										
773				x																
774			x																	

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
775	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	CJ15	2015							x					x	
776	Caminho	A bandeira localizava-se em um ponto acessível apenas a pé, num trecho com Caminho da Fé.	CJ15	2015							x					x	
777	Atração Fatal	As equipes deveriam contruir uma bússola para fazer medições de azimute, utilizando agulha, rolha e um dish com água.	CJ15	2015						x						x	
778	Na linha do trem	O ciclista deveria atingir a bandeira que estava em uma estrada construída sobre antiga linha de trem. A passagem era proibida para veículos.	CJ15	2015										x		x	
779	Banana Bike	Pelo menos um integrante da equipe deveria cruzar um morro, no topo do qual estava localizada a bandeira. O restante da equipe deveria resgatá-lo no lado oposto.	CJ15	2015										x		x	
780	Pau Outdoor	Primeira etapa de um concurso fotográfico onde a melhor das fotos de cada uma das primeiras etapas da temporada foi premiada com uma prancha autografada do surfista de ondas grandes, atleta Mit. Carlos Burl. Nesta, as equipes deveriam tirar uma foto onde todos os integrantes e os dois carros aparecem e postá-la no Instragram. Para isso, elas deveriam utilizar um bambu preparado para funcionar como pau-de-selfie	CJ15	2015			x						x			x	
781	Será que liga?	Em região castigada pelas chuvas e propensa a deslizamentos de terra, as equipes deveriam pegar informações com moradores locais para saber se um caminho não indicado no mapa era uma passagem viável	JV15	2015							x					x	
782	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	JV15	2015							x					x	
783	Bike colonial	A bandeira estava posicionada no meio de uma estrada fechada para os veículos. Um integrante da equipe deveria utilizar a MTB para atingi-la e carimbar seu passaporte.	JV15	2015										x		x	
784	1884	Contando apenas com uma foto de antiga ponte de pedras em estrada histórica, os competidores deveriam encontrar o PC.	JV15	2015							x					x	
785	Dona Francisca	Em estrada histórica, contando com inúmeras construções de época preservadas e previamente fotografadas, as equipes deveriam identificar o posicionamento de cada foto, recortá-la e colá-la em mapa com espaços apropriados.	JV15	2015							x					x	
786	Terra & Água	Em grande parque com 10 grandes cachoeiras, os competidores deveriam seguir trilhas ao lado de rio para atingir a bandeira <cach 2 para FUN, cach 4 para EXT>.	JV15	2015										x		x	
787	Mulher Triângulo	Em praça com esculturas do artista plástico Vaccarini, as equipes deveriam, para conquistar o PC, tirar uma foto de um dos seus participantes exatamente na posição da Mulher Triângulo, uma de suas obras	JV15	2015			x						x			x	
788	Táxi	Para conquistar o carimbo, as equipes deveriam identificar 1 espécie de cada grande bioma nacional, em um museu de taxidermia.	JV15	2015							x					x	
789	Nas nuvens	O PC encontrava-se na união de três longas trilhas pedregosas, que somente poderiam ser vencidas com a utilização da tração integral. Ao atingir o PC as equipes ganhavam 1 hora a mais de prova.	PN15	2015				x						x		x	
790	O conde	Para chegar ao PC, um integrante da equipe deveria seguir leito de rio, com diversas passagens técnicas, uma delas com a necessidade de cordas fixas.	PN15	2015				x					x			x	
791	De vidros bem vedados	As equipes deveriam construir um barômetro/altímetro caseiro, utilizando vidro, bexiga, canudo e regua, e realizar diversas medições durante todo o período da prova para ganhar o carimbo.	PN15	2015							x					x	
792	Pacman IV	Em uma área de reflorestamento de pinus, para a qual foi criada um tabuleiro virtual seguindo as características do famoso jogo de vídeo-game, os competidores deveriam 'comer' os dots e fugir dos 'fantasmas' e de clyde, pinky, inky e blinky, utilizando o telefone celular.	PN15	2015	x				x					x		x	x
793	Além das nuvens	Os competidores deveriam encontrar o PC contando apenas com coordenadas geográficas e sabendo que ele estava no local com maior altitude da prova	PN15	2015										x		x	x
794	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	PN15	2015							x					x	
795	Liga pontos	Contando com ângulos de direção a partir do norte magnético e distâncias em metros, os competidores precisavam encontrar quatro pontos de referência na área de uma fazenda em ruínas para receber o carimbo.	PN15	2015							x					x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
775		x		x	x			x	x			x		x				
776		x	x			x						x		x				x
777	x			x		x						x		x		x		
778		x	x			x							x		x		x	
779		x	x			x							x		x		x	
780		x	x			x						x		x		x		
781	x		x			x						x		x		x		
782		x		x	x							x		x		x		
783		x	x			x							x		x		x	
784		x	x			x						x		x		x		
785		x	x			x						x		x		x		
786		x	x			x							x		x			x
787		x	x			x						x		x		x		
788		x	x			x						x		x		x		
789		x	x			x			x				x		x			
790		x	x			x							x		x			
791		x		x	x								x		x			
792		x		x	x		x						x		x			
793		x	x			x							x		x			
794		x		x	x								x		x			
795		x	x			x									x			

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
775		x																		
776																				
777									x											
778																				
779																				
780					x															
781	x										x									
782		x																		
783																				
784					x		x													
785					x															
786																				
787					x		x													
788							x	x												
789	x																			
790				x																
791			x																	
792			x																	
793			x																	
794		x																		
795									x											

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
796	A ponte de cai	Pelo menos um integrante da equipe deveria completar circuito marcado no mapa da prova, passando pela bandeira. Os veículos deveriam ficar parados aguardando o ciclista completar o PC.	PN15	2015											X	X	
797	Bike da vaca	Pelo menos um integrante da equipe deveria utilizar uma MTB para seguir diversas trilhas marcadas e utilizadas por bois para chegar à bandeira. O restante da equipe, com os veículos, deveriam resgatá-lo no lado oposto do PC.	PN15	2015											X	X	
798	Bocaina	Terceira e última etapa de um concurso fotográfico onde a melhor das fotos de cada uma das primeiras etapas da temporada foi premiada com uma prancha autografada do surfista de ondas grandes, atleta Mit. Carlos Burl. Nesta, as equipes deveriam tirar uma foto onde todos os integrantes e os dois carros aparecem e postá-la no Instagram. O tema da foto deveria ser a Serra da Bocaina.	PN15	2015			X			X						X	X
799	Caça às bandeirolas	Utilizando o GPS, a equipe deveria percorrer diversas trilhas em parque fechado com grande cachoeira, encontrando 3 pequenas bandeirolas. Foram fornecidas coordenadas geográficas com formatos diferentes D, DM e DMS.	PN15	2015								X				X	X
800	Vale Perdido	A bandeira localizava-se no percurso de uma trilha aberta em meio a mata nativa, com a necessidade de utilização da tração integral.	RP15	2015											X	X	
801	Paraíso Improvável	A bandeira estava localizada na base de cachoeira acessível apenas pela transposição de uma segunda cachoeira, para o que contavam com escada de alumínio e cabos de aço utilizada em escalada no gelo.	RP15	2015				X							X	X	
802	Véu	EXT - a bandeira estava localizada na parede de uma cachoeira acessível por cordas, com a técnica de rapel; FUN - uma placa localizada atrás da cortina de cachoeira acessada por trilha a pé, indicava a pergunta sobre o nome de um monitor apresentado no briefing dado no dia anterior.	RP15	2015				X				X				X	
803	Pelo som	As equipes deveriam localizar o PC contando apenas com coordenadas geográficas e foto de extensa cachoeira localizada na área representada pelo mapa da prova	RP15	2015									X				X
804	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova.	RP15	2015						X						X	
805	Vara Mato	A bandeira estava localizada na base de cachoeira acessível apenas pela transposição de mata, sem trilha aberta.	RP15	2015				X							X	X	
806	Caminhos d'água	A bandeira poderia ser atingida apenas com a utilização de MTB. Estava localizada na Barragem da Usina de Dourados, construção de mais de 100 anos de idade com ponte de madeira e canal de água, sobre o próprio rio que alimenta a represa	RP15	2015				X							X	X	
807	Caça Ruínas	De acordo com a indicação no mapa principal de antigo traçado da estrada de ferro Mogiana e da localidade de 9 de suas estações, os competidores deveriam atingir uma delas, sem indicação das estradas do seu entorno, contando apenas com foto de sua ruína.	RP15	2015							X					X	
808	Macacos	Dentro da Floresta Municipal de Batatais, foram marcadas as coordenadas geográficas de 3 pequenas bandeiras, que deveriam ser atingidas pelos competidores com a utilização de MTB e GPS	RP15	2015											X	X	X
809	Memórias	Em comemoração a PC realizado na primeira etapa do Mitsubishi Outdoor, em 2004, as equipes deveriam ingressar na cozinha do Museu Casa de Portinari e reproduzir a receita de uma "polenta italiana", lá indicada em um mural	RP15	2015						X						X	
810	O morro	A bandeira estava no topo de um morro muito íngreme que só podia ser atingido com a utilização da tração 4x4.	VT15	2015											X	X	
811	Bike & Run	Dois integrantes da equipe, um a pé e outro com MTB, deveriam completar o circuito na encosta de um morro, circuito que podia ser acompanhado pelo restante da equipe com os carros em estrada paralela e separada por um grande rio.	VT15	2015											X	X	
812	Caminho da roça	Seguindo o costume local de marcação do caminho com fitas coloridas, as equipes deveriam seguir os sinais deixados em estradas e trilhas 4x4 para chegar até o PC, que não estava marcado no mapa.	VT15	2015				X			X					X	
813	Cachoeira	Os competidores deveriam encontrar o PC contando apenas com suas coordenadas geográficas e informação que ele se encontrava no final de uma trilha a pé - conforme indicação da legenda.	VT15	2015								X				X	X
814	Quiz	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	VT15	2015						X						X	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
796		x	x			x		x				x		x			x	
797		x	x			x		x					x		x			x
798		x		x	x				x			x		x		x		
799		x	x			x			x			x				x		x
800		x	x			x				x			x		x			
801		x	x			x							x		x			
802		x	x			x							x		x			x
803		x	x			x								x		x		
804		x		x	x							x			x			
805		x	x			x							x		x			x
806		x	x			x								x			x	
807		x	x			x									x			
808		x	x			x								x			x	
809		x	x			x									x			
810		x	x			x									x			
811		x	x			x									x		x	x
812	x			x		x									x			
813		x	x			x									x			
814		x		x	x										x			

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
796																				
797																				
798					x															
799																				
800	x																			
801				x		x														
802				x																
803			x																	
804		x																		
805						x														
806																				
807							x													
808																				
809							x													
810	x																			
811	x																			
812	x						x													
813			x																	
814		x																		

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
815	Luteranos	A partir de uma folha com diversas imagens de igrejas coloridas a lápis, os competidores deveriam localizar pelo menos 10 delas e levar a folha para o PC de apuração para receber o carimbo.	VT15	2015							x					x	
816	Schweineschmalz	Para receber o carimbo, as equipes deveriam capturar com as mãos um porco, solto dentro de uma área cercada.	VT15	2015			x				x					x	
817	De olho nas duas rodas	Um integrante da equipe deveria completar um circuito de bike trial, sem encostar os pés no chão, para conquistar o carimbo do PC.	VT15	2015											x	x	
818	Serrinha	A bandeira estava localizada no curso de longa estrada de terra em mal estado de conservação, apenas acessível utilizando a tração 4x4.	CB16	2016				x								x	
819	Alto lá	A bandeira somente podia ser localizada por uma luneta que estava instalada num mirante acessível por trilha a pé. Chegando ao mirante, os competidores podiam avisar e orientar o restante da equipe, via rádio, para que o passaporte fosse carimbado.	CB16	2016											x	x	
820	Dilúvio	As equipes deveriam localizar um o PCs contando apenas com coordenadas geográficas e caminhando por leito de rio arrasado por grande inundação ocorrida um ano antes.	CB16	2016									x			x	x
821	O Mistério da Árvore no Telhado	Contando com pistas e charadas distribuídas por diversos locais de grande porto abandonado, as equipes deveriam desvendar uma história e, ponto a ponto, chegar à bandeira do PC.	CB16	2016			x							x		x	
822	Araucárias	Em algum ponto do mapa foi feita uma reprodução minúscula do badge da etapa. Os competidores deveriam localizá-la e navegar até ela para atingir a bandeira	CB16	2016							x					x	
823	Quiz Olímpico III	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, todas relativas a esportes olímpicos e formuladas nos PCs de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	CB16	2016							x					x	
824	Plantio	A bandeira poderia ser atingida apenas com a utilização de MTB. Estava localizada numa estrada interrompida por um rio que podia ser cruzado a pé	CB16	2016												x	x
825	Cruza Trilho	A bandeira poderia ser atingida apenas com a utilização de MTB. Estava localizada numa trilha que cruzava via férrea	CB16	2016												x	x
826	Águas Calmas	Barcos rústicos de pescadores locais eram fornecidos para que as equipes pudessem cruzar um canal de água e atingir a bandeira.	CB16	2016							x					x	
827	Relâmpago	Competindo por pontuação e bonus de performance, os competidores testavam sua velocidade em pista rústica de 100 metros rasos - comemoração aos Jogos Olímpicos 2016	CB16	2016	x				x							x	
828	Lá vem o trem	Uma longa trilha a pé, em meio à mata atlântica, levava até uma estação de trem na base do pico do Marumbi. De lá, pelo menos um integrante da equipe deveria embarcar em trem e se reunir com a equipe nas proximidades do local de chegada da etapa.	CB16	2016			x				x					x	
829	Cachoeirinha	Uma trilha a pé, no meio da mata atlântica, levava até uma cachoeira onde estava localizada a bandeira.	CB16	2016											x	x	
830	Quilombolas	A bandeira estava localizada em trilha por meio de fazendas, partindo do Bairro do Quilombo em São Bento do Sapucaí.	CJ16	2016											x	x	
831	Deus me Livre	A bandeira era acessada apenas através de tradicional trilha a pé descendo a face norte da Pedra do Bauzinho	CJ16	2016				x							x	x	
832	Varal	O carimbo era acessado através de sistema de cordas de segurança e slackline, que faziam a travessia sobre poço de água formado por uma cachoeira.	CJ16	2016				x					x			x	
833	Nas Alturas	Em algum ponto do mapa foi feita uma reprodução minúscula do badge da etapa. Os competidores deveriam localizá-la e navegar até ela para atingir a bandeira	CJ16	2016							x					x	
834	Quiz Olímpico VI	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, todas relativas a esportes olímpicos e formuladas nos PCs de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	CJ16	2016							x					x	
835	Passagem escondida	A bandeira era acessada apenas através de trilha a pé cruzamento da divisa entre os estados de São Paulo e Minas Gerais.	CJ16	2016											x	x	
836	Capelinha	A bandeira estava localizada em capela construída no alto de pedra, acessível por trilha íngreme	CJ16	2016											x	x	
837	Pertinho	A bandeira estava localizada em estrada com tráfego proibido para veículos. Necessário que ela fosse atingida a pé ou com MTB.	CJ16	2016											x	x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
815		x	x			x		x			x			x		x		
816		x	x			x		x			x		x			x		
817		x	x			x		x				x	x		x		x	
818		x	x			x			x			x		x				
819	x			x		x		x				x	x			x		x
820		x	x			x		x			x			x		x		
821		x		x		x		x			x			x		x		
822		x	x			x	x					x		x	x			
823		x		x	x			x	x		x			x	x			
824		x	x			x		x				x	x		x		x	
825		x	x			x		x				x	x		x		x	
826		x	x			x		x			x		x		x			
827		x		x	x			x			x		x			x		
828		x	x			x		x			x		x	x	x			x
829		x	x			x		x				x	x		x			x
830		x	x			x		x				x	x		x			
831		x	x			x		x				x	x		x			x
832		x	x			x		x				x	x		x			
833		x	x			x	x					x		x	x			
834		x		x	x			x	x		x			x	x			
835		x	x			x		x			x		x		x			x
836		x	x			x		x				x	x		x			x
837		x	x			x		x				x	x		x		x	x

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
815					x															
816								x												
817																				
818	x																			
819	x																			
820			x								x									
821		x																		
822		x																		
823		x																		
824																				
825																				
826						x														
827															x					
828																				
829																				
830	x																			
831				x																
832				x																
833		x																		
834		x																		
835																				
836																				
837																				

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)							mídia	
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
838	Atrás do Baú	A bandeira poderia ser atingida apenas com a utilização de MTB. Estava localizada em trilha na face sul da Pedra do Baú, de acesso proibido para os veículos da prova	CJ16	2016				x							x	x	
839	Mulher de Fases - reload	A equipe deveria localizar esculturas de Felícia Lerner e indicar, através de sua análise, a respectiva fase da obra da artista (reorganização pós-2011)	CJ16	2016										x		x	
840	Azeitado	Para conquistar o carimbo, as equipes deveriam participar de teste cego em degustação de 5 tipos de azeites produzidos na região.	CJ16	2016						x						x	
841	Placa	A bandeira estava localizada na Placa da Serra do Japi, acessível apenas por meio de trilhas com pedras soltas, utilizando a tração 4x4.	HH16	2016							x					x	
842	Bandeirantes	As equipes deveriam localizar um o PCs contando com coordenadas geográficas e informações históricas sobre marco de pedra com brasão do estado de São Paulo, em comemoração ao movimento bandeirante.	HH16	2016												x	x
843	Parque	Em algum ponto do mapa foi feita uma reprodução minúscula do badge da etapa. Os competidores deveriam localizá-la e navegar até ela para atingir a bandeira	HH16	2016							x					x	
844	Om	Em visita a templo budista, as equipes deveriam permanecer em absoluto silêncio e acompanhar ciclo de meditação de 7' para, assim, conquistar o PC.	HH16	2016				x						x		x	
845	Quiz Olímpico IV	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, todas relativas a esportes olímpicos e formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	HH16	2016							x					x	
846	Vietnam	A bandeira poderia ser atingida apenas com a utilização de MTB. Estava localizada numa das trilhas mais tradicionais do MTB paulista, na Serra do Japi	HH16	2016				x			x					x	
847	Variante	A bandeira poderia ser atingida apenas com a utilização de MTB. Estava localizada numa estrada com tráfego proibido para os veículos das equipes	HH16	2016											x	x	
848	Tietê	As margens de trecho extremamente poluído (por espumas de detergentes) do Rio Tietê, as equipes precisavam encher três sacos plásticos com lixos recicláveis, em conformidade com atividade corrente da população ribeirinha.	HH16	2016										x		x	
849	Caboclo	Em casa/museu reproduzindo uma típica casa cabocla do período de colonização do interior paulista, as equipes realizavam uma visita cronometrada (5') e, ao sair, respondiam questionário sobre detalhes da construção, decoração e utensílios do local.	HH16	2016							x					x	
850	Pinus	Em meio a um grande reflorestamento e passagem por pedras, a bandeira poderia ser atingida com os veículos utilizando a tração 4x4.	JV16	2016											x	x	
851	Sinal do Céu	As equipes deveriam localizar um entre dois PCs contando apenas com duas coordenadas geográficas e letra de uma quadrículo e número de outra.	JV16	2016											x	x	x
852	R.E.M.	Contando apenas com um vídeo gravado em hiperlapse, os competidores deveriam navegar com seus veículos em meio a reflorestamento para localizar a bandeira.	JV16	2016											x	x	x
853	Moinho	Em algum ponto do mapa foi feita uma reprodução minúscula do badge da etapa. Os competidores deveriam localizá-la e navegar até ela para atingir a bandeira	JV16	2016							x					x	
854	Quiz Olímpico	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, todas relativas a esportes olímpicos e formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	JV16	2016							x					x	
855	Corta	A bandeira poderia ser atingida apenas com a utilização de MTB. Estava localizada numa estrada com tráfego proibido para veículos da prova	JV16	2016												x	x
856	Brutus	Competindo por pontuação e bonus de performance, os competidores testavam sua força em campo rústico de arremesso de peso - com. Jogos Olímpicos 2016	JV16	2016	x					x						x	
857	Outdoor Crossfit	Os competidores somente tinham acesso à bandeira depois de percorrer circuito de corrida de 12 obstáculos variados, ao estilo de treinamento crossfit.	JV16	2016	x					x						x	
858	Laurel & Hardy	Seguindo um home vídeo cômico do trajeto como referência, dois competidores a pé deveriam atingir a bandeira colocada em single-trek em meio a reflorestamento.	JV16	2016											x	x	x
859	Serrinha	A bandeira estava colocada em meio a trilha sob fios de alta-tensão, apenas acessível utilizando a tração 4x4	MG16	2016				x								x	x
860	Cruzes	A bandeira somente poderia ser atingida descendo a face norte do Morro da Cruz utinando a técnica do rapel	MG16	2016				x								x	x
861	Turbilhão	Em meio a passagens de água com assistência de cordas fixas, os competidores deveriam seguir um caminho demarcado em leito de rio para atingir a bandeira.	MG16	2016												x	x

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
838		x	x			x		x				x			x		x	
839		x		x		x		x				x		x		x		
840		x		x	x			x				x		x		x		
841		x	x			x			x				x		x			
842		x	x			x		x				x		x		x		
843		x	x			x	x						x		x			
844	x		x			x		x				x		x		x		
845		x		x	x			x	x			x		x		x		
846		x	x			x		x				x		x		x		x
847		x	x			x		x					x		x			x
848	x		x			x		x				x		x		x		
849		x	x			x		x				x		x		x		
850		x	x			x			x				x		x			
851		x	x			x		x					x			x		
852		x	x			x		x				x				x		
853		x	x			x	x						x		x			
854		x		x	x			x	x			x		x		x		
855		x	x			x		x					x		x			x
856		x		x	x			x				x		x		x		
857		x		x		x		x					x		x			
858		x	x			x			x			x		x		x		x
859		x	x			x			x				x		x			
860		x		x		x		x					x		x			
861		x	x			x		x					x		x			

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
838																				
839							x													
840								x												
841	x																			
842			x				x													
843		x																		
844		x																		
845		x																		
846																				
847																				
848											x									
849							x													
850	x																			
851			x																	
852			x																	
853		x																		
854		x																		
855																				
856																				x
857																				x
858																				
859	x																			
860																				x
861																				x

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
862	Num poço, num ribeirão	As equipes deveriam localizar um o PCs contando apenas com coordenadas geográficas.	MG16	2016										x		x	x
863	Honor et Gloria	Em algum ponto do mapa foi feita uma reprodução minúscula do badge da etapa. Os competidores deveriam localizá-la e navegar até ela para atingir a bandeira	MG16	2016							x					x	
864	Quiz Olímpico II	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, todas relativas a esportes olímpicos e formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	MG16	2016							x					x	
865	Erosão	A bandeira poderia ser atingida apenas com a utilização de MTB. Estava localizada numa estrada interrompida por grande erosão	MG16	2016				x							x	x	
866	Serrinha	A bandeira poderia ser atingida apenas com a utilização de MTB. Estava localizada numa trilha com tráfego proibido para veículos da prova	MG16	2016											x	x	
867	Dumbo e os abandonados	A bandeira somente podia ser atingida por meio de grande trekking pela face norte do Morro do Elefante, com duração de 2 horas. O restante da equipe prosseguia na prova para resgate posterior dos aventureiros.	MG16	2016									x			x	
868	Uvas	Após visita guiada em uma grande vinícola, as equipes deveriam responder corretamente um questionário sobre todo o processo de produção do vinho.	MG16	2016						x						x	
869	Artemis	Competindo por bônus de performance, os participantes competiam em campo rústico de tiro com arco, em comemoração aos Jogos Olímpicos de 2016.	MG16	2016	x					x						x	
870	Homem-Pássaro	Contando com mensagens relativas a decolagem, voo e coordenadas geográficas de pouso passadas em grupo de WhatsApp, os competidores deveriam resgatar pilotos de paraglider e levá-los de volta ao Pico do Gavião, em Andradás, para conquistar o carimbo.	MG16	2016		x						x				x	x
871	Lagoa Negra em 10 Anos	A bandeira estava localizada nas margens da Lagoa Negra onde, 10 anos antes, as equipes participantes da etapa RP06 haviam plantado árvores de reflorestamento.	RP16	2016							x					x	
872	Forno	A bandeira estava localizada no pé do Morro do Forno, acessível apenas por trilha 4x4	RP16	2016				x							x	x	
873	Bandeirantum Ager	Em algum ponto do mapa foi feita uma reprodução minúscula do badge da etapa. Os competidores deveriam localizá-la e navegar até ela para atingir a bandeira	RP16	2016							x					x	
874	Quiz Olímpico V	Para a obtenção do carimbo, a equipe deveria responder corretamente pelo menos 5 perguntas do quiz, todas relativas a esportes olímpicos e formuladas nos PC's de aventura e tarefa, e entregar o gabarito em local discriminado no mapa da prova	RP16	2016							x					x	
875	Regularidade Virtual	Um trecho de estradas paralelas deveria ser percorrido livremente pelos dois veículos da equipe, mas dentro da margem de erro de tempo e do limite de velocidade máxima estabelecida pelos organizadores. Só assim o carimbo poderia ser conquistado. A velocidade era controlada por rastreamento eletrônico.	RP16	2016											x	x	x
876	Morcegos	A bandeira era atingida apenas pelo cruzamento de caverna povoada por morcegos.	RP16	2016										x		x	
877	Olho de Cabra	A bandeira estava localizada no interior de caverna acessível a pé.	RP16	2016				x						x		x	
878	Duas Bocas	A bandeira estava localizada no interior de caverna que precisaria ser inteiramente cruzada de uma entrada a outra, e cujo caminho foi demarcado com sinalizadores luminosos.	RP16	2016				x						x		x	
879	Nego Moraes	A bandeira poderia ser atingida apenas com a utilização de MTB. Estava localizada no interior de uma grande gruta acessível por trilha	RP16	2016				x							x	x	
880	Lavoura	Através do cruzamento de lavoura de aveia e utilizando a tração 4x4, as equipes poderiam atingir a bandeira	CB17	2017											x	x	
881	Leap of Faith	Para atingir a bandeira, um competidor deveria saltar em poço de água a partir de plataforma de pedras com 6m (FUN) ou 13m (EXT) de altura.	CB17	2017				x						x		x	
882	Up!	Em meio a dolinas de arenito, as equipes deveriam, a pé, localizar a bandeira seguindo coordenadas geográficas fornecidas no ponto de partida.	CB17	2017										x		x	x
883	Num rio	Em algum ponto do mapa foi feita uma reprodução minúscula do badge Mitsubishi Outdoor, com a indicação de que ela se encontrava no leito de um rio. Os competidores deveriam localizá-la e navegar até ela para atingir a bandeira	CB17	2017							x					x	
884	Garganta	As bandeiras (FUN e EXT) eram visualizadas em foto aérea e acessadas através de pequena trilha a pé que ultrapassava garganta de pedras defronte à Capela N. Sra. das Pedras.	CB17	2017										x		x	
885	Taça	As equipes deveriam reproduzir a foto dada pela organização da Taça, símbolo do Parque Estadual de Vila Velha, quer por visita ao local, quer por manipulação da foto em programas de edição digital.	CB17	2017				x			x					x	x

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
862		x	x			x		x				x		x		x		
863		x	x			x						x		x	x			
864		x		x	x			x	x		x			x	x			
865		x	x			x		x				x	x		x		x	
866		x	x			x		x				x	x		x		x	
867	x		x			x		x				x	x		x			x
868		x		x		x		x			x			x	x			
869		x		x	x			x			x		x			x		
870	x		x			x		x				x	x			x		
871	x		x			x		x			x		x	x		x		
872		x	x			x			x			x	x		x			
873		x	x			x	x					x		x	x			
874		x		x	x			x	x		x			x	x			
875	x		x			x			x			x	x		x			
876		x	x			x		x				x	x		x			
877		x	x			x		x				x	x		x			x
878		x	x			x		x				x	x		x			
879		x	x			x		x				x	x		x		x	
880		x	x			x		x				x	x		x			
881		x	x			x		x				x	x		x			
882		x	x			x		x				x	x			x		x
883		x	x			x	x					x		x	x			
884		x	x			x		x				x	x	x	x			x
885		x	x			x		x				x		x		x		

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais
862			x																
863		x																	
864		x																	
865																			
866																			
867																			
868								x											
869													x						
870																		x	
871	x										x								
872	x																		
873		x																	
874		x																	
875												x							
876														x					
877														x					
878														x					
879														x					
880	x																		
881				x		x													
882			x																
883		x				x													
884					x														
885					x														

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)							mídia	
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
886	Lá embaixo	Através de imagem de satélite, os competidores localizavam a bandeira e caminhavam através de pasto para atingi-la.	CB17	2017												X	X
887	Campos Gerais	Para atingir a bandeira, um integrante da equipe deveria utilizar MTB e cruzar o interior de uma fazenda através de estrada com tráfego proibido para veículos.	CB17	2017												X	X
888	Cortina	Seguindo trilha demarcada, as equipes deveriam acessar a parte de trás da volumosa Cachoeira da Mariquinha, onde estava localizada a bandeira.	CB17	2017												X	X
889	Buracão	Seguindo uma trilha e cordas fixas de segurança, os competidores desciam no interior das Furnas Gêmeas para encontrar a bandeira.	CB17	2017				X						X			X
890	S.S. O Buraco	Um integrante da equipe deveria utilizar MTB e percorrer restante de trilha a pé para atingir, por entrada em gruta, o interior do Buraco do Padre, onde encontrava a bandeira presa ao lado de cachoeira.	CB17	2017												X	X
891	4x4	A bandeira estava localizada em um curral atingido apenas através da trilha que descia a Serra da Divisa, entre os Estados de Minas Gerais e São Paulo.	CJ17	2017												X	X
892	Entre as Pedras	A bandeira estava no pé de uma cachoeira e era atingida por descida de corda utilizando a técnica do rapel	CJ17	2017				X								X	X
893	Aderência	A bandeira, localizada no cume da chamada 'Falésia do Copo', poderia ser atingida pela escalada de face da rocha em aderência, com segurança em top-rope	CJ17	2017				X								X	X
894	Uncharted	As equipes deveriam localizar o PC com os veículos, contando apenas com as coordenadas geográficas e indicação de algumas quadriculas no mapa principal da prova, em meio a malha viária intensa, porém não cartografada.	CJ17	2017									X			X	X
895	Badge	Em algum ponto do mapa foi feita uma reprodução minúscula do badge Mitsubishi Outdoor. Os competidores deveriam localizá-la e navegar até ela para atingir a bandeira	CJ17	2017						X							X
896	Fragaria	De acordo com as orientações dos monitores, as equipes deveriam seguir os passos para a limpeza das plantas e utilizar a técnica correta para a colheita dos morangos. Depois de embalá-los corretamente, poderiam carimbar seu passaporte (e degustá-los!).	CJ17	2017						X							X
897	Numa trilha, numa cachoeira	Seguindo sinalizações de campo (bumpings), um competidor deveria, a pé, localizar a bandeira colocada no leito de rio pedregoso em pé de cachoeira. Na volta, era possível descer trecho da trilha por escorregador de cimento construído no local.	CJ17	2017				X								X	X
898	Serra	Utilizando MTB, um competidor poderia acessar a bandeira descendo (ou subindo) grande trecho de serra em estrada rural. O restante da equipe, com os veículos, deveria resgatá-lo no outro extremo do PC.	CJ17	2017												X	X
899	Aquecimento	Utilizando MTB, um competidor poderia acessar a bandeira descendo (ou subindo) pequeno trecho de serra em estrada rural. O restante da equipe, com os veículos, deveria resgatá-lo no outro extremo do PC.	CJ17	2017												X	X
900	Vale	Utilizando MTB, um competidor poderia acessar a bandeira descendo (ou subindo) trecho de serra em estrada rural. O restante da equipe, com os veículos, deveria resgatá-lo no outro extremo do PC.	CJ17	2017												X	X
901	Erosão	A bandeira estava localizada em pequena estrada com grande trecho de erosão.	MG17I	2017				X								X	X
902	7ima Queda	O carimbo poderia ser acessado utilizando a técnica do rapel em meio a volumosa cachoeira.	MG17I	2017				X						X			X
903	Badge	Em algum ponto do mapa foi feita uma reprodução minúscula do badge Mitsubishi Outdoor. Os competidores deveriam localizá-la e navegar até ela para atingir a bandeira	MG17I	2017						X							X
904	Travessia	A bandeira estava localizada no meio de trilha em travessia da Serra Paulista. Dois competidores eram deixados na trilha e resgatados pelo restante da equipe antes do final da prova.	MG17I	2017				X								X	X
905	Fé	A bandeira estava localizada no meio de trilha em travessia que faz parte da Trilha da Fé.	MG17I	2017									X				X
906	Gruta do Índio	A bandeira poderia ser atingida apenas com a utilização de MTB. Estava localizada no interior de uma grande gruta acessível por trilha	MG17I	2017				X								X	X
907	Coqueiro Torto	Caminhando sobre o leito de ribeirão e seguindo sinalizações, dois competidores de cada equipe conseguiam acessar a bandeira, localizada no meio do percurso.	MG17I	2017												X	X
908	No mar	Com os veículos separados e colocados a 1,5km de distância separados por represa, um deles deveria, com auxílio de binóculos, decifrar a palavra transmitida pela outra parte, que utilizava o código marítimo de bandeiras.	MG17I	2017						X							X

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
886		x	x			x		x				x	x		x			x
887		x	x			x		x				x	x		x		x	
888		x	x			x		x				x	x		x			x
889		x	x			x		x				x	x		x			x
890		x	x			x		x				x	x		x		x	x
891		x	x			x			x			x	x		x			
892		x	x			x		x				x	x		x			
893		x	x			x		x				x	x		x			
894		x	x			x		x				x		x		x		
895		x	x			x	x					x		x	x			
896		x	x			x		x		x				x	x			
897		x	x			x		x				x	x		x			x
898		x	x			x		x				x	x		x		x	
899		x	x			x		x				x	x		x		x	
900		x	x			x		x				x	x		x		x	
901		x	x			x			x			x	x		x			
902		x	x			x		x				x	x		x			
903		x	x			x	x					x		x	x			
904		x	x			x		x				x	x		x			x
905		x	x			x		x		x			x		x			x
906		x	x			x		x				x	x		x		x	
907		x	x			x		x				x	x		x			x
908		x	x			x	x	x				x	x			x		



	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
909	Cascata	Para conquistar o PC, as equipes deveriam participar de workshop de artesanato local, utilizando materiais recicláveis.	MG17I	2017							x					x	
910	Tropas	Utilizando a tração 4x4 para trafegar por plantação de café até grande cachoeira, os competidores deveriam, a partir dela, abandonar os veículos e atingir a bandeira a pé, contando com sua representação no mapa da prova.	MG17II	2017							x					x	
911	Bombardeio Aéreo	A bandeira estava localizada ao final de tirolesa de 1.000m de comprimento, que deveria ser utilizada para descida de um competidor de cada equipe.	MG17II	2017				x							x	x	
912	Oculto	Contando com coordenadas geográficas e a indicação de que o acesso à bandeira saía de um cruzamento de rio, os competidores deveriam caminhar sobre leito de ribeirão para encontrar o PC.	MG17II	2017											x	x	x
913	Insignea	Em algum ponto do mapa foi feita uma reprodução minúscula do badge Mitsubishi Outdoor. Os competidores deveriam localizá-la e navegar até ela para atingir a bandeira	MG17II	2017							x					x	
914	Soldado Caído	Através de foto de túmulo construído para guardar os restos mortais de soldado morto em combate durante a revolução de 1932, os competidores deveriam pesquisar e conversar com moradores locais para localizá-lo e, ali, encontrar a bandeira.	MG17II	2017							x					x	
915	Trem	Contando apenas com uma pintura (foto manipulada) de ruínas de antiga estação de trem utilizada pelas tropas federalistas durante a revolução de 1932, as equipes deveriam localizar a bandeira, montada em uma de suas salas.	MG17II	2017									x			x	
916	Trincheiras	Na região paulista de construção de trincheiras durante a Revolução de 1932, os competidores deveriam utilizar MTB para atingir a bandeira colocada em igreja cravejada de balas desde aquela época. Os veículos poderiam resgatar o ciclista na extremidade oposta do PC	MG17II	2017							x					x	
917	Marcha	Seguindo leito de ribeirão pedregoso e difícil acesso, dois competidores de cada equipe podiam ter acesso à bandeira, montada ao pé de exuberante cachoeira.	MG17II	2017											x	x	
918	Café com Leite	Uma pequena estrada com porteiros em ambas as extremidades guardava a bandeira que poderia ser atingida apenas com MTB.	MG17II	2017											x	x	
919	Sentinela	Utilizando binóculo próprio a partir de mirante (Morro da Cruz em Albertina), as equipes conseguiam enxergar a bandeira, montada a 450 e 1km de distância, na margem de lago municipal em zona urbana.	MG17II	2017									x			x	
920	4x4	Através do cruzamento de uma pequena serra feito por trilha para veículos 4x4, as equipes poderiam atingir a bandeira	PE17	2017											x	x	
921	Águas	Utilizando sistema de cordas e escadas, dois integrantes das equipes deveriam atingir a bandeira seguindo o leito de um rio com corredeiras e pequenas cascatas.	PE17	2017				x					x			x	
922	Badge	Em algum ponto do mapa foi feita uma reprodução minúscula do badge Mitsubishi Outdoor. Os competidores deveriam localizá-la e navegar até ela para atingir a bandeira	PE17	2017							x					x	
923	Bocha	Em uma cancha de bocha, as equipes deveriam lançar três pelotas a partir da área de lançamento e conseguir que pelo menos duas delas parassem dentro da área demarcada, conquistando assim o carimbo.	PE17	2017	x				x							x	
924	Ponte?	A bandeira poderia ser atingida apenas com a utilização de MTB. Estava localizada em trilha em meio a reflorestamento com tráfego para veículos impedido por ponte caída	PE17	2017											x	x	
925	Castel	Em visita a vinícola em fase improdutiva, as equipes deveriam identificar trilhas de formigas (um perigo a lavoura) e seguir seu caminho até o formigueiro, onde estava localizada a bandeira.	PE17	2017							x					x	
926	Capim	Seguindo antiga trilha tomada por capim, utilizando a MTB, um integrante da equipe poderia atingir a bandeira.	PE17	2017											x	x	
927	Panorama	Utilizando binóculo comercial aberto com moeda e R\$1,00, as equipes deveriam utilizar um azimute dado pelos organizadores para localizar a bandeira no cenário panorâmico. Depois disso, deveriam seguir até ela para carimbar o passaporte.	PE17	2017									x			x	
928	Se meu fusca falasse	A bandeira estava localizada em trilha em subida de grande queda. Necessária a utilização da tração 4x4	RP17	2017											x	x	
929	Colchetes	Passando por diversas pequenas propriedades ligadas por caminhos, as equipes utilizavam a tração 4x4 para chegar até a bandeira e realizar a travessia.	RP17	2017							x					x	
930	Sem Chão	A bandeira poderia ser acessada apenas através da técnica de rapel, ao lado de cachoeira de 87 metros de altura.	RP17	2017				x					x			x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
909	x		x			x					x			x	x			
910		x	x			x			x			x			x			
911		x	x			x						x			x			
912		x	x			x						x				x		x
913		x	x			x				x				x	x			
914	x		x			x				x				x		x		
915		x	x			x				x				x		x		
916		x	x			x				x				x		x	x	
917		x	x			x						x		x	x			x
918		x	x			x						x		x	x		x	
919		x	x			x						x		x	x			
920		x	x			x						x		x	x			
921		x	x			x								x	x			
922		x	x			x						x		x	x			
923		x		x		x						x		x		x		
924		x	x			x						x		x	x		x	
925		x	x			x					x			x		x		
926		x	x			x						x		x	x		x	
927		x	x			x						x		x		x		
928		x	x			x						x		x	x			
929		x	x			x						x		x	x			
930		x	x			x						x		x	x			x

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais
909										x	x								
910	x																		
911				x															
912			x			x													
913	x																		
914					x		x												
915							x												
916							x												
917																			
918																			
919									x										
920	x																		
921				x															
922		x																	
923		x													x				
924																			
925								x											
926																			
927									x										
928	x																		
929	x																		
930				x		x													

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
931	Badge	Em algum ponto do mapa foi feita uma reprodução minúscula do badge Mitsubishi Outdoor. Os competidores deveriam localizá-la e navegar até ela para atingir a bandeira	RP17	2017							x					x	
932	Cascata	A bandeira poderia ser atingida apenas com a utilização de MTB. Estava localizada no leito de um pequeno riacho que deveria ser transposto. Os veículos resgatavam o ciclista no extremo oposto da entrada da trilha	RP17	2017											x	x	
933	Vála	A pé ou utilizando MTB, os competidores deveriam percorrer estrada interrompida por grande vála, para atingir a bandeira.	RP17	2017				x							x	x	
934	Capelas	Através de uma folha contando com 12 fotos de capelas espalhadas pela região da etapa, as equipes deveriam identificar e relacionar os números anotados ao lado de cada uma delas no mapa da etapa.	RP17	2017										x		x	
935	Cachu	Contando apenas com a foto de uma volumosa cachoeira, os competidores deveriam pesquisar e conversar com locais para localizá-la e, assim, localizar a bandeira.	RP17	2017							x					x	
936	José e Maria	Visitando o engenho de produção de rapadura - fornecedor das cervejas Colorado Indica - as equipes deveriam comparar e identificar o maquinário utilizado para produção tradicional e contemporânea, conquistando assim o carimbo.	RP17	2017				x			x					x	
937	Casca Grossa	Longa trilha 4x4 com três trechos de grande erosão levavam até a bandeira	CJ18	2018					x							x	
938	Mitsu	O mesmo ponto deveria ser atingido simultaneamente utilizando três meios de transporte: MTB, embarcação a remo para uma pessoa (a escolher) e dois veículos 4x4.	CJ18	2018											x	x	
939	Pocinho	A bandeira, localizada ao pé de cachoeira, somente poderia ser atingida por trilha que levava até sua cabeceira. De lá, um integrante da equipe deveria utilizar a técnica do rapel.	CJ18	2018				x							x	x	
940	Badge 15 anos	Em algum ponto do mapa foi feita uma reprodução minúscula do badge comemorativo dos 15 anos do Mitsubishi Outdoor. Os competidores deveriam localizá-la e navegar até ela para atingir a bandeira	CJ18	2018							x					x	
941	Capelas Coloridas	Baseados em uma tabela com pinturas de capelas da região, indicadas genericamente no mapa da prova, as equipes deveriam localizá-las e atingi-las, pelo menos 10 delas, para receber a pontuação do PC	CJ18	2018							x					x	
942	Visada	Do alto de uma pedra as equipes poderiam enxergar a bandeira através de azimute nela indicado e utilizando binóculos. Deveriam seguir até aquele local para ganhar a pontuação do PC.	CJ18	2018											x	x	
943	Vara Mato	Utilizando mapa digital, as equipes deveriam atravessar mata semi-fechada para atingir a bandeira e encontrar o restante da equipe no ponto oposto do PC.	CJ18	2018										x		x	
944	Lá do Alto	Utilizando a tração integral, as equipes deveriam atingir a bandeira através de trilha que levava a antena de comunicação.	EXT18	2018							x					x	
945	Coruja	Utilizando a tração integral, as equipes deveriam atingir a bandeira através de trilha que levava a mirante da Coruja.	EXT18	2018							x					x	
946	Casca Grossa	Utilizando a tração integral, as equipes deveriam passar pela bandeira através de trilha de grama.	EXT18	2018							x					x	
947	Pitu	A bandeira se localizava na cabeceira da Cachoeira do Pitu, acessível pela equipe através de trilha a pé e caminhada sobre pedras.	EXT18	2018				x							x	x	
948	Dião	Um integrante da equipe deveria seguir trilha ingrime e descer pela face da Cachoeira do Dião - 80m - utilizando a técnica do rappel.	EXT18	2018				x					x			x	
949	Pelas Coordenadas	Contando apenas com coordenadas geográficas, as equipes deveriam localizar a bandeira, que se encontrava em lado de rio acessível apenas por balsa e utilizando um receptor GPS.	EXT18	2018										x		x	x
950	Dunes	Contando apenas com o PlusCode como localizador da bandeira, as equipes deveriam se deslocar até ela pelas dunas do Boqueirão Sul da praia de Ilha Comprida.	EXT18	2018											x	x	x
951	15 Anos	Em algum ponto do mapa foi feita uma reprodução minúscula do badge comemorativo dos 15 anos do Mitsubishi Outdoor. Os competidores deveriam localizá-la e navegar até ela para atingir a bandeira	EXT18	2018							x					x	
952	Meu Deus	A bandeira e pontuação do PC somente poderia ser atingida através de longa caminhada pelo Vale das Ostras e, simultaneamente, pela transposição de trilha 4x4. Uma vez reunida, a equipe deveria se deslocar até a cachoeira de 'Meu Deus'	EXT18	2018				x						x		x	
953	Arapongas	A bandeira se localizava no pé da cachoeira de Arapongas, que deveria ser atingida por trilha, por pelo menos dois integrantes da equipe	EXT18	2018				x							x	x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
931		x	x			x						x		x				
932		x	x			x						x	x		x		x	
933		x	x			x						x	x		x		x	x
934		x	x			x					x			x	x			
935		x	x			x						x	x			x		
936		x	x			x					x			x	x			
937		x		x		x						x	x		x			
938		x	x			x						x	x		x		x	
939		x	x			x						x	x		x			
940		x	x			x					x			x	x			
941		x	x		x						x			x		x		
942		x	x			x						x	x			x		x
943		x	x			x						x	x		x			x
944		x	x			x						x	x		x			
945		x	x			x						x	x		x			
946		x	x			x						x	x		x			
947		x	x			x						x	x			x		x
948		x	x			x						x	x		x			
949		x	x			x						x	x			x		
950		x	x			x						x	x		x			x
951		x	x			x					x			x	x			
952		x	x			x						x	x		x			x
953		x	x			x						x	x		x			x

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
931		x																		
932																				
933																				
934					x															
935					x	x														
936							x	x												
937	x																			
938	x									x										
939				x						x										
940		x																		
941					x															
942																				x
943																				
944	x																			
945	x																			
946	x																			
947				x						x										
948				x																
949			x		x															x
950			x																	
951		x																		
952																				x
953																				x

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia			
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital	
954	Rodada Dupla	As equipes deveriam se dividir: dois integrantes deveriam utilizar embarcação a remo para duas pessoas e o restante identificar animal da região através de pegadas e cartilha em box de instituto ambiental.	EXT18	2018											x		x	
955	Plus Code	Contando apenas com coordenadas geográficas, as equipes deveriam localizar a bandeira, que se encontrava fora da área cartografada.	EXT18	2018											x		x	x
956	Quilombolas	Contando apenas com o nome de antigo morador em quilombo do Vale do Ribeira, as equipes deveriam localizar sua casa, onde estava localizada a bandeira.	EXT18	2018							x						x	
957	Trem Fantasma	Um integrante da equipe, utilizando MTB, deveria atingir ponto oposto de estrada de 8km de extensão, deserto e à noite. Espantalhos fixados no meio da travessia assustavam os participantes.	EXT18	2018				x							x		x	
958	Tordasilhas	Um integrante de cada equipe competia em pelotão através de praia deserta (Ilha do Cardoso-SP) em circuito de 10km - da largada até marco do Tratado de Tordasilhas, visando melhor colocação na largada do dia seguinte.	EXT18	2018	x						x						x	
959	Arco e Broca	Utilizando artefatos naturais: casca, palha, arco e broca, as equipes competiam entre si para gerar fogo e determinar o tempo e ordem de largada para a etapa do dia posterior.	EXT18	2018				x			x						x	
960	A Troca	Utilizando embarcação para duas pessoas, as equipes deveriam fazer com que um celular rastreado chegasse da largada até a chegada da prova trocando de carro portador, por ilha ou por continente.	EXT18	2018												x	x	x
961	Cureca	A bandeira somente poderia ser atingida através de trilha 4x4 passando por pequena e instável ponte de madeira	GO18	2018				x								x	x	
962	Marathon	Contando apenas com coordenadas geográficas de um ponto fora do mapa, as equipes deveriam utilizar seus receptores GPS para atingir a bandeira.	GO18	2018											x		x	x
963	Juca Bala	Uma planilha com layout oficial do Rally dos Sertões conduzia as equipes até a bandeira.	GO18	2018				x			x						x	
964	Pelicano	A bandeira somente poderia ser atingida pela utilização de carros de boi, que deveriam ser utilizados por até 4 integrantes das equipes.	GO18	2018											x		x	
965	Expedition	A partir de ponto inicial onde encontrava-se um teodolito, pelo menos dois integrantes da equipe deveriam utilizar sua mira para localizar um outro e assim sucessivamente, passando por 3 deles até localizar a bandeira e retornar ao ponto de partida.	GO18	2018							x						x	
966	Parque Fechado	Para pontuar, as equipes deveriam abordar equipes competidoras do Rally dos Sertões - com veículos Mitsubishi - e fotografar seu trabalho de preparação na véspera da largada da prova.	GO18	2018							x						x	
967	Forfetada	Seguindo cartilha indicando animais típicos do cerrado e valores específicos para cada um deles, as equipes deveriam avistar e fotografar até três deles, recebendo a respectiva pontuação.	GO18	2018								x					x	
968	Super Production	Um integrante da equipe, utilizando MTB, deveria passar pela bandeira através de estradas, trilhas e pasto aberto, atingindo o ponto oposto do PC, onde o restante da equipe com os veículos deveria resgatá-lo.	GO18	2018												x	x	
969	Jean Azevedo	Um integrante da equipe, utilizando MTB, deveria passar pela bandeira utilizando estrada fechada para os veículos, atingindo o ponto oposto do PC.	GO18	2018												x	x	
970	Pelo Morro	A bandeira poderia ser atingida através de escorregadia trilha 4x4 em descida	JV18	2018				x									x	
971	Fechadinho	Uma trilha 4x4 em subida levava até entrada de pequena trilha por mata, onde as equipes deveriam seguir a pé até atingir a bandeira.	JV18	2018							x						x	
972	Badge 15 anos	Em algum ponto do mapa foi feita uma reprodução minúscula do badge comemorativo dos 15 anos do Mitsubishi Outdoor. Os competidores deveriam localizá-la e navegar até ela para atingir a bandeira	JV18	2018							x						x	
973	Boi de Lata	As equipes deveriam localizar e fazer um vídeo de pelo menos 20 segundos onde um de seus integrantes andasse em uma das jibatas - jipes artesanais - comuns na região	JV18	2018				x			x							x
974	Enxaimel	As equipes deveriam localizar e fazer uma foto de si próprios na sacada de pelo menos 5 casas estilo enxaimel, construídas na região do mapa da prova, postando o resultado nas redes sociais indicados por hastags.	JV18	2018				x			x							x
975	Desescalada	Através de trilha ingreme em beira de rio, pelo menos dois integrantes da equipe deveriam atingir a bandeira, localizada ao pé de cachoeira.	JV18	2018				x								x	x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
954		x	x			x		x			x		x	x	x			
955		x	x			x		x				x				x		
956	x		x			x		x			x			x		x		
957		x	x			x		x			x		x		x		x	
958		x	x			x		x			x		x		x		x	
959		x	x			x		x			x			x		x		
960		x	x			x		x				x				x		
961		x	x			x			x			x			x			
962		x	x			x		x				x		x		x		
963		x	x			x			x			x			x			
964	x		x			x		x			x			x		x		
965		x		x		x		x				x			x			x
966	x		x			x			x			x			x			
967		x		x	x			x			x			x		x		
968		x	x			x		x				x		x		x		x
969		x	x			x		x				x			x		x	
970		x	x			x		x				x			x			
971		x	x			x			x			x			x			
972		x	x			x	x				x			x		x		
973		x	x			x		x			x			x		x		
974		x	x			x			x		x			x		x		
975		x	x			x		x				x		x		x		x

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
954						x					x									
955									x											
956							x													
957																				
958																				
959										x										
960						x														
961	x																			
962			x																	
963												x								
964							x													
965																				
966																				
967																				
968																				
969																				
970	x																			
971	x																			
972		x																		
973																				
974																				
975																				

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
976	Vogelstechen II	Um integrante da equipe deveria conseguir atingir o alvo três vezes em cinco tentativas no tradicional "pássaro ao alvo" - tiro ao alvo utilizando pássaro de madeira preso ao teto.	JV18	2018	x				x							x	
977	Bike or Die!	Um integrante da equipe, utilizando MTB, deveria seguir o circuito sinalizado com fitas plásticas, sem colocar os pés no chão em três setores indicados com placas.	JV18	2018									x			x	
978	Pés Molhados 4x4	Utilizando plus code, os competidores deveriam localizar a bandeira percorrendo leito de rio. Após, a única saída para os veículos era a navegação através de pasto alto, seguindo mapa .kmz	MG18I	2018											x	x	x
979	Portal	Ao se deparar com cachoeira, os participantes deveriam seguir o leito do rio até encontrar sistema de cordas e escada que dava acesso à bandeira, com segurança em top-rope.	MG18I	2018				x							x	x	
980	Caça Likes	As equipes deveriam atingir o topo de um morro (Morro Pelado em Águas de Lindóia-SP) capturar uma imagem com um dos veículos, dois integrantes e postá-la em Instagram aberto pelo menos 30' antes de seu horário ideal de chegada.	MG18I	2018			x				x						x
981	Galpão	Em estrada de tráfego proibido para veículos os competidores necessitavam levar celular-passaporte até determinado plus code, utilizando uma MTB.	MG18I	2018											x	x	x
982	Porteira	Em estrada de tráfego proibido para veículos os competidores necessitavam levar celular-passaporte até determinado plus code, utilizando uma MTB.	MG18I	2018											x	x	x
983	Casa Salmão	Em estrada de tráfego proibido para veículos os competidores necessitavam levar celular-passaporte até determinado plus code, utilizando uma MTB.	MG18I	2018											x	x	x
984	Casarão	Os competidores deveriam atingir a bandeira utilizando apenas um plus code Google	MG18I	2018											x	x	x
985	#hbt	Relembrando temporada anterior, os competidores atingiam a bandeira através de navegação com mapa e bússola (em temporada onde a navegação foi realizada via Plus Codes).	MG18I	2018							x					x	
986	Bate-Pronto	Um plus code indicando a precisa localização do PC era conquistado apenas quando o competidor devolvesse 8 bolas dentro de quadra lançadas pelo tenista Carlos Alberto Kirmayr.	MG18I	2018	x				x							x	x
987	Cafê Barroso	Utilizando a tração 4x4, as equipes deveriam seguir por trilha em meio a cafezal para atingir a bandeira.	MG18II	2018							x					x	
988	Subida Vertical	Utilizando sistema de redução por polias, a equipe deveria içar um integrante até que ele atingisse a bandeira, localizada em parede vertical ao lado de cachoeira.	MG18II	2018				x			x					x	
989	Fora do Mapa	Contando apenas com o PlusCode, pelo menos dois integrantes da equipe deveriam encontrar o monitor e, a partir dele, seguir trilha demarcada até passar pela bandeira em meio a cafezal, retornando ao ponto de partida.	MG18II	2018										x		x	x
990	Wally 15 Anos	Em algum ponto do mapa foi feita uma reprodução minúscula do badge comemorativo dos 15 anos do Mitsubishi Outdoor. Os competidores deveriam localizá-la e navegar até ela para atingir a bandeira	MG18II	2018							x					x	
991	O Turista	Em mirante turístico, a equipe deveria localizar O Turista (NPC fantasiado de Turista) e com ele obter o azimute para localizar através de binóculos a bandeira, para onde deveriam seguir	MG18II	2018			x				x					x	
992	Priscas Eras	Contando apenas com fotografia das ruínas da primeira usina hidrelétrica da região, a equipe deveria pesquisar pelos meios possíveis sua localização e seguir até ela para encontrar a bandeira.	MG18II	2018							x					x	
993	Escondido no Rio	Um integrante da equipe deveria passar pela bandeira, localizada ao lado de rio acessado apenas por pasto aberto, encontrando o restante da equipe no lado oposto do PC.	MG18II	2018											x	x	
994	Crista	Um integrante da equipe deveria passar pela bandeira, localizada em crista de serra, encontrando o restante da equipe no lado oposto do PC.	MG18II	2018											x	x	
995	Entremeios	Um integrante da equipe deveria passar pela bandeira, localizada em estrada bloqueada para veículos, encontrando o restante da equipe no lado oposto do PC.	MG18II	2018											x	x	
996	The Croods	A partir de trilha 4x4, as equipes deveriam localizar, a pé, sítio arqueológico com inscrições rupestres - datadas de aproximadamente 10.000 anos - e fotografar ao menos uma das que vinham reproduzidas em folha de instruções do PC.	PG18	2018							x					x	
997	Caminho de Casa	Utilizando a tração integral, as equipes deveriam atingir a bandeira através de trilha secundária que levava a uma casa de campo.	PG18	2018							x					x	
998	Igreja	Um integrante da equipe deveria atingir a bandeira em escalada livre através de via de 70 grau no setor de Pirai do Sul, facilitado por três lances artificiais - resultado 4o grau. Técnica de top rope.	PG18	2018				x						x		x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
976		x		x	x						x		x			x		
977		x	x			x						x	x		x		x	
978		x	x			x						x	x			x		x
979		x	x			x						x	x		x			x
980	x			x	x					x				x		x		
981		x	x			x						x	x		x		x	
982		x	x			x						x	x		x		x	
983		x	x			x						x	x		x		x	
984		x	x			x						x		x	x			
985		x	x			x					x			x	x			
986		x		x	x						x		x			x		
987		x	x			x				x		x	x		x			
988	x		x			x							x		x			
989		x	x			x						x	x			x		x
990		x	x			x			x					x	x			
991		x	x			x					x			x		x		
992	x		x			x					x					x		
993		x	x			x						x	x		x		x	
994		x	x			x						x	x		x		x	
995		x	x			x						x	x		x		x	
996		x	x			x				x				x	x			
997		x	x			x						x	x		x			
998		x	x			x						x	x		x			

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais
976													x						
977																			
978	x																		
979				x		x													
980					x														
981																			
982																			
983																			
984									x										
985									x										
986															x				
987	x																		
988				x															
989			x																
990		x																	
991		x							x										x
992					x		x												
993																			
994																			
995																			
996	x				x		x												
997	x																		
998				x															

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
999	15 Anos	Em algum ponto do mapa foi feita uma reprodução minúscula do badge Mitsubishi Outdoor. Os competidores deveriam localizá-la e navegar até ela para atingir a bandeira.	PG18	2018							x					x	
1000	Andorinhas Atacam	A bandeira se localizava no final inundado de fenda de 300m de comprimento e 40 de altura. Eles deveriam chegar até ela com seus celulares-passaporte.	PG18	2018				x							x	x	
1001	Rock & Roll Baby	A partir de trilha sonora de vídeo apresentado na preleção de sexta-feira (fenda do Nick/Tina Turner), as equipes deveriam localizar a bandeira em cidade cenográfica composta por uma dezena de fachadas feitas em homenagem a intérpretes do rock.	PG18	2018			x			x						x	
1002	Ponte Quebrada	Em estrada interrompida por ponte caída, um competidor deveria utilizar MTB para atingir a bandeira, ajustando com o restante da equipe o ponto de resgateE	PG18	2018											x	x	
1003	Canto das Sereias	Munidos apenas da foto de uma exuberante cachoeira, as equipes deveriam localizá-la dentro da área de interesse da prova pela pesquisa e entrevistas naquela região e, chegando lá, atravessar seu poço para atingir a bandeira.	PG18	2018									x			x	
1004	Igreja	Pelo menos um integrante da equipe deveria seguir margem de escarpa, na base de setor de escalada de Pirai do Sul, até atingir a bandeira com celular-passaporte.	PG18	2018				x					x			x	
1005	Tropeiros	Sabendo que a cidade da largada (Castro-PR) abriga um espaço para preservação da história do tropeirismo, as equipes deveriam localizar o Museu do Tropeiro e, dentro dele, tirar uma selfie ao lado de um manequim com traje típico e publicá-la em Instagram ou Facebook.	PG18	2018			x			x						x	
1006	Alta-Definição	Utilizando imagem de alta-definição, as equipes deveriam localizar e atingir, a pé, um ponto marcado em pequena propriedade rural com pedras, cachoeiras, riacho e mata.	PG18	2018										x		x	
1007	Bike Épica	Utilizando MTB, mapa impresso, plus code Google e mapa digital .kmz, pelo menos um competidor deveria atingir a bandeira, localizada entre as escarpas da margem direita do Rio Iapó - Canion do Guartelá, por meio de estradas e trilhas single track que somavam aproximadamente 10km. O restante da equipe deveria resgatá-lo no extremo oposto do PC.	PG18	2018										x		x	x
1008	Reflores	A bandeira poderia ser atingida através de trilha cartografada - sem o auxílio de plus codes - e mediante a transposição de trechos com troncos de árvores caídas	CB19	2019						x						x	
1009	Soja 4x4	A bandeira poderia ser atingida pelo cruzamento de campos de plantação de soja, com demonstração e explicação escrita dos diversos estágios de plantio	CB19	2019											x	x	
1010	Pelo Mato	Navegando por trilha em mato alto, a equipe atingiria o PC.	CB19	2019											x	x	
1011	Influenciador Instantâneo	A partir do horário de largada, as equipes deveriam abrir uma conta no Instagram e, em 3 horas, receber pelo menos 50 seguidores. A equipe com maior número de seguidores ao final do período receberia prêmio especial no pódio.	CB19	2019							x						x
1012	Mosquitos	Contando apenas com coordenadas geográficas, as equipes deveriam localizar o PC utilizando receptores GPS.	CB19	2019										x		x	x
1013	Colinas	Um integrante da equipe, utilizando MTB, deveria passar pela bandeira localizada entre colinas, encontrando o restante da equipe no lado oposto do PC.	CB19	2019				x							x	x	
1014	Casinhas Coloridas	Navegando através do mapa principal da prova e localizando casas cujo perfil em preto e branco foi fornecido, as equipes deveriam pintá-las de acordo com sua cor natural - costume da região colonizada por poloneses - e pontuar de acordo com sua performance. A equipe com o maior número de casas encontradas e pintadas corretamente na folha de apuração, recebia prêmio especial no pódio.	CB19	2019			x			x						x	
1015	Pés Molhados IV	Navegando pelo leito de um rio, pelo menos um integrante da equipe deveria atingir a bandeira e ser resgatado pelo restante da equipe no lado oposto do PC.	CB19	2019											x	x	
1016	Cowboy	Pelo menos um integrante da equipe deveria laçar "vaca parada", utilizando equipamento oficial da classificatória paranaense de laço.	CB19	2019			x			x						x	
1017	4 Pontas	Um integrante da equipe deveria navegar pelo mapa para encontrar a bandeira, localizada numa ruína, combinando com o restante da equipe o local de seu resgate, em uma das quatro saídas do PC.	CB19	2019											x	x	
1018	Vale	Um integrante da equipe deveria passar pela bandeira, localizada em vale, encontrando o restante da equipe no lado oposto do PC.	CB19	2019											x	x	
1019	Cascudão	Para atingir a bandeira, as equipes deveriam utilizar a tração 4x4 em difícil trecho com passagens erodidas	CJ19	2019							x					x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
999		x	x			x						x		x				
1000		x	x									x		x				x
1001	x		x									x			x			
1002		x	x										x		x			x
1003	x		x									x				x		
1004		x	x										x		x			x
1005		x	x									x				x		
1006		x	x										x		x			x
1007		x	x										x		x			x
1008		x	x									x		x				
1009		x	x										x		x			
1010		x	x										x		x			
1011	x		x			x							x			x		
1012		x	x											x		x		
1013	x		x											x			x	
1014		x		x		x								x				
1015		x	x											x				
1016		x		x										x		x		
1017		x	x											x		x		
1018		x	x											x				x
1019		x	x											x				

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais
999		x																	
1000														x					
1001																	x		
1002																			
1003					x	x													
1004																			
1005							x												x
1006									x										
1007																			
1008	x																		
1009	x																		
1010	x																		
1011			x																
1012			x																
1013																			
1014							x												
1015						x													
1016															x				
1017																			
1018																			
1019	x																		

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
1020	Tchibum	Para conquistar o carimbo, um integrante da equipe deveria descer parede de cachoeira com a técnica do rapel. A corda acabava 4m de altura antes do poço d'água, onde os participantes caíam.	CJ19	2019				x					x			x	
1021	Cave	A bandeira estava localizada no interior de caverna cuja entrada podia ser localizada por coordenadas geográficas	CJ19	2019				x					x			x	
1022	Perdido	A bandeira estava localizada entre duas estradas, ligadas por um caminho de gado cortando uma montanha. Os ciclistas utilizavam o PlusCode para localizá-la	CJ19	2019						x						x	x
1023	Topo	A bandeira estava localizada no topo de uma montanha, utilizada como rampa de paraquedistas. O acesso deveria ser feito por trilha a pé	CJ19	2019				x			x					x	
1024	QR Code	A bandeira poderia ser localizada unicamente pela utilização de um PlusCode Google, aberto a partir de um QRCode fornecido na lista de objetivos	CJ19	2019											x		x
1025	Estância	Pelo menos dois integrantes da equipe deveriam encontrar a bandeira seguindo curso d'água que desaguava em cachoeira.	CJ19	2019											x	x	
1026	Caminho	Um integrante da equipe poderia percorrer a pé ou com MTB para atingir a bandeira localizada em trecho de pasto do caminho da fé.	CJ19	2019											x	x	
1027	Baixando	A bandeira se localizava no meio de trilha em descida de serra, onde era necessária a utilização da tração 4x4.	MG19	2019											x	x	
1028	Cruzinha	Para atingir a bandeira, pelo menos um integrante da equipe deveria utilizar a técnica do rapel, seguindo as orientações dos monitores.	MG19	2019				x					x			x	
1029	Encontrei	Contando apenas com coordenadas geográficas no formato DMS, as equipes deveriam utilizar seus receptores GPS para localizar a bandeira e pontuar.	MG19	2019										x		x	x
1030	Selvagem	Uma bandeira FUN e outra EXT, mais próxima e mais distante, deveria ser atingida a pé, por trilha beirando ribeirão. Os locais eram indicados apenas por PlusCodes Google.	MG19	2019											x	x	x
1031	MG19 Premiação Especial	a partir da charada "Cururu, 1956" e sabendo que a etapa estaria fixada nas imediações de Ouro Fino, a equipe melhor caracterizada com o tema "Menino da Porteira" seria chamada ao palco para premiação especial.	MG19	2019				x			x					x	
1032	Berrante	A bandeira deveria ser atingida por pelo menos um integrante da equipe utilizando mountain-bike. Um acesso plano e fácil com menor pontuação e outro íngreme e difícil com maior. O restante da equipe, com os veículos, deveria resgatá-lo(s) em uma das extremidades do PC.	MG19	2019				x							x	x	
1033	Espinhos	A bandeira se localizada no topo de grande rocha, acessível apenas por trilha a pé. O restante da equipe poderia escolher se resgatava os andarilhos em ponto mais fácil e de menor pontuação ou mais difícil, com maior	MG19	2019											x	x	
1034	Avistei	A partir de mirante, as equipes deveriam utilizar binóculos e encontrar na paisagem a bandeira, a partir do azimute 45 graus.	MG19	2019											x	x	
1035	Chorando	Enquanto pelo menos dois integrantes da equipe deveriam seguir leito de rio até atingir a bandeira em pé de grande cachoeira, um terceiro integrante deveria pescar uma tilápia e devolvê-la com vida ao tanque de criação, recebendo a pontuação do PC.	MG19	2019			x				x					x	
1036	Cavalo	Para conquistar a pontuação do PC, as equipes deveriam selar um cavalo, à moda boiadeira.	MG19	2019							x					x	
1037	Menino	Para ultrapassar porteira trancada, as equipes deveriam tocar um berrante para o monitor - vestido de menino caipira - abri-la e desejar boa viagem aos "boiadeiros".	MG19	2019				x			x					x	
1038	Chorando	Um integrante da equipe deveria pescar uma tilápia e devolvê-la com vida ao tanque de criação, recebendo a pontuação do PC. Enquanto isso, pelo menos dois integrantes deveriam percorrer leito de ribeirão com pedras até atingir cachoeira.	MG19	2019			x	x			x					x	
1039	Rock Garden	A bandeira estava localizada no meio de trilha rochosa de difícil transposição, para o que era necessária a utilização da tração 4x4.	PN19	2019				x							x	x	
1040	Areia	Contando apenas com coordenadas geográficas, as equipes deveriam localizar a bandeira, que se encontrava em praia fluvial.	PN19	2019										x		x	x
1041	Porteiras	A bandeira estava localizada em estrada com mais de duas dezenas de porteiras. Ela poderia ser atingida apenas com MTB por um integrante. O restante da equipe deveria encontrá-lo no outro extremo do PC.	PN19	2019				x							x	x	
1042	Morrote	A bandeira somente poderia ser atingida por uma trilha a pé ou com utilização de mountain-bike, em meio a pasto e mata em encosta de colina. A equipe poderia decidir se esperava o ciclista atingir a bandeira e retornar ao ponto de partida ou navegar para o outro extremo do PC.	PN19	2019											x	x	

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo (skopos) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	paidia	ludus	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
1020		x	x			x		x				x		x				
1021		x	x			x		x				x		x		x		
1022		x		x		x		x				x		x		x	x	
1023		x	x			x		x				x		x				x
1024		x		x		x		x				x		x				
1025		x	x			x		x				x		x				x
1026		x	x			x		x			x		x		x		x	x
1027		x	x			x			x			x		x				
1028		x	x			x		x				x		x				
1029		x	x			x		x				x		x		x		
1030		x	x			x		x				x		x				x
1031	x		x			x		x			x			x		x		
1032		x	x			x		x				x		x			x	
1033		x	x			x		x				x		x				x
1034		x	x			x		x				x		x				
1035		x	x			x		x				x		x				x
1036		x	x			x		x			x		x		x			
1037		x	x			x		x			x			x				
1038		x	x			x		x				x		x				x
1039		x	x			x			x			x		x				
1040		x	x			x		x				x		x		x		
1041	x		x			x		x				x		x			x	
1042		x	x			x		x				x		x			x	

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
1020				x																
1021			x						x					x						
1022																				
1023																				
1024									x											
1025																				
1026																				
1027	x																			
1028				x																
1029			x																	
1030			x																	
1031		x																x		x
1032																				
1033																				
1034									x											
1035						x		x												
1036																	x			
1037																			x	
1038						x		x												
1039	x																			
1040			x						x											
1041																				
1042																				

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
1043	Splash	Concurso fotográfico - as equipes deveriam retratar o exato momento da passagem de um dos veículos da equipe em trecho inundado, fotografando o leque provocado pelo "splash". A melhor foto foi premiada na cerimônia final.	PN19	2019	x				x							x	
1044	Três Diamantes	Para conquistar o carimbo, a equipe deveria, utilizando óculos/máscara de mergulho, encontrar três "diamantes" (bijuterias) submersos em poço da cachoeira da Pratinha.	PN19	2019							x					x	
1045	Largado na Serra	Um integrante de cada equipe deveria percorrer trilha até o cume da Pedra Selada para completar o PC. A atividade teve um tempo estimado em 2h10min. O restante da equipe deveria retornar ao local para resgatar o integrante, após esse período.	PN19	2019									x			x	
1046	Porteira Perdida	O PC virtual estava localizado em uma porteira no topo de serra, sem indicação das estradas de acesso. Era necessário perguntar para a população local como encontrá-la, o que se fazia com o uso da tração 4x4.	BG20	2020										x		x	x
1047	largada Le Mans	Competição de MTB conjunta para determinar a ordem de largada da categoria EXTREME. Circuito de 5km, com rock garden, subida infinita e floresta negra.	BG20	2020	x			x	x							x	
1048	Medieval Times	O PC virtual estava localizado em um portal com formato de castelo. O ponto só podia ser localizado através do mapa físico, de acordo com o ícone utilizado na legenda	BG20	2020			x							x		x	x
1049	(?) Ponte Fantasma	O nome e localização do PC era dado apenas à categoria FUN, embora a atividade fosse exclusiva da categoria EXTREME. As categorias deveriam, portanto se comunicar entre si, especialmente através do grupo geral de WhatsApp, onde eram também dadas dicas da localização do PC	BG20	2020										x		x	x
1050	Embaixador	Através do WhatsApp, as equipes tomavam conhecimento de que um Embaixador da marca (o escalador Felipe Camargo, Ultimate Beastmaster) indicava a localização do PC em seu stories do Instagram	BG20	2020							x						x
1051	Geocaching	O PC virtual poderia ser localizado apenas através das coordenadas geográficas em formato DMS	BG20	2020										x		x	x
1052	Azimute	As equipes deveriam medir a distância e ângulo a partir de um ícone de casarão no mapa impresso, para localizar e atingir o PC virtual.	BG20	2020		x				x						x	x
1053	Quiz	Quiz composto de 10 questões sobre as atividades dos patrocinadores do evento, que era acessado e respondido através do Google Forms.	BG20	2020							x						x
1054	Naquela Época	PC virtual localizado exclusivamente através de recorte de mapa físico de prova passada, ocorrida em 2006.	BG20	2020			x							x		x	
1055	Pódio	Para ganhar os pontos do PC as equipes deveriam tirar uma foto de si mesmos com os veículos, foto esta que seria utilizada no eventual pódio virtual.	BG20	2020			x							x			x
1056	L200 Triton Sport 2021	Uma figura do novo lançamento da marca foi incluída exclusivamente no mapa digital. Uma vez localizada, as equipes deveriam se dirigir ao local para pontuar.	BG20	2020			x							x		x	x
1057	Tocaia	A bandeira estava localizada em área não representada no mapa (trilha histórica da Tocaia), acessível apenas pela utilização da tração 4x4. A partir da trilha era necessário subir a pé uma colina para chegar no ponto virtual.	IT20	2020				x			x					x	
1058	Largado	O ponto virtual localizava-se no meio de uma trilha de serviço entre duas fazendas, acessível a pé ou por MTB, por dois integrantes da equipe. Os veículos deveriam fazer grande deslocamento para resgatar os pedestres/ciclistas no extremo oposto do PC.	IT20	2020				x	x							x	
1059	Tomateira	A bandeira estava localizada na parte central de uma estrada de serviço de plantadores de tomates. Um integrante da equipe deveria utilizar MTB para atingi-la	IT20	2020				x	x							x	
1060	Tuitando	A descrição da localização do PC (sul da porteira representada na quadrícula F10) foi dada através de tuite (Twitter), em horário específico durante a prova.	IT20	2020										x			x

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Caillois)		objetivo ( <i>skopos</i> ) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	<i>paidia</i>	<i>ludus</i>	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
1043		x		x	x				x			x		x		x		
1044		x	x			x				x			x			x		
1045		x	x						x				x		x			x
1046	x		x			x					x			x		x		
1047		x		x	x								x			x		x
1048		x	x											x	x			
1049	x		x													x		
1050	x		x								x					x		
1051		x		x											x			
1052		x		x											x			
1053		x		x	x					x					x			
1054		x	x													x		
1055	x		x												x			
1056		x	x													x		
1057		x	x															
1058		x	x															x
1059		x	x															x
1060		x		x														

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
1043					x															
1044						x														
1045																				
1046	x																			
1047																				
1048									x											
1049									x											x
1050																				x
1051									x											
1052									x											
1053		x																		
1054									x											
1055					x															x
1056									x											
1057	x																			
1058	x																			
1059																				
1060																				x

	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia			
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital	
1061	Em órbita	O PC virtual estava localizado em coordenadas geográficas anotadas em graus decimais, pelo que as equipes deveriam utilizar receptor GPS para atingi-la.	IT20	2020											x			x
1062	Priscas Eras	As equipes deveriam obter uma selfie com seus veículos em um de três casarões coloniais e publicá-la em grupo de Facebook da etapa.	IT20	2020			x				x						x	x
1063	Codes Soup	A única forma de localizar o PC era através da decodificação de um QR code, impresso no mapa principal da etapa.	IT20	2020										x				x
1064	Anno II	O PC deveria ser atingido utilizando-se um recorte de mapa da temporada 2005 do Mitsubishi Outdoor.	IT20	2020			x				x						x	
1065	Auf und Ab	O PC poderia ser atingido com a utilização de MTB e navegação (do ciclista e do restante da equipe) exclusivamente pelo mapa físico.	BL20	2020											x		x	
1066	Mud-gpx	Um arquivo de linhas no formato .gpx foi disponibilizado às equipes para que pudessem atingir o PC virtual utilizando a tração 4x4.	BL20	2020							x							x
1067	Hähnchen	A partir de uma escultura de um grande frango (feita por um dos diversos produtores da região) as equipes deveriam medir distância e azimute para localizar o PC virtual.	BL20	2020			x				x						x	
1068	Noi Sian Canalin 2.0	A partir das informações de duas placas onde os colonos da região indicaram nomes das suas famílias, as equipes deveriam localizar algum de seus descendentes através do Facebook. Diversos deles colaboraram com os organizadores, postando a localização (Plus Code) do respectivo PC virtual, que deveria ser atingido fisicamente para pontuação.	BL20	2020			x				x						x	x
1069	Brauerei	Através de informações históricas, as equipes deveriam localizar uma das precursoras da indústria cervejeira no Brasil e lá encontrar o Plus Code (entregue por morador da região) indicando a localização do PC.	BL20	2020			x				x						x	x
1070	Enxaimel	As equipes deveriam obter e publicar em conta aberta do Instagram, 8 (oito) selfies defronte a casas diferentes no estilo enxaimel (o mapa da prova indicava a localização de mais de 100 casas construídas neste estilo).	BL20	2020			x							x			x	x
1071	Stories	Em horário definido na lista de objetivos (após a largada) foi publicado na conta do Instagram dos organizadores um stories onde dois moradores da região conversavam em alemão indicando a localização do PC. Caberia às equipes traduzi-lo e localizá-lo.	BL20	2020			x				x							x
1072	Herr Schmidt	Baseadas em vídeo produzido pelos organizadores onde grupo folclórico apresentava dança típica (Herr Schmidt), as equipes participantes deveriam reproduzir a dança, filmando a si mesmas e publicar o vídeo em grupo do Facebook da etapa.	BL20	2020			x							x			x	x
1073	Treino 4x4	O PC virtual estava localizado em trilha de fácil transposição, com a utilização da tração 4x4 (desenhado exclusivamente para a categoria FUN).	CA20	2020							x						x	
1074	Dois a pé e 4x4	No interior de uma fazenda, dois integrantes deveriam localizar e atingir a pé a bandeira física (localizada no interior de gruta) enquanto o restante da equipe utilizada um arquivo no formato .gpx para atingir o ponto de resgate dos andarilhos, através de trilha 4x4.	CA20	2020													x	x
1075	Colonial	O PC virtual estava localizado no meio de trilha acessível apenas pela utilização de MTB. O restante da equipe deveria localizar o(s) ciclista(s) no extremo oposto do caminho.	CA20	2020													x	
1076	Do espaço	Uma imagem aérea de alta definição, do recorte exato de uma quadricula do mapa principal, era a única fonte de informação para que as equipes atingissem o PC virtual.	CA20	2020											x		x	x
1077	Sinais	No stories da página dos organizadores no Instagram, foi publicado um vídeo informando a localização do PC e seu Plus Code. A linguagem utilizada foi a Libras, pelo que as equipes deveriam traduzir a mensagem.	CA20	2020			x				x							x
1078	Medidas	A partir da foto de uma antiga estação satelital abandonada, as equipes deveriam realizar medições de distância e azimute para localizar e atingir o PC virtual.	CA20	2020			x								x			x

Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo ( <i>skopos</i> ) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)		modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	<i>paidia</i>	<i>ludus</i>	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)	intelectuais simbólico (tarefa)	progressão	emergência	ciclismo	treking
1061		x	x			x		x				x	x			x		
1062	x			x		x			x		x		x			x		
1063		x		x		x			x			x	x			x		
1064		x		x		x			x		x		x			x		
1065		x	x			x			x			x		x	x			x
1066		x	x			x				x				x	x			
1067		x		x		x			x		x		x		x	x		
1068	x			x		x			x		x		x		x			
1069		x		x		x			x		x		x		x			
1070	x			x	x				x		x		x		x			
1071	x			x		x			x		x		x		x			
1072	x			x		x			x		x		x			x		
1073		x	x			x				x		x		x	x			
1074		x	x			x				x		x		x	x			x
1075		x	x			x			x			x		x	x			x
1076		x		x		x			x			x	x			x		
1077	x			x		x			x		x		x			x		
1078		x		x		x			x		x		x		x			

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais	
1061			x																	
1062					x															x
1063			x						x											
1064									x											
1065																				
1066	x		x																	
1067									x											
1068							x													x
1069							x													
1070					x															x
1071							x													x
1072																	x			x
1073	x																			
1074	x																			
1075																				
1076					x				x											
1077		x																		x
1078									x											

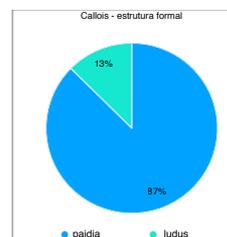
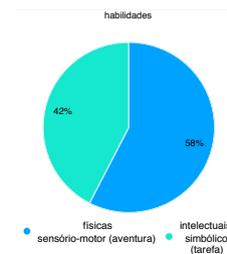
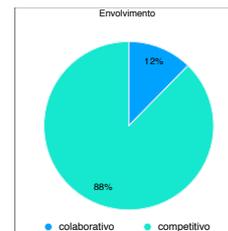
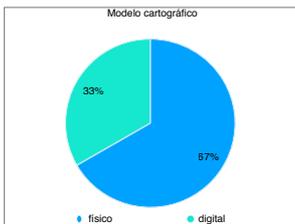
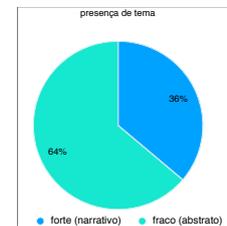
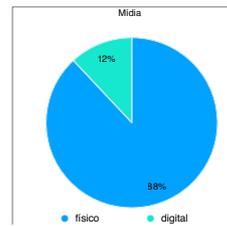
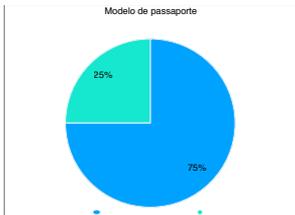
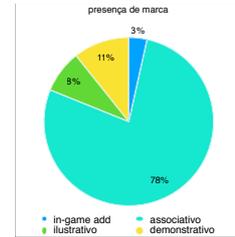
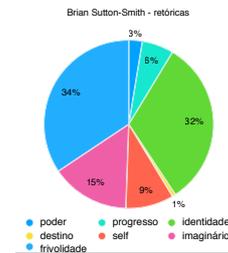
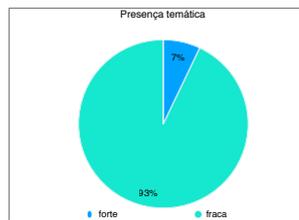
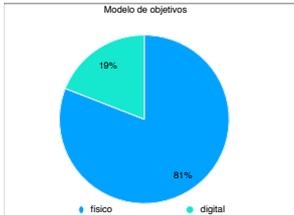
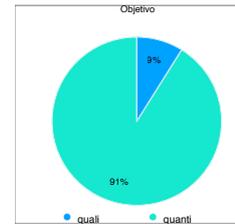
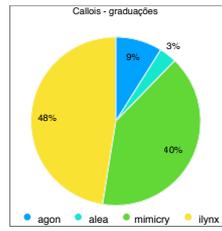
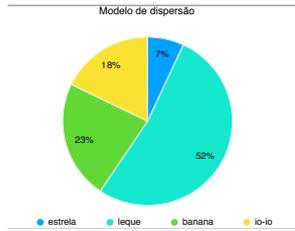
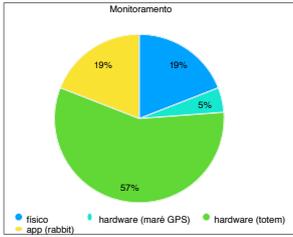
	PCs	histórico	etapa	ano	Callois				Sutton-Smith (retóricas)						mídia		
					agon	alea	mimicry	ilynx	poder	progresso	identidade	destino	self	imaginário	frivolidade	físico	digital
1079	Coordenadas	A localização do PC virtual foi informada através de coordenadas geográficas em graus decimais, pelo que era necessária a utilização de receptor GPS para atingi-lo.	CA20	2020									x				x
1080	Boa viagem	Para conquistar a pontuação do PC, as equipes deveriam tirar uma selfie de todos os seus integrantes em uma das plataformas de antigas estações da estrada de ferro Mogiana, dentre as representadas no mapa.	CA20	2020			x						x				x
1081	Quiz II	Quiz composto de 10 questões sobre as atividades dos patrocinadores do evento, que era acessado e respondido através do Google Forms.	CA20	2020			x				x						x

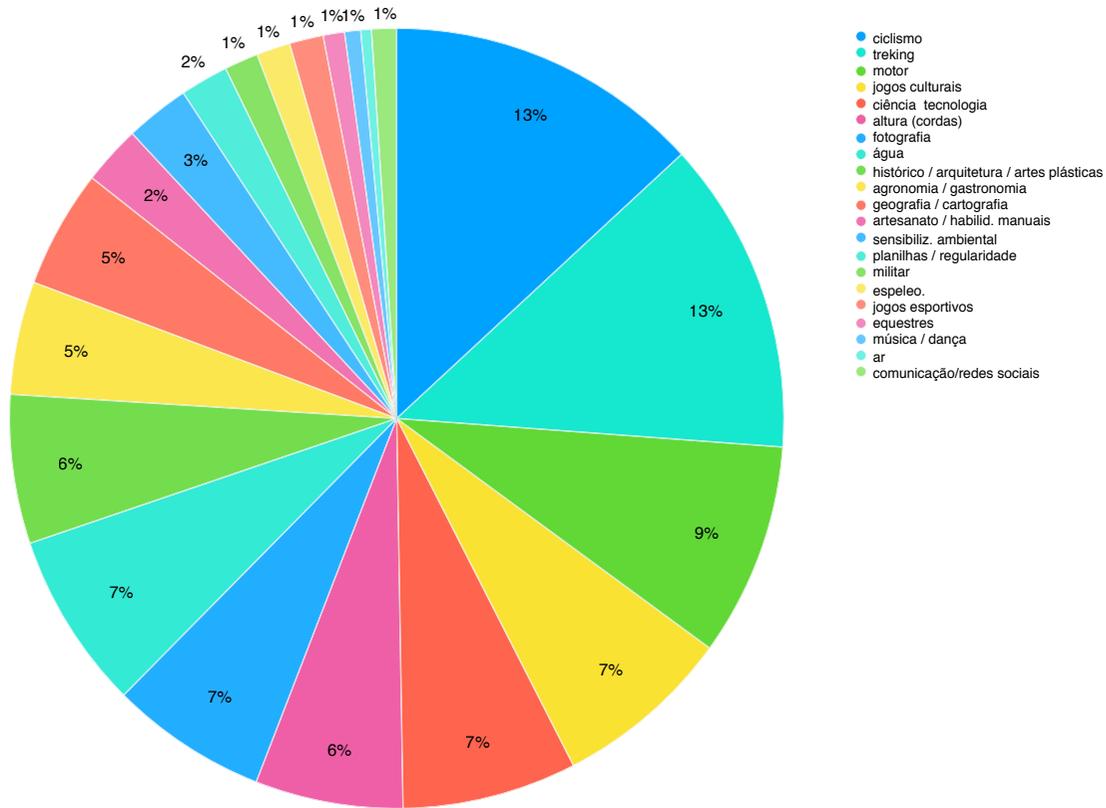
Classificação mini-jogos (PCs)

	envolvimento		estrutura formal (Callois)		objetivo ( <i>skopos</i> ) - resultado		presença de marca - valores/significados (Chen&Ringel / Bogost)				presença de tema		habilidades (Henricks)	intelectuais simbólico (tarefa)	modelo de desafio (Jull)		modalidades	
	colaborativo	competitivo	<i>paidia</i>	<i>ludus</i>	quali	quanti	in-game add	associativo	ilustrativo	demonstrativo	forte (narrativo)	fraco (abstrato)	físicas sensório-motor (aventura)		progressão	emergência	ciclismo	treking
1079		x	x			x		x				x	x			x		
1080		x		x		x			x		x		x			x		
1081		x		x	x		x			x			x		x			

	motor	jogos culturais	ciência tecnologia	altura (cordas)	fotografia	água	histórico / arquitetura / artes plásticas	agronomia / gastronomia	geografia / cartografia	artesanado / habilid. manuais	sensibiliz. ambiental	planilhas / regularidade	militar	espeleo.	jogos esportivos	equestres	música / dança	ar	comunicação / redes sociais
1079			x																
1080							x												x
1081		x																	

Apêndice IV - gráficos





## Mitsubishi Outdoor 2019 Regulamento

### art. 1. Definição.

O “Mitsubishi Outdoor” é um rally de estratégia e navegação, desenvolvido para automóveis Mitsubishi 4x4 (vedada para os modelos 4x2, bem como de competição ou descaracterizados), onde cada EQUIPE procurará encontrar “pontos de checagem” – PCs – distribuídos em área previamente delimitada e angariar pontos. Vencedora será a EQUIPE que obtiver o maior número de pontos.

### art. 2. Equipes competidoras.

Cada veículo participante transportará, no mínimo, 2 (dois) PARTICIPANTES, sendo um deles o CHEFE DE EQUIPE. Poderá, no máximo, transportar 5 (cinco) COMPETIDORES (o condutor mais quatro passageiros, por veículo), quando inscritos os modelos da família Pajero ou L200; e 4 (quatro) COMPETIDORES (o condutor mais 3 passageiros, por veículo), quando inscritos os modelos ASX 4x4 OUTLANDER 4x4, ou ECLIPSE CROSS 4X4.

As EQUIPES serão compostas pelo conjunto de participantes reunidos em 1 (um) veículo (categoria FUN) ou 2 (dois) veículos (categoria EXTREME). Estas EQUIPES deverão receber um NOME escolhido pelos seus integrantes. A elas será atribuído um único número.

As EQUIPES compostas por 2 (dois) veículos (categoria EXTREME) poderão ser formadas por livre escolha ou pelos organizadores. Os veículos destas EQUIPES deverão permanecer juntos durante toda a prova, em distância nunca superior a 100m (cem metros), exceto quando o contrário for expressamente determinado pelos organizadores.

### art. 3. Itens obrigatórios e opcionais.

É obrigatório que CADA VEÍCULO participante transporte um *smartphone* ativo (iOS ou Android) com o aplicativo MIRALLY CRONO instalado e operacional. Este *smartphone* será chamado de CELULAR-VEÍCULO e deverão ser mantidos ligados, carregados e sobre o painel de cada veículo a todo o tempo de prova.

Além disso, CADA EQUIPE deverá transportar um segundo (categoria FUN) ou terceiro (categoria EXTREME) *smartphone* ativo, também com o aplicativo MIRALLY CRONO instalado e operacional. Este *smartphone* será chamado de CELULAR-PASSAPORTE e deverá ser mantido ligado, carregado e transportado para todos os PCs (dentro de um raio de 10m) estabelecidos na área de interesse da prova.

Além disso, devem portar uma bússola magnética, uma máquina fotográfica digital e um receptor GPS. Todos estes itens podem ser aplicativos instalados em *smartphones* dos participantes.

Para realização de algumas atividades, poderá ser exigido que as EQUIPES possuam determinados itens, o que será indicado pelos organizadores no momento da divulgação de cada evento ou mesmo em preleção a ser realizada no dia anterior ao da largada (v.g. coletes salva-vidas, lanternas etc.). Estes itens serão chamados de “ITENS OPCIONAIS”. Sem estes itens, as EQUIPES não estarão aptas a desempenhar as atividades do(s) PC(s) onde eles forem exigidos, de acordo com o disposto na “lista de objetivos” de cada etapa.

Em todas as etapas, para as equipes da categoria EXTREME, haverá PCs que poderão ser atingidos apenas com mountain-bikes. Apenas as EQUIPES que portarem este item (e capacete, de uso sempre obrigatório para as atividades de ciclismo), estarão habilitadas a visitar aqueles PCs.

É permitido às equipes portar equipamentos auxiliares (hodômetros, notebooks etc.), a não ser que a organização indique expressamente o contrário, previamente à realização de cada etapa ou no respectivo regulamento complementar (art. 8).

### art. 4. Inscrições e participantes.

As condições para a inscrição serão fixadas pelos organizadores. As provas serão abertas a participantes de qualquer estado do País que deverão se inscrever através do site [www.mitsubishimotors.com.br](http://www.mitsubishimotors.com.br) a partir da segunda-feira da semana que antecede a prova (15 dias antes) e até as 18hs da quinta-feira anterior à realização do evento ou até que o limite de vagas seja preenchido. A taxa de inscrição será a de uma cesta básica por veículo e 6 itens de higiene pessoal.

Uma vez inscritos, caso estejam impossibilitados de participar da prova por motivo superveniente, os competidores ficam obrigados a cancelar sua inscrição dentro do prazo previsto no parágrafo anterior, ou informar a não participação através de um email para [ralis@hpeautos.com.br](mailto:ralis@hpeautos.com.br) até no máximo as 17h00 da sexta-feira que antecede o evento, sob pena de serem impedidos de participar de qualquer outra etapa da temporada 2018.

Todos os COMPETIDORES, sem exceção, deverão ratificar sua inscrição através da apresentação de documentos de identidade (RG ou similar) e assinatura pessoal nos termos de responsabilidade emitidos pelo sistema de inscrição online (vedada a assinatura por procuração) na secretaria de prova e sempre antes do horários de largada.

Os CHEFE DE EQUIPE representarão os veículos inscritos e os integrantes das respectivas equipes em todos os atos da competição, como retirada e devolução de materiais ou equipamentos, apresentação de documentos à mesa de secretaria, comunicações com a direção de prova ou qualquer membro da equipe de organização, entre outros, exceção feita à assinatura pessoal dos termos de responsabilidade, na forma descrita no parágrafo anterior.

Sem a presença pessoal e identificação do CHEFE DE EQUIPE na secretaria de prova, não será iniciado o processo de ratificação de inscrição do veículo e equipe.

A organização poderá, a seu exclusivo critério, formar uma EQUIPE com três veículos na categoria EXTREME, especialmente na hipótese de ser totalizada a inscrição de um número ímpar de veículos para toda a etapa.

#### **art. 5. Idades.**

Somente serão aceitas inscrições de equipes que contenham pelo menos um condutor em cada veículo, maior de 18 anos e devidamente habilitado.

Não há idade mínima para os demais PARTICIPANTES da categoria FUN. Para a categoria EXTREME, terão idade mínima de 8 (oito) anos, sendo obrigatório aos menores uma autorização por escrito de seus responsáveis, onde deverá constar o nome do evento, número da etapa, nome da cidade em que ela se realiza, nome completo, números de RG e CPF e assinatura do responsável.

#### **art. 6. Responsabilidades.**

O ato da inscrição para a prova caracteriza a declaração dos PARTICIPANTES e de seus responsáveis legais de que compreendem e assumem todos os riscos decorrentes da mesma, consigo ou com outrem, com seus veículos e equipamentos, especialmente aqueles descritos nos termos de responsabilidade e inscrição. Declaram também que conhecem e aceitam inteiramente os termos deste regulamento e dos termos de responsabilidade específicos de cada prova, isentando organizadores, promotores, supervisores e patrocinadores de acidentes pessoais, independente do tipo ou natureza, que possam ocorrer antes, durante ou depois da prova, dentro ou fora dos veículos.

Caracteriza, ainda, a cessão integral e a título gratuito, por prazo indeterminado e em caráter exclusivo, de todos os direitos relativos à imagem de todos os integrantes da equipe à HPE AUTOMOTORES LTDA., aos patrocinadores, aos co-patrocinadores e aos organizadores do evento, permitindo a estes sua exposição em qualquer meio de comunicação, nacional ou internacional, antes, durante e após o evento, sem qualquer restrição.

#### **art. 7. Autoridade dos Diretores de Prova.**

Todo PARTICIPANTE, ao se inscrever para a prova, declara conhecer o regulamento e a ele submeter-se, reconhecendo integralmente a autoridade única dos DIRETORES DE PROVA, aos quais deve se dirigir com dignidade e respeito.

Todo PARTICIPANTE declara que reconhece a característica de diversão que envolve todo o evento, pelo que renuncia ao direito de recorrer a qualquer júri, esportivo, civil ou criminal.

Por razões de segurança ou de força maior, a direção de prova poderá a qualquer tempo (antes, durante ou depois da sua realização), promover o cancelamento de PCs, impedir o tráfego dos veículos participantes em determinadas áreas indicadas ou não nas cartas-imagens, ou mesmo cancelar a competição como um todo.

#### **art. 8. Regulamentos complementares.**

Em adendo a este Regulamento Geral, antes da realização de cada prova poderá ser expedido um Regulamento Complementar a qual todo concorrente, no ato da inscrição, deverá obrigatoriamente conhecer e a ele submeter-se.

Regras específicas para cada etapa serão entregues aos PARTICIPANTES "listas de objetivos", conforme descrito no artigo 11.

#### **art. 9. Briefing.**

Na semana da realização de cada prova, anteriormente ao dia da largada, será publicado um informativo eletrônico aos participantes sobre os objetivos do esporte, características do jogo, peculiaridades da área de interesse e infra-estrutura organizacional, o qual todos os PARTICIPANTES declaram expressamente conhecer e a ele se submeter.

Antes da efetiva largada, serão informadas eventuais modificações e circunstâncias específicas da etapa, na forma de impressos em quadro de avisos ou mensagens eletrônicas ou outros meios previamente comunicados aos PARTICIPANTES.

#### **art. 10. Largada.**

A ordem de largada das EQUIPES será numérica, em intervalos regulares de 30 a 120 segundos, ou outro, a critério dos organizadores.

As EQUIPES terão sua numeração e ordem de largada determinada pelos organizadores, seguindo o critério de ordem de inscrição; ou ordem de chegada ao evento no dia anterior (com a distribuição de senhas); ou sorteio; ou pontuação obtida em prólogo a ser definido pelos organizadores.

#### **art. 11. Materiais fornecidos.**

Cada EQUIPE receberá, de 30 a 90 minutos antes do horário ideal de largada previamente estabelecido pelos organizadores: 1. cartas topográficas da região, elaboradas especialmente para a prova; 2. lista de objetivos; e 3. outras informações de interesse para o jogo.

##### **I – Cartas-imagens.**

Cartas topográficas com escala nunca inferior a 1:50.000 e nunca superior a 1:100.000, contendo a vetorização de algumas estradas e trilhas e previamente locados aproximadamente 20 PCs devidamente numerados, além de anotações e informações de interesse.

Ela também é disponibilizada, parcialmente, em formato *raster* eletrônico, georreferenciada e preparada para leitura em navegadores que suportem o formato *.kmz offline*.

##### **II – Lista de objetivos.**

Planilha onde são relacionados os PCs locados na carta-imagem. Nesta planilha é indicado um determinado número de pontos atribuído a cada PC e sua respectiva categoria.

Contém, também, o horário de largada e o de chegada que deverão ser obedecidos pela EQUIPE sob pena de perda de pontos.

Além disso, poderá conter informações sobre itens opcionais referentes a determinados PCs, sem os quais a EQUIPE não poderá coletar os pontos a ele relativos; bem como regras e penalizações específicas da etapa.

#### **art. 12. PCs.**

Todos os PCs poderão ser indicados por uma flâmula com a marca Mitsubishi Outdoor.

Os PCs poderão estar localizados em praticamente qualquer lugar, como estradas pavimentadas, secundárias, privadas ou abandonadas, trilhas ou mesmo dentro de cidades.

Em alguns PCs, os organizadores poderão exigir que as EQUIPES participem de determinada aventura ou desempenhem certas tarefas, sem as quais não poderão ser angariados os pontos a eles relativos.

O monitor do PC é árbitro e determinará se a EQUIPE cumpriu ou não, quando houver, a atividade que lhe foi solicitada, possibilitando ou não a obtenção da pontuação a ele relativa. Tem ele autonomia, outrossim, para impedir o envolvimento de determinados PARTICIPANTES nas atividades por ele monitoradas, a seu exclusivo critério.

Na eventualidade de a EQUIPE entender que alguma flâmula não se encontra no local indicado nos mapas (o que poderá ocorrer em qualquer hipótese), ela ainda assim terá sua passagem comprovada pelo sistema de rastreamento via *smartphone*. A pontuação do PC, neste caso, somente será atribuída à EQUIPE se ela efetivamente transportar seu celular-passaporte dentro de um raio de 10m do exato local de estabelecimento do PC pelos organizadores.

#### **art. 13. Categorias de PCs.**

Os PCs estarão divididos em quatro categorias:

##### **I – Obrigatórios.**

Poderá ser designado, antes da largada, um ou mais PC(s) obrigatório(s) no(s) qual(is) a EQUIPE deverá passar durante a prova. Alguns PCs somente poderão ser visitados, na forma apontada na lista de objetivos, após a passagem da equipe competidora pelo(s) PC(s) obrigatório(s) que lhe(s) for(em) designado(s).

As EQUIPES poderão passar por mais de um PC da categoria “obrigatórios”, caso eles existam, para coletar os pontos a eles relativos.

#### **II – Aventura.**

Nos PCs da categoria Aventura certas atividades físicas (como caminhadas, canoagem, mountain-bike, rapel, cavalgada, natação, entre outras) poderão ser exigidas de um ou mais integrantes da EQUIPE para que seja possível a coleta dos pontos a eles relativos.

#### **III – Tarefa.**

Nos PCs da categoria Tarefa certas atividades de habilidade ou de cunho lúdico-cultural (como localização de pessoas em cidades, plantio de mudas, localização de sítios, obtenção de imagens fotográficas, etc.) poderão ser exigidas de um ou mais integrantes da EQUIPE para que seja possível a coleta de pontos a eles relativos.

#### **IV – Passagem.**

A simples passagem por esses PCs (que será localizado e atingido com maior ou menor facilidade) habilita a coleta dos pontos a eles relativos.

Além destes PCs, os organizadores poderão promover provas extras, que também valerão pontos. Poderão, também, ser atribuídos pontos por mérito em atividades especiais, o que será previamente determinado pelos organizadores.

#### **art. 14. Responsabilidade pelo resgate.**

Caso um veículo da EQUIPE necessite de resgate mecânico, os organizadores procurarão realizá-lo pelos meios disponíveis (desatolamentos, suporte mecânico local, reboque a um ponto de acesso a pranchas de resgate, entre outros), logo que haja disponibilidade para tanto. O tempo perdido para o resgate (que ocorrerá seguindo os critérios de oportunidade, prioridade e conveniência dos ORGANIZADORES, não será, em nenhuma hipótese, descontado do tempo de prova dos PARTICIPANTES.

A transposição de todas as dificuldades encontradas no percurso, tais como pontes precárias, areões, lamaçais, riachos cheios, pedras, tocos de madeira, árvores, etc., será de inteira responsabilidade dos PARTICIPANTES.

Os eventuais custos pelo resgate de veículos da equipe realizados por terceiros deverão ser por ela suportados.

A ORGANIZAÇÃO indicará, quando possível, a localização de apoio médico/ambulatorial e mecânico, na região onde ocorrerá a prova.

Caso haja necessidade de resgate médico ou mecânico, isto deverá ser informado à ORGANIZAÇÃO pela respectiva EQUIPE que o utilizar e pelos meios disponíveis no local, com a maior brevidade possível.

#### **art. 15. Velocidade.**

As EQUIPES deverão a todo tempo observar as leis de trânsito locais.

Nenhum veículo poderá ultrapassar as velocidades estabelecidas 1. pelos organizadores (de acordo com indicação nas cartas-imagem); 2. pela legislação de trânsito; e 3. pela sinalização local, devendo, caso haja divergência entre elas, SEMPRE PREFERIR A MENOR.

A velocidade de tráfego dos veículos das EQUIPES será rigorosamente controlada pelos organizadores através de sistema de rastreamento. O excesso de velocidade será severamente penalizado, com a perda de pontos e/ou desclassificação.

O ato da inscrição implica na concordância dos proprietários dos veículos participantes que seus veículos sejam constantemente rastreados pelo sistema instalado nos CELULARES-VEÍCULO, de propriedade das EQUIPES participantes. Tais aparelhos não poderão ser removidos do local em que forem fixados, durante todo o tempo de prova, sob pena de desclassificação da EQUIPE.

#### **art. 16. Penalidades.**

Será impedida de largar a equipe:

- que não tiver fixado em cada veículo um *smartphone* com o aplicativo MIRALLY CRONO instalado
- que não estiver com o veículo devidamente adesivado conforme o lay-out pré-estabelecido;
- que tiver patrocinadores particulares cujas dimensões sejam maiores do que os espaços determinados no lay-out fornecido pelos organizadores;
- em que qualquer um de seus integrantes não estiver trajando a camiseta oficial do evento (crianças menores de 10 anos estão dispensadas da utilização da camiseta oficial);
- que não apresentar em tempo hábil todos os documentos e termos exigidos pela organização, devidamente preenchidos e assinados;

Será desclassificada a equipe:

- que romper cercas, trafegar sobre plantações, hortas etc. ou exercer qualquer ato de desrespeito à propriedade alheia. Esta penalidade não isenta a equipe de responder e arcar com responsabilidades, decorrentes do ato, perante os prejudicados;
- que (qualquer um de seus integrantes) ingerir **e/ou portar** bebidas alcoólicas durante o transcurso da prova.
- que trocar os COMPETIDORES inscritos por outros. Em qualquer caso de força maior que obrigue esta atitude, o fato deverá ser formalizado junto à organização por escrito, com o nome dos COMPETIDORES trocados, pelo menos 120 minutos antes da largada e com a assinatura dos respectivos termos de responsabilidade;
- que obstruir propositadamente a passagem de outro concorrente;
- que desrespeitar as decisões dos diretores de prova, organizadores e monitores;
- na qual qualquer um de seus integrantes deixar de utilizar cinto de segurança, inclusive no banco traseiro e a todo o tempo;
- que trafegar pela área da prova com os faróis dos veículos desligados;
- que tumultuar o trabalho dos PC's;
- que for flagrada jogando lixo em qualquer ponto da prova;
- que danificar, de qualquer forma, os PCs e seus componentes;
- que remover o *smartphone* designado CELULAR-CARRO de qualquer um de seus veículos;
- que (qualquer um de seus integrantes) ingressar nas áreas de acesso restrito aos organizadores do evento.
- que adotar atitude anti-desportiva, assim considerado qualquer ato de agressão ou desrespeito a outros concorrentes ou organizadores, desde o momento da inscrição até o final da festa de premiação e encerramento do evento.

A critério dos ORGANIZADORES, a falta de conformidade às regras, espírito e etiqueta do evento; bem como a inobservância aos princípios de justiça, ética, respeito e senso de companheirismo com outras equipes e seus integrantes, poderá ser repreendida, ex officio ou por provocação dos interessados, com penas que variem desde advertências informais até a exclusão definitiva e impedimento de inscrição em qualquer etapa da competição.

Sempre que necessário, será formada uma comissão composta de 3 integrantes escolhidos entre os organizadores do evento para analisar e julgar as faltas disciplinares.

#### **art. 17. Categorias.**

A prova contará com duas categorias:

##### **CATEGORIA FUN:**

Desenvolvida sobre trajeto de nível fácil e médio e planejada para EQUIPES iniciantes ou que buscam exclusivamente a diversão e o lazer durante a realização da etapa.

As EQUIPES dessa categoria deverão, obrigatoriamente, ser compostas por PARTICIPANTES reunidos EM UM ÚNICO VEÍCULO.

Inscrição obrigatória para todas as EQUIPES em que nenhum integrante jamais tenha participado da competição, bem como para todos os veículos do modelo ASX e OUTLANDER.

##### **CATEGORIA EXTREME:**

Composta por atividades de nível médio e difícil, planejada para equipes experientes ou que buscam a competição e superação de dificuldades durante a realização da etapa.

As EQUIPES dessa categoria deverão, obrigatoriamente, ser compostas por PARTICIPANTES distribuídos EM DOIS VEÍCULOS (exceto para a hipótese de número ímpar de inscritos, caso em que os ORGANIZADORES formarão, a seu exclusivo critério, uma EQUIPE de TRÊS VEÍCULOS).

Inscrição optativa para todas as EQUIPES em que ao menos um integrante já tenha participado da competição.

Poderão ser exigidas, previamente à realização de determinadas etapas, a certificação de habilidades técnicas de um ou mais integrantes da equipe, em conformidade com regras fixadas pelos organizadores.

Durante as etapas, serão determinadas áreas e/ou PCs exclusivos para ingresso ou execução por uma ou outra categoria, de acordo com a indicação da respectiva “lista de objetivos”.

Visando gerar um maior equilíbrio na competição, uma comissão de 3 integrantes, escolhidos entre os organizadores do evento, determinará, a seu exclusivo critério, a mudança de categoria de EQUIPES e/ou COMPETIDORES independentemente dos critérios de inscrição. As decisões desta comissão serão soberanas.

#### art. 18. Contagem de pontos

Serão premiadas as EQUIPES que no final da prova, de acordo com a duração indicada nas respectivas “listas de objetivos”, coletarem o maior número de pontos, descontadas eventuais penalidades.

Os critérios e valores de penalidades (perda de pontos e desclassificação por atraso, desrespeito a limite de velocidade, violação de mão de direção, entre outros) serão especificados nas “listas de objetivos” de cada etapa.

Poderão ser premiadas individualmente as EQUIPES que conquistarem objetivos secundários indicados nas “listas de objetivos” de cada etapa.

#### art. 19. Empates.

Caso haja empate, o critério de desempate será:

- a. Vencerá a equipe que tiver passado no **MENOR** número de PCs.
- b. Caso o empate persista, vencerá a equipe que tiver passado no **MAIOR** número de PCs de passagem;
- c. Caso o empate persista, vencerá a equipe que tiver passado no **MAIOR** número de PCs obrigatórios;
- d. Persistindo o empate será considerada vencedora a EQUIPE que largou antes daquela com a qual empatou nos outros critérios.

#### art. 20. Apuração, divulgação dos resultados e reclamações.

A (1) indicação do horário de chegada, (2) identificação dos PCs conquistados e (3) penalidades visualizadas pelo sistema GPS, específicas de cada EQUIPE, serão apuradas e publicadas em sistema *online* no instante do fechamento de prova e recebimento de dados pelos ORGANIZADORES.

Após a chegada da última equipe ou sua desclassificação por atraso, será oportunamente apurado e publicado o quadro geral “PC a PC” de todas as equipes.

Eventuais reclamações, reservadas exclusivamente as EQUIPES participantes da categoria EXTREME, deverão ser encaminhadas diretamente por um dos CHEFES DE EQUIPE a um dos DIRETORES DE PROVA, no local de fechamento da prova, por escrito e no prazo máximo de 30 minutos após a publicação *online* dos resultados prévios.

As reclamações serão avaliadas e decididas, antes da divulgação dos resultados, por comissão formada por pelo menos 3 (três) ORGANIZADORES do evento, sendo pelo menos um deles um DIRETOR DE PROVA.

As penalidades apuradas por outros meios (relatórios de monitores, fiscais de campo, entre outros) serão aplicadas às EQUIPES por decisões soberanas dos DIRETORES DE PROVA. Estas penalidades não serão indicadas na publicação prévia *online* nem no quadro “PC a PC” e não estarão sujeitas a reclamações.

Não serão recebidas reclamações das EQUIPES que não tiverem assinado a respectiva “ficha de performance” ou que não as encaminharem no prazo e local indicados acima.

Todas as eventuais dúvidas e informações que as equipes tenham a respeito da prova deverão ser esclarecidas junto aos organizadores pelos CHEFES DE EQUIPE, exclusivamente no local de fechamento de prova.

Os resultados serão divulgados na sede do evento.

**art. 21. Premiação.**

Serão premiadas com medalhas:

1. as 3 (três) EQUIPES melhores colocadas da categoria EXTREME em cada etapa;
2. a EQUIPE melhor classificada na categoria FUN;
3. as EQUIPES melhor classificadas nos objetivos secundários indicados nas "listas de objetivos".

A cerimônia de premiação ocorrerá durante um almoço de confraternização oferecido a todos os participantes inscritos.

O horário limite para a chegada de todas as EQUIPES para esta cerimônia será o das 17h00 da data da prova, exceto se horário ou procedimento diferente for estabelecido na "lista de objetivos" da etapa.



# LISTA DE OBJETIVOS

Utilize esta lista para formular a estratégia de sua equipe junto com o mapa da prova. Boa Sorte!

- No mapa existem indicações de **MÃO DE DIREÇÃO** (setas vermelhas). A cada vez que qualquer veículo ou pessoa (a pé ou com bicicletas) de sua equipe for identificado trafegando na direção contrária à apontada, ela será penalizada em 200 pontos.
- Nas vias sinalizadas com um "X" em um círculo vermelho, está proibido o tráfego dos carros. Quando houver um "X" em um círculo azul, está proibido o tráfego dos carros e integrantes apenas da categoria FUN. A penalidade para a equipe que passar com os veículos pelos pontos assim sinalizados será de 200 pontos, para cada infração.
- Durante todo o período da prova é obrigatória a utilização de capacetes pelos ciclistas, sob pena de desclassificação da respectiva equipe.
- PORTEIRAS E COLCHETES** encontrados abertos deverão ser deixados abertos. Caso os mesmos sejam encontrados fechados, a equipe deverá abri-los e fechá-los após a passagem dos veículos, sob pena de 200 pontos.
- Lembre-se que os veículos de sua equipe devem permanecer **JUNTOS** durante toda a prova (tolerância de 100m). Cada vez que um veículo de sua equipe for flagrado distante do outro, ela será penalizada em 200 pontos.
- Respeite os **LIMITES DE VELOCIDADE** apontados no mapa, na legislação de trânsito e nas sinalizações locais, preferindo sempre os menores, durante todo o período do evento. Preste muita atenção nas velocidades máximas indicadas nas legendas. Se qualquer veículo de sua equipe for flagrado trafegando acima desses limites, ela será penalizada em 500 pontos. Na reincidência ela será desclassificada.
- O limite de velocidade em quaisquer estradas ou caminhos não indicados nos mapas é de 35km/h.
- Em cidades ou povoados, exceto quando outra velocidade for indicada no mapa, a velocidade dos veículos não poderá exceder 35km/h, sob pena (cumulativa à descrita acima) de desconto de 500 pontos e, na reincidência, a desclassificação da prova.
- Os plus codes da etapa estão localizados no código de área **589M**. Basta utilizar o código local de 6 dígitos para facilitar sua equipe a encontrar os PCs onde ele for indicado.
- Todos os PCs controlados por monitores (10, 12, 20 e 23) fecharão exatamente 5hs (EXTREME) ou 4hs (FUN) depois do horário de largada da sua equipe.





## O MENINO DA PORTEIRA

Luiz Raymundo / Teddy Vieira de Azevedo  
gênero cururu, violas caipiras, 1955

Toda vez que eu viajava pela Estrada de **Ouro Fino**  
De longe eu avistava a figura de um **menino**  
Que corria abrir a **porteira** e depois vinha me pedindo  
Toque o **berrante** seu moço que é pra mim ficar ouvindo

Quando a boiada passava e a poeira ia **baixando**  
Eu jogava uma moeda e ele saía **pulando**  
Obrigado boiadeiro, que Deus vá lhe acompanhando  
Prá aquele sertão **à fora** meu berrante ia tocando

Nos caminhos desta vida muitos espinhos eu **encontrei**  
Mas nenhum calou mais **fundo** do que isso que eu passei  
Na minha viagem de **volta** qualquer coisa eu cisme  
Vendo a porteira fechada o menino não **avistei**

Apeei do meu **cavalo** e no **ranchinho** a beira chão  
Ví uma mulher **chorando**, quis saber qual a razão  
- Boiadeiro veio tarde, veja a **cruz** no estradão  
Quem matou o meu menino foi um boi sem coração

Lá pras bandas de Ouro Fino levando gado **selvagem**  
Quando passo na porteira até vejo a sua imagem  
O seu **rangido** tão triste mais parece uma mensagem  
Daquele rosto trigueiro desejando-me boa **viagem**

A **cruzinha** no **estrادão** do pensamento não sai  
Eu já fiz um **juramento** que não esqueço jamais  
Nem que o meu gado estoure, e eu precise ir **atrás**  
Neste pedaço de **chão** berrante eu não toco mais.



**MAPA** tem escala 1:75.000, o que significa que cada 1 cm no mapa corresponde a 75.000 cm (ou seja, 750 m) em campo, a tabela abaixo irá ajudá-los na conversão entre a medida do mapa para a distância em campo.

## PASSAPORTE

### LARGADA

#### Jacutinga P97R+X6 [E10]

Cruze o pórtico no horário marcado no seu kit e quadro de avisos.

#### EXTREME (com os 2 veículos)

equipe 301/302, 9h01; equipe 303/304, 9h02; e assim sucessivamente

#### FUN

equipe 401/402, 10:01h; equipe 403/404, 10:02h; e assim sucessivamente.

### CHEGADA (em trânsito)

#### SP-346 - Santo Antônio do Jardim V8QC+JP [A2]

O horário máximo de chegada é o de **retirada + 4 horas** para a categoria **FUN**; e **+ 5 horas** para a **EXTREME** (14:01; 14:02; 14:03...)

Na passagem do smartphone-p **pela rotatória da SP-346** indicada no mapa [A2], o que deve ser feito **SEM PARAR O(S) VEÍCULO(S)**, serão descontados 10 pts. por minuto de atraso até o limite de uma hora, quando a equipe será desclassificada.

**ATENÇÃO:** a passagem por este local, em qualquer momento depois da largada, encerrará a prova da sua equipe.

## PC OBRIGATÓRIO

Sua equipe deverá passar durante a prova por pelo menos um dos PCs obrigatórios indicados no mapa, sob pena de desclassificação.

## PCs de AVENTURA

Ao chegar em um PC de Aventura sua equipe deverá ler as instruções do PC (quando houver) e desempenhar a atividade física descrita por ele.

## PCs de TAREFA

Ao chegar em um PC de Tarefa sua equipe deverá ler as instruções do PC (quando houver) e desempenhar a atividade cultural descrita por ele.

## PCs de PASSAGEM

Basta identificar sua localização no mapa e se dirigir até ele com o smartphone-p para pontuar.

### PROIBIDO CATEGORIA FUN:

Os pontos onde aparece o símbolo proibido categoria FUN não poderão ser ultrapassados pelas equipes desta categoria, sob pena de 200pts.

### DOTS:

São chamados de "dots" os pontos AZUIS indicados sobre as estradas do mapa. A passagem sobre eles vale 20 pts, uma única vez.

MAPA	cm campo	km campo
1 mm	7.500	0,07
1 cm	75.000	0,75
1,3333 cm	100.000	1
2 cm	150.000	1,5
2,6666 cm	200.000	2
3 cm	225.000	2,25
4 cm	300.000	3

## COMUNICAÇÃO

CENTRAL DE COMUNICAÇÕES:  
(tel: 11.94366.8383):



Em caso de emergência ou eventuais desistências, é favor comunicar a organização de prova com a maior brevidade possível.

Eventuais custos com o resgate de veículos são de responsabilidade dos respectivos proprietários. Para sua conveniência, um guincho (plataforma) de plantão está localizado nas proximidades da prova.

😊 dificuldade baixa

😐 dificuldade média

😞 dificuldade alta

☹️ dificuldade alta

# CELULARES

---



**SMARTPHONES** ativos carregados com o app **MiRally Crono** são necessários para participar do Mitsubishi Outdoor.

Mantenha os celulares conectados numa fonte de energia durante toda a prova!

2 para a categoria **FUN**

3 para a categoria **EXTREME**

Ative o GPS do smartphone, abra o app MiRally Crono e faça seu **LOGIN** assim que retirar seu kit na secretaria.

## FUN

login carro A: **4xx@MG19.mit#4xxa**

FIXADO NO PAINEL E CARREGADOR

login passaporte: **4xx@MG19.mit#4xxp**

MÓVEL (leve este aparelho até o local de cada PC)

senha: 123456

## EXTREME

login carro A: **3xx@MG19.mit#3xxa**

FIXADO NO PAINEL E CARREGADOR

login carro B: **3xx@MG19.mit#3xxb**

FIXADO NO PAINEL E CARREGADOR

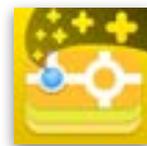
login passaporte: **3xx@MG19.mit#3xxp**

MÓVEL (leve este aparelho até o local de cada PC)

senha: 123456

**NÃO INICIE SUA PROVA E AVISE A ORGANIZAÇÃO CASO ALGUM SMARTPHONE MOSTRE MENSAGEM DE ERRO.** (caso contrário, sua equipe correrá o risco de não pontuar)

# PARA FACILITAR A NAVEGAÇÃO



Os PCs indicados nesta lista e no mapa da prova às vezes são acompanhados de **PlusCodes Google**, que são códigos curtos, simples e fáceis de usar no app **Google Maps**.

exemplo (código do local da largada):

**589MP97R+X6**

**589M** - código de área de toda a prova

**P97R+X6** - código local

Utilize-os para facilitar sua navegação até os PCs que sua equipe pretende atingir durante o tempo de prova. Basta digitar o código local (**sem o código de área e sem a indicação entre colchetes**) no campo de endereço do **Google Maps** e seguir as orientações do navegador.

A categoria **FUN** conta, ainda, com os **QR Codes**, desenhados juntos a alguns PCs.

exemplo (código do local da largada):



Basta apontar a câmera do seu smartphone para a figura, abrir o link e navegar pelo **Google Maps**.

Sua equipe também tem a opção de acompanhar o posicionamento sobre o **mapa digital** parcial disponibilizado pela organização.

O download do arquivo **MG19comp.kmz** pode ser feito aqui:

link: [www.g2adventure.com.br/competidor](http://www.g2adventure.com.br/competidor)

senha: menino

Para usar o arquivo, indicamos os apps **MapPlus** (iOS) e **LocusMap** (Android).

Por fim, é possível acompanhar a sua e as demais equipes navegando sobre o mapa em tempo real!

No ícone 🏆 da nossa página, atualizada regularmente, você terá acesso à planilha de PCs e dots conquistados. Ao final da prova, os resultados também serão publicados no mesmo local.

Endereço para acompanhamento em tempo real:

FUN - <https://cli.re/mitout19fun>

EXT - <https://cli.re/mitout19ext>

# PCs

- 1. OURO FINO - PJFG+VX [O10]**  
**OBRIGATÓRIO** ..... 50 pts.
- 2. JURAMENTO - VG4W+MX [K3]**  
**OBRIGATÓRIO** ..... 50 pts.
- 3. CRUZ - Q86F+9W [B8]** ..... 81 pts.
- 4. AVISTEI - Q9PG+MG [D7]**  
**TAREFA** ..... 205 pts.
- 5. ESTRADÃO - RJ79+49 [O5]** ..... 99 pts.
- 6. FUNDO - QCJC+9V [F7]** ..... 79 pts.
- 8. VIAGEM - VCJ8+F6 [F2]** ..... 91 pts.
- 9. PULANDO - PHV8+2G [L9]** ..... 94 pts.
- 10. CAVALO - RG86+M6 [J5]**  
**TAREFA** ..... 274 pts.
- 11. RANCHINHO - PFW6+GW [H9]** ... 78 pts.
- 12. MENINO - QJ5F+HR [O8]**  
**TAREFA** ..... 271 pts.  
**PREMIAÇÃO EXTRA**
- 13. VOLTA - VF38+4R [H4]** ..... 82 pts.
- 14. SELVAGEM - RH8G+4Q [M5]**  
**AVENTURA** 😊 ..... 297 pts.
- 15. PORTEIRA - V9F4+C6 [C3]** ..... 84 pts.
- 16. CHÃO - RF63+78 [G6]** ..... 85 pts.
- 17. À FORA - QG46+75 [J8]** ..... 79 pts.
- 18. ATRÁS - WG4H+FP [K1]** ..... 106 pts.

## SÓ EXTREME

- 7. BAIXANDO - ? [E5]**  
**AVENTURA** 😊 (sem monitor - necessária experiência na transposição de trilhas utilizando a tração 4x4) ..... 214 pts.
- 19. RANGIDO - ? [M3]** ..... 112 pts.
- 20. CRUZINHA - ? [L2]**  
**AVENTURA** 😊 (obrigatória a utilização de capacete) ..... 254 pts.
- 21. ENCONTREI - ? [P?]**  
**TAREFA** (sem monitor) ..... 157 pts.
- 22. ESPINHOS - ? [J2]**  
**AVENTURA** 😊 (sem monitor) ..... 299 pts.
- 23. CHORANDO - ? [C9]**  
**AVENTURA** 😊/**TAREFA** ..... 316 pts.
- 24. BERRANTE - ? [F4]**  
**AVENTURA** 😊 (sem monitor - recomendada utilização de mountain-bike/capacete) ..... 218 pts.

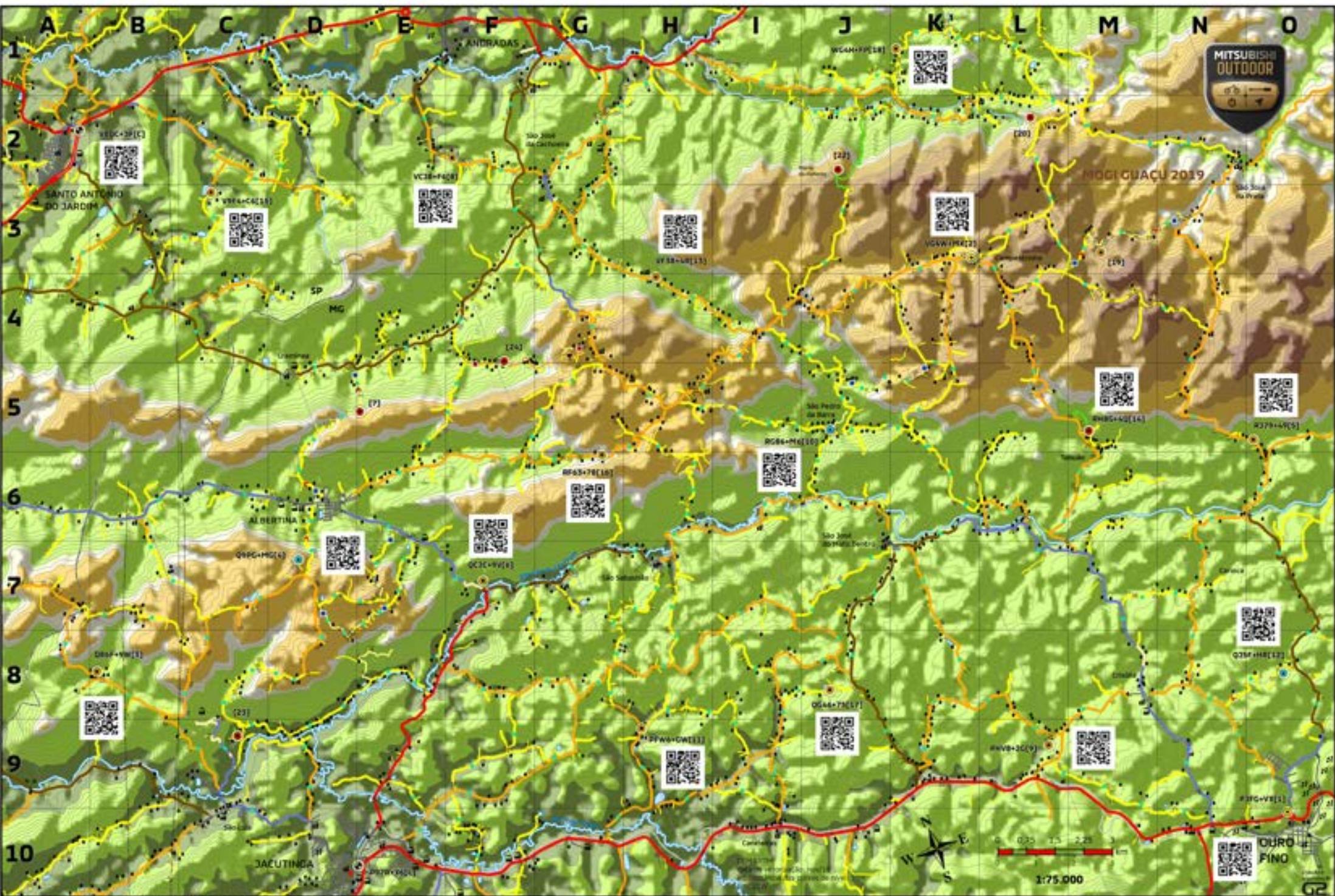
É fácil identificar PCs.

exemplo:

- 1.** (número)  
OURO FINO (nome)  
XXXX+XX (plus code)  
[M8] (grade de referência do mapa)\*  
**OBRIGATÓRIO** (tipo)  
50 pts. (pontuação)
- 4.** (ambas categorias)
- 7.** (só extreme)

\* No mapa, o número do PC aparece entre colchetes [1], depois dos pluscodes.

**Divirta-se!**



MOGI GUAÇU 2019



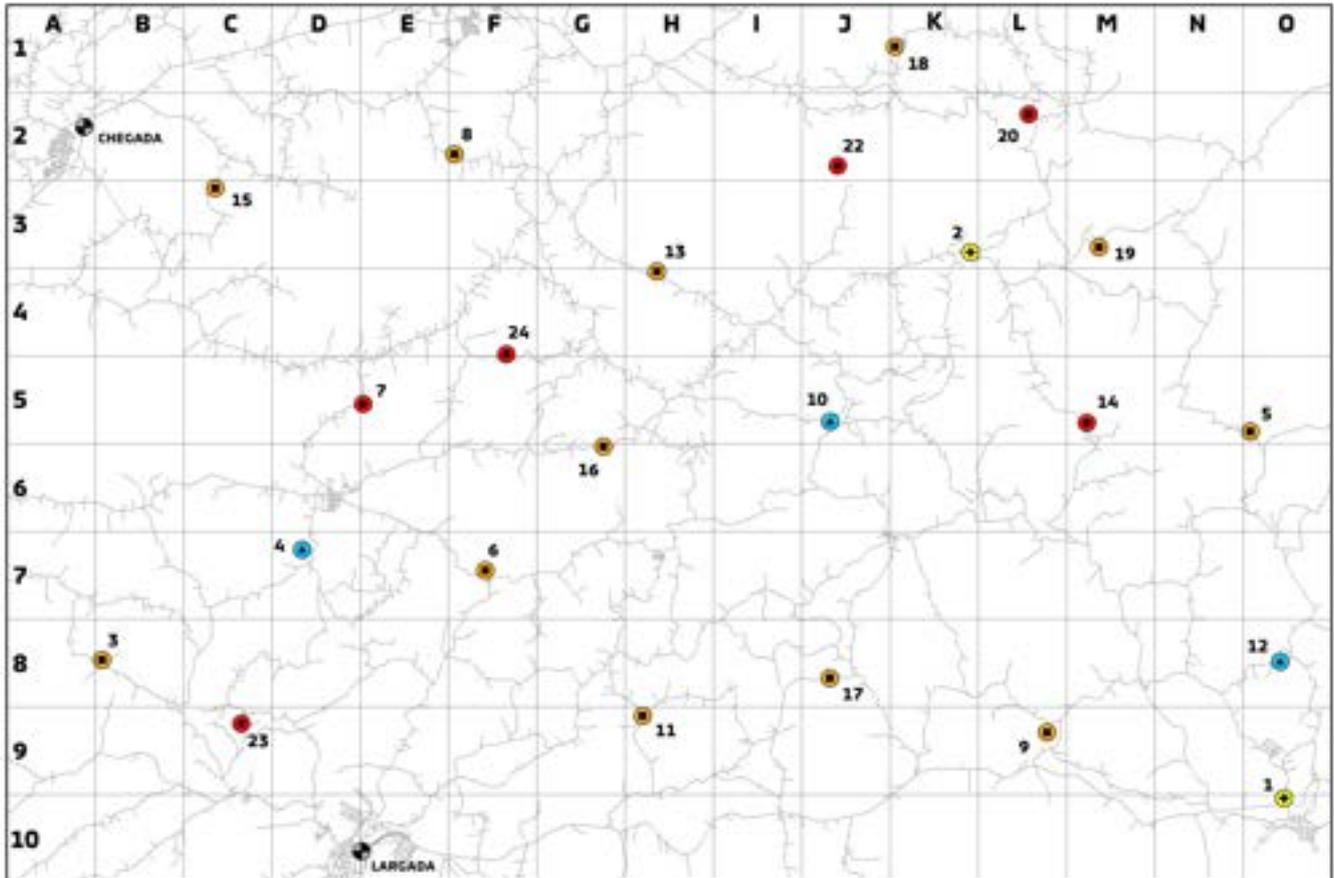
1:75.000

OURO FINO





## MOGI-GUAÇU 2019



1:200.000

- |   |  |                          |                            |
|---|--|--------------------------|----------------------------|
| ● largada / chegada                     | — asphalto pista dupla - limite 80km/h | — alta-tensão            | • casa                     |
| ● PC obrigatório                        | — asphalto - limite 80km/h             | — divisa estadual        | • ruínas                   |
| ● PC aventura                           | — asphalto - limite 60km/h             | — via-férrea desativada  | • escola                   |
| ● PC tarefa                             | — calçamento - limite 45km/h           | — rio / ribeirão         | • igreja / capela          |
| ● PC passagem                           | — terra - limite 55km/h                | ■ proibido para veículos | — curral / granja / galpão |
| • dot (20 pts.)                         | — terra - limite 45km/h                | ■ proibido categoria FUN | ■ indústria                |
|   | — terra - limite 35km/h                | ponte                    | ■ combustível              |
| <b>Altitudes</b><br>(equidistância 30m) | — zona urbana - limite 45km/h          | ∩ portal                 | ∧ cemitério                |
| ■ 721-870                               | — zona urbana - limite 35km/h          | ∞ porteira               | — cruzamento de água       |
| ■ 871-1020                              | — trilha 4x4 - limite 35km/h           | ∞ colchete               | ☠ perigo                   |
| ■ 1021-1170                             | — trilha a pé                          | • mata-burro             | • polícia                  |
| ■ 1171-1320                             | — ciclovia                             | ∞ antena                 | — corpo d'água             |
| ■ 1321-1470                             | — mão única                            | ∞ vila                   | • apoio médico             |
| ■ 1471-1620                             |  |                          |                            |

## PC 12 - MENINO



Para abrir a porteira e pontuar, toque o berrante. Não deixe de jogar uma moeda para o menino e vê-lo sair pulando.

Boa Sorte!

