

Labirinto da hipermídia: explorando Huizinga nos jogos de realidade alternativa

Hypermedia labyrinth: exploring Huizinga in alternative reality games

Leonardo Adolfo Sandim Kretzschmar^[*]
leosandim@gmail.com

Luciana Martha Silveira^[*]
silveira.lucianam@gmail.com

RESUMO

Este artigo busca relacionar os jogos de realidade alternativa (ARGs) com a definição do conceito de jogo de Huizinga (1949), um dos principais estudiosos sobre o tema. Para isso, são apresentadas as características dos ARGs e como esses jogos são gerenciados e foram desenvolvidos ao redor da hiperconectividade da internet. Em seguida, é trazida a definição de jogo de Huizinga, enfatizando suas características conforme desenvolvidas pelo historiador e contrapondo-as com os ARGs, demonstrando similaridades e contrastes. Para quebrar a contraposição, o Labirinto da Hipermídia, de Lucia Leão (1999), surge como possibilidade de análise de jogos contemporâneos como os ARGs, intermediando as características da hipermídia com o conceito de Huizinga. O objetivo do artigo é propor rupturas de fundamentos da compreensão lúdica na tradição de estudos europeia ao aproximar a teoria de um de seus principais representantes, Huizinga, a pesquisadores latino-americanos da mídia digital.

Palavras-chave: jogos; huizinga; ARG; hipermídia; labirinto.

ABSTRACT

This article seeks to relate alternate reality games (ARGs) with the definition of the game concept by Huizinga, one of the main scholars on the subject. For this, the characteristics of the ARGs are presented and how these games are managed and how they were developed around the hyperconnectivity of the internet. Then, Huizinga's (1949) definition of game is presented, emphasizing its characteristics as developed by the historian and contrasting them with the ARGs, demonstrating similarities and contrasts. To break the opposition, Lucia Leão's (1999) *Labyrinth of Hypermedia* emerges as a possibility of analyzing contemporary games such as ARGs, intermediating the characteristics of hypermedia with the concept of Huizinga. The objective of the article is to propose ruptures in the foundations of playful understanding in the tradition of European studies by dialoging the theory of one of its main representatives, Huizinga, with those of Latin American researchers of digital media.

Keywords: games; huizinga; ARG; hypermedia; labyrinth.

^[*] Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Av. Sete de Setembro, 3165 - Rebouças, Curitiba (PR).

Introdução

Nos estudos de jogos, a separação entre a atividade lúdica e a vida cotidiana é um dos temas mais debatidos entre pesquisadores, como é o caso de Raessens (2014) e Venise Melo (2017). Ao tomar como ponto de partida o livro do historiador Johan Huizinga *Homo Ludens* (1949), uma das principais obras para estudiosos do tema, é encontrada a definição de círculo mágico, ou seja, o espaço e tempo em que o jogo acontece separado da vida cotidiana. Entretanto, com o crescimento da mídia dos jogos digitais, essa distinção parece cada vez mais difícil de constatar. No sistema de produção capitalista, jogos eletrônicos são hoje uma das principais atividades econômicas do setor de entretenimento, gerando renda não apenas para quem os desenvolve, mas também para jogadores, como os *streamers*, atletas eletrônicos e o novo modelo de “*play-to-earn*” (jogar para ganhar) dos jogos *NFTs*. Assim, jogar tem atravessado o campo do lazer e da ficção para se tornar trabalho, como reforça Fortunati (2015). Mas há muito tempo os jogos já se mesclaram com a vida social e o que é visto agora é esse processo intenso de mesclagem ocorrendo com a mídia de jogos digitais.

Os *alternate reality games* (ARGs), ou jogos de realidade alternativa, se desenrolam de forma muito próxima do cotidiano dos jogadores, já que mimetizam a realidade e quebram os limites do faz de conta, conforme definem Szulborski (2005), Jenkins (2006), Dena (2008) e Andrade (2012). Eles ganharam força com o acesso à internet e podem ser utilizados como exemplo para compreender os limites da atividade lúdica e do dia a dia social.

Este artigo propõe contrapor os ARGs com a definição de jogos criada por Johan Huizinga (1949) e com as características d’*O Labirinto da Hiperídia* de Lúcia Leão (1999). A ideia é observar um gênero de jogo digital contemporâneo, os ARGs, através da perspectiva de jogos culturais de Huizinga, destacando características que reforçam as definições do historiador e questionando elementos que não dão conta das mudanças da mídia digital. Para resolver esses elementos contraditórios à teoria de Huizinga (1949), busca-se entender, através da tese de Leão (1999), como as mídias digitais afetam o processo de interação humana com o lúdico. Ao fim, é retomada uma importante discussão de resgatar nas pesquisas de jogos a possibilidade de uma heurística de análise social e cultural como proposto por Huizinga.

Jogos de realidade alternativa

Henry Jenkins (2006) apresenta *alternate reality game* (ARG), ou jogo de realidade alternativa, como um jogo de *transmedia storytelling*, ou seja, uma narrativa que utiliza o potencial de diversas mídias para desenvolver uma história. Entretanto, não é apenas pela multiplicidade de mídias que ARG se destaca, mas também pela filosofia de proporcionar jogos que buscam não se passar por jogos. Esse paradigma é discutido por Dave Szulborski no livro *This is not a game: A guide to alternate reality gaming* (2005), que apresenta uma das principais características de ARG: mimetizar a vida real. Essa mimese acontece com o intuito de concretizar o que o nome do gênero do jogo propõe, que é criar uma realidade alternativa da qual apenas os jogadores têm conhecimento. Dena (2008) reforça essa apresentação descrevendo ARG como um gênero de jogo imersivo que se situa na tensão limiar entre realidade e ficção, utilizando mecanismos online e artefatos do mundo real para criar engajamento e experiência coletiva com o objetivo de solucionar um enigma. Essa mesma perspectiva também é defendida por Luiz Adolfo de Paiva Andrade (2012), que define ARG como “*games pervasivos*”, ou seja, jogos que buscam infiltrar a realidade, borrando os limites entre ficção e vida cotidiana.

Para Christy Dena, jogos de realidade alternativa inicialmente foram criados por

indivíduos e grupos independentes, projetados com propósitos educacionais e de treinamento, comissionados como campanhas de marketing e para extensões de propriedades de mídia tradicional (2008, p. 42).

Szulborski (2005) aponta que elementos de ARG aparecem em diversas mídias durante a história, porém é com o advento da internet que esses jogos tomam a forma que têm atualmente. Isso porque a internet possibilita um fácil acesso a múltiplas mídias e a interfaces presentes no cotidiano que podem ser ressignificadas para acomodar narrativas e a possibilidade de criar uma história que reflita as interações com a comunidade de jogadores, permitindo uma experiência de grande imersão, o que motivaria um maior consumo (JENKINS, 2006). Esse foi um dos motivos que levou os ARGs a serem comissionados por grandes empresas como forma de promover um produto atrelado a uma franquia. Jogos como *I Love Bees* (2004), criado para promover o jogo de computador *Halo II*, e *The Beast* (2001), utilizado na campanha de divulgação

do filme *A.I.: Artificial Intelligence* (2001), atraíram milhões de participantes (Dena, 2008), por exemplo.

O trabalho de Dena (2017) permite entender como esses jogadores se estruturaram no jogo, apontando que os participantes podem ser divididos em diferentes tipos de camadas: de engajamento; de estilo de jogabilidade; de localização geográfica etc. Dentre os participantes de *I Love Bees*, mais de 2 milhões apenas acompanhavam a história, vivendo vicariamente através dos avanços dos demais jogadores; em torno de 750 mil jogadores participavam ativamente através de comunicação online, contribuindo para a discussão e solução dos problemas e mistérios do jogo; e cerca de 10 mil participaram fisicamente, atendendo a mais de 40 mil ligações que foram feitas em diferentes áreas do mundo (Dena, 2008). Afinal, uma das características de ARG é ser jogado de forma colaborativa, através de redes, e respondendo às

atividades dos jogadores por meio da ação humana (Dena, 2008). Devido a essa rede complexa de interações, Jane McGonigal (2005), que trabalhou junto aos designers de *I Love Bees*, define ARG como um drama interativo jogado online e em espaços do mundo real, ocorrendo ao longo de várias semanas ou meses, no qual dezenas, centenas e milhares de jogadores se reúnem, formam redes colaborativas e trabalham juntos para resolver um mistério ou problema que seria impossível de resolver sozinho.

Os ARGs mantêm sua filosofia de mimetizar a realidade. Dessa forma, os desafios são normalmente apresentados por meio de mensagens crípticas e desconectadas de qualquer entidade criadora, buscando desvincular ao máximo a ideia de que as mensagens e segredos encontrados pelos jogadores são parte de um jogo. Ao não admitir sua própria existência, torna-se difícil para os desenvolvedores do jogo providenciarem ferramentas para ajudar os par-

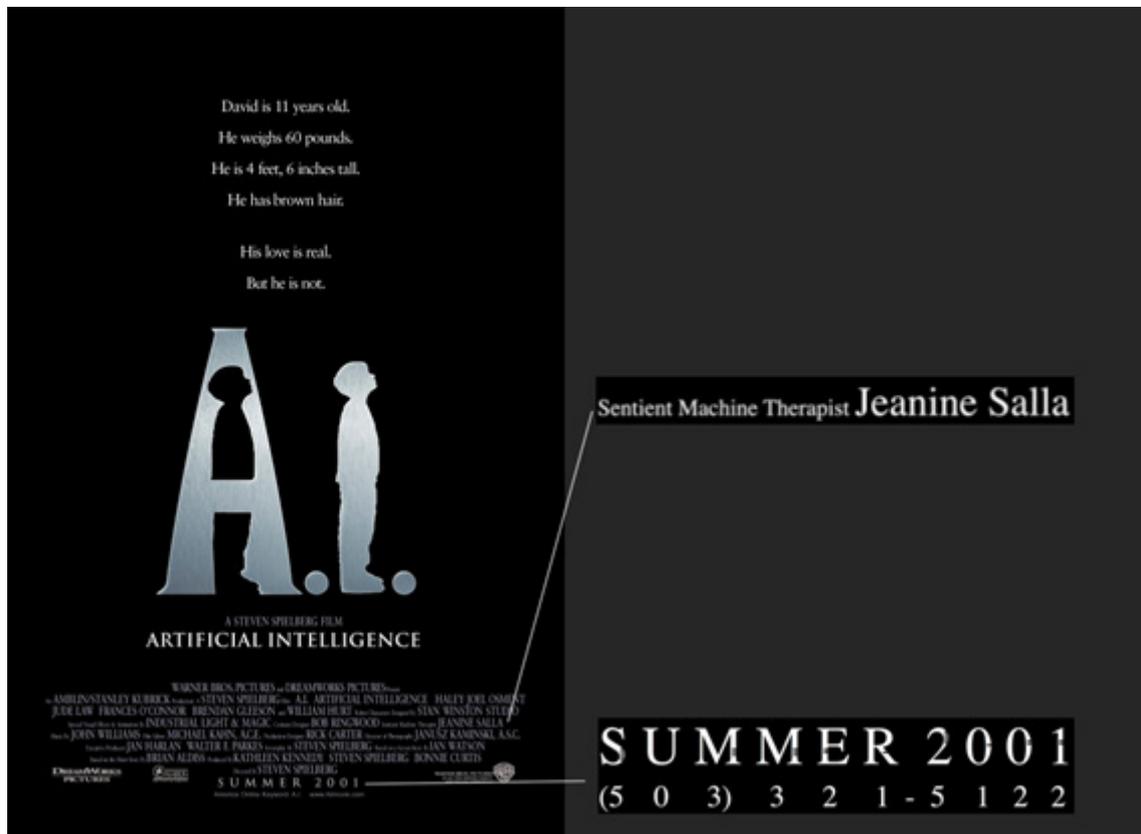


Figura 1. Imagem destacando as intervenções do jogo *The Beast* no pôster do filme *Inteligência Artificial*
Figure 1. Image highlighting the interventions of the game *The Beast* on the poster for the film *Artificial Intelligence*

Fonte: DreamWorks Pictures, 2001, destaque do autor.
 Source: DreamWorks Pictures, 2001, highlight of the author.

participantes a resolverem os enigmas (Dena, 2008). Cabe aos próprios jogadores usarem suas habilidades para criar ferramentas que ajudem na solução de quebra-cabeças ou na organização da história que é apresentada de forma fragmentada (Dena, 2008). O padrão de como essas comunidades de jogadores organizam-se espontaneamente para resolver quebra-cabeças e enigmas complexos demais para uma única pessoa, sem que os desenvolvedores do jogo proporcionem ferramentas que facilitam a comunicação entre esses participantes, demonstra como ARGs são jogos coletivos e colaborativos por natureza e reforça a cooperação humana como estratégia de resolução de problemas.

Um exemplo de como um ARG se estrutura é o jogo *The Beast*, que foi apresentado ao público durante o trailer do filme *A.I.: Artificial Intelligence* (2001), que mostrava, ao final, um crédito estranho e que se destacava dos demais: Jeanine Salla foi creditada como *Sentiant Machine Therapist* (Szulborski, 2005). Ao procurar o nome de Jeanine Salla em uma ferramenta de busca online, a pessoa seria conduzida a um site de uma universidade fictícia, que foi o primeiro website criado para o jogo. Ali, era possível ler um artigo sobre a doutora Jeanine Salla e, escondido em uma das páginas desse artigo, havia um endereço de e-mail e um número de telefone (Szulborski, 2005). Quem ligasse para esse número receberia uma mensagem de secretária eletrônica dizendo que o amigo Evan Chan havia falecido há pouco tempo e algo não estava certo com sua morte. De acordo com Szulborski (2005), a segunda pista também estava presente no trailer do filme, pois os entalhes das letras de SUMMER 2001 – que indicavam sua data de lançamento – revelavam um segundo número de telefone. Ao entrar em contato com o número, os jogadores recebiam uma mensagem de voz críptica que revelava um segundo site do jogo. Esse caminho eventualmente levou à conclusão de que Evan Chan havia sido assassinado (Szulborski, 2005).

Para desvendar esses caminhos, os participantes se juntaram e criaram ferramentas para organizar os pedaços de história coletados, discutir os achados e trabalhar cooperativamente para resolver os enigmas (Cloudmakers, 2018). Uma dessas ferramentas foi o site do grupo de jogadores mais ativos, conhecidos como *Cloudmakers*, que organizavam e catalogavam as descobertas e os avanços do jogo (Cloudmakers, 2018). Outras ferramentas, como a *The Plot* ou *The Characters*, possibilitavam um resumo da história e dos personagens para os jogadores menos ativos.

Szulborski (2005) aponta ser possível entender que o design dos desafios de ARG parecia forçar os jogadores a trabalharem colaborativamente, mas, para ele, é da na-

tureza do próprio jogo criar comunidades que trabalhem de forma coletiva. Não apenas a comunidade em si, mas os próprios desenvolvedores acabavam trabalhando junto aos jogadores para dar continuidade à história. Devido à enorme quantidade de rupturas e brechas no formato como a história era apresentada, os designers do jogo tinham que reagir aos achados dos jogadores, como ocorreu no caso em que os desenvolvedores acidentalmente usaram uma imagem da mesma mulher em duas localizações diferentes e tiveram que escrever uma explicação para os questionamentos levantados pelos jogadores que notaram essa falha (Szulborski, 2005). Com isso, é possível dizer que jogadores e desenvolvedores trabalham em coautoria para a criação e manutenção do jogo enquanto uma realidade alternativa consistente.

Assim, para que ARGs funcionem, os desenvolvedores contam com a participação de diversos jogadores sem que exista qualquer comunicação direta entre eles. Mesmo com uma enorme dificuldade de entrada no universo do jogo, como vimos no caso do *The Beast*, milhares de pessoas foram capazes não apenas de localizar a pista, mas também de intuitivamente se comunicarem com outras, dando início ao crescimento orgânico dessa comunidade. Dena (2008) acredita que a ausência de instrumentos midiáticos de comando, como os controles de videogames, poderia ser um dos motivos pelos quais os ARGs são acessíveis a um grande público. Mas observando a forma como as ferramentas são desenvolvidas e as comunidades são organizadas, os ARGs parecem simplesmente usar o potencial de sua principal mídia, a internet.

The Beast criou um legado que possibilitou diversas outras campanhas de marketing através de ARGs, mas também incentivou desenvolvedores independentes a começarem suas próprias experiências (Szulborski, 2005). Além disso, o projeto iniciou um diálogo que questiona o formato e categorização do que é um jogo, mostrando que jogos podem ressignificar espaço e tempo cotidianos, graças às ferramentas de mídias digitais que possibilitam uma independência dos jogadores para criar suas próprias ferramentas de forma democrática.

Jogos sob as lentes de Huizinga

Para pesquisadores que queiram abordar a relação entre jogos e sociedade, os estudos de Johan Huizinga podem aparecer como um ponto de partida inevitável para compreensão do tema. *Homo Ludens* (1938), sua principal obra sobre o assunto, utiliza as características de jogos para refletir sobre comportamentos e organizações culturais

em diversos momentos da história, o que faz o autor ser reconhecido como um marco nos estudos de jogos e suas relações com a cultura e a sociedade. Além disso, sua definição de jogo ainda hoje é discutida e revisitada por pesquisadores dos estudos de jogos como Andrade (2012), Frissen et al. (2015), McDonald (2019), Trammell, Carneiro e Furtado (2022), e tantos outros. Entendendo jogo enquanto uma categoria histórica e dialética, é necessário visitar o trabalho de Huizinga, contrapondo sua definição fenomenológica e compreendendo as características de jogo no contexto contemporâneo. No caso deste artigo, o conceito de Huizinga será contraposto com os ARGs, repensando as características que o historiador utiliza para definir jogo e partindo da definição de ARG.

Ao trabalhar com o conceito de jogo, Huizinga (1938) pensa em funções de forma mais ampla do que a palavra designa na língua portuguesa. O pesquisador tenta dar forma aos conceitos relacionados à palavra *play*, em inglês, que tanto pode ser usada em referência ao jogar, quanto ao ato de brincar ou atuar, por exemplo. Desta forma, ele considera jogo um comportamento lúdico que acompanha a cultura e deixa marcas em sua formação.

A estratégia de Huizinga (1938) para definir jogo envolve a delimitação das características do ato. A primeira delas aponta que jogos são uma atividade voluntária, ou seja, as pessoas jogam por escolha própria e interrompem essa atividade quando desejarem. Neste sentido, é possível afirmar, pelo menos em relação aos ARGs, que essa característica se mantém nos jogadores que acessaram *I Love Bees* ou *The Beast*. Ao descobrirem o jogo e se aprofundarem em seus quebra-cabeças e enigmas, os jogadores trazem voluntariamente essa camada lúdica proposta pelos ARGs à sua vida, como Huizinga ressalta em sua definição.

Já a segunda característica diz que o jogo é orientado fora da vida cotidiana, em um tempo e espaço determinados pelo próprio jogador. Huizinga (1938) aponta que esta característica pode parecer uma inferioridade do jogo em relação à seriedade da vida, pois indica a possibilidade de separar o real do “faz de conta”. Entretanto, para o historiador, a seriedade de um jogo tem a potencialidade de ultrapassar a da própria vida cotidiana, fazendo com que, em um determinado espaço de tempo, a atividade de jogar absorva completamente o jogador, como no caso dos cultos religiosos (Huizinga, 1938). Um exemplo dessa contradição de seriedades que o autor levanta são os próprios ARGs, cujos desafios são normalmente apresentados por meio de mensagens crípticas e desconectadas de qualquer entidade criadora, buscando desvincular ao máximo a ideia de que os segredos encontrados pelos jogadores são parte de um jogo,

ou seja, os ARGs propositalmente se misturam com a vida cotidiana, dissolvendo a divisão proposta pelo autor.

A terceira característica apontada por Huizinga (1938) é o isolamento. Jogar é uma atividade temporária, que se limita a uma duração de tempo e a um espaço específico. Ele observa essa característica na materialidade de um tabuleiro, ou mesmo em um ritual sagrado, nos quais os participantes jogam durante um determinado período dentro de um ambiente específico, ao que ele dá o nome de círculo mágico. Diferentemente de jogos eletrônicos tradicionais, como Super Mario, que possuem um limite do círculo mágico definido, “os ARGs habitam um mundo que se coloca em paralelo à vida ordinária, levando o círculo mágico para onde o jogo se manifestará para o público” (Andrade, 2012, p. 150).

A segunda e a terceira características, juntas, podem ser completamente contrapostas aos ARGs que, através das tecnologias ubíquas disponibilizadas pela computação, dispõem de uma vasta quantidade de ferramentas presentes no cotidiano dos jogadores, como e-mails, vídeos, telefonemas e websites (Szulborski, 2005), porém sem se limitar a elas, usando também uma variedade de plataformas de mídia e espaços da vida real (Dena, 2008). Por utilizar ferramentas assim, ARGs acabam não possuindo um espaço definido, como um tabuleiro ou software, o que dificulta a identificar a quebra da imersão de quando se está jogando. Isso se contrapõe a Huizinga, afinal, ao se apropriar do espaço e tempo da vida cotidiana para ressignificá-los através dos símbolos e regras do jogo, ARG mescla a realidade ao “faz de conta”, permitindo que, a qualquer momento, pessoas sejam transportadas para o jogo, questionando os limites do círculo mágico definidos por Huizinga.

Voltando ao autor, é justamente essa delimitação de espaço e tempo do jogo, ou seja, a terceira característica, que é definida pelas regras que o constituem. Sendo assim, as regras são a quarta característica dos jogos que Huizinga (1938) aponta. Elas permitem que sejam estabelecidos meios de controle que determinam uma ordem dentro de seu espaço e tempo, uma diferença distinta das incertezas e acontecimentos caóticos da vida. Parte de jogar um ARG é descobrir suas regras, o que difere da definição de Huizinga que diz que as regras são absolutas. Em ARGs, as regras estão presentes e realmente existem, mas inicialmente estão ocultas e, muitas vezes, acabam sendo cocriadas com jogadores. Parte de jogar um ARG é entender, desafiar e criar regras. Os rastros do mistério do *The Beast*, por exemplo, formavam uma extensa e complexa história, fragmentada em pedaços que eram espalhados sem uma ordem própria em centenas de páginas de internet, telefones, imagens,

vídeos, áudios e e-mails (Szulborski, 2005). Essa miríade de informações e a complexidade dos enigmas apresentados forçava os participantes a se organizarem para avançar na história, descobrindo e registrando as regras.

Para Huizinga (1938), a quinta característica dos jogos é a tensão que nasce com a conclusão do jogo. Os jogadores buscam ganhar o jogo e, quanto mais se aproximam da possibilidade de resolução, maior é a tensão da vitória. Huizinga (1938) diz que essa tensão testa os jogadores para que eles se mantenham fiéis à ordem estabelecida pelas regras e sejam capazes de vencer “honestamente”. Para o historiador, ganhar é importante, já que a busca de se provar melhor perante os outros é primitiva, mas o principal ponto é como essa vitória agrega valor nas relações de grupo. É possível identificar essa característica no modelo dos ARGs mesmo que eles possuam um objetivo cooperativo e desafiem essa visão de competitividade. ARGs são, por design, jogos feitos para serem resolvidos por milhares de pessoas, como visto no exemplo do *The Beast*, em que diversos telefones tocaram em várias localizações do mundo, deixando claro que não teria como os jogadores decifram o enigma sem ser coletivamente. Isso contradiz a visão de Huizinga de que a competitividade e a perspectiva de ser o melhor jogador são o principal motivador para jogar e reforça que o maior objetivo do jogo é a vitória, ou seja, a resolução final do enigma proposto pelos ARGs, agregando valor às relações do grupo. Entretanto, seria equivocado ignorar que os jogadores mais dedicados acabam tendo um reconhecimento perante a comunidade, uma vez que se destacam em suas habilidades, seja fornecendo ferramental para a comunicação entre os participantes, criando conteúdos que facilitem o acesso do desenvolvimento da história ou aqueles que, de fato, se debruçam para desvendar os enigmas e desafios propostos pelos desenvolvedores do jogo. Não é possível confirmar a motivação desses jogadores como Huizinga aponta, mas não seria correto ignorar a glória pessoal que um jogador pode conquistar mesmo em um jogo de objetivo coletivo e cooperativo.

A última das características que definem os jogos para Huizinga (1938) é a possibilidade de repetição, como permitido pelas regras. Um jogo pode ser jogado infinitas vezes, porém as partidas não podem ser recriadas da mesma maneira. A essência do jogo pode ser recriada por meio das regras, porém as liberdades de escolha para cada jogada, a experiência dos jogadores e os diversos elementos que dão forma a uma partida tornam quase impossível que ela seja repetida, principalmente em jogos com regras e opções mais complexas e variadas. Isso é demonstrado

em esportes como futebol ou xadrez, onde o desempenho e as possibilidades de ações dentro do jogo são variadas dentro de um conjunto de regras fixas. A imprevisibilidade das ações dos oponentes e a vasta quantidade de jogadas possíveis aos jogadores permitem que o jogo seja revisitado inúmeras vezes sem nunca repetir uma mesma partida, o que se relaciona com os ARGs, como será visto adiante.

Assim como Huizinga explora em *Homo Ludens* (1938), seu conceito de jogo tem o potencial de servir como uma heurística para localizar sistemas de jogos na sociedade, cultura e no trabalho de outros autores, observando processos, atividades e fenômenos sociais. Entretanto, os estudos de Huizinga refletem sua época e contexto, e suas limitações são expostas quando seu conceito de jogo é trazido para a contemporaneidade.

O jogo como o “labirinto do labirinto” da hipermídia

Para observar as estruturas que compõem as mídias digitais contemporâneas, Lucia Leão (1999) utiliza a arquitetura do labirinto como forma de representar as hipermídias com sua característica de escrita não linear. Arlindo Machado, orientador de Leão durante o desenvolvimento de sua tese da estética do labirinto, apresenta as características desse conceito de forma resumida em seu livro *Pré-cinemas e Pós-cinemas* (1997), apontando como os estudos de Leão utilizam categorias presentes em labirintos para discutir as estruturas e os processos de mediação das hipermídias contemporâneas.

A intenção de Leão (1999) não é limitar ou regerar as hipermídias, mas tornar suas estruturas visíveis através da arquitetura do labirinto, e não de sua função. Usando como referência Rosenstiehl (1979), Leão (1999) apresenta três traços que constituem a relação do labirinto com quem o adentra. O primeiro é que a arquitetura do labirinto exerce um fascínio pela exploração. Entrar no labirinto é iniciar um jogo de opções e descobertas em que sair é a condição de vitória, porém não o objetivo. Para Machado, “mais do que chegar a um fim ou ganhar o jogo, o prazer [...] está na investigação infinita de suas possibilidades de desdobramento” (1997, p. 255). Não é à toa que a história de Teseu convida o leitor a embarcar na aventura de explorar o labirinto e enfrentar o minotauro. A sedução narrativa não está no ato de escapar dessa estrutura, mas em explorá-la. Essa característica é encontrada em ARGs, não apenas por apresentarem um convite à exploração em si, atributo intrínseco à natureza do próprio jogo, mas também ao prazer dessa exploração, que mantém jogadores e

pesquisadores interessados em explorar cada caminho desse labirinto mesmo anos após sua criação. Ainda hoje existem enigmas não resolvidos em *The Beast*, como é o caso do *Reconstruct Puzzle* (Cloudmakers, 2018). Szulborski (2005) aponta que os designers e jogadores do *The Beast* não conseguem verbalizar porque dedicaram tanto tempo a uma experiência voluntária, seja criando-a ou participando dela. Talvez essa imersão seja justamente o que Machado (2007) aponta como a beleza de explorar e se perder no labirinto. Mas, como visto anteriormente, os ARG buscam mimetizar a vida real, fazendo com que esse labirinto da hipermídia se misture com a vida cotidiana.

Ao mesmo tempo, ARGs são jogos com o objetivo de descobrir um mistério em que as pistas são lançadas pouco a pouco. Jogar novamente seria revisitar essas pistas, porém com todas à disposição desde o início. Sendo assim, ARGs são jogos sobre formar mapas do labirinto da hipermídia, e jogá-los novamente é reavaliar o mapa, buscando novos caminhos e validando os acertos anteriores. Jogar um ARG é construir um mapa do labirinto, encaixando as peças conforme elas são descobertas. Ao participar de um ARG que já está em execução, é possível revisitar os locais desse mapa que já está sendo construído e reconstruí-lo, então quanto disso é repetição e quanto é a criação de algo novo? Este ponto, inclusive, pode ser questionado pela última regra da definição de jogos de Huizinga, que é a possibilidade de repetição. No caso dos ARGs, o que diferencia uma repetição do mapa e a criação de um mapa novo?

O segundo traço que constitui a relação do labirinto com quem o adentra, nas palavras de Machado, é “a exploração sem mapa e à vista desarmada” (1997, p. 255), ou seja, o labirinto não permite que quem o explore possa ter uma visão global, então as escolhas são sempre tomadas de um ponto de vista local. Para Machado, é essa incapacidade de tomar decisões levando em conta o todo que permite à hipermídia “simular o funcionamento das sociedades” e ser modelo “para estruturas narrativas múltiplas e descentradas” (Machado, 1997, p. 255). Para Lúcia Leão, o labirinto “só passa a existir como tal, como construção de complexidade, na medida em que alguém o penetre e o percorra” (1999, p. 114). Para a autora, quem o percorre encontra uma estrutura complexa e infinita por estar limitado a uma visão local, mas o arquiteto do labirinto enxerga sua finitude, já que o observa globalmente. Em ARGs, é possível identificar essa característica na forma como os jogadores têm acesso às pistas e pedaços narrativos. Os jogadores seguem míopes, sem saber onde o rastro de uma pista os levará. Inicialmente, são incapazes de olhar para todos esses fragmentos de história de uma só vez; é apenas através da criação de ferramentas

que os ajudem a se localizar dentro do labirinto que os jogadores passam a ter uma visão mais global dos pedaços coletados, como é o caso do site dos *Cloudmakers* ou o *The Plot* vistos anteriormente. Entretanto, neste exemplo, essas ferramentas agem mais como uma forma de se atualizar e discutir sobre as navegações da comunidade de jogadores pelo labirinto de *The Beast*. Estas ferramentas tornam-se uma espécie de mapa do labirinto, mesmo que a possibilidade de representação de um mapa seja limitada, não dando conta da complexa topografia da hipermídia (Machado, 1997). Jogar ARGs passa a ser mais do que se perder no labirinto da hipermídia; torna-se um trabalho de cartografia, mapeando coletivamente os caminhos desse labirinto.

É justamente a criação de ferramentas assim que leva ao terceiro traço do labirinto, a “inteligência astuciosa”, ou seja, a capacidade de aperfeiçoar as estratégias de exploração (Machado, 1997, p. 256). Machado aponta que, para quem olha de fora, o progresso de quem explora o labirinto parece aleatório, mas, para avançar pelas múltiplas encruzilhadas, o explorador cria estratégias e torna-se cada vez mais experiente na jornada (Machado, 1997).

Usando como referência Rosenstiehl (1988) e Leão (1999), Machado (1997) ainda apresenta duas estratégias para se explorar o labirinto. A primeira é o fio de Ariadne que, para o autor, lineariza a estrutura complexa do labirinto e transforma o percurso em um arco interativo com começo e fim (Machado, 1997). Se essa estratégia utiliza um instrumento para que o explorador não se perca no interior da estrutura, ela retira o principal propósito do labirinto, que é justamente o ato de se perder. O fio de Ariadne retira o risco e, conseqüentemente, enfraquece a experiência proposta pelos dois primeiros traços apresentados: o convite a se perder e explorar sem mapa. Assim, Machado (1997) apresenta uma segunda opção de estratégia vinda da mitologia, a dança do grou ou da cegonha, descrita por Leão como uma fileira de jovens que se seguram pelo punho onde cada ponta representa Ariadne e Teseu, “como uma corrente onde suas extremidades movimentam-se de forma ondulada, alternando seus movimentos para a esquerda e para a direita e de dentro para fora. Ao final da dança, as duas pontas se unem, representando a união entre o início e o fim” (1999, p. 84). Para Machado (1997), essa estratégia condiz melhor com a estrutura do labirinto, pois enquanto os jovens serpenteiam pelo interior informando quando uma das pontas encontra um caminho sem saída, eles exploram o labirinto por completo, dando significado à beleza da multiplicidade de espaços e tempos que a estrutura propõe. Dessa forma, a dança do grou opta “simultaneamente por todas as alternativas” (Machado, 1997, p. 257).

As comunidades de jogadores de ARGs utilizam ambas as estratégias para percorrer o jogo. Devido à complexidade dos desafios e da grande quantidade de percursos, ARGs requerem que os participantes aprendam a cooperar, como na dança do grou; de mãos dadas, eles exploram cada pista e percurso em busca de novos fragmentos da história. Entretanto, como forma de se comunicar e apresentar o labirinto a novos participantes, os jogadores criam guias e ferramentas que linearizam suas descobertas, acelerando o conhecimento dos recém-chegados ou apenas saciando a curiosidade daqueles que observam de fora. Este tipo de comportamento é padrão dentro de ARGs, o que reforça e comprova a visão de Leão, afinal, vários jogos em diversas comunidades de muitos jeitos acabam utilizando o mesmo padrão para solucionar o que foi proposto, que é o padrão levantado pela autora. Além disso, levando em conta a função do labirinto de encarcerar, é perceptível como a metáfora de Leão é ainda mais precisa para descrever as estruturas dos ARGs, uma vez que eles escondem o objetivo de vitória dos jogadores.

Acompanhar um ARG é perceber como a comunidade desenvolve essa característica da “inteligência astuciosa” coletivamente. A evolução das ferramentas que mapeiam o jogo é um dos exemplos de como a comunidade se aperfeiçoa para identificar os caminhos da narrativa, mas não apenas isso, elas servem de base para que os jogadores possam rejogar seguindo as mesmas regras, mas munidos de uma visão macro do labirinto que reentram. É aqui que a última das categorias de Huizinga, a possibilidade de repetição do jogo como definido pelas regras, é reforçada. Diferentemente de outras características desafiadas neste artigo, as regras e sua possibilidade de repetição fazem parte do ciclo de jogo de um ARG. As primeiras explorações do labirinto tendem a ser guiadas pelo design da estrutura criada pelos desenvolvedores do jogo. É através da constante revisitação dos caminhos do labirinto que jogadores descobrem novos caminhos. Esse comportamento fica ainda mais claro graças aos traços das comunidades de jogos de ARGs na mídia digital. A internet acelera e facilita o acesso ao jogo e às ferramentas de mapeamento, além de permitir que elas sejam compartilhadas e desenvolvidas coletivamente. Mesmo hoje é possível visitar não apenas jogos de ARG, como é o caso de *I Love Bees*, como também os mapas desenvolvidos pelos jogadores.

Conclusão

Para Huizinga, jogos seriam uma camada do extraordinário em contraponto com a seriedade da vida

produtivista (Ehrmann, 1968). Mas ARGs desafiam esse conceito ao mimetizarem a vida e recortarem o cotidiano através da mídia digital. Contrapondo o conceito de jogo de Huizinga aos ARGs, é possível perceber que, ao traçar divisões entre a seriedade da vida cotidiana e o encantamento dos jogos, o historiador limita sua teoria ao campo do imaginário e do faz de conta, como se esses campos não fossem interseccionados. A escolha desse contraste entre uma mídia contemporânea, como os jogos de ARG, com um conceito lúdico moderno de Huizinga é proposital, não apenas para repensar questões das mídias atuais, mas também para reforçar as características da teoria do historiador que ainda se refletem no lúdico atual e apontar as que necessitam de revisitação e revisão.

Além disso, o conceito do autor reflete o viés de sua época e não dá conta da complexidade da mídia digital contemporânea. Por isso, o conceito de *O Labirinto de Hipermídia* de Lucia Leão (1999) pode ser uma forma de intermediar os ARGs com o conceito de Huizinga. Dessa forma, é perceptível como as características de isolamento e de tempo e espaço separados da vida cotidiana não dizem com um jogo que busca se mesclar às experiências diárias. Se sistemas de jogos podem mimetizar e modificar interações com a vida cotidiana, como saber se já não somos jogadores em um jogo social? Ao assumir isso, seria possível reconhecer que são as regras de um sistema de jogo sociocultural que definem a própria vida cotidiana e a agência humana enquanto jogadores sociais. Huizinga, ao querer separar o jogo da vida cotidiana, perde a percepção dos sistemas de jogos presentes nas organizações sociais e os compreende enquanto fenômeno primário. Esse é um reflexo do viés cultural conservador que Huizinga possui em relação aos jogos, acreditando que eles adornam e complementam a seriedade da vida (Ehrmann, 1968).

Entretanto, é notável como algumas características de Huizinga continuam relevantes, como é o caso da presença de regras e da repetição do ato de jogar. Isso reforça o potencial de sua teoria, principalmente como ferramenta de compreensão da realidade simbólica dos jogadores (Fink, 1968).

Outros autores utilizam seus conceitos para tentar compreender a mídia de jogos, como fazem Salen e Zimmerman (2004), e Juul (2018); ou desdobram o conceito de *Homo Ludens* em outras áreas de conhecimento, como arte e mídias digitais, como é feito no trabalho de Melo e Silveira (2017); e alguns ainda revisitam estes conceitos, propondo revisões e atualizações do pensamento de Huizinga, como fazem Raessens (2006), Gastaldo (2012), e Thomas e Brown (2009); mas nenhum desses manteve

o objetivo de Huizinga de compreender o conceito de jogo como componente das estruturas culturais e sociais. Trammell, Carneiro e Furtado (2022) são um exemplo de resgate da teoria de Huizinga com a intenção de superar os problemas de sua tese, revelando a violência dos sistemas de jogos sociais, neste caso, a tortura de escravos.

Este artigo propõe o começo de uma discussão sobre a necessidade de revisitar a pesquisa de jogos de Huizinga, mantendo o objetivo do historiador em compreender jogos enquanto ferramenta de análise social. Ao trazer as contradições entre o conceito de Huizinga e o funcionamento das hipermídias contemporâneas, são revelados os limites

de sua teoria. Ao sobrepor a pesquisa do historiador com pesquisadores latino-americanos da hipermídia como Leão e Machado, podemos destacar rupturas com a tradição europeia de estudos lúdicos, como os apontamentos moralizantes à condição do lúdico na sociedade moderna, ou a separação do lúdico do da vida cotidiana. Rever como essas incongruências refletem nos demais aspectos da obra do historiador e, conseqüentemente, nos autores que o utilizam como fundamento na pesquisa do lúdico, é mais um passo para poder restaurar seu trabalho de compreensão dos sistemas de jogos presentes em sociedades e culturas.

Referências

- ANDRADE, L. 2012 Jogos de Realidade Alternativa: modos para relacionar espaço, consumo e transmídia. In: RIBEIRO, J.C., FALCÃO, T.; SILVA, T. orgs. *Mídias sociais: saberes e representações*. Salvador: EDUFBA.
- CLOUDMAKERS. 2018. The Trail v9.0. *Web Archive*. Disponível em: < <http://web.archive.org/web/20150813033014/http://cloudmakers.org/trail/>>. Acesso em 29 out. 2022.
- DENA, C. 2008. Emerging participatory culture practices: Player-created tiers in alternate reality games. *Convergence*, v. 14, n. 1, 2008.
- _____. 2017. Tiering in Alternate Reality Games - Online Augmentation' *GitBooks*.. Disponível em: < <https://universecreation101.gitbooks.io/tiering-in-alternate-reality-games-online-augment/>>. Acesso em 29 out. 2022.
- EHRMANN, J. 1968. Homo ludens revisited. In: EHRMANN, J.; LEWIS, C. & LEWIS, P. *Yale French Studies*, n. 41, 1968.
- FINK, E. 1968. The oasis of happiness: toward an ontology of play. in: FINK, E.; SAINÉ, U. & SAINÉ, T. *Yale French Studies*, n. 41, 1968.
- FORTUNATI, L. 2015. New media, play, and social identities. In: *Playful identities*, 2015.
- GASTALDO, E. 2012. Homo ludens revisitado. *Ludicamente*, v. 1, n. 1, 2012.
- HUIZINGA, J. 1949. *Homo Ludens: a study of the play-element in culture*. London, Routledge & K. Paul.
- JENKINS, H. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- JUUL, J. 2018. The game, the player, the world: Looking for a heart of gameness. *PLURALS - Revista Multidisciplinar*, v. 1, n. 2, 2018.
- LEÃO, L. 1999. *O Labirinto da hipermídia*. Editora Iluminuras Ltda
- MACHADO, A. 1997. *Pré-cinemas e pós-cinemas*. Campinas: Papyrus.
- MCDONALD, P. 2019. "Homo Ludens": A Renewed Reading. In: **American Journal of Play**, 11
- MCGONIGAL, J. 2005. *Alternate Reality Game*. Avant Game. UC Berkeley.
- MELO, V.; SILVEIRA, L. 2017. *Artemídia: um olhar sobre a arte contemporânea e suas relações sociais quando vista a partir do contexto do jogo*. UFMS, 2017.
- NINTENDO, R.&D4. 1985. *Super mario bros. Jogo digital [NES]*. Nintendo, Kyoto, Japan,.
- RAESENS, J. 2006. Playful identities, or the ludification of culture. *Games and Culture*, v. 1, n. 1, 2006.
- _____. 2014. *The ludification of culture*. Meson press.
- RODRIGUEZ, H. 2006. The playful and the serious: An approximation to Huizinga's Homo Ludens. *Game Studies*, v. 6, n. 1, 2006.
- ROSENSTIEHL, P. 1979. *Labirinto. Enciclopedia, vol. ottavo*. Labirinto-Memoria. Torino: Einaudi, 1979.
- SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. 2004. *Rules of play – game design fundamentals*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology Press.
- SZULBORSKI, D. 2005. *This is not a game: A guide to alternate reality gaming*. Incunabula, 2005.
- THOMAS, D.; BROWN, J. 2009. Learning for a world of constant change: Homo sapiens, Homo faber & Homo ludens revisited. In: *7th Glion Colloquium*, June. 2009.
- TRAMMELL, A.; CARNEIRO, A.; FURTADO, L. 2022. **Tortura, o Jogo e a Experiência Negra**. E-Compós, 25. 2022. Inserir o link: Disponível em: < <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2618/2086> >. Acesso em 05 jan. 2024.