

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE ARQUITETURA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO URBANO E  
REGIONAL  
LINHA DE PESQUISA: CIDADE, CULTURA E POLÍTICA**

**RACHEL BERRUTTI PEREIRA DA CUNHA**

**O FLÂNEUR HÍBRIDO: uma experiência urbana através do jogo Pokémon  
Go.**



**ORIENTADORA:**

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Daniela Marzola Fialho**

**PORTO ALEGRE**

**2018**

Rachel Berrutti Pereira da Cunha

**O FLÂNEUR HÍBRIDO:**

**Uma experiência urbana através do jogo Pokémon Go.**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora:  
Professora Doutora Daniela Marzola Fialho

Porto Alegre

2018

CIP - Catalogação na Publicação

Pereira da Cunha, Rachel Berrutti  
O FLÂNEUR HÍBRIDO: Uma experiência urbana através  
do jogo Pokémon Go. / Rachel Berrutti Pereira da  
Cunha. -- 2018.  
271 f.  
Orientadora: Daniela Marzola Fialho.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do  
Rio Grande do Sul, Faculdade de Arquitetura, Programa  
de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional,  
Porto Alegre, BR-RS, 2018.

1. Flâneur. 2. Mídias Locativas. 3. Espaço Público.  
4. Jogos. 5. Pokémon GO. I. Fialho, Daniela Marzola,  
orient. II. Título.

**O FLÂNEUR HÍBRIDO:**  
**Uma experiência urbana através do jogo Pokémon Go.**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Dr. Breno Maciel Souza Reis  
Examinador Externo da FABICO/UFRGS

---

Prof. Dr. Paulo Edison Belo Reyes  
PROPUR/UFRGS

---

Prof. Dr. César Bastos de Mattos Vieira  
PROPUR/UFRGS

---

Orientadora  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Daniela Marzola Fialho  
PROPUR/UFRGS

*Dedico este trabalho ao meu marido, Lucio Marsiaj de Oliveira, meu maior incentivador, que acredita e me apoia como ninguém. Obrigada por tudo sempre.*

## AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos à Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Daniela Marzola Fialho, por haver, primeiramente, apostado em mim e no meu projeto de pesquisa. Agradeço por ter sido minha incentivadora e, mais do que isso, apoiadora das minhas ideias mais malucas. À parte do título que carrega, de 'doutora Daniela', sempre me deu liberdade de chamá-la de 'Dani', me deu liberdade para poder telefonar quando precisasse, fossem por dificuldades no trabalho, fosse pelas 'crises emocionais' existentes da produção de uma dissertação. Sempre disse que eu era capaz, o que fez toda a diferença para mim. Sou muito grata pela oportunidade de levar comigo parte do conhecimento dessa ilustre orientadora e parte do afeto que encontrei em uma amiga e exemplo.

Ao Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, pelo excelente programa, pelos exímios professores e pela CAPES pela concessão da bolsa de pesquisa.

Agradeço aos meus professores e amigos do grupo de pesquisa GEDURB, principalmente aos professores César Vieira e Martina Lersch: além de admirá-los como profissionais, nutro grande carinho por eles.

Aos meus amigos do PROPUR, em especial às amigas Camila Domingues, Marina Maia, Claudia Boettcher, nas quais tive ombros amigos (e às quais ofereci os meus algumas vezes), obrigada por tudo.

Agradeço aos meus pais, os de sangue e os que me adotaram quando me casei. Aos meus irmãos, e a minha irmã adotiva. Agradeço de todo coração o carinho, o amor, a atenção e a preocupação comigo. Sem vocês, o caminho seria pesado, obrigada.

Aos colegas do grupo YWT, que me receberam de braços abertos e sempre estiveram dispostos a me ajudar nas dúvidas que tive sobre o *Pokémon GO*. Sem vocês, teria sido muito difícil descobrir muita coisa sobre as dinâmicas urbanas do jogo.

E mais uma vez agradeço ao meu melhor amigo, companheiro, fiel escudeiro, que tive a sorte de encontrar e com ele me casar, meu marido Lucio. Um agradecimento também ao nosso 'cãopanheiro' Montanha, nosso salsichinha querido, pelo suporte e apoio canino.

## RESUMO

O objetivo geral desta dissertação é problematizar as relações entre as tecnologias de informação e comunicação (TIC) e o lazer no espaço público, mais especificamente, os jogos no espaço público. Observou-se que os jogos de mídia locativa jogados por meio dos *smartphones* proporcionam um novo movimento dos usuários para os espaços públicos, um movimento que trouxe jogadores de jogos digitais para o espaço público e trouxe também os que costumavam jogar *videogames* dentro de casa. O tema são as TIC na forma de apropriação do espaço público, na perspectiva dos jogos de realidade aumentada e a forma de relação híbrida que as pessoas estabelecem com o espaço público, pois a mobilidade dos jogos locativos móveis produziu mudanças visíveis no que tange à ocupação e/ou à exploração desses espaços. Como objeto deste trabalho, utilizou-se o jogo *Pokémon GO*, por ter sido um jogo de grande impacto e repercussão no mundo todo e pela relação da realidade aumentada presente no jogo. Nessa perspectiva, analisar-se-á como os jogos de mídia locativa estabelecem uma relação híbrida entre as pessoas e o espaço público. Buscam-se analisar os diferentes pontos de vista sobre as TIC e como esse jogo teve impacto nas dinâmicas e leituras dos espaços públicos pelos seus usuários. Observam-se também as possibilidades de novas práticas de interação no espaço público, assim como as novas percepções e experiências que um jogo de mídia locativa pode proporcionar. Ao longo do percurso proposto nesta dissertação, estará presente a figura do flâneur, um personagem fictício presente em diferentes livros, tempos e nacionalidades: o flâneur é o divagador dos espaços públicos, aquele que descobre percursos e lugares urbanos através do caminhar na cidade.

**Palavras-chave:** Novas Tecnologias de Comunicação e Informação (TIC). Lazer. Espaço público. Jogos. Pokémon GO. Mídias Locativas. Flâneur, Ciber-flâneur, Flâneur híbrido.

## **ABSTRACT**

The general objective of this dissertation is to problematize the relations between Information and Communication Technologies (ICT) and leisure in the public space, more specifically, games in the public space. It was noted that locative media games played through smartphones provide a new movement of users to the public spaces, a movement that brought players of digital games into the public space and also brought in those who used to play video games indoors. The theme is the ICT in the form of appropriation of the public space, in the perspective of the games of augmented reality and the form of hybrid relationship that people establish with the public space, since the mobility of the mobile locative games produced visible changes in what concerns the occupation and / or exploitation of such spaces. As the object of this work, the game Pokémon GO was used, because it has been a game of great impact and repercussion in the whole world and by the relation of the augmented reality present in the game. From this perspective we will analyze how locative media games establish a hybrid relationship between people and the public space. It seeks to analyze the different points of view on ICT and how this game had an impact on the dynamics and readings of public spaces by its users. We also observe the possibilities of new practices of interaction in the public space as well as the new perceptions and experiences that a locative media game can provide. Along the course proposed in this dissertation will be present the figure of the flâneur, a fictitious character present in different books, times and nationalities, the flâneur is the rambler of public spaces, the one that discovers paths and urban places through walking in the city.

**Keywords:** New Technologies of Communication and Information (ICT); Leisure; public space; Games; Pokémon GO; Locative Media; Flâneur; Cyber-flâneur; Hybrid Flâneur.



## LISTA DAS ILUSTRAÇÕES.

Fig. nº	Título e fonte	Página
1	Capa	Capa
	INTRODUÇÃO	
2	<b>Principais Tópicos e Plano de Fundo.</b> Esquema gráfico feito pela pesquisadora	27
	CAPÍTULO I – REFERENCIAL TEÓRICO.	
3	<b>Mudanças dos últimos 100 anos.</b> Disponível em: <a href="https://www.techdirt.com/articles/20140804/20514528111/technology-doesnt-make-us-less-social-it-just-changes-way-we-socialize.shtml">https://www.techdirt.com/articles/20140804/20514528111/technology-doesnt-make-us-less-social-it-just-changes-way-we-socialize.shtml</a>	52
4	<b>Livros, uma interface.</b> Disponível : <a href="https://peregrinacultural.wordpress.com/2010/06/10/imagem-de-leitura-paul-michel-dupuy/">https://peregrinacultural.wordpress.com/2010/06/10/imagem-de-leitura-paul-michel-dupuy/</a>	55
5	<b>Walkman, uma interface.</b> Fonte: <a href="https://scontent.fpoa8-2.fna.fbcdn.net/v/t1.0-9/21742926_494340734280486_7159541770277253001_n.png?oh=24345b83ebcf2af8cd5af04d13b34f7f&amp;oe=5A7529BC">https://scontent.fpoa8-2.fna.fbcdn.net/v/t1.0-9/21742926_494340734280486_7159541770277253001_n.png?oh=24345b83ebcf2af8cd5af04d13b34f7f&amp;oe=5A7529BC</a>	58
6	<b>Na casa Batlló de Gaudí, a realidade aumentada permite ver na sala vazia, como era mobiliada.</b> Fonte: <a href="https://www.casabatllo.es/en/visit/">https://www.casabatllo.es/en/visit/</a>	68
7	<b>Mapa aberto do Waze.</b> Fotos da pesquisadora, feitas através de printscreen. Celular Samsung S6. Data: 18/07/18.	70
8	<b>Mapa Waze sinalizando buraco na via.</b> Fotos da pesquisadora, feitas através de printscreen. Celular Samsung S6. Data: 18/07/18.	70
9	<b>Mapa Waze propaganda de pontos comerciais.</b> Fotos da pesquisadora, feitas através de printscreen. Celular Samsung S6. Data: 18/07/18.	70
10	<b>Opções de busca no Foursquare.</b> Fotos da pesquisadora, feitas através de printscreen. Celular Samsung S6. Data: 18/07/18.	73
11	<b>Analisando um lugar.</b> Fotos da pesquisadora, feitas através de printscreen. Celular Samsung S6. Data: 18/07/18.	73
12	<b>Informações atribuídas ao lugar.</b> Fotos da pesquisadora, feitas através de printscreen. Celular Samsung S6. Data: 18/07/18.	73
13	<b>Grupos de atividades culturais.</b> Fotos da pesquisadora, feitas através de printscreen. Celular Samsung S6. Data: 18/07/18.	73
	CAPÍTULO II – HISTÓRICO DOS JOGOS E VIDEOGAMES	
14	<b>Queimada ou Fuzil?</b> Fonte: <a href="https://momsdemandaction.org/choose-one-little-red-riding-hood-or-an-assault-weapon/">https://momsdemandaction.org/choose-one-little-red-riding-hood-or-an-assault-weapon/</a> Acesso em: 06/02/18	85
15	<b>Kinder Ovo ou Fuzil?</b> Fonte: <a href="https://momsdemandaction.org/choose-one-little-red-riding-hood-or-an-assault-weapon/">https://momsdemandaction.org/choose-one-little-red-riding-hood-or-an-assault-weapon/</a> Acesso em: 06/02/18.	86
16	<b>Jogos Infantis em 1560.</b> Disponível em: <a href="http://virusdaarte.net/pieter-bruegel-o-velho-jogos-infantis/">http://virusdaarte.net/pieter-bruegel-o-velho-jogos-infantis/</a> >Acesso em: 06/02/18.	89

17	<b>Algumas brincadeiras populares até hoje.</b> Fonte: Criada pela pesquisadora.	90
18	<b>Mães educando seus filhos em cada tempo.</b> Bright Side., 2016. Disponível em: < <a href="https://brightside.me/creativity-art/10-illustrations-that-show-just-how-much-the-internet-has-changed-our-lives-190355/">https://brightside.me/creativity-art/10-illustrations-that-show-just-how-much-the-internet-has-changed-our-lives-190355/</a> >. Acesso em: 06/02/18	91
19	<b>Jogo de Bagatelle.</b> Aqui ilustrado por uma charge onde representa de forma caricata a disputa presidencial de 1864 como o jogo de <i>bagatelle</i> , no qual o candidato republicano Abraham Lincoln disputa com o democrata George B. McClellan. Autor: John L. Magee. Fonte: Library of Congress, USA. Disponível em: <a href="http://www.loc.gov/pictures/item/2008661662/">http://www.loc.gov/pictures/item/2008661662/</a> >. Acesso em: 17/01/18.	97
20	<b>A árcade do jogo Pong e seus desenvolvedores.</b> Fonte: EDWARDS, Benj. The Untold Story of Atari Founder Nolan Bushnell's Visionary 1980s Tech Incubator. New York, FAST COMPANY, 2017. Disponível em: <a href="https://www.fastcompany.com/3068135/the-untold-story-of-atari-founder-nolan-bushnells-visionary-1980s-tech-incubator">https://www.fastcompany.com/3068135/the-untold-story-of-atari-founder-nolan-bushnells-visionary-1980s-tech-incubator</a> >. Acesso em: 17/01/18	98
21	<b>A tela do jogo Pong.</b> Fonte: FAYAZ, Hussain. Walk down the 8-bit memory lane: What and when was the first video game ever created? Maldives: VNEWS,2014. Disponível em: < <a href="http://vnews.mv/30679">http://vnews.mv/30679</a> >. Acesso em: 17/01/18.	98
22	<b>Joystick.</b> Disponível em: < <a href="http://www.atari.io/atari/atari-2600/">http://www.atari.io/atari/atari-2600/</a> > Acesso em: 12/02/18.	98
23	<b>Casa de jogos. Socialização entre árcades no ambiente privado.</b> Fonte: Digitiser 2000. Disponível em: < <a href="https://www.digitiser2000.com/main-page/its-not-for-us-to-tell-you-what-to-do-with-these-photos-of-vintage-gamers-but-perhaps-you-d-like-to-show-them-to-your-dad-in-the-bath">https://www.digitiser2000.com/main-page/its-not-for-us-to-tell-you-what-to-do-with-these-photos-of-vintage-gamers-but-perhaps-you-d-like-to-show-them-to-your-dad-in-the-bath</a> >. Acesso em: 17/01/18.	99
24	<b>Console de Rifle 45 de plástico.</b> Fonte: <a href="http://americanhistory.si.edu/collections/search/object/nmah_1301997">http://americanhistory.si.edu/collections/search/object/nmah_1301997</a> >. Acesso em: 17/01/18.	100
25	<b>Jogo em família.</b> Fonte: PC world. Disponível em: <a href="https://www.pcworld.com/article/256101/inside_the_magnavox_odyssey_the_first_video_game_console.html">https://www.pcworld.com/article/256101/inside_the_magnavox_odyssey_the_first_video_game_console.html</a> . Acesso em: 01/08/18.	101
26	<b>Console Odyssey.</b> Fonte: Wikipédia. Disponível em: <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Magnavox_Odyssey">https://en.wikipedia.org/wiki/Magnavox_Odyssey</a> . Acesso em: 17/01/18	101
27	<b>Jogo Pong console.</b> Fonte PG Mag Disponível em: < <a href="https://www.pcmag.com/feature/343962/children-of-pong-the-forgotten-early-atari-consoles">https://www.pcmag.com/feature/343962/children-of-pong-the-forgotten-early-atari-consoles</a> >. Acesso em: 17/01/18.	101
28	<b>Auto Race.</b> Fonte: Arcade USA. Disponível em: < <a href="https://www.youtube.com/watch?v=isejBX1Tyjk">https://www.youtube.com/watch?v=isejBX1Tyjk</a> >. Acesso em: 18/01/18.	102
29	<b>Motorola DynaTAC 8000x</b> Fonte:EXTRA. Disponível em: < <a href="https://extra.globo.com/noticias/celular-e-tecnologia/do-primeiro-celular-ao-iphone-5-veja-evolucao-da-telefoniamovel-6074034.html">https://extra.globo.com/noticias/celular-e-tecnologia/do-primeiro-celular-ao-iphone-5-veja-evolucao-da-telefoniamovel-6074034.html</a> >. Acesso em: 18/01/18.	103

30	<b>Game link meme.</b> Fonte: <a href="http://ccmasscomm1061spring2013.pbworks.com/w/page/65433760/Impact%20Analysis%20of%20Pokemon">http://ccmasscomm1061spring2013.pbworks.com/w/page/65433760/Impact%20Analysis%20of%20Pokemon</a> Acessado em: 07/08/18.	104
31	<b>Game Boy</b> Fonte: <b>HISTORY OF GAMEBOY AND GAMEBOY COLOR.</b> Disponível em: <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Game_Boy">https://en.wikipedia.org/wiki/Game_Boy</a> >. Acesso em: 02/08/18.	105
32	<b>Game Boy Color e cartuchos de jogos.</b> Fonte: Foto da pesquisadora	105
33	<b>Equipamentos Game Boy.</b> Fonte: <a href="https://onsizzle.com/i/keeping-it-portable-was-tough-until-now-expanding-your-game-9131442">https://onsizzle.com/i/keeping-it-portable-was-tough-until-now-expanding-your-game-9131442</a> . Acesso em: 07/08/18.	106
34	<b>N-Gage.</b> Fonte: The Register. Disponível em: <a href="https://www.theregister.co.uk/2009/11/02/nokia_n_gage_closure/">https://www.theregister.co.uk/2009/11/02/nokia_n_gage_closure/</a> . Acesso em: 02/08/18.	107
35	<b>Nintendo Wii.</b> Fonte: Ricardo Bruschi. Disponível: < <a href="http://blog.ricardobruschi.com.br/preconceito-com-nintendo-wii/">http://blog.ricardobruschi.com.br/preconceito-com-nintendo-wii/</a> >. Acesso em: 02/08/18.	109
36	<b>Idosos jogando boliche.</b> Fonte: Portal Terceira Idade. Disponível: <a href="http://www.portalterceiraidade.com.br/horizontais/noticias_cidadao/anteriores/ anterior0460.htm">http://www.portalterceiraidade.com.br/horizontais/noticias_cidadao/anteriores/ anterior0460.htm</a> >. Acesso em: 02/08/18.	110
37	<b>Relato desempenho do jogo.</b> Fonte: Google Play. Disponível em: <a href="https://play.google.com/store/apps/details?id=com.rockstargames.gtasa">https://play.google.com/store/apps/details?id=com.rockstargames.gtasa</a> >. Acesso em: 02/08/18.	112
38	<b>Mais baixados Android.</b> Fonte: Disponível em:< <a href="https://play.google.com/store/apps/top">https://play.google.com/store/apps/top</a> >. Acesso em:	112
39	<b>Mais baixados iTunes.</b> Fonte: Disponível em< <a href="https://www.apple.com/br/itunes/charts/">https://www.apple.com/br/itunes/charts/</a> >. Acesso em:	112
40	<b>Comentários Google Play.</b> Fonte: Google Play. Disponível em: < <a href="https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mojang.minecraftpe">https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mojang.minecraftpe</a> >. Acesso em: 02/08/18.	113
41	<b>Mundo Minecraft.</b> Disponível em: < <a href="http://minecraft-ideas.com/category/minecraft-cities/">http://minecraft-ideas.com/category/minecraft-cities/</a> >. Acesso em: 02/08/18.	114
42	<b>Construção de cidades.</b> Fonte: Euro Bricks. Disponível em: < <a href="https://www.eurobricks.com/forum/index.php?forums/topic/87807-early-lego-in-central-europe/">https://www.eurobricks.com/forum/index.php?forums/topic/87807-early-lego-in-central-europe/</a> >. Acesso em: 02/08/18.	115
43	<b>Como construir uma cidade.</b> Fonte: Safety Boost. Disponível em: < <a href="https://www.youtube.com/watch?v=vw4UY68BQZI">https://www.youtube.com/watch?v=vw4UY68BQZI</a> >. Acesso em: 17/09/2018.	116
44	<b>A cidade fictícia 'King's Landing'.</b> Disponível: < <a href="https://www.archdaily.com.br/br/781454/15-maquetes-arquitetonicas-incriveis-criados-com-minecraft">https://www.archdaily.com.br/br/781454/15-maquetes-arquitetonicas-incriveis-criados-com-minecraft</a> >. Acesso: 02/08/18.	117
45	<b>Atlântida, descrita por Platão.</b> Disponível: < <a href="https://www.archdaily.com.br/br/781454/15-maquetes-arquitetonicas-incriveis-criados-com-minecraft">https://www.archdaily.com.br/br/781454/15-maquetes-arquitetonicas-incriveis-criados-com-minecraft</a> >. Acesso: 02/08/18.-com-minecraft	117
46	<b>Manhattan em 1936.</b> Disponível: <a href="https://www.archdaily.com.br/br/781454/15-maquetes-">https://www.archdaily.com.br/br/781454/15-maquetes-</a>	117

	<a href="#">arquitetonicas-incriveis-criados-com-minecraft</a> >. Acesso: 02/08/18.	
47	<b>Pequim em 1751.</b> Disponível: < <a href="https://www.archdaily.com.br/br/781454/15-maquetes-arquitetonicas-incriveis-criados-com-minecraft">https://www.archdaily.com.br/br/781454/15-maquetes-arquitetonicas-incriveis-criados-com-minecraft</a> >. Acesso: 02/08/18.	117
48	<b>Jogo (esquerda) versus Vida Real (direita).</b> Disponível em: < <a href="https://wccftech.com/gta-v-los-santos-vs-los-angeles-comparison/">https://wccftech.com/gta-v-los-santos-vs-los-angeles-comparison/</a> >. Acesso em: 02/08/18.	118
49	<b>Jogo acima versus Vida Real.</b> Disponível em: < <a href="https://wccftech.com/gta-v-los-santos-vs-los-angeles-comparison/">https://wccftech.com/gta-v-los-santos-vs-los-angeles-comparison/</a> >. Acesso em: 02/08/18.	119
50	<b>Fig. Jogo acima versus Paisagismo Legorreta Los Angeles:</b> Disponível: < <a href="https://wccftech.com/gta-v-los-santos-vs-los-angeles-comparison/">https://wccftech.com/gta-v-los-santos-vs-los-angeles-comparison/</a> >. Acesso em: 02/08/18.	119
51	<b>Jogo acima versus Vida Real abaixo.</b> Disponível em: < <a href="https://tribogamer.com/noticias/24020_los-santos-x-los-angeles.html">https://tribogamer.com/noticias/24020_los-santos-x-los-angeles.html</a> >. Acesso em: 02/08/18.	119
52	<b>Jogo acima versus Paisagismo Vida Real abaixo.</b> Disponível em: < <a href="https://tribogamer.com/noticias/24020_los-santos-x-los-angeles.html">https://tribogamer.com/noticias/24020_los-santos-x-los-angeles.html</a> >. Acesso em: 02/08/18.	119
53	<b>Mapa do jogo.</b> Fonte: < <a href="https://gtaforums.com/topic/753496-why-rockstar-should-not-get-away-with-the-map-layout/?page=8">https://gtaforums.com/topic/753496-why-rockstar-should-not-get-away-with-the-map-layout/?page=8</a> >. Acesso: 09/08/18	120
54	<b>Mapa auxiliar à esquerda abaixo.</b> Fonte: < <a href="https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2015/01/gta-5-como-ativar-os-codigos-usando-os-smartphones-dos-personagens.html">https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2015/01/gta-5-como-ativar-os-codigos-usando-os-smartphones-dos-personagens.html</a> >. Acesso: 09/08/18.	120
55	<b>GTA VIDA REAL – O PIER de SANTA MONICA! (LOS ANGELES)</b> Disponível em: < <a href="https://www.youtube.com/watch?v=egacRYYXnLU&amp;t=2s">https://www.youtube.com/watch?v=egacRYYXnLU&amp;t=2s</a> >. Acesso em: 02/08/18.	121
56	<b>Semelhança edificação. GTA versus vida real.</b> Disponível em: < <a href="https://aminoapps.com/c/grand-theft-auto-amino-brpt/page/blog/locais-gta-v-na-vida-real-pt-3/MQpG_2pBTkubLddLBJeQXQdX6443vEYBD7">https://aminoapps.com/c/grand-theft-auto-amino-brpt/page/blog/locais-gta-v-na-vida-real-pt-3/MQpG_2pBTkubLddLBJeQXQdX6443vEYBD7</a> >. Acesso em: 02/08/18.	122
57	<b>Jogo versus Vida Real.</b> Disponível em: < <a href="https://wccftech.com/gta-v-los-santos-vs-los-angeles-comparison/">https://wccftech.com/gta-v-los-santos-vs-los-angeles-comparison/</a> >. Acesso em: 02/08/18.	123
58	<b>Jogo versus Vida Real ruas.</b> Disponível em: < <a href="https://wccftech.com/gta-v-los-santos-vs-los-angeles-comparison/">https://wccftech.com/gta-v-los-santos-vs-los-angeles-comparison/</a> >. Acesso em: 02/08/18.	123
<b>Capítulo III: FLÂNEUR HÍBRIDO EM AÇÃO.</b>		
59	<b>O mundo fictício do Pokémon no Gameboy.</b> Foto tirada pela pesquisadora e montagem feita pela pesquisadora	128
60	<b>Mapa da cidade real utilizado como tabuleiro digital para o</b>	128

	<b>Pokémon GO de smartphone.</b> Foto tirada pela pesquisadora, jogo <i>Pokémon GO</i> ligado.	
61	<b>Policiais e civis jogando juntos.</b> Disponível em: <a href="https://www.forbes.com/sites/erikkain/2016/07/11/pokemon-go-is-more-than-just-a-game-its-a-phenomenon-thats-bringing-people-together/#81468f214ff5">https://www.forbes.com/sites/erikkain/2016/07/11/pokemon-go-is-more-than-just-a-game-its-a-phenomenon-thats-bringing-people-together/#81468f214ff5</a> >. Acesso em: 16/09/2018	130
62	<b>'Pokémon juntando pessoas na rua.'</b> <a href="https://www.facebook.com/groups/666089950210770/">https://www.facebook.com/groups/666089950210770/</a> . Acesso em 16/09/2018.	132
63	<b>Jogadores em 'lugar nenhum' real.</b> Foto tirada pela pesquisadora	133
64	<b>Tumulto em Taiwan.</b> Fonte: Disponível em: < <a href="https://extra.globo.com/noticias/mundo/jogadores-de-pokemon-go-fazem-tumulto-em-taiwan-para-capturar-criatura-rara-video-19978668.html">https://extra.globo.com/noticias/mundo/jogadores-de-pokemon-go-fazem-tumulto-em-taiwan-para-capturar-criatura-rara-video-19978668.html</a> >. Acesso em: 16/09/2018	134
65	<b>Encontro de jogadores em um ponto legitimado.</b> Foto tirada pela pesquisadora	135
66	<b>Grupo captura Pokémon raro.</b> <a href="https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1899111850104969&amp;set=pcb.965450350274727&amp;type=3&amp;theater&amp;ifg=1">https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1899111850104969&amp;set=pcb.965450350274727&amp;type=3&amp;theater&amp;ifg=1</a> Acesso em: 16/09/2018	135
67	<b>Jogador sênior: Senhor Amadeo Busquets e sua muleta.</b> <a href="https://www.facebook.com/playgroundjuegos/videos/1941616676162054/">https://www.facebook.com/playgroundjuegos/videos/1941616676162054/</a> Acesso em: 16/09/2018	137
68	<b>Mensagem do pároco aos jogadores.</b> <a href="https://www.facebook.com/groups/1598068553825716/permalink/1970151966617371/">https://www.facebook.com/groups/1598068553825716/permalink/1970151966617371/</a> Acesso em: 16/09/2018	138
69	<b>Padre satisfeito com a doação dos jogadores.</b> <a href="https://www.facebook.com/pg/paroquiamadelenasofia/posts/?ref=page_internal">https://www.facebook.com/pg/paroquiamadelenasofia/posts/?ref=page_internal</a> . Acesso em 16/09/2018.	139
70	<b>Alerta do jogo.</b> Fonte: <i>PrintScreen</i> tirado pelo <i>smartphone</i> da pesquisadora. (tirado em: 11/05/17.)	141
71	<b>Mapa do jogo, uma noção das opções do jogo.</b> Fonte: <i>PrintScreen</i> tirado pelo <i>smartphone</i> da pesquisadora e adição de informações feitas pela pesquisadora.	142
72	<b>Mapas e suas definições: Pokémon GO, Open Street Maps e Google Maps.</b> Fonte: < <a href="https://www.spatialsource.com.au/gis-data/pokemon-go-brings-location-based-gaming-masses">https://www.spatialsource.com.au/gis-data/pokemon-go-brings-location-based-gaming-masses</a> >. Acesso em: 16/08/18.	143
73	<b>Como encontrar os Pokémon no mapa.</b> Fonte: <i>PrintScreen</i> tirado pelo <i>smartphone</i> da pesquisadora e adição de informações feitas pela pesquisadora.	144
74	<b>Caçando o Pokémon encontrado.</b> Fonte: <i>PrintScreen</i> tirado pelo <i>smartphone</i> da pesquisadora e adição de informações feitas pela pesquisadora.	144
75	<b>Passo à passo para caçada guiada.</b> Fonte: <i>PrintScreen</i> tirado pelo <i>smartphone</i> da pesquisadora e adição de informações feitas pela pesquisadora.	146
76	<b>Jogo alerta: para não entrar em propriedade privada.</b> Fonte: <i>PrintScreen</i> tirado pelo <i>smartphone</i> da pesquisadora	147
77	<b>Divulgação pelas redes sociais polícia militar da Bahia.</b> Fonte: Disponível em: <a href="http://g1.globo.com/bahia/noticia/2016/08/post-da-pm-faz-alerta-sobre-assaltos-para-usuarios-">http://g1.globo.com/bahia/noticia/2016/08/post-da-pm-faz-alerta-sobre-assaltos-para-usuarios-</a>	148

	de-pokemon-go-na-ba.html. Acesso em: 24/10/17.	
78	<b>Cidade como grande tabuleiro onde o jogo acontece.</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=yQCREgz4tQY">https://www.youtube.com/watch?v=yQCREgz4tQY</a>	149
79	<b>Jogadores 'em baixo' de um ginásio.</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=yQCREgz4tQY">https://www.youtube.com/watch?v=yQCREgz4tQY</a>	150
80	<b>Pokémons 'trazidos' para realidade.</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=yQCREgz4tQY">https://www.youtube.com/watch?v=yQCREgz4tQY</a>	150
81	<b>Ponto de PokéStop 'aberto'.</b> Fonte: <i>PrintScreen</i> da pesquisadora Cunha.	154
82	<b>Ponto de PokéStop 'aberto'.</b> Fonte: <i>PrintScreen</i> da pesquisadora Cunha.	154
83	<b>Ponto de PokéStop 'aberto', itens liberados.</b> Fonte: <i>PrintScreen</i> da pesquisadora Cunha.	154
84	<b>Lider do ginásio e equipe defensora.</b> Fonte: <i>PrintScreen</i> tirado pelo <i>smartphone</i> da pesquisadora e adição de informações feitas pela pesquisadora	157
85	<b>Caçada noturna.</b> Disponível em: < <a href="https://www.facebook.com/groups/666089950210770/search/?query=gym">https://www.facebook.com/groups/666089950210770/search/?query=gym</a> >. Acesso em: 21/08/18.	158
86	<b>Domínio do território.</b> <a href="https://www.facebook.com/groups/666089950210770/search/?query=derrubar">https://www.facebook.com/groups/666089950210770/search/?query=derrubar</a>	159
87	<b>Disputa diária de território.</b> Fonte: Disponível em: < <a href="https://www.facebook.com/groups/666089950210770/search/?query=derrubar">https://www.facebook.com/groups/666089950210770/search/?query=derrubar</a> >. Acesso em:	160
88	<b>Clã YWT.</b> Disponível em: < <a href="https://www.facebook.com/groups/666089950210770/search/?query=derrubar">https://www.facebook.com/groups/666089950210770/search/?query=derrubar</a> >. Acesso em:	161
89	<b>Faixa etária mais elevada.</b> <a href="https://www.facebook.com/groups/1598068553825716/search/?query=senhora">https://www.facebook.com/groups/1598068553825716/search/?query=senhora</a>	163
90	Procura-se esses jogadores! <a href="https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1939107289497837&amp;set=gm.1088305291322565&amp;type=3&amp;theater&amp;ifg=1">https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1939107289497837&amp;set=gm.1088305291322565&amp;type=3&amp;theater&amp;ifg=1</a>	164
91	<b>Empatia com o monstinho virtual.</b> Disponível em: < <a href="https://www.facebook.com/groups/1598068553825716/permalink/1997445687221332/?comment_tracking=%7B%22tn%22%3A%22O%22%7D">https://www.facebook.com/groups/1598068553825716/permalink/1997445687221332/?comment_tracking=%7B%22tn%22%3A%22O%22%7D</a> >. Acesso em: 18/09/18.	165
92	<b>Informações do Pokémon.</b> <i>PrintScreen</i> do <i>smartphone</i> da pesquisadora e adição de informações.	166
93	<b>Pokémon chefe de Reide.</b> Fonte: <i>PrintScreen</i> tirado pelo <i>smartphone</i> da pesquisadora	168
94	<b>Como o jogador vê a cidade.</b> Disponível em: <a href="https://www.facebook.com/groups/1598068553825716/permalink/2017471621885405/">https://www.facebook.com/groups/1598068553825716/permalink/2017471621885405/</a>	170
95	<b>Que lugar vocês mais frequentam?</b> Disponível em: <a href="https://www.facebook.com/groups/666089950210770/">https://www.facebook.com/groups/666089950210770/</a>	174
96	<b>Você já foi assaltado ou ouviu falar?</b> Disponível em <a href="https://www.facebook.com/groups/666089950210770/search/?query=assaltado">https://www.facebook.com/groups/666089950210770/search/?query=assaltado</a>	175
97	<b>Ginásio Museu da Comunicação.</b> Fonte: pesquisadora Cunha. Data: 18/10/17.	176
98	<b>Batalha de Reide.</b> Fonte: pesquisadora Cunha. Data: 15/08/17.	176
99	<b>Batalha de Reide, rua cheia.</b> Fonte: pesquisadora Cunha. Data: 15/08/17.	177
100	<b>São uns tranca-rua!</b> Disponível em: < <a href="https://www.facebook">https://www.facebook</a> .	178

	com/groups/666089950210770/search/?query=TRANCA%20RUA>. Acesso em: 18/10/17	
101	<b>Estátua Pokémon em Suzano –SP.</b> Fonte: GALILEU, 2016. Disponível em: < <a href="https://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2018/07/estatuas-de-pokemons-aparecem-em-suzano-e-ninguem-sabe-o-porque.html">https://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2018/07/estatuas-de-pokemons-aparecem-em-suzano-e-ninguem-sabe-o-porque.html</a> >. Acesso em:	179
102	<b>Pichação e comunidade engajada.</b> Estátua. Produzido pela pesquisadora.	180
103	<b>Reide no Ginásio Monumento General Osório.</b> Foto pesquisadora.	182
104	<b>Identificação, e propaganda.</b> Fonte: <i>PrintScreen</i> tirado pelo <i>smartphone</i> da pesquisadora e adição de informações feitas pela pesquisadora.	183
105	<b>Promoção do asilo pelo módulo Lure.</b> Fonte: Smile Flame. <a href="https://www.facebook.com/facedasmile/photos/gm.607350039426788/1266417340044897/?type=3&amp;theater">https://www.facebook.com/facedasmile/photos/gm.607350039426788/1266417340044897/?type=3&amp;theater</a>	185
106	<b>Pichação FORA FLY.</b> Fonte: anônimo.	186
107	<b>Lista de hotéis para os jogadores de fora se hospedarem.</b> Fonte: Pokémon GO. Disponível em: <a href="https://pokemongolive.com/events/fest/chicago/">https://pokemongolive.com/events/fest/chicago/</a> Acesso em: 03/07/18.	188
108	<b>Safari Zone em Estocolmo.</b> Fotógrafo: Matheus Sabadin. Disponível: <a href="https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1669882259729016&amp;set=pcb.976556369164125&amp;type=3&amp;theater&amp;ig=1">https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1669882259729016&amp;set=pcb.976556369164125&amp;type=3&amp;theater&amp;ig=1</a> . Acesso: 16/11/17.	189
109	<b>Pokémon GO Fest.</b> Fonte: Disponível em: < <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Fu2mj41hcll">https://www.youtube.com/watch?v=Fu2mj41hcll</a> >. Acesso em: 18/9/18.	190
110	<b>Promoção do Les Halles shopping em Paris.</b> Fotógrafa: Daniela Marzola Fialho. Data: 06/02/18.	190
111	<b>A Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro comemora o Pokémon nas Olimpíadas.</b> Fonte: Disponível em: < <a href="https://extra.globo.com/esporte/rio-2016/prefeito-eduardo-paes-brinca-com-chegada-de-pokemon-go-ao-brasil-19851881.html">https://extra.globo.com/esporte/rio-2016/prefeito-eduardo-paes-brinca-com-chegada-de-pokemon-go-ao-brasil-19851881.html</a> >. Acesso em: 25/08/18.	192
112	<b>Pedalar para chocar ovos.</b> Disponível: <a href="https://www.facebook.com/search/top/?q=pedalar%20atr%C3%AAs%20desse%20ovinho">https://www.facebook.com/search/top/?q=pedalar%20atr%C3%AAs%20desse%20ovinho</a> . Acessado em: 18/09/18.	193
113	<b>Objetivos ligados diretamente a quilometragem.</b> Fonte: print do jogo e montagem da pesquisadora.	194
114	<b>Jogador pede informações sobre lugares de estar e alimentação.</b> Disponível em <a href="https://www.facebook.com/groups/666089950210770/permalink/1139705459515881/">https://www.facebook.com/groups/666089950210770/permalink/1139705459515881/</a>	195
115	<b>Trinta ginásios em três horas.</b> <a href="https://www.facebook.com/groups/666089950210770/permalink/1166197206866706/">https://www.facebook.com/groups/666089950210770/permalink/1166197206866706/</a>	195
116	<b>Comparação Ginásio e Poképaradas entre regiões da cidade de Porto Alegre.</b> Pesquisadora. Dados coletados das seguintes fontes: <a href="https://www.pokemongomap.info/location/-30,032650/-51,230091/18">https://www.pokemongomap.info/location/-30,032650/-51,230091/18</a> . e <a href="http://www.observapoa.com.br/">http://www.observapoa.com.br/</a> . Acesso em: 18/8/18.	197
117	<b>Os benefícios do 'bairro de rico'.</b> Fonte: Disponível em: < <a href="https://www.facebook.com/groups/1598068553825716/permalink/">https://www.facebook.com/groups/1598068553825716/permalink/</a>	198

	nk/1598087373823834/>. Acesso em: 18/09/18.	
118	<b>Conhecimento sobre o território versus geolocalização.</b> Foto montada da pesquisadora. Origem do mapa desconhecida, alguns mapas possuem uma leitura maior e completa de certas partes da cidade. São mapas não oficiais e pagos. Fonte: Disponível em: <a href="https://www.facebook.com/groups/666089950210770/search/?query=vila%20">https://www.facebook.com/groups/666089950210770/search/?query=vila%20</a> . Acesso em: 18/09/18.	199
119	<b>No morro não tem Pokémon GO.</b> Fonte: Disponível em: < <a href="http://www.naomecritica.com.br/pokemon-go-e-uma-nova-exclusao-social/">http://www.naomecritica.com.br/pokemon-go-e-uma-nova-exclusao-social/</a> >. Acesso em: 18/09/18.	200
120	<b>A Poképarada 'Papagaio do BR'.</b> <i>Printscreen do smartphone</i> da pesquisadora.	201
121	<b>O contexto urbano da Poképarada 'Papagaio do BR'.</b> Foto da pesquisadora.	201
122	<b>Entorno da Poképarada no bairro Boa Vista.</b> Porto Alegre – RS. Foto da pesquisadora.	202

## TABELAS

Tabela 1:	Tabela 1: principais conceitos de jogos.....	78
-----------	--	----



## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>19</b>
1.1	TEMA, RELEVÂNCIA, PROBLEMA, OBJETO E QUESTÕES ACERCA DA PESQUISA.....	19
1.1.1	<b>Tema .....</b>	19
1.1.2	<b>A relevância e a lacuna do tema .....</b>	25
1.1.3	<b>A justificativa .....</b>	26
1.1.4	<b>Objetivo .....</b>	27
1.1.5	<b>Hipótese .....</b>	28
1.1.6	<b>Objeto e metodologia .....</b>	28
1.1.7	<b>Delimitação da pesquisa .....</b>	30
1.2	DA ORGANIZAÇÃO DOS CAPÍTULOS.....	30
<b>2</b>	<b>CAPÍTULO I: REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>32</b>
2.1	ENTENDENDO O <i>FLÂNEUR</i> : A MODERNIDADE.....	33
2.1.1	<b>O espaço público e o <i>flâneur</i>.....</b>	36
2.2	CIBERFLÂNEUR. ....	43
2.2.1	<b>Ciberespaço.....</b>	47
2.2.2	<b>Inteligência coletiva e Cibercultura.....</b>	49
2.2.3	<b>Sociabilidade e conexão.....</b>	53
2.2.4	<b>Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC).....</b>	55
2.2.5	<b>Uma visão negativa.....</b>	60
2.2.6	<b>Uma visão positiva.....</b>	63
2.3	O FLÂNEUR HÍBRIDO.....	65
2.3.1	<b>Geolocalização e Mídias locativas.....</b>	65
2.4	CONSIDERAÇÕES DO CAPÍTULO II.....	74
<b>3</b>	<b>HISTÓRICO DOS JOGOS E OS VIDEOGAMES.....</b>	<b>77</b>
3.1	O JOGO COMO PARTE CULTURAL, IMAGINÁRIA E SIMBÓLICA .....	80
3.2	O CÍRCULO MÁGICO.....	87
3.2.1	<b>Os Jogos na Cidade: Uma Representação Secular.....</b>	88
3.3	OS JOGOS E O ESPAÇO PÚBLICO.....	92
3.4	ARQUEOLOGIA DOS JOGOS.....	95
3.4.1	<b>O Jogo para dentro dos estabelecimentos e residências.....</b>	97
3.4.2	<b>O jogo e a mobilidade.....</b>	102

3.5	CIDADES E JOGOS, UMA TRAMA PROJETUAL.....	111
3.6	CONSIDERAÇÕES DO CAPÍTULO III .....	123
4	<b>FLÂNEUR HÍBRIDO EM AÇÃO.....</b>	125
4.1	O IMPACTO DO JOGO <i>POKÉMON GO</i> .....	126
4.2	UMA COMPREENSÃO GERAL DO JOGO.....	140
4.3	'ESPAÇO PÓKÉMON', OS PONTOS ESPECIAIS DO JOGO: GINÁSIO E POKÉPARADA.....	152
4.3.1	<b>As Poképaradas.....</b>	154
4.3.2	<b>Os Ginásios Pokémon.....</b>	155
4.3.3	<b>Lugares de baixo para cima.....</b>	172
4.3.4	<b>Lugares de cima para baixo.....</b>	
4.4	UMA PERSPECTIVA GERAL DO JOGO E DA CIDADE: O QUE MAIS ELE REVELA .....	192
4.5	CONSIDERAÇÕES DO CAPÍTULO IV .....	203
5	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	205
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	205
	<b>APÊNDICE.....</b>	
	APÊNDICE 1 – ROTEIRO DAS ENTREVISTAS.....	224
	APÊNDICE 2 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO .....	225
	APÊNDICE 3 – TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS.....	227
	<b>ANEXOS.....</b>	
	ANEXO – I – Tipo De Pokémon Por Localidade.	268
	ANEXO – II – Critérios De Aceitação De Novos Pontos.	270

## 1. INTRODUÇÃO

### 1.1 TEMA, RELEVÂNCIA, PROBLEMA, OBJETO E QUESTÕES ACERCA DA PESQUISA

#### 1.1.1 O tema

O século XXI, que ainda não completou suas duas primeiras décadas, mostra-se 'voraz' na velocidade com que os usuários parecem consumir as novas tecnologias. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) marcam o início deste século e consolidam-se cada vez mais em todas as áreas do conhecimento humano. O tema central desta pesquisa é o estudo da relação entre as novas TIC e o lazer no espaço público. Trata-se da possibilidade de explicitar o papel das TIC e seus reflexos na utilização dos espaços públicos.

O tema da pesquisa surgiu a partir de uma curiosidade pessoal sobre como as pessoas estão se relacionando nos espaços públicos e apreciando-os com e por meio das TIC.

Experiências virtuais fazem-se cada vez mais presentes mediante as TIC no cotidiano dos seus usuários. Espaço de debates, manifestações e diversas formas de encontros entre pessoas podem ser marcados virtualmente através das redes sociais, sendo os espaços públicos da cidade 'real'<sup>1</sup> o lugar de encontro. Tais encontros podem acontecer na cidade 'real', mas também podem ser transmitidos via internet, ao vivo, para qualquer lugar do mundo. Podem-se ainda fazer passeios nos espaços públicos reais da cidade ou pelos mapas virtuais do planeta. Essas são atividades que serão observadas, mas esta pesquisa dará mais atenção à cidade versus o computador, em especial em como este (o computador) se insere na cidade, e não a lógica contrária,

---

<sup>1</sup> O real é uma percepção de mundo, individual para cada indivíduo. A percepção do mundo sobre a realidade é subjetiva para cada sujeito, estando à mercê de inúmeras bagagens culturais, representações, etc. Neste trabalho, as palavras 'real' e 'realidade' estarão escritas entre aspas. Normalmente estão presentes para contrapor o que seria o sentido de virtual, ou seja, carregam o sentido de uma versão 'factual' do mundo. Segundo Lèvy (1999), "na acepção filosófica, é virtual aquilo que existe apenas em potência e não em ato, o campo de forças e de problemas que tende a resolver-se em uma atualização" (pg.47).

que vinha sendo recorrente em jogos de computador, *videogames*, mapas virtuais etc.

As TIC vêm mudando muitos aspectos da sociedade. A influência de tais tecnologias nas atividades diárias é notória, desde o despertador pela manhã, seguindo ao longo do dia com localizadores *GPS*<sup>2</sup>, acesso a perfis virtuais, jogos, dicionários e notícias online, entre muitos outros serviços que *gadgets*<sup>3</sup>, computadores, aparelhos *smartphone*<sup>4</sup> etc. podem oferecer. As TIC vêm redefinindo as noções de espaço, lugar, tempo, presença, imersão virtual, real e, até mesmo, física (material): “a trilogia conceitual básica de qualquer estudo espacial – território, espaço e lugar – está sendo desafiada pelas TIC” (FIRMINO; DUARTE, 2011, p.85). E a maneira como esses três conceitos se relacionam está sendo fundamentalmente questionada sobre aquilo que se entende de espaço e de espaço público.

O lazer, nesse recorte, é entendido como espaço e momento em que a pessoa é livre para escolher o que deseja fazer, o que pulsa dentro dela. O lazer é uma parte que diz muito do indivíduo no grupo e no tempo em que se encontra. Para Elizalde e Gomes, “o lazer é uma necessidade humana complexa que precisa ser historicamente situada” (GOMES; ELIZALDE, 2012, p.81). Para esses autores, o lazer deve ter uma perspectiva maior do que apenas uma oposição ao ‘trabalho’, pois apresenta uma perspectiva cultural, que observa os múltiplos valores, as crenças e os interesses dos sujeitos e de

---

<sup>2</sup> *GPS*: O GPS (Sistema de Posicionamento Global) é um sistema de radionavegação por satélite desenvolvido e operado pelo Ministério da Defesa dos E.U.A. O GPS permite determinar a posição, velocidade e o fuso horário dos utilizadores em terra, mar e aerotransportados 24 horas por dia, em todas as condições climáticas e em qualquer parte do mundo. Os sinais GPS são disponibilizados simultaneamente para um número ilimitado de utilizadores. Os satélites GPS podem ser utilizados por todos sem custos. (Fonte: [http://br.support.tomtom.com/app/answers/detail/a\\_id/18311/~o-que-%C3%A9-o-gps%3F](http://br.support.tomtom.com/app/answers/detail/a_id/18311/~o-que-%C3%A9-o-gps%3F)) Acessado em 09/05/17.

<sup>3</sup> “*Gadget* significa, em português, dispositivo, aparelho. No mundo tech, os gadgets são dispositivos portáteis de variados segmentos, como smartphones, MP3 ou MP4 players, tablets e diversos outros aparelhos relativamente pequenos que desempenham funções específicas.” Fonte: <https://canaltech.com.br/tag/Gadgets/> Acessado em: 17/5/17. Matéria completa: <https://canaltech.com.br/tag/Gadgets/> - O conteúdo do Canaltech é protegido sob a licença Creative Commons (CC BY-NC-ND).

<sup>4</sup> *Smartphone*: O termo *smartphone* pertence à língua inglesa e faz referência àquilo que, no nosso idioma, conhecemos como telefone inteligente. Trata-se de um telemóvel que oferece funções semelhantes às de um computador e que se destaca pela sua conectividade. É habitual situar o *smartphone* à metade do caminho entre o telemóvel convencional e um computador portátil. O *smartphone* dispõe de todas as funções básicas do telemóvel (permite realizar chamadas telefônicas, enviar mensagens de texto, etc.) e acrescenta características avançadas (conexão/ligação à Internet, capacidade multimídia, ecrã tátil). (Fonte: <http://conceito.de/smartphone>) Acessado em: 09/05/17.

seus contextos históricos e sociais. Desta forma, segundo Elizalde e Gomes (2012, p.82),

o lazer é constituído na articulação de três elementos fundamentais: a ludicidade<sup>5</sup>, as manifestações culturais e o tempo/espaço social. Juntos, esses elementos configuram as condições materiais e simbólicas, subjetivas e objetivas que podem – ou não – fazer do lazer um potente aliado no processo de transformação de nossas sociedades, tornando-as mais humanas e inclusivas.

Segundo os mesmos autores, o lazer em uma sociedade capitalista é, “cada vez mais, concebido como mercadorias direcionadas para o consumo alienado e alienante” (GOMES; ELIZALDE, 2012, p.82), ele é útil a uma lógica de consumo e de produção capitalista. Nas mãos do mercado, ele corre o risco de ser induzido e influenciar os consumidores. Entendido como uma dimensão da cultura, pode perder sua capacidade potencial de formador de cultura e criar uma relação passiva de consumos de bens e de culturas.

Nesta dissertação, entende-se o espaço público como lugar de potencial formador de cultura, pois são “aqueles lugares onde as celebrações são realizadas, os intercâmbios sociais e econômicos ocorrem, os amigos vão ao encontro uns dos outros, e as culturas se misturam” (GOMES; ELIZALDE, 2012, p.82). Para a existência de uma boa vida urbana, ou para esta acontecer de forma segura, é preciso usufruir da “vida entre edifícios” (GEHL, 2013, p. 19) e, portanto, esse lugar deve obedecer a algo mais do que apenas um fluxo de pedestres. Sobre a diversidade necessária para a vitalidade urbana, Gehl (2013, p. 20) afirma:

Uma característica comum da vida no espaço da cidade é a versatilidade e a complexidade das atividades, com muito mais sobreposição e mudanças frequentes entre caminhada intencional, parada, descanso, permanência e bate-papo.

---

<sup>5</sup> “É importante esclarecer que a ludicidade refere-se à capacidade do *homo ludens* – em sua essência cultural disposta a brincar, jogar, imaginar, compartilhar, desfrutar, rir e se emocionar – de elaborar, apreender e expressar significados. Por isso, a ludicidade é uma linguagem referenciada no brincar, sendo marcada pela exaltação dos sentidos e das emoções: mesclando alegria e angústia, prazer e conflito, relaxamento e tensão, satisfação e frustração, liberdade e concessão. Vale lembrar que, no senso comum, as palavras *lúdico* e *ludicidade* são, de forma equivocada, associadas exclusivamente à infância e são tratadas como sinônimos de determinadas manifestações da cultura, principalmente ligadas ao jogo. Essa interpretação pode ser ampliada, pois as práticas culturais não são lúdicas em si mesmas: elas são construídas na interação do sujeito com a experiência vivida, o que pode abarcar diversas manifestações culturais.” (ELIZALDE e GOMES, 2012, p.82)

Em uma sociedade globalizada e com cada vez mais acesso de usuários às TIC, como fica a multiplicidade de práticas, tradições, manifestações culturais de cada contexto social em seu tempo/espaço? Segundo Andrade (2012) vê-se que a virtualização e

a disseminação da computação ubíqua<sup>6</sup> e pervasiva, desde o início deste século, promoveu a integração dos computadores ao ambiente humano, atingindo toda sua complexidade social. Assim, o espaço urbano das grandes cidades está sendo reconfigurado, incorporando em sua infraestrutura redes telemáticas e informação multimídia (textos, sons, imagens etc.) que disponibilizam sistemas, dispositivos, aplicações e serviços que servem de plataforma em projetos transmídia como os jogos de realidade alternativa (p.4).

Na atualidade, existem discursos que carregam visões antagônicas sobre as TIC, sobre se são positivas ou não em suas relações com a cidade. Autores de diferentes campos abordam as TIC da maneira com que tendem a percebê-las, alguns defendem e outros ‘condenam’. Schaw (2016), por exemplo, alerta que as TIC isolam as pessoas e que soem estabelecer uma relação de vício no que tange ao consumo massivo proporcionado pelas TIC. Para Carr (2011), que escreve sobre economia, cultura e tecnologias, as TIC tendem a tornar a relação das pessoas com as coisas e entre elas mesmas, mais superficial. Ele afirma que as pessoas não mais se aprofundam em suas relações e nem mesmo nas notícias, que elas costumam tirar suas conclusões a partir de manchetes que aparecem na sua *timeline* do *Facebook*. A psicóloga Sherry Turkle (2012) acredita que as novas tecnologias vêm para causar carências emocionais e afetivas, bem como esfriar e afastar as pessoas umas das outras e delas mesmas, desconectando-se do mundo a sua volta, do seu ‘eu’ interior.

Aqui eu – Marie Christine Boyer (1996, p.10-11) – tendo a concordar com William Gibson, que decidiu, antes mesmo de

---

<sup>6</sup> O termo *ubiquidade* faz referência a alguma coisa onipresente, que está em todo o lugar ao nosso redor. Em poucos anos, microprocessadores se tornarão pequenos e baratos o suficiente para serem embutidos em quase tudo – não somente em dispositivos digitais, carros, eletroeletrônicos, brinquedos, ferramentas, mas também em objetos (lápiz, por exemplo) e roupas. Todos esses artefatos devem estar entrelaçados e conectados em uma rede sem fio. (SILVA, E., LARRI, BOTELHO, SANTOS, I., & SANCHEZ, G., 2015,. Computação Ubíqua - Definição e Exemplos. In: *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, v. 2, n.1, pp. 23-32.)

escrever seu *Neuromancer*, que o que estava acontecendo no espaço por trás do vídeo era mais interessante do que o que estava acontecendo no espaço à frente dele – em outras palavras, que o ciberespaço puxa o usuário para o espaço receptor da matriz eletrônica em total retirada do mundo. Assim, nosso engajamento crítico com a cidade é, na melhor das hipóteses, ação a distância.

Em 2002, Fuão defendeu que as TIC criam seres reclusos no interior confortável da residência de cada um, retirando as pessoas do espaço público e empobrecendo a cultura e a vivacidade na cidade. Para Santaella (2008) é emergente discutir as TIC e o esvaziamento do espaço público. Já, em uma visão mais positiva, McGonigal (2011) acredita que as TIC vêm para tornar o ser humano melhor, mais astuto e generoso.

Falou-se até aqui das TIC de forma genérica, mas, quando se pensa em lazer, uma das possibilidades que vem à mente são os jogos de computador, que têm sido uma presença bastante importante nas TIC. Nesse sentido, McGonigal (2011) aponta que, através de jogos de videogame, é possível construir uma sociedade mais ‘humana’ no sentido da empatia. A autora acredita que os jogos e as mídias sociais são capazes de manter laços, entre amigos e familiares, que não seriam mantidos sem a presença das TIC. Para pesquisadores do ‘*Connect*’ *Information Technology at NYU*<sup>7</sup>, os jogos proporcionam ao estudante contexto mais complexo e variado de situações em que podem aplicar seus conhecimentos adquiridos, por meio de cenários virtuais e simulações. Através das TIC pode-se criar uma experiência única de aprendizado, não só as matérias ‘duras’ corriqueiramente aprendidas na escola, mas os valores humanos, como trabalho em equipe, cooperação, o ‘saber viver’ em comunidade. As vídeo-aulas disponíveis no *youtube* proporcionam um acesso ao conhecimento jamais visto antes, e para Schawb – que, em seu livro, parece resistir às TIC – admite que *compartilhar* é a chave para o futuro da humanidade, e as TIC apresentam esse grande potencial.

Observa-se, em diferentes discursos, uma crítica às novas tecnologias como se elas fossem as causadoras do ‘não uso’, do esvaziamento das praças

---

<sup>7</sup>Fonte: <https://wp.nyu.edu/connect/2012/04/30/video-games-the-future-of-learning/>

e parques. As TIC também são alvo de críticas por serem apontadas como um dos grandes motivos da insociabilidade humana nos espaços públicos.

Surgem, então, jogos que puseram em xeque esse discurso, dentre eles, um que teve grande impacto, o *Pokémon GO*<sup>8</sup>. O sucesso do jogo está diretamente ligado à proposta feita pela *Niantic, Inc. Nintendo*<sup>9</sup>, conforme consta no site do jogo.

Levante-se e saia para a rua para encontrar e apanhar Pokémons selvagens. Explore cidades e localidades perto de si, e até por todo o mundo, para apanhar o maior número de Pokémon que conseguir. À medida que explora o mundo real, o seu smartphone vibrará para alertá-lo de que se encontra perto de um Pokémon.<sup>10</sup>

O jogo constitui-se de um aplicativo para smartphones, utiliza-se do GPS e da câmera dos aparelhos, que “permite aos jogadores capturar, batalhar, e treinar criaturas virtuais, chamadas *Pokémon*, que aparecem nas telas de dispositivos como se fossem no mundo real”<sup>11</sup>. Através da ‘realidade aumentada’<sup>12</sup>, o jogador pode ter a experiência de vivenciar a ficção do jogo, fundindo a mídia locativa<sup>13</sup> à visualização do lugar onde ele está, por meio da câmera. O jogador passeia pela cidade em busca dos *Pokémons*. Cada localidade tem algumas características atribuídas a sua geografia natural, e isso ocasiona o surgimento de determinados monstrinhos virtuais – assim como em dias de chuva e à noite, quando o cenário muda, outros *Pokémons* aparecem.

---

<sup>8</sup> Neste trabalho a versão do jogo *Pokémon GO* utilizada é 0.119.2

<sup>9</sup> Desenvolvedores do jogo

<sup>10</sup> Fonte: <http://www.pokemongo.com/pt-pt/explore/> >Acessado em: 15/5/17.

<sup>11</sup> “*Pokémon GO*” (Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Pok%C3%A9mon\\_GO](https://pt.wikipedia.org/wiki/Pok%C3%A9mon_GO))

<sup>12</sup> “A realidade aumentada (RA) é uma variação da realidade virtual, e consiste na combinação do mundo real com objetos virtuais, através de algum dispositivo tecnológico (*webcams, palms, smartphones, etc.*)” (TESTA, Fernanda. Realidade Aumentada Locativa como Ferramenta de Interatividade no Espaço Público. In: Anais do II Simpósio de Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã. Bauru: Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã, 2009.

<sup>13</sup> Segundo Lemos: “Podemos definir mídia locativa (*locative media*) como um conjunto de tecnologias e processos infocomunicacionais cujo conteúdo informacional vincula-se a um lugar específico. Locativo é uma categoria gramatical que exprime lugar, como “em”, “ao lado de”, indicando a localização final ou o momento de uma ação. As mídias locativas são dispositivos informacionais digitais cujo conteúdo da informação está diretamente ligado a uma localidade. Isso implica uma relação entre lugares e dispositivos móveis digitais até então inédita”. Fonte: LEMOS, André. Mídias locativas e territórios informacionais. In SANTAELLA, L; ARANTES, P. (eds.). Estéticas tecnológicas. Novos modos de sentir. São Paulo: Educ. Link de acesso: [http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia\\_locativa.pdf](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia_locativa.pdf) Acessado em: 16/05/17.



O jogo representou um contradiscurso com relação à compreensão de que os jogos eletrônicos fazem com que as pessoas se sedentarizem; segundo a *Wikipedia*,

o jogo se tornou um fenômeno global e um dos aplicativos móveis mais utilizados em 2016, tendo sido baixado mais de 500 milhões de vezes em todo o mundo. Foi-lhe creditada a popularização dos jogos baseados em geolocalização e realidade aumentada, estimulando a atividade física dos jogadores e movimentando os negócios locais<sup>14</sup>.

A proposta do jogo é fazer com que o jogador saia e explore as diferentes localidades de sua cidade ou de cidades vizinhas a fim de cumprir sua missão no jogo, o resultado dessa 'saída' para rua teve repercussões que vão além da exploração dos espaços públicos, tiveram impactos sociais, culturais e econômicos.

### 1.1.2 A relevância e a lacuna do tema

Estudos que abordam a nova relação do usuário das TIC, no seu momento de lazer, com o espaço público no Brasil ainda não têm quantidade expressiva. A **lacuna** é ainda mais precisa: há poucos estudos que façam o cruzamento entre as novas tecnologias e o usuário delas no seu momento de lazer sendo esse o jogo, no espaço público. É uma temática relevante porque se propõe a repensar o discurso de que a tecnologia pode isolar as pessoas umas das outras, da cidade, de seus espaços públicos.

Até o momento encontraram-se pesquisas e trabalhos que abordam assuntos próximos. A dissertação de Landim (2013) é um trabalho que tematiza a arte e a maneira como o homem busca se georreferenciar espacialmente através das imagens. Outro artigo é 'Cidade Re-significada: Uma tríade entre o real o ficcional e o imaginário', em que Pancote (2010) discute a ficção e a virtualidade presente na cidade, a qual é entendida como uma grande 'mídia'. Em 'Manifestações e Implicações de uma Vida Urbana Ampliada', de Firmino e Duarte (2011), discutem-se as questões territoriais, o

---

<sup>14</sup> "Pokémon GO" (Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Pok%C3%A9mon\\_GO](https://pt.wikipedia.org/wiki/Pok%C3%A9mon_GO))

senso de lugar, o território e a dimensão do espaço criadas a partir das novas tecnologias. Na dissertação 'As Novas Tecnologias e o Espaço Público da Cidade Contemporânea, Raquel Daroda (2012), defendeu as tecnologias como forma de apropriação dos espaços públicos, exemplificando com instalações tecnológicas que interagem entre homem, espaço público e máquina. Os diversos trabalhos pesquisados discutem os espaços públicos e as novas tecnologias com diferentes pontos de vista.

No campo de jogos e mídias locativas, o Brasil ainda não tem uma produção intelectual expressiva, ainda que haja grandes estudiosos e teóricos como Luís Adolfo de Andrade, André Lemos, Breno Maciel Souza Reis, Pablo Gobira, Alexandre de Pádua Carrieri, Francisco Carlos de Carvalho Marinho, entre outros autores que, além de discutirem jogos, fazem-no no âmbito dos jogos digitais.

### **1.1.3 Justificativa**

Discussões sobre o caráter positivo ou não dessas tecnologias sobre o usufruto do espaço público são recorrentes. Entender como a tecnologia e a sociedade coexistem à luz de diferentes pontos de vista, assim como produzem mudanças visíveis no espaço urbano no que tange a sua ocupação e/ou exploração, mostra-se como um elemento importante para uma reflexão do planejamento URBANO do século XXI.

#### **O problema e as questões de pesquisa**

O problema desta pesquisa é: **como os usuários das TIC se apropriam do espaço público?**

A partir desse questionamento, pretende-se fazer uma reflexão sobre o lazer (jogos), o espaço público e as TIC, observando-se como podem acontecer as apropriações do espaço público, como se dá a experiência que o indivíduo pode ter através das TIC e o urbanismo do século XXI. A Figura 2 ilustra as ideias principais e o plano de fundo como algumas reflexões.



Fig.2 – Principais Tópicos e Plano de Fundo.

Do questionamento central, surgem **questões** inerentes à pergunta central, como:

- i) As TIC podem ser um convite para o usuário usufruir, experienciar o espaço público?
- ii) Podem existir transformações urbanas materiais, no espaço público, que sejam reflexos do usuário das TIC?

#### 1.1.4 Objetivos

O presente trabalho tem como objetivo geral compreender como as novas tecnologias de comunicação e informação alteram a dinâmica e a relação das pessoas e seu lazer no espaço público e seus reflexos urbanos.

Como objetivos específicos, busca:

- 1) avaliar as manifestações e os impactos urbanos gerados pelas TIC na apropriação dos espaços públicos e as consequências na cidade;
- 2) identificar os jogos eletrônicos de mídias locativas, de interação, de maior procura atualmente que envolvam o espaço público e suas características enquanto propiciadores de relações sociais;
- 3) verificar a possível existência de uma nova relação com o espaço urbano – e, nesse sentido, este trabalho propõe-se a investigar e refletir sobre a

realidade urbana *versus* as TIC, seus reflexos na sociabilidade urbana e no interesse no espaço público;

- 4) contribuir para a reflexão sobre os espaços públicos contemporâneos e quais as mudanças que, em função das TIC, podem ser observadas e atendidas para valorizarem-se os espaços públicos.

### **1.1.5 Hipótese**

A hipótese central, é que as novas tecnologias (TIC) alteram a relação do usuário com o espaço público. Os usuários buscam, através de outras ferramentas, a apreciação do espaço público, neste caso, usufruindo dos espaços públicos através das TIC.

Acredita-se que as TIC podem influenciar na percepção do espaço e no comportamento do usuário de espaço público

### **1.1. 6 Objeto e Metodologia**

O objeto de pesquisa desse trabalho é o jogo para smartphone *Pokémon GO*, que se utiliza da cidade 'real' como tabuleiro, mesclando a paisagem urbana com a tecnologia de realidade ampliada. O estudo parte de uma pesquisa de caráter exploratório do lazer realizado com as TIC no urbano, e a importância dessas manifestações no espaço público. Far-se-á uma revisão bibliográfica, que contextualize as questões abordadas, em conjunto com referenciais teóricos que envolvem o tema a ser explorado "para compreender, explicar, descrever os fenômenos existentes e mesmo prever os futuros" (KOCHE , 2012, p. 71).

Para a compreensão do contexto em que se insere este trabalho, será feita uma análise e um histórico dos jogos de videogame para compreender sua dinâmica e como esses jogos vêm se apropriando e se utilizando do espaço público.

A pesquisa também fez uso de entrevista<sup>15</sup> semiestruturada – roteiro (Apêndice I e II), de observações do fenômeno com o objetivo de trazer

---

<sup>15</sup> O projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética da UFRGS via Plataforma Brasil, Nº de aprovação: 094104/2017\_ título com que a pesquisa foi aprovada: LAZER NO ESPAÇO PÚBLICO v.s. NOVAS TECNOLOGIAS: Uma possível ocupação.

informações acerca da relação dos usuários de videogame e de jogos de realidade ampliada (jogados a partir de *gadgets*<sup>16</sup>) com o espaço público da cidade. Nestas entrevistas, procuram-se relatos de usuários do jogo *Pokémon GO*, considerando que tais relatos são importantes no que diz respeito a sua vivência e a sua percepção do espaço público na cidade. A intenção é descobrir os motivos que levam o usuário a jogar; se foi esse jogo que o fez sair de sua residência e explorar o espaço público, caminhar pelas ruas, etc... Ou se havia uma motivação maior, que não o jogo, para sair de casa e caminhar pela cidade. Saber se o usuário jogou só ou acompanhado (no sentido real e virtual); e, por fim, tentar averiguar o que o usuário descobriu nesses passeios, se foi surpreendido e o que vivenciou nos espaços públicos enquanto jogava.

Foram entrevistadas 20 pessoas, às quais não se perguntou o gênero não foi perguntado nem as condições socioeconômicas. Em relação à idade dos entrevistados, todos os jogadores têm 18 anos ou mais.

As entrevistas ocorreram nos espaços públicos e privados, onde e quando houve encontros de jogadores através de 'Reides' Pokémon e/ou encontros marcados pelos jogadores através das mídias sociais online (Facebook) ou de software para smartphones (Whatsapp ou Telegram). As 'Reides' são encontradas a partir do localizador presente no jogo. A pesquisadora participou de grupos de whatsapp em que eram marcados os encontros, facilitando assim o encontro com os jogadores. O registro da entrevista foi feito com um gravador e transcritas (apêndice II). Algumas das fotografias tiradas durante as entrevistas preservaram as identidades das pessoas por meio do 'desfoque' no rosto.

Devido ao seu caráter exploratório, a pesquisa utiliza fontes de diferentes áreas do conhecimento, uma vez que a pesquisa é, em parte, uma reflexão multidisciplinar. Para elaboração das etapas de pesquisa, foi realizada a busca de informações referenciadas a partir de fontes primárias, entre elas: jornais, sites de jogos online, dados. Serão usadas também fontes secundárias,

---

<sup>16</sup> *Gadgets*: dicionário Oxford: "Um pequeno dispositivo mecânico ou eletrônico ou ferramenta, especialmente um engenhoso ou novo" Fonte: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/gadget> Acessado em 09/05/17. Outra definição mais completa: "os gadgets são dispositivos portáteis de variados segmentos, como smartphones, MP3 ou MP4 players, tablets e diversos outros aparelhos relativamente pequenos que desempenham funções específicas". Fonte: <https://canaltech.com.br/tag/Gadgets/> Acessado em 09/05/17.

como livros, pesquisas, teses e dissertações para conceituação e construção do trabalho.

### 1.1.7 Delimitação da pesquisa

A partir da definição do problema, foram estabelecidas algumas delimitações de pesquisa. Uma delas dá-se primeiramente pelo fato de a pesquisa trabalhar as novas tecnologias em momento de lazer junto ao espaço público. Nesse sentido, houve uma *delimitação temporal* dada pela inserção do jogo para *smartphone*, o *Pokémon GO*. Foi somente através dos *smartphones* que se tornou possível acessar a internet e se conectar virtualmente em qualquer lugar e, portanto, que pôde haver uma interação mais ampla das TIC com o espaço público. O público pode ser considerado um restrito, pois é necessário que o usuário seja portador de um *smartphone*, com acesso à internet móvel<sup>17</sup>.

## 1.2 DA ORGANIZAÇÃO DOS CAPÍTULOS

A dissertação está organizada em cinco capítulos: Introdução; Referencial Teórico; Histórico dos jogos e os *videogames*; O flâneur híbrido em ação; e Considerações finais. Sobre esses capítulos, faz-se a seguir um breve enunciado do que será tratado em cada um deles.

Na introdução do trabalho é apresentado o tema, o contexto urbano e o lazer no espaço público, a relevância do tema, a justificativa, o problema, os objetivos, a hipótese, a metodologia, a delimitação de pesquisa e a organização dos capítulos.

O primeiro capítulo terá por função apresentar o referencial teórico. São apresentados os principais 'pilares' teóricos da pesquisa: espaço público, cibercultura e TIC. A condução do capítulo e da dissertação será feita por um personagem que tem, por natureza, um caráter lúdico: o *flâneur* (BENJAMIN,

---

<sup>17</sup> "Internet móvel pode ser definida como o uso de tecnologias de comunicação sem fio (*wireless*) para acesso a informações e aplicações Web a partir de dispositivos móveis, como celulares ou *handhelds*." (Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Internet\\_m%C3%B3vel](https://pt.wikipedia.org/wiki/Internet_m%C3%B3vel)) Acessado em: 05/09/17.

1989, p.203). Em função disso, nesse capítulo também se discutirá o *flâneur* de Baudelaire; o *ciber-flâneur* de André Lemos e o *flâneur-híbrido* – este último como sendo um conceito construído para a compreensão como terceiro personagem na era da tecnologia digital móvel. Esses três personagens, acontecem no espaço público, seja ele na cidade, seja na rede ou entre as duas.

O segundo capítulo tem por função introduzir o conceito de jogo e colocar cronologicamente como surgiram os jogos e os *videogames*, principalmente na sua relação com a cidade, nomeadamente o espaço público, discutindo como a cidade e seu espaço urbano passaram a participar dos jogos, sejam eles os anteriores aos videogames e os próprios. Nos jogos de videogame / computadores, será abordado, com exemplos, o ‘movimento’ da cidade ‘real’ que foi virtualizada para dentro do jogo de videogame / computador, e serão analisadas as relações do usuário com o jogo e a cidade ‘real’. Assim como se observará a importância dos jogos ao longo da história e sua influência nas culturas, e das culturas nos jogos.

O terceiro capítulo apresentará a repercussão do jogo no dia a dia de jogadores e comunidades, trará alguns exemplos do contradiscurso que foi o jogo para smartphone *Pokémon GO*, observando como sua forma de jogar proporciona uma experiência em lugares da cidade, além de influenciar a percepção de lugares sob a ‘guia’ da mídia locativa. Esse capítulo propõe-se a observar a concretização do conceito de Flâneur Híbrido proposto no capítulo I.

No último capítulo são apresentadas as considerações finais feitas sobre esta dissertação.

## 2. CAPÍTULO I: REFERENCIAL TEÓRICO

Não estaria ele, devido às suas constantes divagações, acostumado a reinterpretar, por toda parte, a imagem da cidade? (BENJAMIN, 1989, p.237)

Neste capítulo, serão abordados conceitos importantes para o desenvolvimento do trabalho, os quais serão discutidos em três tópicos: espaço público, cibercultura e TIC. Parte-se do pressuposto de que lazer é uma representação de práticas sociais, uma dimensão da cultura, ainda que, por essência, constitua-se na articulação de três elementos: a manifestação cultural, o lúdico e o contexto histórico social. Segundo Elizalde e Gomes, “esses três elementos configuram as condições materiais e simbólicas, subjetivas e objetivas que podem – ou não – fazer do lazer um potente aliado no processo de *transformação de nossas sociedades, tomando-as mais humanas e inclusivas*” (ELIZALDE; GOMES, 2012, p.82).

Nessa perspectiva, a condução desta dissertação será feita por um personagem que tem por natureza um caráter lúdico, que vivencia a experiência urbana no seu momento de lazer. Situado em um contexto histórico e cultural, ele relata, através de poemas, as transformações urbanas e sociais de seu tempo: esse é o *flâneur*<sup>18</sup>, o caminhante, observador da metrópole moderna, que se perde no jogo do “labirinto urbano” (BENJAMIN, 1989, p.203).

Os textos de Baudelaire, segundo Benjamin, revelam as mais sutis articulações entre o indivíduo, a modernidade e o cenário urbano. A escolha do *flâneur* como condutor desta dissertação dá-se pelo motivo de ele ser caracterizado como um observador privilegiado da vida moderna, e o ato, que ele pratica, da *flanerie* configura-se como meio de apreensão e representação do panorama urbano e do contexto em que ele, o *flâneur*, se insere. Dentre as definições deste personagem, está a de antônimo de trabalhar, “um ocioso, um esbanjador do tempo associado com

---

<sup>18</sup> A pesquisadora optou por deixar o termo ‘*flâneur*’ em francês, que significa ‘aquele que passeia’. Não existe termo em português tão apropriado quanto o original em francês. O dicionário francês ‘*Le Petit Robert*’ apresenta como definição: ‘Passear: andar sem pressas, ao acaso, abandonando-me à impressão e ao espetáculo do momento. Passeio. Demorar, ter prazer em uma doce inação. Antônimo de: aceleração. Trabalhar. E “Flânerie:” Passear: ação ou hábito de passear”. Traduzido de: “*Flâneur: Se promener sans hâte, au hasard, em s’abandonnant à l’impression et au spectacle du moment. V. Balader, musader. S’attarder, se complaire dans une douce inaction. Lanterner, traîner. ANT. Hâter. Travailler.*” E apresenta: “*Flânerie: action ou habitude de flâner; promenade faite em flânant*” (LE PETIT ROBERT, 1985, p. 791).



os novos passatempos urbanos: comprar e observar a multidão” (WILSON, 2013, p.47). Esse personagem fictício, o *flâneur*, no seu contexto urbano e sociocultural, está presente em diferentes literaturas e em diferentes tempos revelando as paisagens urbanas e as mudanças do mundo moderno. O observador da metrópole aparece transvestido em diferentes personagens e contextos neste capítulo, em que se discutirá, ao longo dos tópicos propostos, respectivamente: o *flâneur* de Baudelaire; o *ciber-flâneur* de André Lemos e o *flâneur-híbrido*, este último um constructo que será criado para compreensão do capítulo 3.

## 2.1 ENTENDENDO O *FLÂNEUR*: A MODERNIDADE

O *flâneur*, representado em literaturas de autores como Poe, Proust, Valéry ou em Turner e Ensor, tem em Baudelaire o mais reconhecido ícone. Para Berman, “se tivéssemos de apontar um primeiro modernista, Baudelaire seria sem dúvida o escolhido” (BERMAN, 2007, p.160), e para Teixeira Coelho, apesar dos inúmeros *flâneures* existentes “(...) é Baudelaire que aparece como marco obrigatório, é Baudelaire que deve ser citado preferencialmente” (TEIXEIRA COELHO, 1988, p.13). O referido autor não declara o motivo por tal seletividade, mas acredita-se que seja pelo fato de que é a cidade de Paris de Baudelaire que sofre uma transformação urbana mais dramática e tem nas reformas de Hausmann<sup>19</sup> o marco da intervenção moderna. A cidade é destruída e reconstruída, sendo ela própria a materialização e a metáfora do modernismo, tanto no sentido material como ‘espiritual’ (BERMAN, 2007, p.158). Reforçando essa ideia, outro autor defende que, para a *flanêurie*, os “olhos e pernas são a essência do *flanêur* e da *flanêurie*. Para isso, há que existir um ambiente propício ao seu flunar. Esse ambiente é Paris, uma cidade feita para ser vista (...)” (MASSAGLI, 2008, p.57).

Uma definição de *flâneur* é dada pelo próprio Baudelaire, em o ‘Pintor da Vida Moderna’, que o define como “observador, *flâneur*, filósofo, chamem-no como quiser”, ou ainda “às vezes ele é um poeta; mais frequentemente aproxima-se do romancista ou do moralista (...). Todos os países, para seu prazer e glória, possuíram alguns desses homens” (BAUDELAIRE, 1988, p.164).

---

<sup>19</sup> Prefeito de Paris entre 1853-1870, reformulou a cidade sob a ordem de Napoleão III. As demandas impostas pelo Imperador respondiam a três principais mudanças: a necessidade de desobstruir as ruelas medievais para a crescente população urbana parisiense, que vivia em situações precárias; em segundo lugar, o plano de embelezamento da cidade, desejo da população burguesa; e, por último, o embelezamento estratégico que traria consigo uma forma de controlar e desarticular as barricadas que os revolucionários organizavam na cidade e a paralisavam. Com a reforma, o movimento das tropas e da polícia era mais eficaz, desarticulando esses grupos e reinstaurando a ordem na cidade.

O contexto do *flâneur* de Baudelaire na Paris do século XIX é o momento da construção/reconstrução da nova capital parisiense, um contexto de industrialização no século XX. “O modo de produção fordista estruturou uma nova categoria social: as massas, constituída de trabalhadores da indústria”, e “as massas passam a ser um novo grupo social e a ocupar um lugar significativo na sociedade. Geram assim, a necessidade de um ambiente que só uma produção arquitetônica de massa poderia propor” (SOUZA, STEIGLEDER, 2014)

As grandes mudanças urbanas administradas por *Hausssman* revelavam agora uma Paris não mais medieval (escura e insalubre), mas a cidade das vitrines e cafés, a cidade dos grandes parques e boulevares. Como aponta Berman (2007, p.181), a Reforma de Paris feita por Hausmann

pôs abaixo centenas de edifícios, deslocou milhares e milhares de pessoas, destruiu bairros inteiros que aí tinham existido por séculos. Mas franqueou toda a cidade, pela primeira vez em sua história, à totalidade de seus habitantes. Agora, após séculos de vida claustal, em células isoladas, Paris se tornava um espaço físico e humano unificado (BERMAN, 2007, p. 181).

As modificações na própria estrutura urbana propiciaram novos lazeres na capital francesa, “a proliferação dos espaços públicos de prazer/lazer e interesse criou um tipo de figura pública com disposição para vagar, observar e entrar em lojas só para olhar: o *flâneur*, figura-chave na literatura crítica da modernidade e da urbanização” (WILSON, 2013, p.46). Eram lugares onde todos poderiam caminhar, novos parques, bulevares com cafés, lojas e mercadorias; poderiam apreciar e estar nos espaços públicos e – o mais interessante e observado por Baudelaire – deleitar-se nas reflexões e observações que se poderiam fazer acerca das pessoas e de seus hábitos, novos hábitos que surgem com um novo modelo de cidade. Sobre o *flâneur*, “Ele pode ser visto como uma figura mitológica ou alegórica, representativa do que, talvez, tenha sido a resposta mais característica às novas formas de vida que pareciam estar em desenvolvimento — a ambivalência” (WILSON, 2013, p.46).

A conceituação do *flâneur* é intrínseca à modernidade, intrínseca aos conflitos que ela suscita. Ao afirmar que a cidade é o templo e o “autêntico chão sagrado do *flâneur*” (BENJAMIN, 1989, p.191), também se faz inevitável associar a ele a modernidade (BERMAN, 2006 p.170), esse novo modelo econômico que influencia toda a estrutura sociocultural.

*A flânerie* dificilmente poderia ter-se desenvolvido em toda a plenitude sem as galerias: “As galerias, uma nova descoberta do luxo industrial

– diz um guia ilustrado de Paris de 1952 – são caminhos cobertos de vidro e revestidos de mármore, através de blocos de casas, cujos proprietários se uniram para tais especulações”. (...) nesse mundo o flâneur está em casa; é graças a ele (esse novo mundo de galerias) que “essa paragem predileta dos passeadores e dos fumantes, esse picadeiro de todas as pequenas ocupações imagináveis encontra seu cronista e seu filósofo (BENJAMIN, 1989, p.34-35).

O espectador urbano moderno, como descreve Walter Benjamin, tem como figura o *flâneur*, pela representação dos cenários e situações descritas pelo caminhante, que dão elementos para se compreender o imaginário da modernidade do século XX. Para o autor, o *flâneur* é um detetive amador, um “botânico do asfalto” (BENJAMIN, 1989, p.34), que observa e investiga a cidade; já para Baudelaire:

A multidão é seu universo, como o ar é dos pássaros, como a água, o dos peixes. Sua paixão e profissão é *desposar a multidão*. Para o perfeito *flâneur*, para o observador apaixonado, é um imenso júbilo fixar residência no numeroso, no ondulante, no movimento, no fugidio e no infinito. Estar fora da casa, e, contudo, sentir-se em casa onde quer que se encontre; ver o mundo, estar no centro do mundo e permanecer oculto ao mundo, eis alguns dos pequenos prazeres desses espíritos independentes, apaixonados, imparciais, que a linguagem não pode definir senão toscamente (BAUDELAIRE, 1988, p.170).

Mesmo que o poeta não descreva a cidade em si em seus poemas, ler Baudelaire é em parte compreender a modernidade presente no contexto em que transcorre sua poesia. A modernidade pode ser dividida, segundo Berman, em três momentos: a primeira fase situa-se entre o início do século XVI e vai até o fim do XVIII; segue-se a segunda fase, que começa em 1789, com a revolução francesa, e, por fim, a terceira e última fase, no século XX, quando “o processo de modernização se expande a ponto de abarcar virtualmente o mundo todo, e a cultura mundial do modernismo em desenvolvimento atinge espetaculares triunfos na arte e no pensamento” (BERMAN, 2007, p. 26).

O *flâneur* gasta a maior parte do tempo simplesmente olhando o espetáculo urbano. Observa, em particular, as novas invenções. Por exemplo, ele para na praça Louis XV *para examinar os sinais do telégrafo marinho, ainda que nada saiba sobre eles*; está fascinado pelas várias novas construções então em andamento. Relógios públicos e barômetros servem para regular o seu dia — indicando a importância crescente da pontualidade, mesmo para quem não estava em regime de trabalho remunerado. Ele passa horas a fazer compras ou observar vitrines; olha livros, a nova moda, chapéus, pentes, joalherias e novidades de todos os tipos (WILSON, 2013, p.47).

O contexto da modernidade, em meados do século XIX, trouxe uma série de inovações: o telefone, a câmera fotográfica e outras invenções que colocaram o indivíduo moderno diante de uma nova forma de experimentar o mundo, de ver a cidade, de ressignificar a arte, seus próprios hábitos, a rua e o espaço urbano.

O homem que antes caminhava entre ruelas escuras, entre poucas pessoas, por muitas vezes as mesmas pessoas, vizinhas e conhecidas, agora se depara com a cidade grande, da velocidade, em que se pode movimentar em meio a uma multidão de rostos desconhecidos. É uma cidade onde se depara com novas circunstâncias: deve estar atento ao sinal de trânsito, aos carros que passam e ao tráfego que nunca havia visto antes.

### **2.1.1 O espaço público e o *flâneur***

A definição e a característica primordial para a compreensão do *flâneur* está ligada ao caminhar, à descoberta, a se deixar descobrir e a aventurar-se nos ‘labirintos’ da cidade, é estar aberto a surpresas, é estar propenso a conhecer novos lugares. Massagli (2008, p. 57) aponta que

outra característica do *flâneur*, que o distingue de um filósofo ou de um sociólogo, é que ele procura por *experiência*<sup>20</sup> e não por conhecimento. Para estes, grande parte da experiência acaba sendo interpretada como – e transformada em – conhecimento. Já para aquele, a experiência permanece em certa medida pura, inútil, em estado bruto, fruto do olhar ingênuo, como o de uma criança.

Ao *flâneur*, não são requeridos relatos técnicos, sejam eles antropológicos ou urbanísticos, ele é livre em suas observações, devaneios, e seus relatos são de uma experiência do caminhar na cidade. Benjamin observa o *flâneur* como um detetive, já que, para ele, “o *flâneur* torna-se sem querer detetive; socialmente, a transformação lhe assenta muito bem, pois justifica a sua ociosidade. Sua indolência é apenas aparente. Nela se esconde a vigilância de um observador que não perde de vista o malfeitor” (BENJAMIN, 1989, p.38). Vigilante ou detetive, ele não perde a atenção ao espetáculo urbano que acontece no palco da rua. Os olhos do *flâneur*, que observam a rua, são os mesmos olhos vigilantes que ‘cuidam’ da rua, que fazem presença e intimidam a ação de malfeitores (JACOBS, 2013. p.35).

---

<sup>20</sup> Grifo feito pela pesquisadora.

Nos devaneios desse caminhante parisiense, absorvido pelas vitrines e fachadas comerciais, pode se concluir em relação ao seu ‘habitat’ que “ele existiria só na cidade grande, a metrópole, pois as cidades interioranas proporcionavam um campo muito restrito aos passeios e muito estreito às observações do *flâneur*” (WILSON, 2013, p.47). As vitrines e cafés também são o que atraem esse novo caminhante. Esse ambiente constitui-se dos espaços urbanos públicos e privados, onde o ‘detetive’ urbano os investiga, uma vez que

o *flanêur*, portanto, é o leitor da cidade, bem como de seus habitantes, através de cujas faces tenta decifrar os sentidos da vida urbana. De fato, através de suas andanças, ele transforma a cidade em um espaço para ser lido, um objeto de investigação, uma floresta de signos a serem decodificados – em suma, um texto (MASSAGLI, 2008, p.57).

Ser *flâneur*, ou apenas desfrutar do ato de caminhar, frequentar e permanecer nos espaços públicos e estabelecer relações, sejam elas entre o lugar e/ou entre as pessoas, configura o lugar no espaço público e a vitalidade urbana. Para viver a cidade, segundo o arquiteto dinamarquês Jan Gehl (2015, p.19),

caminhar é o início, o ponto de partida. O homem foi criado para caminhar e todos os eventos da vida – grandes e pequenos – ocorrem quando caminhamos entre outras pessoas. A vida em toda a sua diversidade se desdobra diante de nós quando estamos a pé. Em cidades vivas, seguras, sustentáveis e saudáveis, o pré-requisito para a existência da vida urbana é oferecer boas oportunidades de caminhar.

Na defesa de uma cidade viva, Jane Jacobs (2013. p. 35) afirma que “uma rua movimentada consegue garantir a segurança; uma rua deserta, não”. A escritora, e ativista política, critica o urbanismo moderno das grandes avenidas e ruas, defende a importância da cidade com calçadas, com boa infraestrutura e uma boa relação entre público e privado. Defende o uso da rua como sendo um lugar possível de promover segurança, o comércio e a educação cívica: em suma, do viver coletivamente. Para a autora, a sociabilidade é um importante fator para o bem-estar coletivo pois “a presença de pessoas atrai outras pessoas”. E complementa: “o prazer das pessoas de ver o movimento e outras pessoas é evidente em todas as cidades” (JACOBS, 2013, p.38). Seguindo a mesma ideia, Gehl (2015, p.62) aponta que “a vida no espaço urbano tem um forte impacto na forma como percebemos o espaço. Uma rua sem vida é como um teatro vazio: algo deve estar errado com a produção, já que não há plateia”.

No livro 'A humanização do Espaço Urbano: a vida social entre os edifícios'<sup>21</sup>, do mesmo autor citado anteriormente, Jan Gehl (2009), são descritas diferentes atividades que podem ocorrer no espaço público, como conversar, passear, brincar, estar de 'passagem', comprar. Ele afirma que as chamadas 'atividades exteriores' narram e definem as atividades que acontecem nos espaços públicos da cidade e a forma como os espaços públicos, projetados ou não pelos arquitetos, influenciam essa dinâmica. Nesse sentido, ele tenta apontar questões a serem consideradas quando os arquitetos projetam esses espaços.

Os espaços livres, públicos da cidade, oferecem ao cidadão lugares de convivência tanto social, quanto de lazer ou de qualquer outra manifestação de vida urbana, tais como feiras, intervenções artísticas, atividades esportivas, manifestações políticas etc., que refletem a diversidade socioespacial e cultural daquela comunidade. Para Gehl (2015, p. 62), o conceito de 'vida na cidade' é relativo pois "não é o número de pessoas que importa, mas a sensação de que o lugar é habitado e está sendo usado".

Ainda em seu trabalho, Gehl diferencia as atividades exteriores de três maneiras; as '*atividades necessárias*'; as '*atividades opcionais*' e as '*atividades sociais*'. As chamadas '*atividades necessárias*' seriam aquelas que são 'obrigatórias', como trabalhar, ir à escola, esperar o ônibus, sair para o supermercado etc. Já as '*atividades opcionais*' "são aquelas em que se participa se existe o desejo de fazê-la ou se o tempo e o lugar permitem" (GEHL, 2009, p.17.)<sup>22</sup>. São atividades que permitem o desfrute de passear sem compromisso, sentar e tomar sol, ou pegar um pouco de ar fresco por exemplo (GEHL, 2009, p.19), em suma, são atividades que permitem o desfrute do lazer. Essa última atividade, em especial, depende, em grande parte das condições que o espaço físico oferece, o que a cidade oferece nos seus espaços públicos. A existência ou boa qualidade de uma infraestrutura urbana podem ser cruciais para se estabelecer e criar um sentido de 'lugar' no espaço público, assim como desenvolver uma relação como '*atividade opcional*'.

Quando os ambientes ao ar livre são de boa qualidade, as 'atividades necessárias' acontecem mais ou menos com a mesma frequência; mas é evidente que elas tendem a durar mais tempo porque as condições físicas são melhores. No entanto, haverá uma ampla gama

---

<sup>21</sup> Título original: "La humanización del Espacio Urbano: La vida social entre los edificios".

<sup>22</sup> "aquellas en las que se participa si existe el deseo de hacerlo o si lo permiten el tiempo y el lugar" GEHL, 2009, p.19).

opções de atividades, pois agora o lugar e a situação convidam as pessoas ao parar, sentar, comer, jogar etc (GEHL, 2009, p.19)<sup>23</sup>.

Por último, tem-se as *'atividades sociais'*, que podem ser desde um simples aceno de chapéu, até os jogos infantis, são as conversas na rua. São aqueles momentos em que os contatos humanos são possíveis. As *'atividades sociais'* podem acontecer tanto no ambiente público como no privado, podem acontecer na feira de rua, numa praça, ou no trabalho, na escola, em um condomínio (GEHL, 2009, p. 20-21). Essas atividades, as *'sociais'*, por poderem ser praticadas no contexto das *'atividades necessárias'* e das *'atividades opcionais'*, também são nomeadas pelo autor como *'resultantes'*, pois derivam e acontecem em conjunto com as *'atividades necessárias'* e as *'atividades opcionais'* (Obra citada.). Elas podem inclusive acontecer em paralelo –enquanto se espera o médico, conversa-se com outro paciente na recepção, por exemplo.

Essas atividades *'sociais'*/*'resultantes'* podem ser entendidas como atividades de lazer no espaço público, pois, para o autor, o ato de praticá-las significa que elas “ocorrem espontaneamente como um resultado direto de pessoas vagando e que estão nos mesmos espaços.”<sup>24</sup> (Obra citada.). Ou ainda, como mais adiante ele define,

Essa atividade ocorre sempre que duas pessoas estão juntas em um mesmo espaço. Ver ou ouvir uns aos outros, conhecer, é em si uma forma de contato, uma atividade social. O encontro, o mero fato de estar presente, é também o germe de outras formas de atividade social mais abrangentes<sup>25</sup> (GEHL, 2009, p. 21).

Sobre os espaços públicos, a organização norte americana não governamental PPS – *Project for Public Spaces*, visa a promover e enriquecer as diversas visões e experiências no espaço público para os cidadãos. Essa organização entende que espaços públicos são “aqueles lugares onde as celebrações são realizadas, os intercâmbios sociais e econômicos ocorrem, os amigos vão ao encontro uns dos outros, e as culturas se misturam<sup>26</sup>” (PROJECT FOR PUBLIC SPACES, 2009). São

---

<sup>23</sup> “Cuando los ambientes exteriores son de buena calidad, las actividades necesarias tienen lugar más o menos con la misma frecuencia; pero tienden claramente a durar más, pues las condiciones físicas son mejores. Sin embargo, también habrá una amplia gama de actividades optativas, pues ahora el lugar y la situación invitan a la gente a detenerse, sentarse, comer, jugar, etcétera” (GEHL, 2009. p. 19).

<sup>24</sup> “se producen de manera espontanea, como consecuencia directa de que la gente deambula y está em los mismos espacios” (GEHL, 2009. P. 20).

<sup>25</sup> “una actividad social se produce cada vez que dos personas están juntas em el mismo espacio. Verse u oírse mutuamente, encontrarse, es en sí una forma de contacto, una actividad social. El encuentro mismo, el mero hecho de estar presente, es además el germen de otras formas de actividad social más completas” (GEHL, 2009. p.21).

<sup>26</sup> “Great public spaces are those places where celebrations are held, social and economic exchanges occur, friends run into each other, and cultures mix” (PROJECT FOR PUBLIC SPACES, 2009).

espaços em que a vida urbana de determinado lugar pode ser lida, vivida e experienciada, algo que vai além do espaço físico construído e intitulado 'público'. Para a existência de uma boa vida urbana, ou para esta acontecer de forma segura, é preciso usufruir da “vida entre edifícios” (GEHL,2013 p.19), ou seja, o espaço público e comum da cidade. Portanto, esse lugar deve obedecer a algo mais do que apenas um espaço de fluxo de pedestres. Para Jacobs (2013, p.29) “as ruas e suas calçadas, principais locais públicos de uma cidade, são seus órgãos mais vitais” e, por isso, devem ser cuidados e usufruídos pelos seus cidadãos. Para a mesma autora, a vitalidade urbana revela uma cidade sadia. Viver tranquilamente na cidade e viver seus espaços públicos significa viver com qualidade de vida.

A vida entre edifícios, colocada e defendida por Jacobs e Gehl, é também observada por Benjamin quando apresenta a intimidade do *flâneur* com os espaços em que vagueia, tornando esses espaços públicos tão pessoais a ponto de se sentir em casa, mesmo na rua.

A rua se torna moradia para o flâneur que, entre as fachadas dos prédios, sente-se em casa tanto quanto o burguês entre suas quatro paredes. Para ele os letreiros esmaltados e brilhantes das firmas são um adorno de parede tão bom ou melhor que a pintura a óleo no salão do burguês; muros são escrivaninha onde apoia o bloco de apontamentos; bancas de jornais são suas bibliotecas, e os terraços dos cafés, as sacadas de onde, após o trabalho, observa o ambiente (BENJAMIN, 1989, p.35).

Espaço e lugar são conceitos abrangentes que podem indicar experiências semelhantes. O significado desses conceitos varia conforme o campo de pesquisa. Para um geógrafo, por exemplo, espaço e lugar podem ser uma cadeia de montanhas; já para o psicólogo, espaço e lugar podem ser uma necessidade individual como ‘aquele que quer mais espaço’ ou ‘que busca seu lugar no mundo’. Com as inúmeras conceituações que se pode dar a essas duas palavras, até mesmo para arquitetos, urbanistas e antropólogos é uma questão debatida, a qual deve ser referenciada por variar de um autor para outro. Dentro da própria arquitetura e urbanismo, existem inúmeras conceituações e diferentes escalas.

Nesta dissertação optou-se por autores que conceituam espaço e lugar na perspectiva da experiência. Ao conceito de *lugar* atribui-se o sentido de valor, afeto, reconhecimento, legitimação de determinado espaço, como defende Tuan ( 2013, p.12). Para o autor, “o espaço fechado e humanizado é lugar” (TUAN, 2013, p.72) e ele reforça essa questão ao dizer que, “quando o espaço nos é inteiramente familiar, torna-se lugar” (Obra citada, p.96.)



No livro 'A percepção de lugar: repensando o conceito de lugar em arquitetura e urbanismo', Lineu Castello (2007) faz uma extensa pesquisa sobre o conceito de lugar baseando-se em diferentes áreas do conhecimento. Ele ressalta a interdisciplinaridade e, por essa razão, a riqueza de tal conceito. O autor utiliza-se de diferentes campos para conceituar lugar, tais como filosofia, psicologia, geografia, e antropologia, além da área de arquitetura e urbanismo, sendo esta última a sua área de formação. Castello define 'lugar' em arquitetura e urbanismo como sendo:

um conceito que se expressa através da percepção de lugar, que as pessoas sentem nos ambientes aos quais conhecem por suas experiências de vida. Ao fim e ao cabo, lugar é um conceito entendido em seu sentido de denotar uma qualificação que se atribui a um espaço através da percepção de suas potencialidades, objetivas e subjetivas (físicas e psicológicas) para realização de experiências existenciais (CASTELLO, 2007, p. 116).

Ele ainda complementa: "em termos gerais pode-se dizer que lugar, na teoria arquitetônico-urbanística, é uma criação morfológica ambiental, imbuída de significado simbólico para seus usuários" (Obra citada.) A cidade reconhecida como um lugar afetivo é um lugar urbano, e o "lugar urbano é sempre a possibilidade inequívoca do encontro, do contato e das trocas". Essa "vida entre edifícios", defendida por Gehl (2015) e por Jacobs (2011), proporciona as trocas entre as pessoas e dá sentido ao lugar público, à vivacidade da cidade. Para Forgiarini (2017, 116), "onde quer que se dê o encontro de pessoas haverá a mediação de uma espacialidade que se materializa através da arquitetura".

Parte da construção do *lugar* está na presença das pessoas e nas relações interpessoais estabelecidas entre elas e entre elas e o lugar, pois, como diz Castello (2017, p. 25): "um lugar *construído socialmente*: é um lugar coletivo e ele é percebido coletivamente". E complementa:

Lugar, entenda-se bem, é a concretização materializada das interações humanas no espaço. Uma exigência fundamental para quem pretende adentrar nos estudos de lugar é reconhecer que existe sim uma diferença decisiva entre espaço e lugar (CASTELLO, 2017, p. 18).

As cidades refletem o homem e se modificam com ele, mesmo que, na essência suas atividades e usos, permaneçam o mercado, a escola, a igreja, o espaço público, esse último variando com o clima, a geografia, a cultura e com a subjetivação de cada cultura. A experiência de lugar atribuída ao espaço público está sujeita a múltiplas variáveis.

A sociabilidade é um importante fator, o lugar é construído por afeto, mas não só por ele. O lugar constrói-se por referenciais como a própria arquitetura, as estátuas, as esculturas, os murais, as pinturas. Ele é construído por uma identificação, por algo que dê significado ou que seja uma referência no grande espaço – algo que faça parte da construção do mapa mental daquele lugar (TUAN, 1930, p. 199).

Em 'Walkscape', o autor Francesco Careri (2016) defende, ao longo de todo seu livro, de maneira convincente, que a prática do caminhar é que tem produzido, ao longo dos séculos, a arquitetura e paisagem. Essa é uma prática – de poetas, filósofos, artistas e pessoas capazes de fazer brotar do imprevisível ou do invisível, a arte – que hoje parece ser esquecida por muitos arquitetos e suas cidades modernas. Careri (2016, p. 28) diz que “o caminhar é uma arte que traz em seu seio o menir, a escultura, a arquitetura e a paisagem. A partir dessa simples ação foram desenvolvidas as mais importantes relações que o homem travou com o território”. Pode-se dizer que, a partir dela, o homem percebeu e definiu seu espaço.

Nesse espaço de encontro, o caminhar revela-se útil à arquitetura como instrumento cognitivo e projetual, como meio para se reconhecer dentro do caos das periferias uma geografia e como meio através do qual inventar novas modalidades de intervenção nos espaços público metropolitanos, para pesquisa-los, para torna-los visíveis. (CARERI, 2013, p.32)

O caminhar na cidade permite, segundo Gehl (2015, p.77), “tempo para vivenciar aquilo que as áreas ao nível da rua têm a oferecer, e saborear a riqueza de *detalhes e informações*”. Tendo informações da localidade onde se caminha, pode-se reconhecer o lugar em que se está e, nesse sentido, “as caminhadas se tornam mais interessantes e significativas, o tempo passa rapidamente e as distâncias parecem mais curtas” (GEHL, 2015, p.77).

O flâneur está presente, mesmo que de maneira oculta, no discurso dos autores até agora discutidos. São autores que defendem o caminhar como um processo de fazer e reconhecer a cidade e torná-la lugar.

O espaço público, elemento constituinte do espaço urbano, representa a cultura, a economia e os valores de determinado lugar. Ele é parte integrante da paisagem, imagem e reconhecimento de determinado local por parte de sua comunidade e por parte daquele que visita e ‘lê’ aquele espaço urbano e lê nele a

cultura e os hábitos locais. O espaço público, assim como a paisagem construída<sup>27</sup> de uma cidade, constitui parte do imaginário da cidade.

Ainda na lógica de reconhecimento urbano, Souza (2008, p.121) discute o urbanismo de representação e coloca que “é fundamental que se mantenha o sistema de referenciais, porque o homem sempre precisou dele para identificar-se com o meio, com os espaços, com a cidade. Trata-se da relação entre o lugar e o cidadão (...)”. Assim, reconhecendo os lugares por onde passa, vão-se criando referências e afetos (SOUZA, 1997, p.121).

O imaginário de uma cidade se constrói em parte pelos seus espaços públicos e seus lugares. Abrir os olhos para esses pontos influencia a percepção que se tem da região onde se está inserido, bem como a formação do imaginário daquele lugar. O olhar, conforme Pesavento (1992/1993) “qualifica o mundo, transformando o acontecimento em fato e o espaço em lugar” (apud SOUZA, 1997, p. 109). Aquele que lê o mapa em que caminha, que observa os lugares que foram marcados, reconhece uma parte da cidade.

Os “núcleos de valor”, como define Tuan (1930, p.28), são lugares e objetos que definem o espaço, dando-lhe uma personalidade, diferentemente do espaço, que é algo definido geometricamente. Quando se chega a um novo bairro, por exemplo, para enxergá-lo como “lugar”, é necessário identificar os locais significantes, como esquinas e referenciais arquitetônicos dentro daquele espaço. É reconhecer os objetos que atraem ou repelem o indivíduo em graus variados: “preocupar-se com eles (os objetos do lugar) mesmo momentaneamente é reconhecer a sua realidade e valor” (TUAN, 1930, p. 28).

## 2.2 CIBERFLÂNEUR

O crescimento dos centros urbanos trouxe grandes mudanças na dinâmica da cidade, tanto nos aspectos econômicos como nos socioculturais. São mudanças que se manifestaram nos espaços públicos dos centros urbanos e no dinamismo neles presente. O flâneur do século XIX, que no seu caminhar fazia poesia, tinha tempo para isso, mesmo assim era chamado de ‘vagante’ ou até mesmo ‘vagabundo’. Nos dias de hoje, é cada vez mais difícil ter a condição de ser um flâneur; o mundo cada vez mais conduzido pelo capital reduz o espaço daquele que deseja fazer algo de “improdutivo”

---

<sup>27</sup> Por paisagem construída entende-se a paisagem criada e construída pelo homem.

ou que não acrescenta valor econômico. Afinal, um dos jargões do século XX e XXI é “tempo é dinheiro”.

Reconhecendo que as pessoas no mundo onde “tempo é dinheiro” têm cada vez menos tempo de devanear e divagar no seu dia a dia, o “ser flâneur” é um pouco adaptado à realidade presente. O flânar, agora, pode ser encontrado em pequenos momentos do cotidiano, como tomar um café na rua e observar a multidão, caminhar entre o local onde mora e o supermercado, ou levar o cachorro para passear. Nesses momentos entre um compromisso e outro, podem-se criar “janelas” e espaços para se permitir observar a cidade, as multidões e apreciar os espaços públicos. Assim, mesmo que breve, tem-se uma oportunidade de viver e conhecer a cidade e as pessoas.

Tendo apresentado o *flâneur* e sua experiência na cidade e no espaço público, compreendendo a sua figura como o caminhante ou 'divagador' da metrópole e entendendo a experiência atribuída a ele e a cidade, continua-se este estudo à luz dessa perspectiva com o '*navegador*'. Aquele que navega por lugares inexplorados, agora estará vinculado ao conceito do 'Ciberflâneur'. No contexto do ciberespaço e da cibercultura, a prática de se perder entre os infinitos 'acessos' (agora acessos aos *hipertextos*<sup>28</sup>) também acontece. Sobre esse novo território, o filósofo e sociólogo Pierre Levy aponta:

Assim que penetramos no universo da Web, descobrimos que ele constitui não apenas um imenso 'território' em expansão acelerada, mas que também oferece inúmeros 'mapas', filtros, seleções para ajudar o navegante a orientar-se. O melhor guia para a Web é a própria Web. ***Ainda que seja preciso ter a paciência de explorá-la. Ainda que seja preciso arriscar-se a ficar perdido, aceitar a 'perda de tempo' para familiarizar-se com esta terra estranha. Talvez seja preciso ceder um instante a seu aspecto lúdico para descobrir, no desvio de um link ou de um motor de pesquisa, os sites que mais se aproximam de nossos interesses profissionais ou de nossas paixões e que poderão, portanto, alimentar da melhor maneira possível nossa jornada pessoal.***<sup>29</sup> (LEVY, 1999, p. 85)

O grifo no texto anterior foi feito pela pesquisadora, pois é interessante observar a relação, mesmo que não seja feita por Lévy, sobre a experiência do flâneur e a experiência daquele que acessa a internet. A experiência do se 'perder' é a forma, para aprender a orientar-se dentro do próprio território que se explora, sendo a

---

<sup>28</sup> Nas palavras de Lemos: “hipertexto é um sinônimo de rede ou de espaço labiríntico cuja movimentação se dá na passagem por links que se ligam de forma planetária. A rede hipertextual instaura-se assim como um modelo de conexão generalizada e é esta estrutura que potencializa o ato da ciber-flânerie”. (LEMOS, 2001, p 8)

<sup>29</sup> Grifo feito pela pesquisadora.

maneira, conforme o autor, de “familiarizar-se” com a terra estranha. Deve-se, segundo Lévy, ceder-se ao lúdico para descobrir os inúmeros mapas da web. Apontando o navegar despreocupado e a apropriação do espaço através do caminhar/ navegar na internet, André Lemos (2001) relaciona o flâneur e o *ciberflâneur* do seguinte modo:

A ciberflânerie é flânerie por espaços relacionais criados por estruturas de informação eletrônica (sites, home-pages, portais, documentos) sob a forma de interatividade digital com interfaces gráficas e informações binárias (textos, sons, imagens fixas e animadas). Como a flânerie urbana, ela é uma atividade que se caracteriza pelo andar (clique) ocioso, gratuito e errante daquele que se abandona às impressões do espaço e extrai deste material e inspiração para a sua escrita (LEMOS, 2001, P.3-4).

Ciente dos devaneios que o *ciberflâneur* se permite, sabe-se que ele está à mercê da sedução da mercadoria, das ‘fachadas coloridas’ presentes nos anúncios e sites do ciberespaço. Nesse novo espaço, o ciberespaço, é onde ele está imerso em conteúdos, ideias, notícias, propagandas, entre outras fontes de informação que influenciam a experiência vivida, a formação de opinião, a observação e o passeio no ciberespaço como um todo.

No contexto atual, pode-se observar a tecnologia cada vez mais presente, e a possibilidade de se perder no ‘mar’ de *bytes* que é cada vez mais acessível. Sobre o navegar na internet, existem os internautas despreocupados, assim como há internautas atentos e objetivos na sua relação de pesquisa ou passeio *online*; às vezes são os mesmos em circunstâncias diferentes que se tornam *ciberflâneurs*. Conceitualmente, para ser *ciberflâneur*, o usuário teria que estar disposto e estabelecer uma relação em que ele se permita ‘perder-se’ ao navegar pela internet – o que acontece frequente e despercebidamente entre muitos usuários em situações diversas: em sites de compras, rede sociais, navegando entre notícias etc.

Segundo Lévy (1999), o navegar pela internet pode estar relacionado a duas formas ou atitudes de navegação:

Podemos definir duas grandes atitudes de navegação opostas, cada navegação real ilustrando geralmente uma mistura das duas. A primeira é a ‘caçada’. Procuramos uma informação precisa, que desejamos obter o mais rapidamente possível. A segunda é a ‘pilhagem’. Vagamente interessados por um assunto, mas prontos a nos desviar a qualquer instante de acordo com o clima do momento, não sabendo exatamente o que procuramos, mas acabando sempre por encontrar alguma coisa, derivamos de site em site, de link em link, recolhendo aqui e ali coisas de nosso interesse (LÉVY, 1999, p. 85).

A ideia do caminhar como forma de apropriação do espaço, como forma de ler e entender o espaço por onde se caminha, como forma de reconhecimento daquele lugar, depositando atenção e afeto, reconhecendo o espaço e lendo/criando o mapa daquele lugar, está presente também no usuário da internet, naquele que navega pela internet. Segundo Lemos, dessa forma também se reconhece e se domina determinado espaço/lugar digital, pois, para ele, “a ciberflânerie traduz-se em uma apropriação do ciberespaço” (LEMOS, 2001, p.3), assim como o *flâneur* constitui-se em apropriação do espaço. Em uma definição bem clara sobre a apropriação, Lemos (2001, p.8) escreve:

O flâneur, como o *ciberflâneur* navegador de hipertextos eletrônicos, é esse personagem para quem o andar não é necessariamente intencional ou objetivo. A flânerie no ciberespaço e nas cidades nos permite uma experiência em um espaço relacional construindo uma forma de escrever percursos além dos "textos" construídos por suas macroestruturas. O andar do flâneur é assim ato de tomar posse, de marcar simbolicamente o "meu" espaço. Trata-se mesmo de apropriações silenciosas, minúsculas e banais do cotidiano, de práticas de subversão intersticial, de possibilidades de se locomover escrevendo pequenas histórias – forma de apropriação que De Certeau chamou de invenção do cotidiano. Podemos dizer o mesmo da *ciberflânerie*. A partir de seus cliques nervosos e aleatórios, este *ciberflâneur* imprime traços, deixa marcas. Longe de uma simples "consumação" passiva dos espaços (urbano ou ciber) estaríamos diante de processos dentro de uma lógica da sedução, do desvio, da apropriação, típicos da cibercultura contemporânea.

“[...] entre a flânerie urbana e aquela por hipertextos eletrônicos o que as une é uma relação com o espaço – artefatos no espaço, corpos no espaço, textos no espaço” (LEMOS, 2001, p.3). Na construção do conceito de ciberflâneur, André Lemos (2001) entende o *flâneur* como 'fazedor' de mapas, já que adquire o conhecimento dos novos caminhos que faz e cria seus mapas. Nesse sentido, ele sustenta que

[...] flunar numa cidade ou navegar pelos hipertextos evoca um mesmo processo: “leitura (relação corpo – texto) e mapeamentos (relação corpo – espaço), fundindo as figuras do leitor (que segue o mapa) e do escritor (que faz o mapa), do conformista que segue e do aventureiro que faz (LEMOS, 2001,P.2).

### 2.2.1 Ciberespaço

A palavra 'ciberespaço'<sup>30</sup> foi criada por William Gibson em seu romance de ficção científica 'Neuromancer', escrito em 1984. Nesse livro, o ciberespaço é o lugar onde as pessoas se relacionam virtualmente. A partir desse livro, o termo 'ciberespaço' foi incorporado pelas áreas que trabalham com tecnologia.

A palavra *espaço* é, segundo Castells (2000), uma expressão da sociedade, e como a sociedade passa por mudanças, a ideia de espaço está sujeita a novas formas de entendimento (CASTELLS, 2000, p.435). Desde a difusão do termo criado por Gibson, *ciberespaço* tem sido definido de inúmeras formas e em diferentes literaturas, adaptando-se à sociedade contemporânea, que está cada vez mais embebida pelas TIC (DOGNEN; KITCHIN, 2001, p.1-13).

Uma definição categórica sobre o que é ciberespaço é colocada por Lévy (1999, p.92): "o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores". É um grande território construído coletivamente, e sua construção, como o universo, está em constante expansão.

A psicóloga Sherry Turkle, que escreve sobre identidade na era da internet, aponta que:

o uso do termo "ciberespaço" para descrever os mundos virtuais cresceu a partir da ficção científica, mas, para muitos de nós, o ciberespaço agora faz parte das rotinas da vida cotidiana, quando lemos nosso correio eletrônico ou postamos coisas diariamente. Quando lemos o nosso e-mail ou enviamos, ou quando fazemos uma reserva de passagem aérea por meio de uma rede de computadores, estamos no ciberespaço. No ciberespaço, podemos conversar, trocar ideias e assumir personagens de nossa própria criação. Temos a oportunidade de construir novos tipos de comunidades, comunidades virtuais, nas quais participamos com pessoas de todo o mundo, pessoas com as quais conversamos diariamente, pessoas com as quais podemos ter um relacionamento bastante íntimo, mas com as quais podemos nunca nos encontrar fisicamente<sup>31</sup>.

---

<sup>30</sup> A fonte original do termo: "o ciberespaço refere-se a um espaço digital navegável de computadores em rede, acessíveis a partir de consoles de computadores; um *datascape* cartesiano visual, colorido, eletrônico, conhecido como *Matrix*, no qual empresas e indivíduos interagem e negociam informações" traduzido de: "The term *cyberpace* literally means 'navigable space' and is derived from the Greek word *kyber* (to navigate). In William Gibson's 1984 novel *Neuromancer*, the original source of the term, *cyberspace* refers to a navigable, digital space of networked computers accessible from computer consoles; a visual, colourful, electronic, Cartesian *datascape* known as 'The Matrix' where companies and individuals interact with, and trade in, information" (DOGNEN; KITCHIN, 2001, p.1).

"The use of the term 'cyberspace' to describe virtual worlds grew out of science fiction, but for many of us, cyberspace is now part of the routines of everyday life. When we read our electronic mail or send postings of everyday life. When we read our electronic mail or send postings to an electronic bulletin board or make an airline reservation over a computer network, we are in ciberespaço. In ciberespaço, we can talk, exchange ideas, and assume personae of our own creation. We have the opportunity to build new kinds of communities, virtual communities, in which we participate with people from all over the world, people with whom we converse daily, people with whom we may have fairly intimate relationship but whom we may never physically meet" (TURKLE, S., 1997. p.9).

A construção do ciberespaço é coletiva, visto que ele se alimenta de informações preenchidas pelos próprios usuários da rede. A relação democrática existente no ciberespaço acontece porque todos podem ser ativos; ou seja, constroem seus lugares, podem criar páginas, criticar publicamente notícias, ter debates e discussões. Pierre Levy, em uma entrevista para o programa de televisão Roda Viva, diz que a cibercultura colabora na sustentação da democracia, pela maneira com que se dá o processo de comunicação existente, aberto e de grande participação (LEVY, 2001). Levy exemplifica que a cidadania e a democracia na Grécia Antiga e na Roma Antiga só foram possíveis graças à alfabetização e às transformações políticas que as seguiram, como a imprensa e a opinião pública, pois sem opinião pública não há democracia. O autor ainda afirma que:

Quando há muitas comunicações transversais numa sociedade, quando a informação circula facilmente, e sabemos o que ocorre fora, a mente não pode ser mais controlada por uma ditadura totalitária. Por esse motivo é que, hoje, todos os regimes ditatoriais do planeta tentam, desesperadamente, controlar a internet, pois é uma ameaça para eles. E acho que eles estão certos, pois, quando as pessoas podem se comunicar facilmente, independente de estruturas hierárquicas e autoritárias, podem mostrar ao mundo o que acontece em seu país, sabem o que acontece fora; os regimes ditatoriais não podem resistir muito tempo. Esse é um dos motivos pelos quais sou um grande entusiasta dessas técnicas de comunicação. Não pela proeza técnica em si, mas porque há uma relação profunda entre o progresso das formas de comunicação e o progresso da democracia, o progresso da emancipação do ser humano (LEVY, 2001, 13:40).

Para se ser 'visto' no ciberespaço e obter reconhecimento por aquilo que se escreve e se posta, não é mais necessário passar por uma triagem ou por contatos pessoais dentro da imprensa. É muito difícil a censura da imprensa ou televisão para a manifestação pública particular de cada indivíduo. Aquele que faz uma música e decide disponibilizá-la não precisa mais passar pela loja de discos; aquele que faz um vídeo ou tirou uma foto pode colocá-la na internet. O universo disponível da internet aumenta exponencialmente a cada dia, e qualquer um pode ser criador de mensagens. "A rede (ciberespaço) é um espaço livre de comunicação interativa e comunitário, um instrumento mundial de inteligência coletiva" (LEVY, 1999, p. 201). Esse espaço só existe porque conta com a participação e legitimação de seus usuários.



O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. (LEVY, 1999, p. 17)

O ciberespaço é o suporte e a principal condição para o desenvolvimento da inteligência coletiva. Não que o crescimento do ciberespaço determine o crescimento da inteligência coletiva, mas fornece ambiente mais propício para o seu desenvolvimento (Obra citada, p. 29).

As novas formas de lazer, de trocas, de comércio e de contatos sociais surgem com o novo ciberflâneur, que tem o mundo virtual a sua disposição, no conforto de sua residência ou em qualquer outro lugar que tenha acesso à internet e, como no enfoque desta dissertação, aos jogos eletrônicos. Num clique, pode-se atravessar o mundo e conectar-se com quem se deseja, pode-se frequentar comércios em qualquer parte do mundo e passear pelos lugares mais remotos pelos mapas do Google *Street View*<sup>32</sup>.

O território é definido por seus limites e seu centro. É organizado por sistemas de proximidade física ou geográfica. Em contrapartida, cada ponto do ciberespaço é, em princípio, co-presente a qualquer outro, e os deslocamentos podem ser feitos à velocidade da luz. Mas a diferença entre os dois espaços não se deve apenas a propriedades físicas e topológicas. São também qualidades de processos sociais que se opõe. (LEVY, 1999, p. 194-195)

O autor discute que as relações sociais que se estabelecem no espaço físico real respeitam hierarquias dentro do entendimento do território e das organizações a que elas respondem. Por sua vez, as práticas dos usuários do ciberespaço ou “cibernautas” são fluidas e privilegiam modos transversais de relação.

## 2.2.2 Inteligência coletiva e Cibercultura.

*Ninguém sabe tudo, todos sabem alguma coisa, todo o saber está na humanidade.* (LÉVY, 2007 p.29)

*Inteligência coletiva*, termo cunhado por Pierre Lévy (2007 p. 28), “é uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências”. O mesmo autor ainda enfatiza que a base fundamental e indispensável para a Inteligência coletiva, assim como é o seu objetivo, “são o reconhecimento e o enriquecimento

---

<sup>32</sup> *Street View* é um recurso do *Google Maps* e do *Google Earth* que disponibiliza vistas panorâmicas de 360° na horizontal e 290° na vertical e permite que os usuários (utilizadores) vejam partes de algumas regiões do mundo ao nível do chão/solo. (Fonte: Wikipédia)

mútuos das pessoas, e não o culto de comunidade fetichizadas ou hipostasiadas” (LÉVY, 2007 p.29).

Em palestra sobre Inteligência coletiva, Lévy (2014) expõe a ideia de que esse conceito não é alguma coisa que precisa ser criada; já existe, e ainda: que já existe entre os animais. Os animais comunicam-se para mandar mensagens uns aos outros e, assim, resolver problemas ou avisar uns aos outros sobre algum sinal de perigo. Isso é a inteligência coletiva na natureza. Nós, seres humanos, também temos, mas com vantagens: temos a linguagem, temos tecnologia, instituições políticas, religiosas, interações econômicas. Tudo isso torna nossa inteligência coletiva mais complexa como espécie. Nós somos os mesmos de milhares de anos, em termos evolutivos, mas nossa capacidade intelectual de ler e entender símbolos nos fez diferentes. Para ele, o ciberespaço aumenta as nossas capacidades de inteligência coletiva.

“A inteligência coletiva só tem início com a cultura e cresce com ela. Pensamos, é claro, com ideias, línguas, tecnologias cognitivas recebidas de uma comunidade” (LÉVY, 2007. p.31). É importante destacar que “a inteligência coletiva, (...) é uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada e mobilizada em tempo real” (Obra citada, p.30).

Já a cibercultura, surge em função do ciberespaço e se caracteriza pelo “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 1999. p. 17). A cibercultura está ligada à comunicação e à informação em várias formas, como redes sociais, sites de pesquisa, compras etc. Ela cria uma grande sociedade – a sociedade da comunicação –, em que todos se comunicam, e o território é o planeta inteiro.

A ideia de cibercultura está relacionada aos valores, à sociologia ou à sociedade em funcionamento, à tecnologia e aos aparatos que se podem usar para se comunicar, adicionar informações e estabelecer novas formas de relações humanas e sociais. Para Lemos, a cibercultura é a cultura contemporânea, pois estamos imersos nela hoje (LEMOS, 0:0:27. 2015). Ele ainda diz que “praticamente todos os processos sociais no trabalho, no lazer e na educação são mediados por esses dispositivos eletrônicos digitais” (LEMOS, 0:0:38. 2015).

A internet, conforme Levy (2001), é o lugar da diversidade, pois reúne na cidade digital: diferentes comércios e produtos, uma quantidade quase infinita de pessoas que se pode conhecer, diferentes formas de socialização e comunicação e uma diversidade de textos e literaturas que se pode acessar. Para ele, “a internet, de

certa forma, é a cidade mundial, não é só uma metrópole, como São Paulo, Nova York ou Paris. Mas, de certa forma, é a metrópole virtual que reúne todas as demais com o acesso a uma diversidade ainda maior” (LEVY, 2001).

A evolução das ciências naturais ocorreu depois da invenção da impressão, diz Lévy (2014), e somente com a coordenação do conhecimento científico e a sua divulgação é que se pôde fazê-lo evoluir. Isso acontece através de sua difusão, o que faz com que os pesquisadores possam acumular esses conhecimentos junto com dados e, assim, gerar mais conhecimento (LÉVY, 2014). O autor (2001, 0:33:00) ainda afirma que:

Existe hoje, um sistema de imprensa totalmente livre que se está criando. Um sistema de música extremamente livre e variado que está se criando. Portanto, hoje, a internet possui uma diversidade ainda maior. E acho que a ideia de que a interconexão e a comunicação universal levam à uniformidade não é apenas contrária à experiência histórica, mas é, sobretudo, contrária à experiência pessoal, à experiência de vida que podemos ter. Hoje, em nossa própria vida, temos realmente acesso a uma diversidade maior que a de nossos antepassados. E é o sentido geral da evolução humana.

Sobre a possível alegação de que nem todos fazem parte do mundo digital por não terem recursos, Lemos (2015) afirma que, no Brasil, hoje todos possuem celular. Segundo reportagem da Revista Época Negócios (2017),

Os dados mais recentes da Pnad Contínua, divulgados nesta sexta-feira (24/11/2017) pelo IBGE, mostram que o acesso à tecnologia móvel avança mais rápido do que a universalização do saneamento básico. Em 2016, enquanto 92,3% ou 63,8 milhões dos lares brasileiros tinham pelo menos um morador com telefone celular, apenas 66% ou 45,6 milhões de famílias tinham sua rede geral ou fossa ligada à rede, ou seja, contavam com tratamento de esgoto.

Essa relação de milhões de usuários, tendo acesso ao ciberespaço e fazendo parte da cibercultura, cria relações entre as pessoas, a cidade e o trabalho – novas formas de relacionamento em geral. Uma grande crítica atual é sobre a sociabilidade humana; tal crítica aparece num discurso de que o indivíduo se isola e se faz mais imerso na cibercultura do que na realidade presente. A possibilidade de se ‘retirar’ dos lugares já estava presente desde antes dos celulares (FIG. 3), podendo ser por meio de *Walkman*, livros, jornais etc. A forma como se dá hoje a comunicação, através da tecnologia do celular, leva Sherry Turkle (2012) a dizer que as pessoas “estão

sozinhas juntas”<sup>33</sup>, por esses aparelhos permitirem uma desconexão parcial do contexto em que o indivíduo está inserido. Ela ainda afirma que “as pessoas querem estar umas com as outras, mas também em outros lugares (...)” e continua: “as pessoas querem personalizar as suas vidas” (TURKLE, 2012).



Fig. 3 – As mudanças dos últimos 100 anos.

---

<sup>33</sup> 'Being alone together'

### 2.2.3 Sociabilidade e conexão

Na Paris medieval, anterior à reforma, via-se, segundo Baudelaire, mais rostos conhecidos do que nos novos *Boulevares* que haviam sido abertos. Hoje, nas pequenas cidades, ir ao supermercado pode se assemelhar à experiência da antiga Paris no que tange aos rostos conhecidos, à familiaridade das pessoas da rua. É ter a chance de encontrar alguém conhecido no caminho, é ir à feira, e o feirante possivelmente acenar com intimidade para o antigo freguês. Já nas grandes cidades, o homem contemporâneo, assim como o *flâneur* de Baudelaire, vê-se como um anônimo no meio da multidão, principalmente aqueles que já nasceram nas grandes cidades, e nunca tiveram a chance de ser ‘alguém’ conhecido na rua. É mais difícil cumprimentar todas as pessoas que cruzam o caminho nas ruas da cidade grande, já que nem todas as pessoas são conhecidas – ou nenhuma é.

A escolha de ignorar o entorno urbano para se conseguir chegar aonde se pretende, faz-se necessário, pois já não se consegue atender a todas as pessoas na rua, como artistas de rua, comerciantes, outdoors, pedintes etc. Dar atenção a tudo e a todos tornaria impossível o deslocamento nos centros urbanos.

A atitude *blasé* descrita por Simmel (1950) é a atitude de ignorar parte da cidade ao seu redor, ou seja, é uma postura que permite aos cidadãos controlar e gerenciar a atenção que se dá as pessoas e ao movimento e parte do contexto em que se está inserido. É tornar-se ‘frio’ àquilo que poderia vir a afetar o cidadão, atitude desenvolvida não por desejo, mas por ter aprendido a viver (ou sobreviver) dessa forma. Escolhe-se ignorar e caminhar ‘indiferente’ a tantas informações e pessoas.

Para o autor, o metropolitano desenvolveu um instrumento, uma forma capaz de ignorar as tantas informações presentes: “o tipo homem metropolitano – o qual, é claro, existe em milhares de maneiras particulares – desenvolve um instrumento que o protege contra a ameaça e as discrepâncias que ocorrem no ambiente externo (...)”<sup>34</sup> (SIMMEL, 1950, p. 410).

Essa atitude *blasé* é, para o autor, algo incondicionalmente reservado às grandes cidades (SIMMEL, 1950, p. 413), as quais vivem mudanças rápidas e constantes, que possuem grandes estímulos e contrastes marcantes, características das grandes metrópoles. Ignorar este contexto urbano é uma saída para a sobrevivência mental, “ele (o homem) reage com a cabeça em vez de com o

---

<sup>34</sup> “The metropolitan type of man –which of course, exists in a thousand individual variants – develops na organ protecting him against the threatening currents and discrepancies of his external environment which would uproot him.” (SIMMEL, 1950, p. 410)

coração”<sup>35</sup> (SIMMEL, 1950, p. 410). Essa frieza é um filtro que do qual o cidadão se utiliza dentro do centro urbano. Benjamin, na mesma linha observa:

Viver apertado na multidão e na desordem variegada do tráfego da cidade grande seria... insuportável sem...distanciamento psicológico. Mover-se com um imenso número de homens tão perto do corpo, como na atual civilização urbana, faria os homens desesperarem completamente, se cada objetivação das relações não implicasse um limite interno e uma reserva. A influência do dinheiro nas relações, ostensiva ou sob mil disfarces, ativa entre os homens um... distanciamento funcional, que vem a ser uma proteção interna...contra a proximidade excessiva (BENJAMIN, 1989, p.226).

Já para autores como Silva e Frith (2012, p.27) esse filtro é uma forma de selecionar a cidade ao redor: “é um tipo de interface mental – que ajuda os indivíduos a gerenciar suas interações com o meio ambiente urbano”<sup>36</sup>. São interfaces mentais que selecionam aquilo que interessa ao indivíduo. Para esses autores, entende-se interface como “alguma coisa que está entre duas partes ou sistemas e os ajudam a se comunicar ou interagir um com outro. *Interface* é algo que faz a conexão entre duas partes, mas também se torna parte do sistema influenciando como eles interagem entre si”<sup>37</sup> (SILVA, FRITH; 2012 p. 1-2). Dessa forma, a interface mental seleciona o que quer se ‘ver’ na cidade, dessa maneira influencia a postura que o indivíduo tem na cidade que escolhe enxergar.

As interfaces são como os filtros; filtram informações e remodelam formas de comunicações, tanto a mensagem enviada quanto a recebida, assim como remodelam o espaço onde a interação acontece. As “interfaces definem nossas percepções sobre o espaço que habitamos, bem como o tipo de interação com outras pessoas com quem podemos conectar”<sup>38</sup> (SILVA, 2006, p. 261).

Dessa maneira, com cada novo tipo de interface de comunicação, há, em parte, uma nova comunicação. Se antes só havia pena e papel, a comunicação por correspondência limitava-se a esses recursos. No entanto, com o correio eletrônico, por exemplo, é possível enviar a mesma mensagem escrita agora com imagens, diversas cores e fontes, músicas etc. A comunicação entre duas pessoas muda, à medida que a interface disponível também se altera.

---

<sup>35</sup> “He reacts with his head instead of his heart.” (SIMMEL, 1950, p. 410)

<sup>36</sup> “It is a type of mental interface – that helped individuals manage their interactions with the urban environment” (SILVA, FRITH; 2012, P. 27).

<sup>37</sup> “Something that is between two other parts or systems and helps them communicate or Interact with each other. Interface is something that makes a connection between two parts. But it also becomes part of that system, influencing how they Interact with each other” (SILVA, FRITH; 2012 p. 1-2).

<sup>38</sup> “Interfaces define our perceptions of the space we inhabit, as well as the type of interaction with other people with whom we might connect. Interfaces are defined as communication mediators, representing information between two parts, making them meaningful to one another” (Silva, 2006, p.261).

## 2.2.4 Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC)

Existem maneiras socialmente aceitas de ‘recortar’ a interação que temos com o espaço público, através de inúmeras formas de interfaces consegue-se ‘imersão’ em outra ‘realidade’, limitando ou criando uma ‘barreira’ contra a socialização não desejada. Livros, revistas e Walkman são tecnologias portáteis, genuinamente feitas para uso individual, que podem ser utilizadas em espaços públicos e que são presentes e utilizados há várias décadas, alguns há séculos. As pessoas se utilizam dessas tecnologias, que alteram a percepção das pessoas sobre os espaços públicos, influenciando como as pessoas utilizam espaços públicos.

A interface trabalha como tradutor, mediador entre duas partes. Levy (2004, p.35) exemplifica contando que os livros, no séc. XV, mudaram a forma como o conhecimento foi transmitido, recebido e organizado, pois se tornaram móveis. Na idade média, os livros eram acorrentados nas bibliotecas. “Graças a uma modificação na dobradura, o livro torna-se portátil e difunde-se maciçamente” (LEVY, 2004, p.35). O autor ainda classifica os livros como interfaces e afirma que “foi assim que o livro tornou-se fácil de manejar, cotidiano, móvel e disponível para a apropriação pessoal”(LEVY, 2004, p.35). Vale ressaltar que o livro agora sai das bibliotecas e, devido a sua mobilidade, pode estar presente nos espaços públicos.



Fig. 4 – Livros, uma interface.

Na pintura acima (Fig. 4), do século XIX, pode-se observar uma mulher que lê um livro na praia. Ela escolhe se entreter com o livro em vez de brincar com a menina ou com cachorro presentes na pintura. Ela está no mesmo espaço que a menina, debaixo do mesmo sol, também com os pés na areia, sentindo a mesma brisa do mar. Ambas participam do mesmo ambiente, mas apenas a mulher vivencia a história que

está lendo; através dessa interface, vivencia a experiência de estar na praia de maneira diferente.

O livro, o Walkman, o Ipod, a máquina fotográfica também são interfaces. Entendendo “interface como produtoras de mensagem, modos de representar e organizar conhecimento, informação e espaço, então tecnologias mais antigas também são interfaces porque o seu propósito é representar as palavras do autor para os leitores ou traduzir o mundo exterior em um sistema de imagens”<sup>39</sup> (SILVA, FRITH; 2012 p. 3). Quem constrói a interface, o aparato, é o homem, e a leitura de como a interface deve funcionar, comunicar-se e ser lida é determinada pela tecnologia. Nessa construção, parte do autor está intrínseca no objeto construído.

Como aponta Levy (2004, p.35-37), as tecnologias não só medeiam a interação entre o homem e o computador e entre o computador e o homem, mas elas também moldam as interações e criam significados. Cada tecnologia adicional – como teclado, mouse, tela – é uma ferramenta a mais na elaboração da comunicação entre homem e máquina.

A forma digital influencia fundamentalmente o armazenamento e a recepção da informação e tem, portanto, reflexos na comunicação. Cada ferramenta é uma camada no envio e na recepção da mensagem, criando intermédios da comunicação que podem levar algumas vezes a incompreensões, interferências, adaptações no diálogo. Esse ‘diálogo’ construído entre homem e máquina resulta na mensagem final que tem um interlocutor nos dois lados. Essa mensagem, ou produto final, recebe influência de ambas as partes. O que não se deve deixar de reforçar é que as interfaces, assim como o ser humano, não passam suas mensagens de forma neutra, pois foram, afinal, criadas pelo homem. “Elas ativamente influenciam a comunicação e os relacionamentos (neste caso entre computadores e pessoas)”<sup>40</sup> (SILVA, FRITH; 2012 p. 1-2).

No livro ‘A quarta revolução industrial’, Nicholas Carr (2011), conta em um dos capítulos, a história segundo a qual o escritor Heintich Köselitz, enviou uma carta a Nietzsche, seu amigo, relatando que a escrita de Nietzsche havia mudado com a inserção da máquina de escrever. Carr (2011, p. 34) diz que o dispositivo teve um efeito sutil sobre o trabalho de Nietzsche, e Köselitz escreve que observou que a escrita

---

<sup>39</sup> “Interfaces broadly as producers of meaning, and ways of representing and organizing knowledge, information, and space, then older technologies, such as book and film cameras are also interfaces because their role is to represent the author’s words to readers or to translate the external world into moving image frames” (SILVA, FRITH; 2012 p. 3).

<sup>40</sup> “Computer interfaces are not neutral. They actively influence communication relationships (in this case, the relationship between people and a computer)” (SILVA, FRITH; 2012 p. 1-2).



de Nietzsche estava mais concisa, mais telegráfica. Em um trecho do livro, Carr mostra o diálogo:

“Talvez você venha, através desse instrumento mesmo, a adquirir um novo idioma”, escreveu Köselitz em uma carta, observando que, no seu próprio trabalho, “os meus ‘pensamentos’ em música e na linguagem muitas vezes dependem da qualidade da caneta e do papel”. “Você tem razão”, respondeu Nietzsche. “Nosso equipamento participa na formação dos nossos pensamentos”. (J. C. NYÍRI, 2011, p.34-35 apud CARR)

Com a nova ferramenta vieram mudanças, Nietzsche então mudou sua escrita em decorrência da mudança de ferramenta, a qual não era mais o lápis, que podia ser riscado e apagado. A máquina de escrever exige atenção do escritor, pois sua tinta é permanente; a atenção e o pensar/repensar devido à natureza permanente dessa máquina poderia vir a influenciar os autores e suas escrituras.

O Fonógrafo, aparelho inventado por Thomas Edison em 1877, foi o primeiro aparelho a reproduzir e gravar sons<sup>41</sup>. Esse aparelho não tinha como característica a mobilidade; era delicado e tinha como função o entretenimento. Quem escutasse esse aparelho provavelmente estava dentro de algum bar, restaurante ou de sua própria residência. Quase cem anos depois, em 1979, surgiu, no Japão, o *Walkman*, patenteado pela Sony. A palavra *Walkman* pode ser traduzida do inglês como ‘homem que caminha’, evidenciando sua função de tecnologia móvel. O sucesso foi expressivo, já que, “com sua chegada, costuma-se dizer que mudaram os hábitos musicais, uma vez que cada pessoa poderia carregar e ouvir seus sons preferidos e, principalmente, sem incomodar outras pessoas”<sup>42</sup>. Essa mudança alterou também os hábitos sociais. Quando alguém está com fone de ouvido enquanto caminha ou divide algum ambiente com outras pessoas, mostra-se menos acessível ao diálogo e à interação, pois se apresenta com o sentido auditivo ‘bloqueado’ para outras pessoas. O diálogo espontâneo não está em aberto nessa situação, exige um esforço da outra parte em tocar, ou acenar para assim, abrir e começar um diálogo.

A crescente onipresença das tecnologias tem impacto nas relações das pessoas com os objetos e os espaços em que estão inseridas. Conforme previa Weiser (1991), em um artigo intitulado ‘O computador para o século XXI’, “as tecnologias mais profundas são aquelas que desaparecem. Elas se entrelaçam no

---

<sup>41</sup> Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Fon%C3%B3grafo>. Acessado em: 10/10/17.

<sup>42</sup> Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Walkman>. Acessado em: 10/10/17.

tecido da vida cotidiana até serem indistinguíveis dele”<sup>43</sup>. Através das mídias locativas<sup>44</sup>, diferentes interfaces permitem ao usuário experienciar de outra maneira o mesmo lugar que outras pessoas estão dividindo com ele. A influência nas percepções do lugar que se encontra pode ser sugerida por essas diferentes interfaces. O Walkman por exemplo, com o uso de fones, é possível dar uma trilha sonora particular ao espaço que outros indivíduos estão dividindo.

Quando alguém carrega um livro, um Walkman ou um iPod, sua percepção de espaço é alterada, mas o espaço em si permanece inalterado para outras pessoas nos arredores. Uma pessoa que anda pelo bairro de Beverly Hills Cop com seu iPod pode imaginar-se em uma cena do filme. A menos que os usuários do iPod comecem a cantar em voz alta, todos os outros nas ruas são alheios a essa cena imaginária.<sup>45</sup>



Fig. 5 – Walkman, uma interface.

<sup>43</sup> “The most profound Technologies are those that disappear. They weave themselves into the fabric of everyday life until are indistinguishable from it” (WEISER, 1991. p.94).

<sup>44</sup> “As mídias locativas são dispositivos informacionais digitais cujo conteúdo da informação está diretamente ligado a uma localidade. Isso implica uma relação entre lugares e dispositivos móveis digitais até então inédita” Fonte: LEMOS, André. *Mídia Locativa e Territórios Informacionais*. Fonte: [http://culturaderede.pbworks.com/f/midia%20locativa\\_andre%20lemos.pdf](http://culturaderede.pbworks.com/f/midia%20locativa_andre%20lemos.pdf). Acessado em: 10/10/17.

<sup>45</sup> “When somebody carries a book, a Walkman, or an iPod, their perception of space is changed, but the space itself remains unchanged for other people in the surroundings. A person walking around the neighborhood of Beverly Hills Cop on his iPod might imagine himself in a scene from movie. But unless the iPod users start to sign aloud, everybody else in the streets is oblivious to that imaginary scene. (SILVA, FRITH; 2012 p. 7).

Esse tipo de situação, narrada por Silva e Frith (2012), é reconhecida pelos usuários da rede social *Facebook*. Nota-se, com a charge anterior (Fig. 5), esse reconhecimento pela grande difusão e aprovação através das ‘curtidas’, que chegam a 2,7 mil, e quase 800 compartilhamentos. Na charge, a moça pede licença para olhar a janela no dia chuvoso, pois deseja ‘dramatizar’ a sua vida como se estivesse em um clipe de música. Através de uma interface que pode ser um *Walkman*, um *Ipod*, ou um *smartphone*, ela seleciona uma música de fundo, para assim viver seu momento particular dramático. Nota-se que o rapaz que concede o lugar a observa. Ele divide o mesmo banco, o mesmo espaço que ela, mas não participa do momento dramático escolhido pela moça, pois só ela está escutando a música dramática.

As diferentes percepções do espaço podem ser ativamente escolhidas e selecionadas pelos usuários de tecnologias móveis. Essa forma de uso, não retira o usuário daquele espaço, apenas permite a ele uma outra percepção do mesmo lugar que compartilha com outras pessoas da cidade real. Podem-se usar as tecnologias móveis para se afastar das pessoas e do contexto a sua volta, mas elas também podem ser o motivo da interação, à medida que se comenta uma notícia no jornal, ou através de um aplicativo de relacionamento, podem conversar virtualmente e depois se encontram ‘realmente’. Ou pode ser através de algum jogo de interação, como o *Pokémon GO*.

Sobre o determinismo tecnológico, Castells (1996) acredita que a tecnologia não determina a sociedade, o homem é quem determina. Ele ainda defende que, sim, as tecnologias têm impacto na sociedade, e o ser humano não tem um roteiro para definir o curso da humanidade. Para o autor, as inovações tecnológicas e as aplicações sociais não resultam em algo fácil de predeterminar, mas são o resultado da complexa relação da interação homem – máquina. Para ele “o dilema do determinismo tecnológico é provavelmente um problema falso, já que a tecnologia é a sociedade e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas” (CASTELLS, 1996, p.5). Ou, como reflete Levy,

a emergência do ciberespaço acompanha, traduz e favorece uma evolução geral da civilização. Uma técnica é produzida dentro de uma cultura, e uma sociedade encontra-se condicionada por suas técnicas. E digo *condicionada*, não *determinada*. Essa diferença é fundamental (LEVY, 1999, p.25).

A mudança que se acompanha na sociedade em função dessa nova forma de comunicação, deve ser compreendida, “pois a verdadeira questão não é ser contra ou a favor, mas sim reconhecer as mudanças qualitativas na ecologia dos signos, o

ambiente inédito que resulta da extensão das novas redes de comunicação para a vida social e cultural” (LEVY, 1999,p.12). E, conforme Silva e Frith, “as diferenças de significados vão ser cada vez mais evidentes com a popularização das tecnologias moveis com localização” (SILVA, FRITH; 2012 p. 6).

Na atualidade, existem diferentes discursos acerca das TIC, sobre se são positivas ou não em suas relações com a urbe. Para Santaella (2008), o que é emergente discutir é o desaparecimento ou o esvaziamento da “experiência humana do lugar e das suas interações sociais em presença” (SANTAELLA, 2008, p.96). A autora ainda afirma que as novas tecnologias condicionam novas práticas culturais no espaço público. Autores de diversos campos abordam as TIC da maneira como tendem a percebê-las.

### **2.2.5. Uma visão negativa**

Alguns discursos condenam as TIC, por acreditarem que isolam as pessoas umas das outras (SCHAWB, 2016). Para autores como Schawb, a revolução tecnológica, e as TIC como parte integrante “estão alterando profundamente a maneira como vivemos, trabalhamos e nos relacionamos” (SCHAWB, 2016, p.11). Para Ellard (2014),

com o avanço rápido de algumas décadas, muitas coisas mudaram, mas os fundamentos permanecem os mesmos. Se queremos saber como fazer uma cidade melhor, o lugar para começar é ao nível do solo, usando observação e medição, e aplicando o que é conhecido das ciências humanas a essas medições para construir uma visão psicologicamente fundamentada da relação entre o modelo físico de uma cidade e o que acontece lá.<sup>46</sup>

Alguns autores afirmam que as tecnologias podem “afetar negativamente nossas habilidades sociais e capacidade de empatia” (SCHAWB, 2016, p.103), podem nos privar de momentos de pausa, reflexão e diálogo. Para o escritor de cultura e tecnologia, Nicholas Carr (2011), quanto mais tempo dedica-se às tecnologias, mais tempo é preciso alimentar-se das tecnologias, o que cria um ciclo de dependência: as pessoas tornam-se dependentes de hábitos como checar informações, e-mails ou mensagens privadas porque sentem necessidade de estarem conectadas. Para o autor (2011, p.17-18), ainda, o modo como o cérebro funciona já não é mais o mesmo:

---

<sup>46</sup> “Fast forward a few decades, and many things have changed, but the fundamentals remain the same. If we want to know how to make a better city, the place to start is at ground level, using observation and measurement, and applying what is known of the human sciences to those measurements to build a psychologically grounded view of the relationship between the physical design of a city and what happens there”. (ELLARD, 2014)

não se consegue dedicar mais tempo a um livro, como é possível dedicar-se ao 'navegar' na internet e ao seu 'bombardeio' de notícias. Para ele, as capacidades cognitivas se tornam mais superficiais por não se conseguir controlar a atenção despendida nos novos meios de comunicação.

Ainda em uma visão negativa, Carr (2011, p.17-19) acredita que a internet está aos poucos comprometendo a capacidade de concentração e contemplação dos lugares e das pessoas e tornando maior a dificuldade de apreciar o nosso entorno. O fato de que se consegue mais facilmente 'se deslocar' para outro 'lugar' através de um celular, faz Sherry Turkle (2012) afirmar que:

Estamos nos acostumando a uma nova maneira de ficar sozinhos juntos. As pessoas querem estar umas com as outras, mas também em outros lugares – conectadas a todos os lugares diferentes em que elas querem estar. As pessoas querem personalizar suas vidas. Elas querem entrar e sair de todos os lugares em que estão porque a coisa que mais importa para elas é o controle sobre onde colocam a sua atenção. Então você quer ir para essa reunião da diretoria, mas você só quer prestar atenção aos 'pontos' que lhe interessam. E algumas pessoas pensam que isso é uma coisa boa. Mas vocês podem acabar se escondendo uns dos outros, mesmo que estejam todos constantemente conectados uns aos outros.<sup>47</sup>

A possibilidade de se 'transferir' para outro 'lugar' por meio das mídias digitais pode afastar as pessoas umas das outras, pela simples lógica de que quem se 'afasta' não se faz 'presente', e isso se aplica às pessoas e aos lugares à nossa volta. Lugares 'reais' a que se deixa de apreciar em decorrência da conexão virtual.

As relações sociais e a sociedade vêm mudando por causa das tecnologias, como aponta Carr (2011, p.271), ao dizer que

Embora os usuários iniciais da tecnologia frequentemente sintam as mudanças nos seus padrões de atenção, cognição e memória, à medida que seu cérebro se adapta à nova mídia, as mudanças mais profundas ocorrem mais lentamente, ao longo de várias gerações, conforme a tecnologia passa a impregnar cada vez mais o trabalho, o lazer e a educação – todas as enormes práticas que definem uma sociedade e uma cultura.

---

<sup>47</sup> "We're getting used to a new way of being alone together. People want to be with each other, but also elsewhere — connected to all the different places they want to be. People want to customize their lives. They want to go in and out of all the places they are because the thing that matters most to them is control over where they put their attention. So you want to go to that board meeting, but you only want to pay attention to the bits that interest you. And some people think that's a good thing. But you can end up hiding from each other, even as we're all constantly connected to each other" (Sherry Turkle, 2012).

A disseminação e a maneira como são absorvidas as novas tecnologias e a ‘computação ubíqua’ promovem a integração cada vez maior dos computadores – e derivados – ao ambiente humano, “atingindo toda sua complexidade social (ANDRADE, 2012)”.

O Nobel de economia Herbert Simon (1971) explica e relaciona, de maneira simples e de um ponto de vista econômico, o problema que o bombardeamento de informações, da ‘vida digital’, proporciona. O autor exemplifica do seguinte modo: um mundo de muitos coelhos é pobre em alface, já que os coelhos consomem as alfaces por completo e, o contrário, um mundo cheio de alfaces significa a existência de poucos coelhos. Ao as TIC com a quantidade de informações, Simon propõe a mesma lógica, quando se tem muita informação, o que se tem pouco “é bastante óbvio: a atenção de seus usuários” (SIMON, 1971, p. 40). Quanto mais informação se tem, mais dispersa se torna essa atenção e menos profundo é o seu grau. Muitas vezes, neste caso, a única atenção que se dá é à leitura dos títulos do site de notícia e não ao seu conteúdo propriamente. O autor conclui que “a riqueza de informação cria uma pobreza de atenção” (Obra citada, p. 40)<sup>48</sup>. A abundância de informação, faz com que seu consumo seja mais ‘superficial’, assim como a sua absorção, por parte do usuário. Essa questão pode levar à seguinte reflexão apontada por Schawb (2016, p.104):

Nosso cérebro, ligado aos instrumentos digitais que nos conectam 24 horas por dia, corre o risco de se tornar uma máquina de movimento perpétuo que requer um frenesi incessante. Não é algo incomum eu conversar com líderes que dizem que não têm mais tempo para fazer uma pausa e refletir, muito *menos desfrutar o “luxo” da leitura*, nem mesmo um pequeno artigo inteiro.

Desfrutar a leitura não deveria ser um luxo, pois cabe “a cada um de nós que sejamos servidos e não escravizados pela tecnologia” (SCHAWB, 2016, p.105).

Parte da vida urbana acontece no espaço público, suas feiras e encontros entre as pessoas, mas, nos nossos dias, parte disso pode acontecer na internet. Não é mais preciso sair de casa para resolver parte das necessidades domésticas e particulares, bem como para se divertir e se entreter. Em artigo de 2002, Fuão previa que as cidades se encaminhavam para um esvaziamento de seus espaços públicos, para uma fantasmagoria, e que a revolução da informação consistia em substituir a cidade por um aparelho de comunicação – no caso a internet – visto que “o mercado, o *fórum*, o *ágora* estão agora dentro de casa, embutidos na TV, na Internet, no telefone. A casa não está mais na rua, mas a rua, dentro de casa” (FUÃO, 2002, p.4). Ainda para o

---

<sup>48</sup> “a wealth of information creates a poverty of attention” (SIMON, 1971, p.40).

autor, essas mudanças, na organização da cidade, têm impactos físicos dentro da própria arquitetura e na postura sociocomportamental das pessoas.

Lugares públicos tradicionais, como bancos, cinemas, mercados, oficinas, tendem a encolher de tamanho e até desaparecer. Além de dar sumiço na arquitetura, a informática incrementa o controle, inibe o crescimento físico das cidades e dos espaços. Isso significa repressão, retenção. (FUÃO, 2002, p.7)

As transformações do espaço urbano, portanto, estão sendo afetadas em função das novas tecnologias, pois segundo o autor citado,

o espaço urbano é totalmente irrelevante para o telefone, para o celular, o rádio, a televisão e a Internet. Aquilo que os urbanistas chamam de escala humana, de "centralidade", ao discutir os espaços urbanos, está desligado dessas formas elétrico-eletrônicas. Tudo o que eles discutem atualmente em termos de urbanismo, desenho urbano, para mim, já não faz muito sentido (FUÃO, 2002, p.8-9).

Para ele e outros autores, o espaço público tradicional da cidade está desaparecendo, mas, para outros, o espaço pode estar apenas se transformando.

### **2.2.6 Uma visão positiva**

O *Facebook* é uma rede social e uma mídia social<sup>49</sup> que possui muitas funções: como ser o lugar de trocas entre amigos onde é possível ver o que cada um está fazendo; é possível compartilhar as próprias atualizações, como fotos, vídeos ou conteúdo midiático; é possível acompanhar o respaldo da postagem que foi feita; é possível participar de grupos de interesse; possui recursos como criar páginas comerciais; e é possível jogar jogos *on line* que podem ser integrados com os próprios amigos da rede social.

Sobre essa rede social e os jogos, a designer e defensora de jogos Jane McGonigal afirma que os jogos eletrônicos podem nos conectar e nos proporcionar a sensação de 'companhia' mesmo entre pessoas distantes. Alguns jogos necessitam da comunicação oral (via microfone e fone de ouvido) ou da troca de mensagens de

---

<sup>49</sup> "Para que uma rede social exista não há a necessidade de pessoas estarem conectadas à internet, o que precisa é somente um grupo de indivíduos que deseja trocar informações. (...) As Mídias Sociais são ferramentas on-line que permitem a divulgação de conteúdo e, ao mesmo tempo, a interação com as outras pessoas e o conteúdo disponibilizado pelas mesmas. Os blogs são o melhor exemplo de mídia social atual, pois, ao mesmo tempo em que as pessoas podem compartilhar um conteúdo (próprio ou não), como uma imagem, por exemplo, há também a interação dos outros usuários com quem compartilhou o conteúdo (através da sessão de comentários, por exemplo)" (CINTRA, 2017).

texto (através da rede) entre os jogadores participantes para o progresso e entendimento do jogo, como 'quais estratégias se deve seguir para defender o território em conjunto'. A autora relata que as mensagens trocadas entre familiares, amigos, são, além de funcionais, afetivas. A autora exemplifica com uma mãe que jogava online com suas duas filhas, cada uma em uma parte do país: "que bom ver vocês duas, mesmo que seja para vocês me derrotarem quando jogamos (MCGONIGAL, 2011, p.78)", assim como mensagens de "eu te amo" (Idem.) estão presentes durante o jogo, conforme ela relata.

Essas relações virtuais podem ser entre amigos de infância, colegas de trabalho, parentes ou apenas pessoas de quem se gosta. "Os jogos em redes sociais tornam mais fácil e divertido manter conexões fortes e ativas com pessoas por quem nós temos carinho, mas que não vemos ou falamos o suficiente em nossas vidas diárias (MCGONIGAL, 2011, p.79-80)"<sup>50</sup>. Através dos jogos é possível manter conexões que poderiam se fragilizar devido à distância física (real).

Jogos online proporcionam a sensação de "estar fazendo alguma coisa juntos" e não somente "checar se está tudo bem (MCGONIGAL, 2011, p.78)" com suas filhas. Para Eric Weiner, em *'The Geography of Bliss'*, "nossa felicidade está completamente e totalmente entrelaçada com outras pessoas: família, amigos e vizinhos. A felicidade não é um verbo ou substantivo. É uma conjunção (WEINER apud MCGONIGAL, 2011, p.79-80)". Os jogos online podem ser arquitetados intencionalmente para fortalecer as conexões entre os entes queridos, amigos e colegas (MCGONIGAL, 2011, p.80).

O mundo não se constitui apenas de virtualidade, e o espaço 'realmente' coletivo, de trocas 'reais' ainda é o espaço público. Esses valores humanos exercidos na virtualidade podem ser praticados no cotidiano virtual, assim como no espaço público, ainda que em conjunto com as TIC.

É possível observar que diferentes discursos criticam as novas tecnologias como se elas fossem causadoras do 'não uso' e do esvaziamento das praças e sentenciadoras do sedentarismo. Por outro lado, podem ser apontadas como uma forma de exercer a sociabilidade humana.

Esta pesquisa assume que as TIC apresentam pontos fortes e fracos, que podem proporcionar a ocupação e o esvaziamento do espaço público, mas, acima de tudo, esta pesquisa propõe-se a mostrar, de forma positiva, a relação das pessoas com as TIC e o espaço público, assumindo que o ser humano é por natureza um

---

<sup>50</sup> "Social network games make it both easier and more fun to maintain strong, active connections with people we care about but who we don't see or speak to enough in our daily lives" (MCGONIGAL, 2011, p. 79-80).



animal social (ARISTÓTELES). Corrobora, assim, que o espaço público das cidades é o habitat do homem ou o “constructo humano de origem milenar (FORGIARINI, 2017, p.113)”, o seu lugar de convivência. Concordando com Turkle (2012), é importante estar consciente da presença das TIC no cotidiano, cabendo ao ser humano construir o tipo de sociedade em que deseja viver – a qual provavelmente se construirá junto e com influência das TIC, mas não definida por elas. A sociedade deve estar atenta para o fato de que o ser humano precisa de outros seres humanos, de trocas reais de afeto para sua satisfação e, logicamente, para a própria propagação da espécie.

## 2.3\_O FLÂNEUR HÍBRIDO

Tendo em vista os conceitos apresentados e as mudanças que acontecem no contexto urbano, pode-se refletir sobre as diferentes percepções da cidade real em função das interfaces tecnológicas. O conceito ‘Flâner Híbrido’ proposto nesta dissertação é entendido como aquele que estabelece uma relação híbrida com seu espaço. Como *híbrido*, entende-se “o cruzamento de *espécies diferentes*” (FERREIRA, 2008, p.275). As *‘espécies diferentes’* caracterizam-se, para fins deste trabalho, como o real e o virtual mesclados; ou seja, para a compreensão do flâneur como *híbrido*, leia-se aquele que mescla a experiência vivida pelo flâneur que vagueia pelas ruas da cidade real, sob a *influência guiada* do ciberespaço através das mídias locativas. A construção desse conceito dá-se pela necessidade de expressar a experiência vivida pelo usuário do jogo: o *Pokémon GO*, abordado no capítulo 3 desta dissertação.

Para compreender como acontece essa influência e o ‘guiar’ do ciberespaço, discutir-se-á o conceito de geolocalização.

### 2.3.1 Geolocalização e Mídias locativas.

Entendendo geolocalização<sup>51</sup> como ‘informação atribuída a determinado lugar’ e não necessariamente ligada à tecnologia de computadores, pode-se observar a

---

<sup>51</sup> A definição mais categórica sobre ‘geolocalização’ é dada por Yves-Alexandre de Montjoye (2013, p.24) da seguinte forma: “O termo geoposicionamento, criado pela ALLCOMM em 2003, foi usado para traduzir a nova revolução digital caracterizada pelo desenvolvimento do acesso universal a coordenadas e localização geográfica em todos os lugares, a qualquer momento, automaticamente e a baixo custo. Entende-se por geoposicionamento qualquer solução ou função que permita o posicionamento, localização e a produção de informações geográficas e coordenadas por uma pessoa, veículo, um bem ou qualquer outro objeto, particularmente durante a mobilidade, a viagem ou o movimento.” Ainda se deve salientar que, para o referido autor, “o termo visa a ser mais universal que outros nomes, como posicionamento, localização, geolocalização e navegação.” (MONTJOYE, 2013, p.24)

atribuição de informações geolocalizadas, sem os aparatos digitais, a lugares geográficos. É o caso dos mapas: no período das grandes navegações portuguesas, eles eram uma fonte valiosa de informação e custavam fortunas porque revelavam informações valiosas para a exploração marítima. Sobre mapas e poder, Fialho (2010, p.107) aponta o modo como,

(...) tanto a coroa portuguesa quanto a espanhola se comportavam em relação aos mapas do Novo Mundo. Esses mapas, feitos por cartógrafos espanhóis e portugueses, eram segredos de Estado, e muitos, em virtude dessa política, não sobreviveram. A partir deles, criaram-se sistemas burocráticos para regulamentar o comércio além-mar e assinaram-se tratados. Havia penalidade de morte aos pilotos e cartógrafos que revelassem mapas para os estrangeiros.

A construção de algo geolocalizado se dá pela representação simbólica, somada com o local geográfico, conformando assim a geolocalização. Reino (2015, p.110) diz que:

(...) é possível definir a geolocalização como representação simbólica de um espaço geográfico, não atrelada a uma tecnologia ou forma de representação, também independente de método de posicionamento ou de aparelhagem específica.

Fialho (2015, p.15) aponta que:

os mapas da(s) cidade(s) (...) são imagens, e enquanto e como tais podem e devem ser analisados na sua especificidade, mas também como um texto que se dá a ler; 2) contêm elementos alfabéticos, comportando uma escrita manifesta que também dá margem a uma análise discursiva; 3) produzem uma identidade da(s) cidade(s) por eles tratados, ao estabelecerem um determinado recorte do espaço contido num tempo; e 4) pretendem re-tratar a(s) cidade(s), o que remete, então, aos estudos e às indagações que são feitos sobre o urbano e sobre as paisagens construídas sobre as cidades (reais e imaginárias).

Dentro do universo mais amplo da geolocalização, está a mídia locativa, que relaciona o espaço urbano e a informação atribuída digitalmente a ele na cidade. Ademais, fornece cada vez mais novas formas de leitura dos espaços urbanos, influenciando a experiência e a perspectiva que as pessoas têm sobre determinados lugares. Mídias locativas<sup>52</sup> são aquelas que unem o ciberespaço a um espaço.

---

<sup>52</sup> Podemos definir mídia locativa (*locative media*) como um conjunto de tecnologias e processos informacionais cujo conteúdo informacional vincula-se a um lugar específico. Locativo é uma categoria gramatical que exprime lugar, como “em”, “ao lado de”, indicando a localização final ou o momento de uma ação. As mídias locativas são dispositivos informacionais digitais cujo conteúdo da informação está diretamente ligado a uma localidade. Trata-se de processos de emissão e recepção de informação a partir

Em outras palavras, para ser locativo, é preciso ter a informação digital atribuída a lugares e poder lê-las. É necessário um aparato tecnológico que processe a informação digital. Esses objetos podem ser GPS, telefones celulares, *palms* e *laptops* através de *wi-fi*, *Bluetooth*, rádio frequência. A mídia locativa é aquela que adiciona conteúdo digital a alguma localidade terrestre, podendo servir, por exemplo, para mapeamento, localização, anotações, monitoramento e jogos (LEMOS, 2007, p.2).

Desse modo, a mídia locativa, o sujeito e a localidade passam a dialogar, trocando informações, influenciando uns aos outros. A mídia é influenciada pelo sujeito na medida em que coleta seus dados; o sujeito é influenciado pela mídia na medida em que leu seus dados e adquiriu informações do território onde está inserido; e o território é influenciado, pois não é mais apenas um território, há um significado ou uma informação digital atribuída a ele. É interessante observar, como aponta Lenz (2006, p. 1), que a

Mídia Locativa concentra-se na interação social pessoal com um lugar e com a tecnologia. Portanto, muitos projetos têm um histórico social, crítico ou pessoal (memória) acontecendo no plano de fundo (*nesse ambiente real ou território*). A mídia locativa nos permite interagir de forma diferente com o nosso entorno. Cobrindo tudo com uma nova camada invisível informacional de: anotação, informações textuais, visuais e sonoras que estão disponíveis quando você se aproxima, conforme o contexto determina, ou quando você solicita a interação.

Tendo entendido as mídias locativas como a união entre o local físico e o conteúdo informacional, é possível compreender a nova ligação entre o ciberespaço e o espaço real da cidade. É essa conexão entre espaços que constitui a realidade ampliada (ou aumentada). Conforme Lemos (2007, p. 5), “as mídias locativas permitem que informações sobre uma determinada localidade sejam visualizadas em um dispositivo móvel, ‘aumentando’ a informação”. Essa seria a hibridização do espaço, lê-lo de duas formas: real e em paralelo com a informação aumentada sobre ele – como mostra a Fig.5:

---

de um determinado local. Isso implica uma relação entre lugares e dispositivos móveis digitais. Lemos (2007, p.2)



Fig. 6 – Na Casa Batlló de Gaudí, a realidade aumentada permite ver na sala vazia, como era mobiliada.

A Fig. 6 mostra o museu da Casa Batlló, de Gaudí, em Barcelona. Baixando o ‘Guia Inteligente’ do museu, é possível fazer-se o percurso na casa-museu com acesso à informação de Realidade Ampliada (R.A.) geolocalizados. Através do guia, pode ser ter uma experiência “única, dinâmica e imersiva”<sup>53</sup>, conforme afirma o site do museu.

Os espaços que recebem informação podem ter diferentes significados para aqueles que desejam ver, com a realidade aumentada, o espaço. Um mesmo espaço pode apresentar inúmeras possibilidades de leitura e interpretação, tendo mais de uma informação atribuída a ele, e essa informação só é revelada de acordo com o aplicativo de interesse.

O lugar não é mais apenas um espaço legitimado por grupos: ele também é a fonte emissora (através de tecnologias baseadas em localização) da legitimação de espaço urbano para determinado grupo. Um mesmo espaço urbano pode ser legitimado por um grupo de pessoas a partir do convívio real naquele lugar apropriado (CULLEN 2015), ou pode ser apropriado ou legitimado segundo outro grupo que é usuário de determinado jogo ou de outra fonte de valoração atribuída para aquele espaço através das mídias locativas.

O *flanêur* híbrido é aquele que ‘flana’ em parte no mundo ‘real’, em parte no mundo virtual. Este *flanêur* experiencia o espaço urbano ‘real’ absorvendo informações

<sup>36</sup><https://www.casabatllo.es/en/visit/>

digitais do território, o que altera sua percepção do espaço público a sua frente, com o qual ele interage.

A popularização dos aparelhos eletrônicos com tecnologia de georeferenciamento e conexão com a internet, aumentou mais ainda o ciberespaço, pois, “atualmente, uma das maiores utilizações de mídias locativas está relacionada com o uso de sistemas de informação georreferenciada, principalmente a partir da reunião de dados de localização geográfica através de GPS” (REINO, 2015, p.106). O mesmo autor ainda afirma que, em consequência disso, essas novas ligações apagam mais ainda a fronteira entre espaço e ciberespaço.

As novas camadas sobrepostas à cidade ‘real’, que proporcionam diferentes leituras dessa mesma cidade, influenciam os percursos, as decisões e as dinâmicas no espaço urbano. Para Reino (2015), “elas possibilitam novas camadas de compreensão, novas formas de entender o mundo, ligando esses ambientes, *influenciando o imaginário* e sendo influenciadas por ele, tornando-se parte de sua construção” (Obra citada, p. 106). Isso não é uma questão nova, já que a influência na formação de imaginários pode se dar, como no exemplo anterior, pela pessoa que visita um lugar que viu em um filme. Aqui, discute-se mais uma maneira de se ter imaginários sobre espaços e lugares

Esse é um aspecto da mídia locativa: além de toda a experiência vivida pelo usuário, essas novas relações com o espaço público influenciam a formação de um imaginário decorrente das leituras, das dinâmicas e das decisões que ele se propõe a seguir e a fazer de acordo com a mídia. Para Silva e Frith (2012, p. 7) “a popularização das tecnologias de localização contribui para *o significado* crescente dos locais”.

A maneira como se conhece, se reconhece, se experimenta o espaço público e se vive nele configura novas formas de apropriação dos espaços urbanos. O sujeito agora obtém novas fontes e conteúdos para construir e ‘interferir’ na maneira como passa a interagir no território. Portanto, através da articulação da tríade – mídia, espaço público e sujeito – surge o *flâneur* híbrido.

Os espaços da cidade real estão cada vez mais preenchidos com dados, mensagens, valorações dos usuários de diferentes plataformas digitais que anexam informações a localidades reais. Os usuários de *smartphones* podem cada vez mais experimentar a cidade através de diferentes aplicativos, sejam eles de busca de restaurantes, de mapas digitais, de aplicativos imobiliários, de jogos etc., e sua utilização tem impacto direto na cidade real. Aplicativos como o *Waze*, o *Foursquare*

ou o Uber<sup>54</sup> são alguns exemplos, dentre vários outros aplicativos, que são utilizados diariamente como referências e guias para seus usuários.

O aplicativo Waze (Fig.6) apresenta-se para o seu utilizador dizendo:

Fique sempre por dentro do que está *acontecendo nas ruas com o Waze. Mesmo que você saiba o caminho, o Waze lhe informa instantaneamente*<sup>55</sup> sobre o trânsito, obras, polícia, acidentes e outras coisas. Se o trânsito está ruim na sua rota, o Waze irá alterá-la para economizar seu tempo.<sup>56</sup>



Fig. 7 - Mapa aberto do Waze.

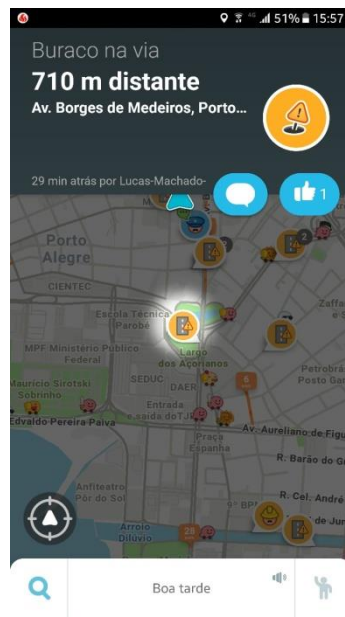


Fig. 8 - Mapa Waze sinalizando buraco na via.

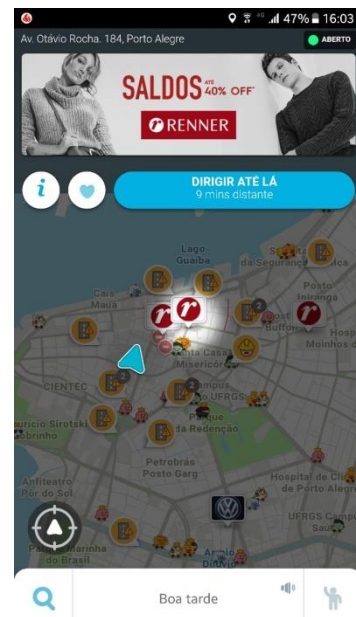


Fig. 9 - Mapa Waze propaganda de pontos comerciais.

Podem-se observar essas três situações (Fig.7, Fig.8, Fig.9) no aplicativo. Na Fig.7, há o aplicativo, quando aberto, sem que se tenha solicitado o destino para o qual se deseja ir. O aplicativo já mostra as ruas mais congestionadas, a velocidade média em cada uma delas, os buracos em cada via, se há ou não a presença de policiais, além dos outros usuários que estão por perto e propagandas de lojas. Quando o destino é selecionado, o aplicativo busca a melhor rota até o destino levando em consideração todos os possíveis fatores de atraso. Esse aplicativo não é utilizado apenas por pessoas que não sabem se locomover na cidade, mas também pelos que fazem o mesmo trajeto frequentemente e se utilizam dele para se informar sobre as avenidas bloqueadas ou os problemas no trânsito, como acidentes, buracos,

<sup>54</sup> Aplicativos para smartphones

<sup>55</sup> Grifo feito pela pesquisadora

<sup>56</sup> WAZE. Disponível em: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.waze> acessado em: 18/07/18.

inundações. Pode-se observar Na Fig.8 o exemplo de como aparece um relato de buraco na pista, que é igual ao relato de 'obras' na via. Essas informações são enviadas para o aplicativo por meio de seus usuários, e o aplicativo anexa essa informação através da geolocalização no mapa, distribuindo-a a todos outros usuários. Os usuários se ajudam e, em troca da simples ajuda, não há 'ganho' monetário para isso, há somente a troca de informação e 'status'. O usuário pode curtir a ação de outro usuário pela informação e pode mandar mensagem de agradecimento. É a construção de um mapa interativo e colaborativo: os usuários guiam-se pelas informações atribuídas a ele e pelas rotas criadas em função disso. A Fig.9 mostra a loja Renner localizada no mapa, o que sugere uma fonte de renda do aplicativo, pois sua utilização é gratuita. Não foram encontradas informações sobre se o aplicativo, em função disso, favorece ou estimula passar perto de algum estabelecimento anunciante ou não. O Waze já está sendo utilizado por mais de 100 milhões de pessoas em todo o mundo<sup>57</sup>.

Outro aplicativo relacionado aos deslocamentos no trânsito da cidade é o Uber. Este funciona como um táxi<sup>58</sup>, porém o motorista não precisa conhecer a cidade onde está, pois o aplicativo lhe dita as rotas que deve seguir para chegar ao destino que o passageiro selecionou ao solicitar a corrida pelo *smartphone*. Na apresentação da *Google Play Store* está: "Não importa se você está indo para o aeroporto ou para o outro lado da cidade, há um Uber para todas as ocasiões"<sup>59</sup>.

O aplicativo *Foursquare* (Fig.10, Fig.11, Fig.12 e Fig.13) encontra-se na categoria 'comer e beber' do '*Google Play Store* e *iTunes*'<sup>60</sup>. Em sua descrição está:

O novo Foursquare aprende sobre o que você gosta e *lhe leva a lugares que você vai adorar*. O Foursquare ajuda você a pesquisar e descobrir ótimos lugares, em qualquer parte do mundo.

- Informe ao Foursquare o que você mais curte, e ele passará a lhe conhecer melhor. Todos seus resultados de busca são baseados nos seus próprios gostos, avaliações passadas, escolhas dos amigos e especialistas de sua confiança.
- O que você gosta pode ser bem específico, como "Uísque" ou "caramelo com sal". Ou mais genérico, como gostar de "mesas ao ar livre" ou de "sebos".
- Busque por restaurantes, cafés, vida noturna, lojas e muito mais. Veja o que está por perto ou planeje algo com antecedência.
- *Quando chegar a um*

<sup>57</sup> WAZE. Disponível em: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.waze> acessado em: 18/07/18.

<sup>58</sup> A empresa Uber em site oficial ressalta: "A Uber não é um aplicativo de táxi. Nós conectamos usuários e motoristas parceiros, que prestam o serviço de transporte individual privado, por meio de nosso aplicativo." Disponível em: <https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/fatos-e-dados-sobre-uber/> Acesado em: 19/07/18.

<sup>59</sup> UBER, 2018. Disponível em: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ubercab> Acesso em:19/07/18.

<sup>60</sup> Google Play é um serviço de distribuição digital de aplicativos desenvolvido e operado pela Google, lá é possível encontrar aplicativos com diferentes funções como: filmes, programas de televisão, músicas, livros, jogos, redes sociais, editor de fotos, dentre inúmeros outros serviços disponíveis no mundo todo. Pesquisar se no capítulo 2 eu já não faço essa análise.

*lugar, você vê as melhores dicas: o melhor prato para pedir ou algo imperdível. •Siga pessoas que lhe interessam ou formadores de opinião em quem você confia e veja as dicas deixadas por eles primeiro. Vincule suas contas do Facebook e Twitter e veja lugares por perto que seus amigos curtiram.*<sup>61</sup>

Através da geolocalização, das redes sociais pessoais do usuário, de algoritmos<sup>62</sup> que analisaram e verificam as suas preferências, as informações nesse aplicativo são filtradas e selecionadas especialmente para o usuário que a utiliza. A ideia do aplicativo é, conhecendo suas escolhas, lhe indicar o melhor lugar, na faixa de preço que lhe agrada, levando-o “a lugares que você vai adorar” (FOURSQUARE, 2018). O aplicativo destaca que “quando chegar a algum lugar, você verá as melhores dicas (...)”(Idem.).

Na Fig. 9 podem-se observar as opções de busca do aplicativo, selecionando o tema ‘café e chá’ abrem-se possibilidades conforme a sua geolocalização e preferências de acordo com o perfil. Para investigar melhor determinado café de interesse, no caso o ‘café do MARGS’, basta clicar em cima da imagem (Fig.10) e, assim, é possível se obter alguns dados sobre o café, além de ser possível ver se alguém de sua rede de amigos já frequentou esse lugar – no caso da Fig.11, é possível ver que há um contato, ‘Carolina’, que frequentou e aprovou o local.

<sup>61</sup>

FOURSQUARE.

Disponível

em:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.joelapenna.foursquared> Acesso em: 19/07/18.

<sup>62</sup> O que aparece como resultados de pesquisa do *Google* ou em outras plataformas como nas redes sociais por exemplo, é resultado de uma fórmula (os algoritmos) que é cada vez mais elaborada, ela recorta o melhor e mais particular de cada internauta para satisfazer os interesses dele, fazendo com que o usuário permaneça mais tempo na página que está ou na página de busca em que está pesquisando. O jornal *El País* escreveu: “em função da interação dos usuários com os amigos e atividade, o *Facebook* define seus interesses e mostra o que provocará mais interação, para que permaneçam mais tempo na rede e, deste modo, gerem mais receita para a empresa” (EL PAÍS, 2015).





Fig.10 – Opções de busca no Foursquare.



Fig.12 – Informações atribuídas ao lugar.



Fig.11 – Analisando um lugar.

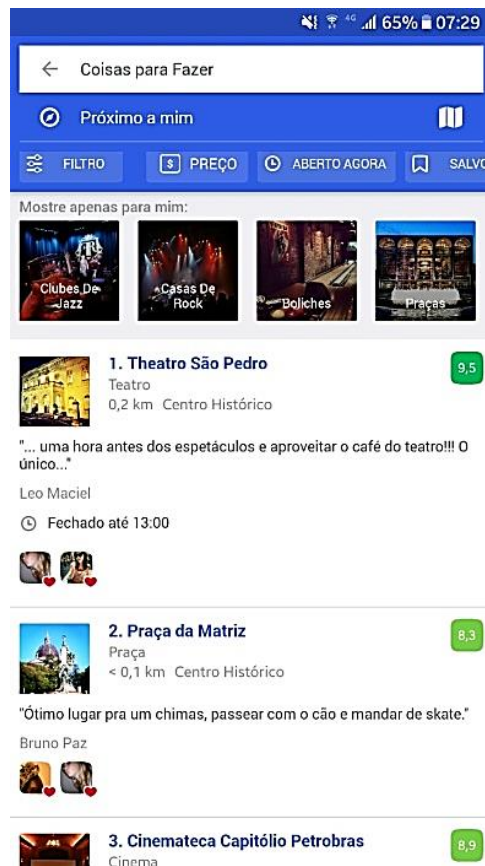


Fig.13 – Grupos de atividades culturais.

Quando o aplicativo é aberto (Fig.10), é possível explorar as opções: ‘Café da manhã’, ‘Almoço’, ‘Jantar’, ‘Café e chá’, ‘Vida Noturna’ e ‘Coisas para Fazer’. Neste último abrem-se as atividades culturais daquela região (Fig.13), e é possível filtrar ainda mais as atividades, selecionando opções como ‘clubes de jazz’, ‘praças’, ‘boliches’ ou outros grupos formados de acordo com o que o algoritmo lê do usuário.

A partir dessa breve descrição desses 3 aplicativos, pode-se imaginar uma situação hipotética: *uma pessoa tem uma reunião de negócios em uma cidade que nunca visitou, onde não conhece ninguém e da qual que não possui nenhuma referência. Com um smartphone e acesso à internet, é possível chegar a essa cidade totalmente desconhecida, solicitar um Uber até o destino final que é a reunião, e voltar para o hotel da mesma maneira. Ao chegar ao seu hotel, decide que quer sair a pé para jantar uma pizza. Ele abre o Foursquare e avalia qual a melhor pizzaria em um raio de 2km (pois é a distância que decidiu estar disposto a caminhar) e pode, também, personalizar a faixa de preço que lhe interessa.*

Essa é uma experiência hipotética e razoável, que já pode ter acontecido com muitas pessoas, não necessariamente com os aplicativos em questão (podem ser outros, similares). O cerne do cenário proposto é uma *experiência guiada numa cidade desconhecida e têm como resultado uma experiência de cidade adquirida, um imaginário criado em função de aplicativos*. As escolhas de conhecer a cidade, foram recortadas pelo usuário e pelo aplicativo. A experiência de descobrir as ruas e os lugares foram uma mescla híbrida, pois foi ‘real’, mas com um ‘co-piloto’ digital: esse é o *flâneur* híbrido.

## 2.4 CONSIDERAÇÕES CAPÍTULO I

As TIC ganham importância no que tange a compreensão, leitura, valorização (ou desvalorização) de espaços e de lugares ‘reais’ da cidade. Os espaços podem ser lidos e influenciam as decisões dos usuários; podem ter reflexos sociais, econômicos, políticos *no* e *do* próprio espaço urbano utilizado. As tecnologias criadas pelo homem, cada vez mais presentes na vida cotidiana, já “afetam a nossa maneira de pensar, imaginar e organizar informação” (BOYER, 1994, p.10) e, assim, a maneira como experienciamos a cidade. Os reflexos na cidade já podem ser observados, “os computadores produzem a maneira como nós modelamos o mundo e entendemos a realidade – e, por analogia, a maneira como constituímos nosso padrão de cidade” (BOYER, 1994, p.10).

As mídias locativas vêm alterando a experiência na cidade, mas o convívio nos espaços públicos continua existindo de uma maneira ou de outra. Como vimos no decorrer deste capítulo, parte-se do pressuposto de que o homem segue sendo o mesmo com novas ferramentas, e sendo o espaço urbano o berço da vida em comunidade, em cidade, isso tende a continuar. Como coloca Forgiarini (2017, p.3)

da pólis grega à metrópole contemporânea, a experiência de lugar na cidade tem sido elevada a uma dimensão prática de criação, transformação e ressignificação do espaço humano, um lugar de gente, de pessoas, de práticas sociais. Ora, se isso acontece e tem acontecido no decorrer dos séculos é porque a cidade resiste como o mais extraordinário produto concebido pelo homem para o estabelecimento e a organização da vida em sociedade.

Mesmo que não tenha sido o mote de discussão proposto neste capítulo, afirmar que há um esvaziamento dos espaços públicos como um caminho a se solidificar em decorrência da violência, das tecnologias, ou por qualquer outra razão é uma afirmação frágil. A sociedade muda, as tecnologias mudam, as pessoas mudam, mas a necessidade de socialização continua; a violência, quando diminuída ou perto do irrisório, já não se torna mais uma motivação para o esvaziamento, ou um novo espaço público inaugurado pode ser um atrativo para o público e a socialização.

Discutindo sobre 'lugares urbanos, lugares possíveis', Forgiarini (2017, p.115) afirma que:

A cidade está sobremaneira ligada ao homem, sendo que cabe à arquitetura e ao urbanismo a função de dar forma aos lugares urbanos. Mas as cidades não são apenas uma soma de projetos e edificações, não se resumem a experiências puramente territoriais, materiais e/ ou físicas, elas são vividas e imaginadas, estão na mente e no coração das pessoas.

Como defendem Jacobs e Gehl, o espaço público é um lugar de convívio, e o ser humano busca a sociabilidade, a troca. No século XXI, quando as cidades urbanas possuem consideravelmente mais população que a zona rural (VASCONCELOS, 2006) e a cada dia tornam-se mais densificadas, "o anseio por lugares que propiciem abrigo, que sejam acolhedores e que levem a práticas de sociabilização parece figurar como um pensamento comum a todos que buscam nas cidades seus lugares sonhados" (FORGIARINI, 2017, 118). Neste mesmo caminho, podemos observar que as tecnologias e as redes sociais refletem esse mesmo aspecto, pois os usuários de redes sociais desejam cada vez mais estar em contato com outras pessoas, mesmo

que esse contato seja distante fisicamente. As pessoas utilizam o *smartphone* para se conectar com outras pessoas, e não apenas para se isolar.

A tecnologia cada vez mais presente e com um acesso cada vez mais universal, por se tornar a cada dia mais próxima das pessoas, constrói uma cidade paralela à 'real': o ciberespaço. Este, por ser cada vez mais ubíquo, torna-se indissociado da cidade 'real' através das mídias locativas, criando espaços híbridos. O caminhar na cidade é um direito de todos, e as mídias locativas trouxeram uma nova experiência de cidade. Por essa razão, é importante que a cidade, com suas informações geolocalizadas, seja disponível a todos, para assim ser um espaço ('real' e híbrido) construído coletivamente, democraticamente, como é, por essência, o espaço público. Pierre Levy é enfático e dita: "Acesso para todos, sim!" e reforça que:

devemos antes entender um acesso de todos aos processos de inteligência coletiva, quer dizer, ao ciberespaço como sistema aberto de autocartografia dinâmica do real, de expressão das singularidades, de elaboração dos problemas, de confecção do laço. A perspectiva aqui traçada não incita de forma alguma a deixar o território para perder-se no "virtual", nem a que um deles "limite" o outro, mas antes a utilizar o virtual para habitar ainda melhor o território, para tornar-se seu cidadão por inteiro (LEVY, 1999, p.196).

O homem que antes caminhava entre as ruas agora se depara com a cibercidade<sup>63</sup>, em que se pode movimentar-se em meio a uma multidão de rostos desconhecidos (reais e virtuais), onde se depara com novas circunstâncias e, pela interface do *smartphone*, está diante de uma nova leitura/vivência da cidade.

Os três caminhantes urbanos – o *Flâneur*, o *Ciberflâneur* e o *Flâneur* Híbrido – convivem com o efêmero, com o universo de rostos e a solidão, com a momentaneidade de uma fotografia. Eles estão à mercê de informações e valores atribuídos a espaços e lugares que talvez já nem existam mais virtualmente, ou de lugares e espaços que podem ser lidos e valorados de inúmeras formas por diferentes aplicativos. É viver o momento presente e compreender que seus documentos e informações estão na 'nuvem'<sup>64</sup>, mas que a 'nuvem' nem é 'real' em si mesma.

---

<sup>63</sup> "Podemos entender por cibercidades as cidades nas quais a infraestrutura de telecomunicações e tecnologias digitais já são uma realidade" (LEMOS, 2004, p.20).

<sup>64</sup> Espaço virtual, onde são armazenados dados. Podendo ser acessado em qualquer lugar do mundo, a qualquer hora, não havendo necessidade de instalação de programas. (TAURION, 2009, p.1-2)

### 3. HISTÓRICO DOS JOGOS E OS VIDEOGAMES

*A alegria de passear é a alegria de brincar. Vagando sem objetivo, parando de vez em quando para olhar ao redor é, pode-se dizer, o melhor jogo*<sup>65</sup> (t BAUMAN, 2015, p.142).

O *flâneur* é, para Zigmunt Bauman (2015, p.145), um jogador; “o *flâneur* é o jogador-viajante. Ele carrega sua brincadeira com ele, aonde quer que ele vá”. Para o mesmo autor, “todos nós somos jogadores”<sup>66</sup>; de uma maneira ou de outra, quem vive na cidade experimenta a ideia de ser *flâneur* e brinca entre as ruas, as vitrines e as paisagens da cidade, descobrindo caminhos, vendo as lojas, consumindo ou apenas circulando na urbe. Entre as diversas práticas culturais com sentidos e significados distintos que existiram ao longo do processo histórico civilizatório, os jogos e o ato de jogar são elementos que abrangem o conceito de *flanar*. Neste capítulo, serão discutidas questões acerca do que é o jogo e qual é sua importância como prática social e de compartilhamento simbólico. Serão observadas as relações criadas entre as pessoas e o mundo em que se inserem em decorrência dessa prática. Dentre os inúmeros jogos existentes, fez-se o recorte dos jogos que se relacionam com a cidade, sejam eles promotores de situações ativas ou passivas, sejam aqueles apenas inspirados nela ou que se utilizam de parte dela.

A palavra *lúdico*, etimologicamente, tem sua origem do latim ‘*Ludus*’, que também significa ‘jogo’, divertimento, brincadeira (ROLOFF, 2010). Para Isayama e Viana (2012, p.107), “a concretização do lúdico se dá no jogo”, é uma das maneiras de simbolicamente ‘se escapar’ das exigências da rotina. A palavra *jogo* em sua definição mais literal é, conforme o dicionário Aurélio, “atividade física ou mental fundada em sistema de regras que definem a perda ou o ganho; passatempo”. Ou ainda: “manha, astúcia” (FERREIRA, 2008. p.303). Pode-se observar que, além do tradicional entendimento do ato de ‘jogar’ como “disputar uma partida” ou “ser praticante de esporte”, a definição de jogo está associada a um segundo plano, mais sensível, que se refere à ‘manha’ acima citada: à teatralidade, ao jogo de sedução ou de representação presente no ato de jogar. No dicionário britânico *Oxford*, a definição

---

<sup>65</sup> *The joy of strolling is the joy of playing. Wandering without aim, stopping once in a while to look around is, one may say, the ultimate play.* (BAUMAN, 2015, p. 142)

<sup>66</sup> *“The flâneur is the travelling player. He carries his playing with him, wherever he goes.” e “We are all players.”* (BAUMAN, 2015, p. 145)

de *game* (*jogo*, em português) aparece como: “uma atividade ou um esporte com regras em que pessoas ou equipes competem uns contra os outros”<sup>67</sup> (OXFORD, 2005. p. 637). Contudo, há outra palavra inglesa para o ato de jogar, a palavra *play* (*jogar* em português), que faz alusão a outros planos além da atividade esportiva. Uma das definições é “fazer coisas por prazer, como fazem as crianças; para se divertir, em vez de trabalhar” (OXFORD, 2005, p.1153)<sup>68</sup>. E ainda: “fingir ser ou fazer por diversão: Vamos brincar (de ser) de piratas”. Ou “eles estavam brincando de ser *cowboys*”<sup>69</sup> (OXFORD, 2005. p. 1153). Além de a palavra *play* estar associada ao ato de atuar e interpretar, o dicionário ainda observa que, no teatro, o sentido de *play* está associado à peça, à obra em si, como exemplifica: “uma peça de Shakespeare” (OXFORD, 2005, p. 1154)<sup>70</sup>. Outras associações são feitas no dicionário: representação, prazer, jogos e esporte. Em relação ao termo *playboy*, ele é definido como “homem rico que passa seu tempo se divertindo”<sup>71</sup>(OXFORD, 2005, p. 1154).

A historicização do conceito de ‘jogo’, abordada aqui, segue o que parece ser um caminho comum para outros autores, como Ranhel (2009. p.3-22), Silva (2014), Isayama e Viana (2012), Juul (2003) que estudam jogos e que caminham em direção à conceituação de videogame: eles obedecem a uma ordem cronológica, do autor mais antigo ao mais contemporâneo.

Na introdução de seu artigo intitulado “O Jogo, o Jogador, o Mundo: procurando um coração do jogo”, Juul (2003) resume algumas definições de autores que trabalham com a definição do que é jogo (Tabela 1):

FONTE	DEFINIÇÃO
<p><b>Johan Huizinga (1950, p.13.)</b></p>	<p>“[...] uma atividade livre permanecendo completamente conscientemente fora da vida "ordinária" como sendo "não séria", mas ao mesmo tempo absorvendo o jogador intensamente e totalmente. É uma atividade relacionada com nenhum interesse material, e nenhum lucro pode ser obtido por ele. Prossegue dentro de seus próprios limites de tempo e espaço de acordo com regras fixas e de maneira ordenada. Promove a formação de grupos sociais que tendem a cercar-se de segredo e a sublinhar a sua diferença do mundo comum por disfarce ou outros meios.”</p>

<sup>67</sup> “an activity or a sport with rules in which people or teams compete against each other.”

<sup>68</sup> “to do things for pleasure, as a child do; to enjoy yourself, rather than work.” 1153

<sup>69</sup> “to pretend to be or do for fun: ‘Let’s play pirates’ or ‘They were playing at being cowboys.’”

<sup>70</sup> “a play by Shakespeare”

<sup>71</sup> “rich man who spends his time enjoying himself”

<u>FONTE</u>	<u>DEFINIÇÃO</u>
<b>Roger Caillois (1961, p.10-11.)</b>	“[...] uma atividade que é essencialmente: livre (voluntária), separada (no tempo e no espaço), incerta, improdutiva, governada por regras, fictícia.”
<b>Bernard Suits (1978, p. 34.)</b>	“Jogar um jogo é exercer uma atividade voltada para a realização de um estado de coisas determinado, usando apenas meios permitidos por regras, onde as regras proibem mais eficiente em favor de meios menos eficientes, e onde essas regras são aceitas apenas porque eles tornam possível atividade.”
<b>Avedon &amp; Sutton (Smith 1981, p.7.)</b>	“Em seu nível mais elementar, podemos definir o jogo como um exercício de sistemas de controle voluntário em que existe uma oposição entre forças, confinadas por um procedimento e regras para produzir um resultado desequilibrado.(não estável)”
<b>Chris Crawford (1981, chapter 2.)</b>	“Percebo quatro fatores comuns: Representação [“um sistema formal fechado que subjetivamente representa um subconjunto da realidade”], interação, conflito e segurança [“os resultados de um jogo são sempre menos duros do que as situações que os modelos de jogo”].
<b>David Kelley (1988, p.50.)</b>	“Um jogo é uma forma de recreação constituída por um conjunto de regras que especificam um objeto a ser atingido e os meios permitidos para alcançá-lo.”
<b>Katie Salen &amp; Eric Zimmerman (2003, p.96.)</b>	“Um jogo é um sistema em que os jogadores se envolvem em um conflito artificial, definido por regras, que resulta em um resultado quantificável.”
<b>Tabela 1: conceitos de jogo por 7 autores. Fonte: (JUUL, 2003, p.2)</b>	

Nessa ‘linha histórica’ proposta por Juul, deve-se observar que alguns autores focam puramente no jogo como tal, enquanto outros focam na atividade de jogar um jogo. Além disso, muitas definições podem ter o mesmo significado, mas serem expressas de maneiras diferentes.

Neste trabalho, assim como nos acima citados, parte-se do professor e historiador holandês Johan Huizinga, entre cujas principais obras consta o livro ‘*Homo Ludens*’ (1938). Ele é um dos primeiros a conceituar o jogo, e seu livro, hoje, é uma leitura fundamental para o recente campo de estudos que se chama *Game Studies* – campo multidisciplinar que abrange estudos com diferentes abordagens e complexidades acerca dos jogos. Esse campo cresce a cada dia, assim como o

mercado dos jogos: “a movimentação financeira da indústria dos jogos é superior à do cinema e é a terceira no mundo, perdendo apenas para a indústria bélica e a automobilística” (SANTAELLA & FEITOZA, 2009. p.4). “Esse campo tem influência na indústria do cinema por ser um dos grandes estimuladores e responsáveis pelo avanço tecnológico na indústria do entretenimento” (Idem.). Outro fator que colabora para o crescimento da indústria dos jogos é a tecnologia cada vez mais ubíqua presente em diferentes objetos, potencializando o campo de atuação desses jogos, como será abordado mais adiante nos jogos móveis locativos.

Ainda que o livro base, *Homo Ludens*, tenha sido escrito em 1938, e o primeiro computador seja de 1943<sup>72</sup>, dentro do universo que ele compreende, o livro possui uma base teórica fundamental.

### 3.1. O JOGO COMO PARTE CULTURAL, IMAGINÁRIA E SIMBÓLICA

O jogo é algo presente, segundo as definições de Huizinga (2014), em várias fases da vida humana tanto no âmbito de indivíduo como de sociedade. Na primeira página de *Homo Ludens*, o autor defende que “o jogo é fato mais antigo que a cultura, pois esta, mesmo em suas definições menos rigorosas, pressupõe sempre a sociedade humana (...)” (HUIZINGA, 2014, p.3). Ele exemplifica com os animais, que, em sua essência, anteriores a qualquer definição e formação de ‘sociedade’ ou conceito de cultura, já praticavam jogos. Mostra que os animais brincam entre si, que os cachorros convidam uns aos outros para brincar, “mediante um certo ritual de atitudes e gestos. Respeitam a regra que lhes proíbe morderem ou, pelo menos morderem com violência, a orelha do próximo” (HUIZINGA, 2014, p.3). Expressam seus sentimentos e até fingem ficar zangados. Mas o mais importante em torno dessas atividades é que “experimentam evidentemente enorme prazer e divertimento” (HUIZINGA, 2014, p.3). O jogo, caracteriza-se pelo prazer, pela alegria e pelo divertimento presentes na sua prática (CAILLOIS, 2017; HUIZINGA, 2014; ISAYAMA & VIANA 2012).

A construção narrativa de Huizinga defende que o jogo é elemento base para o desenvolvimento humano e que, ao longo das civilizações, ele está presente na

---

<sup>72</sup> “Electronic Numerical Integrator and Computer (ENIAC - em português: computador integrador numérico eletrônico) foi o primeiro computador digital eletrônico de grande escala. Muitos comentam que o primeiro foi o Mark I, mas este era apenas eletromecânico. Foi criado em fevereiro de 1946 pelos cientistas norte-americanos John Eckert e John Mauchly, da Electronic Control Company. O ENIAC começou a ser desenvolvido em 1943 durante a II Guerra Mundial para computar trajetórias táticas que exigissem conhecimento substancial em matemática, mas só se tornou operacional após o final da guerra. (Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/ENIAC>)



cultura “como um elemento dado existente antes da própria cultura, acompanhando-a e marcando-a desde as mais distantes origens até a fase de civilização em que agora nos encontramos” (HUIZINGA, 2014, p. 6). Desse modo, influencia a cultura e está presente em diferentes etapas do desenvolvimento humano tanto do indivíduo quanto da sociedade, pois “as grandes atividades arquetípicas da sociedade humana são, desde início, inteiramente marcadas pelo jogo” (HUIZINGA, 2014, p.7).

Outro autor que sustenta parte desse discurso é Caillois, que apresenta exemplos de diferentes jogos que se transformam quando passados de uma cultura para outra. Para Caillois (2017, p. 136), “os jogos dependem muito das culturas em que são praticados. Acusam suas preferências, prolongam seus usos, refletem suas crenças”. O jogo adapta-se ao ‘gosto do freguês’<sup>73</sup>, não é necessariamente praticado em sua inteira originalidade; eles se adaptam quando chegam a determinado lugar. Para o autor, os jogos criam hábitos e geram reflexos na cultura e no dia a dia de determinada população. Tanto para Caillois como para Huizinga, os jogos influenciam a cultura, mas também são influenciados por ela.

A teoria que Huizinga defende que é a cultura que vem do jogo. Já Caillois, no livro ‘Os jogos e os homens: A máscara e a vertigem’, diz que “o espírito do jogo é essencial à cultura, mas os jogos e brinquedos, ao longo da história, são realmente resíduos dessa cultura” (CAILLOIS, 2017, p. 107). Para este autor, “os jogos não desfrutam identidade hereditária” (Obra citada, p. 135), eles se adaptam para onde vão. O autor exemplifica com o jogo de xadrez, pois:

na Índia, o xadrez era jogado com quatro reis. O jogo chegou ao Ocidente medieval. Sob a dupla influência do culto da Virgem e do amor cortês, um dos reis foi transformado em rainha ou em dama, que se torna a peça mais poderosa, enquanto o rei encontrava-se confinado ao papel de aposta ideal – mas quase passivo – da partida. O importante, todavia, é que as vicissitudes não atingiam a continuidade essencial do jogo do xadrez (CAILLOIS, 2017, p. 136-137).

---

<sup>73</sup> O autor defende sua teoria comparando um jogo escolhido para os britânicos: o golfe; e outro escolhido pelos argentinos: o truco. O autor coloca que “Dou um exemplo: não é irrelevante que o esporte anglo-saxão por excelência seja o golfe, isto é, um jogo em que cada um a qualquer momento tem a possibilidade de trapacear se quiser e como quiser, mas que perde rigorosamente todo interesse a partir do momento em que se trapaceia. Por isso não podemos nos surpreender com a correlação, nos mesmos países, entre a conduta do contribuinte em relação ao fisco e do cidadão em relação ao Estado. Um exemplo não menos instrutivo é fornecido pelo truco, jogo de cartas argentino, em que tudo é astúcia e mesmo, de alguma forma, trapaça, mas trapaça codificada, regulamentada, obrigatória. Neste jogo, (...) o essencial para cada jogador é revelar a seu parceiro as cartas e as combinações de cartas que tem na mão sem que seus adversários sejam informados. (...)A uma série de muxoxos, de caretas, de piscadelas apropriadas (...). Esses sinais, que fazem parte da legislação do jogo, devem informar o aliado sem ajudar o inimigo.” (Caillois, 2017, p. 138-139) o autor não conclui dizendo que os argentinos são ‘trapaceiros’ apenas insinua.

Para Caillois, “a estabilidade dos jogos é notável” porque, apesar de migrarem para diferentes culturas, “revestem-se de mil formas” e, ao emigrarem, “se adaptam com uma rapidez e uma facilidade desconcertante” (Obra citada, p. 135), sem perderem sua essência, seu conceito. Nesse processo, a cultura que recebe o novo jogo pode identificar-se com ele ou não, e os

(...) jogos preferidos e mais conhecidos manifestam as tendências, os gostos, as maneiras de raciocinar mais comuns e, ao mesmo tempo, educam e atraem os jogadores para essas mesmas virtudes ou mesmas imperfeições, confirmando-as insidiosamente em seus hábitos ou suas preferências. Assim, um jogo que é valorizado entre um povo pode, ao mesmo tempo, servir para definir algumas de suas características morais ou intelectuais, fornece uma prova da exatidão da sua descrição e contribuir para torná-la mais verdadeira ao acentuá-la entre aquelas que praticam o jogo (CAILLOIS, 2017, p. 137).

O ser humano aprende com o jogo, seja através da representação de alguma coisa posta em imitação, seja pela busca e/ou luta de algum objetivo. Às vezes a própria representação e a luta estão juntas na busca do objetivo final, que pode ser ‘vencer’ ou simplesmente concluir a tarefa (HUIZINGA, 2014, p.16). A função do jogo pode ser fundamentalmente definida por dois aspectos: “uma luta por alguma coisa ou a representação de alguma coisa” (Idem.). Corroborando com essa ideia, Caillois (2017, p. 86) ainda exemplifica dizendo que a ópera, as marionetes e o carnaval são formas de jogos a partir das representações e manifestações culturais.

Na música intitulada “Noite dos Mascarados”, de Chico Buarque (1967), pode-se observar a ‘brincadeira’ existente no ‘jogo’ entre dois namorados:

Mas é Carnaval!  
Não me diga mais quem é você!  
**Amanhã tudo volta ao normal.**  
Deixa a festa acabar,  
Deixa o barco correr.

Deixa o dia raiar, **que hoje eu sou**  
**Da maneira que você me quer.**  
O que você pedir eu lhe dou,  
Seja você quem for,  
Seja o que Deus quiser!  
Seja você quem for,  
Seja o que Deus quiser!

Pode-se observar, no primeiro grifo, que ambos estão fazendo parte de algo diferente da vida cotidiana; já o segundo grifo ilustra que o casal se propõe a representar papéis que sejam mais ‘convenientes’ para o andamento do jogo amoroso entre os dois.

Na busca de uma compreensão sobre o que é o 'jogo', Huizinga (2014, p.16) o apresenta como

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

Os dois grifos<sup>74</sup> acima foram feitos pela pesquisadora. No primeiro, o autor observa que o jogador pode se deixar absorver pela atividade, mas não deixa de ter consciência de que aquilo que pratica não é a vida 'real'. “Trata-se de uma evasão da vida 'real' para uma esfera de evasão temporária de atividade com orientação própria. Toda criança sabe perfeitamente quando está ‘só brincando’” (HUIZINGA, 2014, p.11): o jogo precisa de abstração e imaginação para existir. Dentre outras comparações, ele coloca que “o mesmo verificamos no ator, que, quando está no palco, deixa-se absorver inteiramente pelo 'jogo' da representação teatral, ao mesmo tempo que tem consciência da natureza desta” (HUIZINGA, 2014, p.22).

Ainda no que concerne à busca de uma compreensão sobre o que é o jogo, Huizinga traz uma reflexão na qual apresenta hipóteses que o relacionam com diversos campos. Segundo ele,

há uma extraordinária divergência entre as numerosas tentativas de definição da função biológica do jogo. Umas definem as origens e o fundamento do jogo em termos de descarga da energia vital superabundante, outras como satisfação de um certo “instinto de imitação”, ou ainda simplesmente como uma “necessidade” de distensão. Segundo uma teoria, **o jogo constituiu uma preparação do jovem para as tarefas sérias que mais tarde a vida dele exigirá**, segundo outra trata-se de um exercício de autocontrole indispensável ao indivíduo. Outras veem o princípio do jogo como um impulso inato para exercer uma certa faculdade, ou como desejo de dominar ou competir. Teorias há, ainda que o considerem uma “abreção”, um escape para impulsos prejudiciais, um restaurador da energia dispendida por uma atividade unilateral, ou “realização do desejo”, ou uma ficção destinada a preservar o sentimento do valor pessoal etc. (HUIZINGA, 2014, p.04).

O que há em comum em todas essas hipóteses é que o jogo é maior do que o próprio jogo, já que “no jogo existe alguma coisa 'em jogo' que transcende as

---

<sup>74</sup> O segundo grifo será discutido mais adiante no item 3.2 desse mesmo capítulo.

necessidades imediatas da vida e confere um sentido à ação. Todo jogo significa alguma coisa” (HUIZINGA, 2014, p.04), possui uma função significativa, ou seja, “encerra um determinado sentido.” Essa é uma das características do lúdico, ter uma função significativa. O jogo tem em sua essência algo que ultrapassa a materialidade e a racionalidade, que se constrói através do ‘espírito’. A existência do jogo é a confirmação da natureza supralógica da raça humana (HUIZINGA, 2014, p.04), algo que vai além do sentido lógico e utilitário atribuído à própria atividade em si. O sociólogo Zygmunt Bauman compara a atividade lúdica com a moral, afirmando que nenhuma delas possui objetivo concreto. Para ele “o jogo não tem outro objetivo, se não ele mesmo”, assim como a moral: “a resposta para a pergunta 'por que se deve ser moral?' não pode ser funcional ou lógica, mas apenas moral”<sup>75</sup> (BAUMAN, 2015, 142).

Para realizar a prática do jogo, foi preciso certa imaginação e alguma abstração da realidade por parte do homem primitivo. Nesse sentido, tem-se o mito, que é uma forma de transformação da realidade, ou uma “imaginação” do mundo exterior a partir dos elementos que estão à sua volta, e conta com a sua capacidade de abstração e com a sua natureza racional e irracional. O jogo, como função pedagógica, contribui para o desenvolvimento humano. A linguagem é o “primeiro e supremo instrumento que o homem forjou a fim de poder comunicar, ensinar e comandar” (HUIZINGA, 2014, p.7). O autor atribui a faculdade de designar, contar e definir à presença do jogo, já que, “por trás de toda expressão abstrata oculta-se uma metáfora, e toda metáfora é jogo de palavras. Assim, ao dar expressão à vida, o homem cria um outro mundo, um mundo poético, ao lado da natureza”.

Como apontado na citação anterior, “o jogo constitui uma preparação do jovem para as tarefas sérias que mais tarde a vida dele exigirá”. Nesse sentido, vale ressaltar que alguns brinquedos são mais educativos do que outros. Essa questão pode ser observada a partir de uma campanha publicitária – feita por uma organização fundada após o massacre ocorrido em uma escola primária em Newtown, Connecticut, em 2012 – intitulada “Mães demandam ação: para responsabilidade no uso das armas nos Estados Unidos”. A organização começou na rede social *Facebook*, com mães que se preocupavam com a segurança de seus filhos, de sua família e de sua comunidade. Elas não lutam pelo fim do porte de armas, mas por leis mais restritivas ao porte de armas. Segundo a organização, o lobby de armas nos Estados Unidos é o grande influenciador do uso de armas:

---

<sup>75</sup> “*Play has no other aim but itself*” e ainda “*the answer to the question 'Why should one be moral?' cannot be functional or logical, but only moral*” (BAUMAN, Z., 2015, p. 142)

Durante muito tempo, o lobby das armas dominou a conversa sobre violência armada. Famílias americanas estão sendo destruídas, e já tivemos o suficiente; nós não aguentaremos mais deixar que funcionários eleitos, líderes corporativos e outras vozes influentes virem as costas às leis e às políticas de armas sensíveis. Estamos nos organizando para pressionar para que surjam leis e políticas de armas mais fortes e sensíveis, que protegerão nossos filhos e famílias. O impulso está conosco e estamos ganhando.<sup>76</sup>

A campanha dessa organização ironiza a preocupação dos Estados Unidos com suas crianças no que diz respeito à proibição de certos brinquedos e à liberalização do porte de armas (Fig.14).

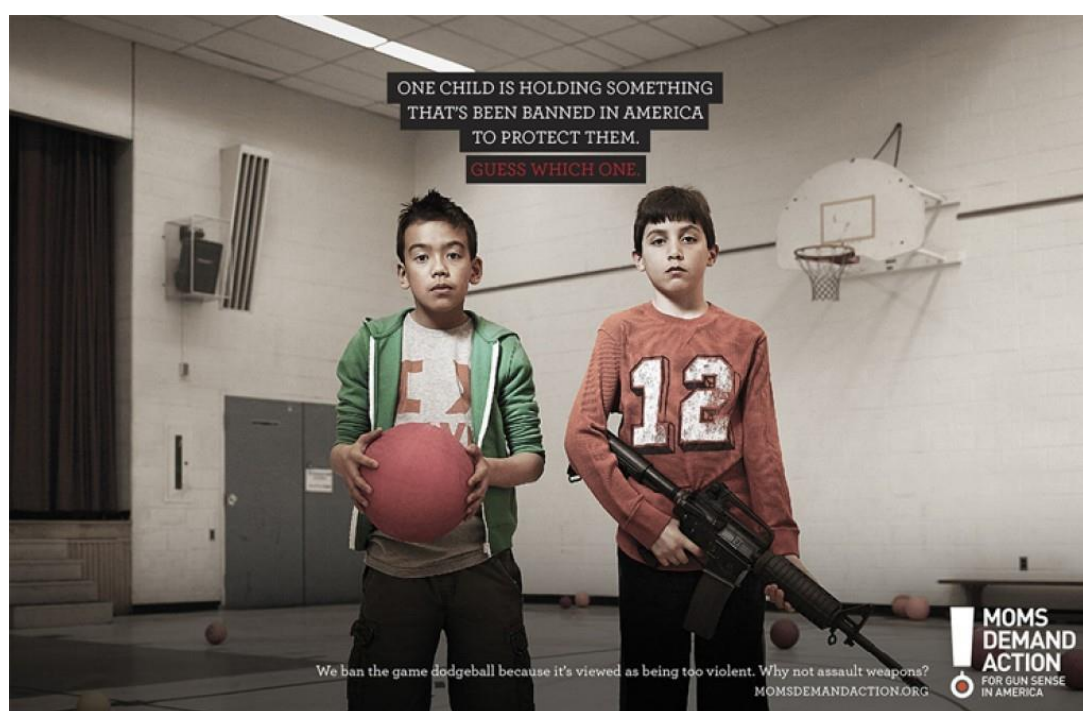


Fig. 14 – Queimada ou Fuzil?

<sup>76</sup> "For too long, the gun lobby has dominated the conversation about gun violence. American families are being destroyed and we have had enough; we will no longer stand by and let elected officials, corporate leaders and other influential voices turn their back on sensible gun laws and policies. We are organizing to apply pressure that will result in stronger, sensible gun laws and policies that will protect our children and families. The momentum is with us, and we are winning." Fonte: <https://momsdemandaction.org/about/> Acessado em: 06/02/18.



Fig. 15 Kinder ovo ou Fuzil?

Na figura 14 e na 15, o título é o mesmo: “Uma das crianças está segurando uma coisa que foi banida na América para protegê-los. Adivinhe qual é.” Na fig. 14, o jogo de ‘Queimada’<sup>77</sup> é o banido. Como diz a legenda: “nós banimos o jogo queimada porque foi considerado muito violento. Por que não as armas?”. Atualmente, a Queimada não é mais proibida, mas o chocolate ‘Kinder Ovo’, representado na fig.15, ainda é; o pretexto para tal proibição é que os brinquedos (que são pequenos) podem causar asfixia (O GLOBO, s/d)<sup>78</sup>. A organização questiona: “Nós não vendemos Kinder Ovos no interesse de manter nossas crianças salvas. Por que não proibir armas?”.

Levando em conta a afirmação de Huizinga (2014, p.4), de que “o jogo constitui uma *preparação do jovem para as tarefas sérias que mais tarde a vida dele exigirá*”, pode-se constatar, assim como tanto a argumentação de Caillois, abordada anteriormente, que a cultura de cada país e a sua adesão ou não a determinados jogos revelam *suas tendências e suas características*. Não é de surpreender que os Estados Unidos sejam um país que tende a estar constantemente em guerra. Essa discussão é mais profunda do que esta breve abordagem, mas vale ressaltar a discussão sobre ‘esses brinquedos’ para que eles não sejam naturalizados como inocentes, já que a indústria bélica americana movimentou 65 bilhões de dólares no ano de 2015 (CAETANO, 2016).

<sup>77</sup> Queimada: é um jogo que se joga em grupo, dividindo-se em dois times; cada time tem um número de bolas, que podem ser de borracha, ou tecido, assim o time adversário arremessa a bola no outro com o objetivo de acertar (“queimar”) participantes do time adversários, dessa maneira o jogador atingido é eliminado, e aquele time que tiver o último jogador intocado vence.

<sup>78</sup> “Oito itens proibidos nos EUA que não são armas”. Fonte: <https://infograficos.oglobo.globo.com/mundo/oito-itens-proibidos-nos-eua-que-nao-sao-armas.html>

Para autores do campo pedagógico, “Jogar é uma atividade natural do ser humano. Através do jogo e do brinquedo, o mesmo reproduz e recria o mundo a sua volta” (ROLOFF, 2010, p.1). No jogo, a criança reproduz, sem responsabilidade, aquilo que vê a sua volta, e desse modo, assimila como natural o que pratica, incorporando valores e criando prospecções de vida.

### 3.2. O CÍRCULO MÁGICO

Para o psicanalista Rubem Alves (1997, p.122), “brinquedo é qualquer desafio que a gente aceita pelo simples prazer do desafio – sem nenhuma utilidade”. São muitos os desafios e, logicamente, há o prazer de vencer esse desafio (CAILLOIS, 2017; SARAIVA, 2012, p.09). O jogo fácil, sem grandes desafios, é um jogo que facilmente cai no tédio. O mundo criado para jogar pode acabar se o jogo for fácil ou bobo. Como afirma Paul Valéry (apud CAILLOIS, 2007 p. 37), “o tédio pode desunir o que a alegria tinha unido” quando retira o desafio construído do mundo imaginário do jogo. A construção imaginária do jogo depende do livre arbítrio do jogador em decidir se deseja jogar. Mesmo sendo uma atividade cansativa, absorvente ou que exija extrema atenção, o jogador só participa desse mundo livre das preocupações da vida cotidiana se tiver a liberdade de dizer “não jogo mais”.

O dito “não jogo mais” encerra algo chamado de ‘círculo mágico’. Essa construção imaginária tem limite: ou por parte do jogador que decide não jogar mais, ou pelo próprio jogo em si e sua delimitação temporal. Conforme Huizinga (2014, p.14), “o jogo acaba: o apito do árbitro quebra o feitiço, e a vida ‘real’ recomeça”. A definição de ‘círculo mágico’, criada por Huizinga, é tida no campo de estudos dos jogos como conceito reconhecido e amplamente utilizado. Esse conceito é em si constituído por uma parte imaginada, uma parte de regras estabelecidas e uma parte espacial, ou seja, o lugar e o limite territorial estabelecido.

A parte imaginada, a aura mágica criada no mundo de “faz-de-conta”, são ilustrados por um exemplo apresentado por Huizinga (2014), em que uma criança está brincando de locomotiva, e ela própria é o carro. Quando seu pai se aproxima para lhe dar um beijo, a criança alerta: “não dê beijo na máquina papai, senão os carros não vão acreditar que é de verdade” (HUIZINGA, 2014, p.11). Como se ao menor sinal, o círculo fosse quebrado. Vale salientar a consciência, demonstrada pela criança, do mundo fictício criado e administrado por ela em paralelo à realidade.

A regra tem importância, pois mantém a ordem no mundo imaginário. O jogo “cria ordem e é ordem”, e “a menor desobediência a esta ‘estraga o jogo’, privando-o de seu caráter próprio e de todo e qualquer valor” (Obra citada, p.13). O mesmo autor complementa que “estas regras são um fator muito importante para o conceito de jogo. Todo jogo tem suas regras, são elas que determinam aquilo que “vale” dentro do mundo temporário por ele circunscrito (Obra citada, 2014, p.14). Essas regras podem ser fixas e rígidas ou podem ser livres e se adaptar aos desejos espontâneos daquele que inventa uma brincadeira, como o ‘interpretar de um papel’ (CAILLOIS, 2017, p.40). A criança brinca de ser mãe e trata verdadeiramente sua ‘filha’ de pano, ou as crianças que brincam de polícia e ladrão podem não fazer um enredo prévio, ou combinar como será a brincadeira, mas à medida que brinca, improvisa: “o jogo é acompanhado pela consciência de que a conduta mantida é um faz-de-conta, uma simples mímica” (Obra citada, p. 40). Aquele que não cede às ‘regras’ do mundo imaginário, fictício é o “destruidor de jogos” (Obra citada, p. 41), o desmancha-prazeres.

O ‘círculo mágico’ do jogo, além da aura imaginária, possui o seu espaço:

A limitação no espaço é ainda mais flagrante do que a limitação no tempo. Todo jogo se processa e existe no interior de um campo previamente delimitado, de maneira material ou imaginária, deliberada ou espontânea. (...) A arena, a mesa de jogo, o círculo mágico, o templo, o palco, a tela, o campo de tênis, o tribunal etc., têm todos a forma e a função de terrenos de jogo, isto é, lugares proibidos, isolados, fechados, sagrados, em cujo interior se respeitam determinadas regras. Todos eles são mundos temporários dentro do mundo habitual, dedicados à prática de uma atividade especial (HUIZINGA, 2014, p.13).

Há ainda o fator ‘espaço físico’ como facilitador e/ou limitador da prática do jogo, pois os tradicionais jogos de rua precisam de certo local para serem executados, sendo difícil a prática de alguns deles dentro de pequenos espaços, como, por exemplo, o interior de um apartamento. Outro fator que também limita a prática de jogos são as questões geográficas, como clima, geografia local etc. Seria difícil por exemplo, praticar o surf em cidades não litorâneas.

### **3.2.1 Os Jogos na cidade: uma representação secular**

A cidade e seu espaço público foi, e ainda é, berço de muitas trocas e contatos, assim como ainda é espaço para jogos e brincadeiras populares de rua. As brincadeiras populares estimulam o “desenvolvimento da imaginação, o espírito de



colaboração, a socialização e ajudam a criança a compreender melhor o mundo” (GASPAR, 2009), além de participarem da vida em coletividade e da comunidade quando compartilhada no espaço de todos, o público, a rua. A mesma autora ainda afirma que “qualquer espaço público vazio e uma bola servem para a prática da pelada<sup>79</sup>” assim como para outros jogos populares. As regras dos jogos populares não são fixas, podendo-se jogar de diferentes maneiras, combinando previamente as regras na hora do jogo, as quais podem ser flexíveis dependendo da circunstância<sup>80</sup>.

Como colocado por autores anteriores, pode-se ver que muitas brincadeiras são comuns, em sua essência, no mundo inteiro, variando de acordo com aquele que as pratica. Algumas das brincadeiras populares mais conhecidas no Brasil são ilustradas na pintura intitulada ‘Jogos Infantis’, de Pieter Bruegel (Fig.16).



Fig.16 - Jogos Infantis em 1560.

A Fig.16 é uma obra do ano de 1560 na qual o pintor Pieter Bruegel retratou os principais jogos infantis de sua época. Pieter Bruegel “tornou-se conhecido por suas obras que retratam o cotidiano dos camponeses, gente pela qual nutria grande admiração, tanto no trabalho quanto nos festejos (DIAS, 2013)”. Nessa pintura, há mais de 200 crianças brincando, e pode-se observar que diversas brincadeiras são praticadas na rua, no espaço público, onde as crianças brincam em grupo ou até

<sup>79</sup> O futebol informal também pode ser conhecido como ‘pelada’.

<sup>80</sup> Por exemplo, existe a possibilidade, quando de acordo e combinado entre os participantes, de um ou mais dos jogadores ser o chamado ‘café-com-leite’, que significa “Alguém é café com leite, quando é menor na brincadeira, ou quando brinca sem ser para valer. Ou seja, as penalidades não são destinadas a essa pessoa”. Fonte: <http://www.qualeagiria.com.br/giria/cafe-com-leite/>. Acesso em 19 fev. 2018.

mesmo sozinhas. Alguns desses jogos representados fazem-se presentes atualmente no Brasil, quase 500 anos depois dessa pintura, devido, em parte, à herança cultural recebida. Destacam-se as brincadeiras populares descritas no quadro e em dois livros<sup>81</sup> brasileiros sobre jogos na fig.17.

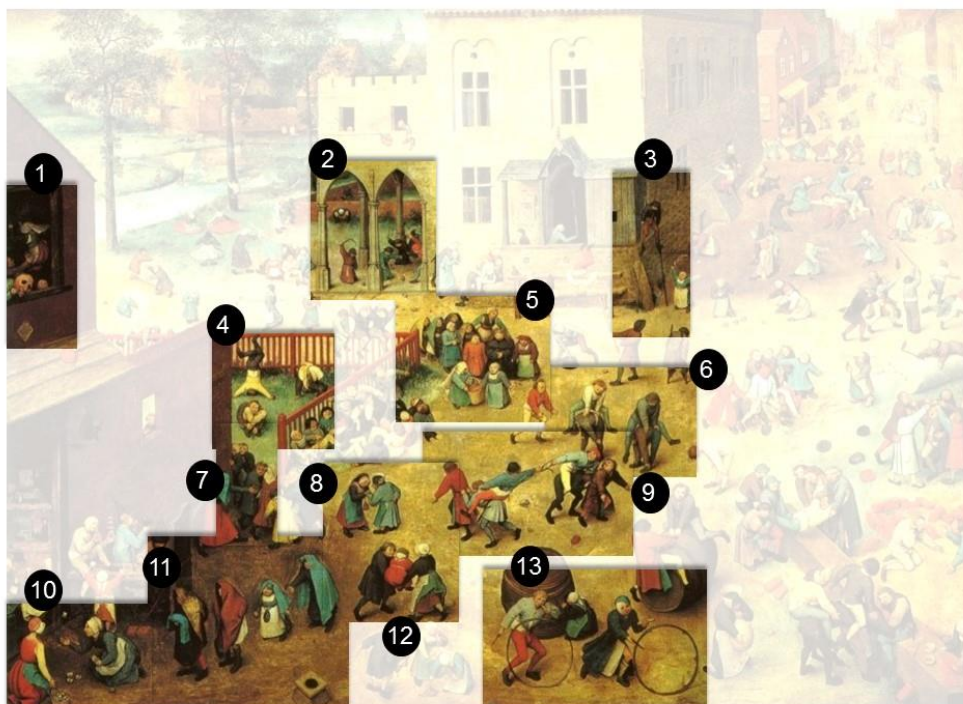


Fig.17 Algumas brincadeiras populares até hoje.

No destaque 1, há um menino brincando com uma *máscara* – no Brasil, tem-se o carnaval como um evento festivo em que se usa máscara e fantasias; no destaque 2, a brincadeira de *pião*; no destaque 3, a brincadeira *pernas de pau*; no destaque 4, crianças brincando de *cambalhota e de plantar bananeira*; no destaque 5, as crianças estão brincando de ‘casamento’, representando uma cerimônia religiosa; no destaque 6 é representada a chamada ‘*rã agachada*’, na qual são necessários no mínimo 2 jogadores: um se agacha e o outro pula sobre ele utilizando a força das pernas e a mão sobre os ombros daquele que está a sua frente abaixado (MORENO, 2002, p.23); no destaque 7, podem-se observar crianças brincando de ‘*esconde-esconde*’; no destaque 8m vê-se o chamado de ‘*empurra-puxa*’ (MORENO, 2002, p.17), em que, para se poder brincar, são necessárias no mínimo duas pessoas (deve-se se dar as

<sup>81</sup> Livros: ‘Os melhores jogos do mundo’ (2003); o qual descreve os jogos brasileiros em sua origem e herança cultural e o livro ‘1000 jogos de condicionamento físico’(2002), que tem uma abordagem mais descritiva ao que tange à descrição da prática do jogo, número de participantes e a dificuldade de cada jogo.

mãos, direita com direita ou esquerda com esquerda, um pé afastado para frente e outro para trás de cada jogador – assim, deve-se empurrar e puxar o companheiro para frente e para trás a fim de que alguém tire um dos pés do chão); no destaque 9, a ‘*corrida de cavalo*’; no destaque 10, o jogo das ‘*cinco marias*’; no destaque 11, tem-se também uma cena de representação, como o destaque 5, neste caso é uma procissão batismal; no destaque 12, a brincadeira de ‘*cadeirinha*’; e no destaque 13 está representado o ‘*arco de barril*’.

Os jogos populares de rua, muitos deles de tradição secular, têm sido deixados cada vez mais de lado por diferentes motivos. Para Gaspar & Barbosa (2009), “atualmente, devido ao progresso e às mudanças dele decorrentes, as brincadeiras e jogos infantis populares estão sendo substituídos pela televisão, pelos jogos eletrônicos e pelo computador”. Contudo, pode-se observar que, a partir dos anos 70, houve uma ascensão dos jogos eletrônicos no mundo inteiro (RODRIGUES, 2005, p. 2), interferindo nas relações entre pessoa, jogo e espaço público, e assim criando reflexos culturais entre eles.

Os novos jogos digitais influenciam cada vez mais novas formas de relacionamentos, impactando as formas de sociabilidade dos jogadores e a cidade onde estão inseridos. Como bem coloca Caillois (2017, p.81), “os jogos não são apenas distração individual”, tanto nos jogos populares como nos jogos eletrônicos existem práticas sociais envolvidas, nas quais os jogadores interagem tanto entre eles como com o ambiente em que se encontram.

Hoje, a idade dos jogadores não importa<sup>82</sup> em jogos *online* individual e *multiplayer*<sup>83</sup>, permite-se uma mistura de faixa etária, nacionalidade, gêneros etc. Os jogos digitais e os avanços tecnológicos aumentou a faixa etária dos jogadores, que antes se restringia até a adolescência (FREIRE & GUERRINI, 2016, p. 467). No jogo *online* ninguém sabe quem é o outro de fato, já que “o videogame, antes considerado entretenimento apenas para crianças e adolescentes, está atingindo um público cada vez mais amplo, já que é, portanto, um importante instrumento de lazer para diversas faixas etárias” (REIS & CAVICHIOILLI, 2008, p.167) e uma maneira de integrar diferentes gerações.

---

<sup>82</sup> Desde que tenham livre classificação. Os jogos, assim como os filmes tem classificação etária, seja pelo seu conteúdo ou jogabilidade.

<sup>83</sup> Significa mais de um jogador jogando o mesmo jogo.

### 3.3. OS JOGOS E O ESPAÇO PÚBLICO

Vive-se em um mundo de constantes avanços tecnológicos, que influenciam todos os ramos e atividades do nosso cotidiano, assim como nossa experiência na cidade. Para Santaella (2008, p1), é emergente discutir o desaparecimento ou esvaziamento da “experiência humana do lugar e das suas interações sociais em presença”, pois, para ela, a emergência das novas tecnologias condiciona novas práticas culturais. As novas tecnologias não estão dissociadas dos espaços públicos, já que em diversos jogos esses espaços estão transpostos para o espaço virtual (ciberespaço), assim como sua utilização, o que, obviamente, não torna a experiência virtual ‘real’.

O avanço das tecnologias, como computadores e *videogames*, e das tecnologias móveis, como *tabletes* e celulares, aumentou a profusão dos jogos eletrônicos. E os jogos tradicionais de rua, que antes tendiam a ser ensinados de geração para geração, perdem cada vez mais espaço com a disseminação dos jogos eletrônicos, que não obedecem a uma ordem hierárquica do ‘ensinar’ e ‘aprender’ o jogo. Neles, diferentes gerações ensinam diferentes jogos umas às outras.

Os jogos eletrônicos apresentam “vários tipos de arte diferentes, como cinema, quadrinhos e música, e relacionam tudo isso com o uso de computação gráfica de alta qualidade e diferentes formas de interação” (RODRIGUES, 2005, p. 5), o que torna esses jogos atrativos na sociedade atual. Essa atração dos novos jogos também ocorre por diferentes motivos: por terem uma diversidade de linguagens, diferentes formas de jogabilidade<sup>84</sup>, múltiplos cenários, objetivos etc. Além disso, têm o próprio avanço tecnológico que oferta os jogos em diferentes plataformas, como *smartphones*, computadores, *videogames* etc.

A grande parte dos jogos de caráter popular é praticada nos espaços públicos. A cidade também é responsável pelos jogos na medida em que contribui ou não para sua prática no que concerne aos espaços que ela propicia, sejam eles físicos ou de segurança pública.

A evolução urbana também tem contribuído para a extinção dessas atividades. O fato de trocar a moradia em casas por prédios de apartamentos e o processo de insegurança generalizada no País, estão fazendo com que as calçadas deixem de ser um local de divertimento infantil. (GASPAR, 2009)

---

<sup>84</sup> Jogabilidade: “a experiência de jogar o jogo. Usado muito amplamente nas revisões de jogos e frequentemente descrito em termos de interface, velocidade e estratégia. Uma categoria que sublinha a natureza experiencial e não interpretativa da jogabilidade” (DOVEY & KENNEDY. 2009, p.147). Original: “*the experience of playing the game. Used very widely in game reviews and often described in terms of interface, speed and strategy. A category which underlines the experimental rather than interpretative nature of gameplay.*”

Essas são algumas das razões pelas quais vem ocorrendo um crescente aumento na procura dos jogos eletrônicos e o enfraquecimento dos jogos populares. Muitas críticas foram feitas acerca dos jogos de videogame e computadores, acusando-os de provocarem isolamento social e sedentarismo. Como ilustra a caricatura Fig.18, uma mãe na década de 1990 puxa o filho pela orelha para que vá *para dentro de casa*; a criança está toda suja pois estava jogando bola na rua. Duas décadas depois, outra mãe insiste para que o filho *saia de casa e vá pra rua*, já que esse não desgruda do celular.

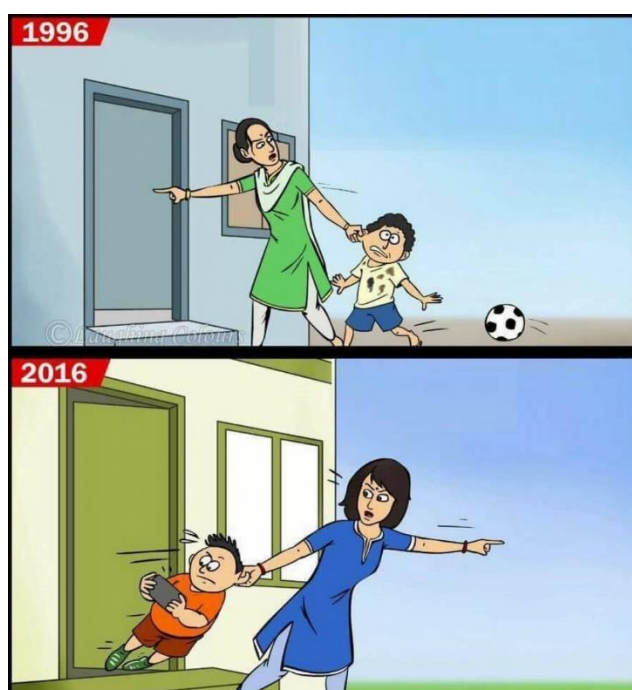


Fig. 18 – Mães educando seus filhos em cada tempo.

Outros motivos, e mais complexos, são apontados por Cardoso (2012, p. 38-39) em relação ao esvaziamento dos espaços públicos, pois, segundo ela

a institucionalização dos medos urbanos acaba desestimulando a vivência do espaço público pelas crianças, restringindo sua atuação pública a espaços protegidos e controlados. Cria-se, segundo Sennett (1988), uma sociedade intimista, que induz ao declínio da vida pública. O controle excessivo desqualifica a experiência urbana ao impedir o contato da criança com a diversidade que a cidade oferece, empobrecendo sua percepção espacial e, também, sua experiência cívica e social.

A autora ainda coloca que há uma redução progressiva dos espaços públicos de lazer nos centros urbanos que têm, de modo geral, maiores densidades populacionais (CARDOSO, 2012, p. 38-39). A diminuição de espaços públicos de lazer tem impacto direto nos jogos tradicionais de rua. Um exemplo é o futebol, que, para o brasileiro, sempre teve um destaque dentre todos os jogos, pois “o aprendizado do futebol no Brasil sempre esteve atrelado ao significado cultural de sua prática, isto é, desde a infância os brasileiros são influenciados por esse significado” (CAVICHIOILLI, et al. 2001, p.631). É um jogo tido como ‘simples’ porque precisa apenas de espaço territorial, dos jogadores e de uma bola (e essa pode ser de borracha, meia, papel...). Mas até mesmo os jogos populares tidos como simples dependem de espaços na cidade.

Na série de reportagens “A base: da terra à grama”, o jornalista Eric Faria (2014) aponta que “um arranha-céu a mais significa um campinho de várzea a menos.” No primeiro episódio da série, o antropólogo Enrico Spaggiari afirma em entrevista que “na década de 60 esse parque (Parque do Povo na cidade de São Paulo) chegou a ter 18 campos de futebol (...) assim como outros locais da cidade”, e que os campos da cidade foram significativamente reduzidos, e grande parte foi desativada por diferentes razões, majoritariamente imobiliárias: construção de prédios residenciais, comerciais etc. Ainda na reportagem, Próspero Paoli, chefe da divisão de esportes e lazer da Universidade Federal de Viçosa, comenta que a formação dos jogadores brasileiros pode ser prejudicada, em longo e médio prazo, em função dessa diminuição dos campos de várzea na cidade:

Quando nós consideramos o processo de formação do atleta (ao longo do seu crescimento), ele passa por fases. Cada fase tem sua especificidade, seus conteúdos. E uma capacidade muito importante são as capacidades coordenativas e as habilidades motoras básicas. (...) o futebol de rua tem elementos que são fundamentais (para o desenvolvimento motor do atleta). E isso, lá na frente, vai ser muito importante para que o atleta possa montar e estruturar seu acervo motor.

Outro entrevistado foi o técnico de categoria de base Carlos Amadeu, que lamenta: “vêm se esgotando nossos talentos. O repertório motor vem diminuindo bastante, nos restou pegar esses jovens antes, com 10 anos, e formar ele dentro do próprio clube”, em ambiente privado. Emerson Áliva, ex-técnico das seleções de base observa sobre essas crianças: “não têm riqueza motora mais, isso tem influência direta no número de jogadores que tem em clubes hoje”. A reportagem mostra que os jogadores que ainda jogam de pés descalços, no campinho de terra irregular de rua,

ainda são os mais 'flexíveis' e não chegam tão 'engessados' quanto os que jogam desde sempre dentro de clubes.

As crianças que jogam na várzea, ao contrário das que jogam no clube, jogam à hora que querem, no seu lazer, decidem quando querem parar de brincar. A ideia do jogo discutido até agora só é válida nesse caso, se a criança é livre em decidir. No caso da criança que joga em clube, é posta à 'prova' o tempo todo, treina e não brinca. Nesse caso, não é jogo, é trabalho. Para Caillois (2017, p.15), o jogo não deve produzir nada, pois ele "opõe-se ao trabalho assim como o tempo perdido se opõe ao tempo bem empregado".

Pode-se observar então a interdependência entre jogo e cidade. O jogo que sinaliza as preferências dela, e ela que sustenta sua prática ou não. Nesse contexto, aparece um novo espaço: as casas de jogos, os jogos eletrônicos domésticos e o ciberespaço, muitos deles privatizados, espaços fechados, os quais criaram um lugar diferente de prática de lazer e, em alguns casos, locais de encontro (reais e virtuais) entre jogadores. Para isso, serão observados alguns jogos ao longo do tempo.

### 3.4 ARQUEOLOGIA DOS JOGOS

Neste item se discutirá como os jogos foram se modificando ao longo do tempo. Conforme tratado no capítulo I, analisou-se como as tecnologias de cada tempo influenciaram as relações humanas entre si e com o mundo, como cada instrumento de cada tempo teve impacto em algumas dinâmicas do espaço público. Uma representação caricata desse movimento (do analógico para o digital) pode ser observada no filme *Jumanji* de 1995. A história do filme é sobre um jogo de tabuleiro que transporta animais selvagens *para a cidade real*, e nessa cidade acontece a aventura ficcional. Duas décadas depois, em 2017, é feita uma nova versão do filme, e nessa edição, o enredo não começa mais em um tabuleiro tradicional. O jogo agora é um videogame que virtualiza os participantes reais *para dentro do universo digital*, onde acontece o jogo. Esse movimento pode passar despercebido, mas representa o que vem acontecendo e pode ser observado nos jogos. Antes, a cidade era o grande tabuleiro onde acontecia o círculo mágico dos jogos, e hoje o jogo pode acontecer dentro da tela, seja do computador, seja do celular, do *videogame* etc.

Os jogos tradicionais de rua eram praticados nos espaços públicos; as pessoas relacionavam-se diretamente umas com as outras para brincar. Muitos jogos que eram

praticados sem a presença das tecnologias foram, ao longo do tempo, virtualizados, “várias plataformas foram criadas e ainda são para que os jogadores adentrem no mundo virtual” (FREIRE & GUERRINI, 2016. p. 465). Desde a década de 1970, vários jogos tradicionais vêm sendo virtualizados e podem ser jogados no computador ou outras plataformas: pessoas contra a máquina, ou pessoas contra pessoas em versões online do jogo, jogando cada uma de sua própria casa. Os jogos tradicionais de rua, como “brincadeiras de roda, as cantigas, os jogos de tabuleiro, vão influenciar muito os jogos digitais” (PINHEIRO, 2007, p. 62).

Os jogos como o futebol, que antes precisavam de outros pares para serem jogados, agora, com os jogos eletrônicos e digitais, não necessitam da presença de ninguém. Podem-se escolher jogos para se jogar sozinho ou acompanhado, pois “a participação de jogos com outras pessoas via internet é cada vez mais comum, o que dispensa a dependência em relação a amigos ou grupos de amigos específicos que seriam indispensáveis à realização das muitas outras atividades de lazer” (REIS & CAVICHIOLO, 2008, p.179). Para Freire & Guerrini (2016. p. 465),

as modificações de espaços utilizados para o jogo, bem como a forma de imersão neles também influenciarão, unidos aos avanços tecnológicos, nos tipos de relacionamento efetivado entre os jogadores. Não só os espaços foram alterados, mas a própria forma de relacionamento das pessoas.

A virtualização do jogo e o novo espaço criado para se encontrar e comunicar (agora no ciberespaço) altera-se em função dos jogos eletrônicos. As relações intermediadas pelo instrumento tecnológico modificam as formas de relacionamento entre as pessoas, que antes precisavam do contato real e presente para se jogar. Contudo, Caillois (2017) observa que os jogos têm uma função social, mesmo aqueles que podem ser jogados individualmente.

Existe uma prova clara disso. Por mais individual que imaginemos o manuseio do objeto com o qual se está brincando – pipa, pião, ioiô, diabolô, bilboquê ou bambolê –, eles logo se cansariam se não houvesse concorrentes nem *espectadores, pelo menos virtuais*. (...) os donos dos mesmos brinquedos *se reúnem em um lugar consagrado pelo hábito, ou que seja simplesmente cômodo, e, ali, medem sua técnica. Este geralmente é o essencial de seu prazer*. (CAILLOIS, 2017. p.81-82).

Mesmo os jogos tradicionais de rua não sendo mais praticados como antes dos jogos eletrônicos, a essência do prazer em se exibir, medir o talento e se encontrar continua como se observará a seguir.



### 3.4.1 O Jogo para dentro dos estabelecimentos e residências

O jogo conhecido como *Bagatelle*, representado na fig.19, utilizava um taco, sistema permitia que a bola fosse lançada (com o acionamento do jogador) e retornasse sozinha ao local de origem. Essa máquina “estava ligada à sociabilidade promovida em bares, pubs e tavernas” (PINHEIRO, 2007. p.63). Ela foi inicialmente utilizada para fins da socialização nesses locais, que são essencialmente lugares para se descontrair, para o lazer. Era um jogo do homem contra a máquina, mas a socialização estava em torcer para o jogador, observar suas habilidades. Esse jogo deu origem à máquina de *pinball*, que surgiu na metade do século XX.

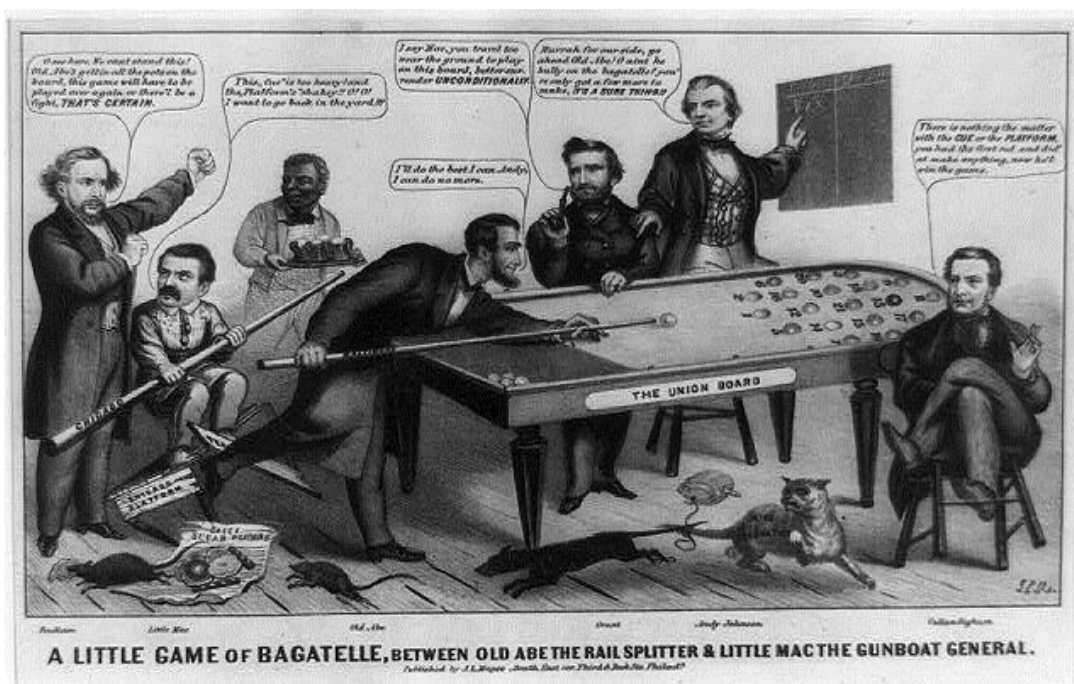


Fig. 19 - Jogo de Bagatelle.

Na década de 1960, os estudos sobre cibernética foram sendo desenvolvidos, assim como os primeiros computadores. Nessa década e na seguinte, com o desenvolvimento da informática, surgiram os primeiros computadores domésticos, assim como os primeiros aparelhos de jogos eletrônicos (REIS, 2013. p. 44).

Com o tempo foi se aprimorando e se adicionando circuitos elétricos aos jogos do tipo *Bagatelle*, e ainda nessa década surgiu o *Pong* (Fig. 20). Esse foi o primeiro jogo de *arcade*, ou seja, jogos que se compõem de uma caixa de madeira ou plástico

com um monitor e controles para serem jogadas. O *Pong* já é um sistema digital<sup>85</sup>, um sistema que simula uma partida de tênis; os jogadores agora jogam um contra o outro, movimentando duas barras verticais (Fig. 21), uma em oposição à outra, fazendo com que a bolinha seja lançada para o outro lado da ‘quadra’ digital – esse jogo podia ser jogado individualmente ou por duas pessoas entre si.



Fig.20 - A arcade do jogo Pong e seus desenvolvedores.



Fig. 21: A tela do jogo Pong.

Em 1977, a Atari desenvolveu uma nova ferramenta para jogar em *arcades*, o *joystick* (Fig.22); esse novo controlador de jogo foi programado para jogos do tipo simuladores de voo. O jogo para arcade ‘*Space Invaders*’, jogado com o joystick, levou a indústria de *arcades* para outro patamar: a *era de ouro dos Arcades*.



Fig. 22 - Joystick.

---

<sup>85</sup> É um sistema digital, pois utiliza “tecnologias electrónicas para gerir, arquivar e processar informação num sistema binário. Em vez de reflectir valores que variam continuamente, a informação digital é baseada em dois estados distintos, expressa por um conjunto de dígitos (positivo e não positivo - 0 e 1). Cada um desses elementos chama-se um *bit* (contração de *binary digit*).” (VAZ, 2006).

Da década de 1970 até o final da década de 1980, teve-se a “era do ouro dos jogos de arcades”, que é definida como o pico de popularidade desses jogos e da tecnologia “Os anos em torno de 1980 são comumente chamados de “Era de Ouro dos Jogos de Arcade” (SABADELLO, 2006, p.19). Nesse período surgiram casas de jogos com máquinas do tipo arcade, agora então com inúmeros jogos criados a partir do Pong, como Pac-Man, Donkey Kong, Galaga etc., em torno dos quais as pessoas se reuniam para jogar. As máquinas de arcade tinham espaço para fichas, que eram compradas nos próprios estabelecimentos. O princípio da socialização ainda estava presente (Fig.23), mesmo que houvesse nesse momento um distanciamento do espaço público. Esses estabelecimentos, característicos dessa era, estão representados em vários filmes que ilustram os meados dos anos 80 como o filme *Pixel*<sup>86</sup>.



Fig. 23 - Casa de jogos. Socialização entre *arcades* no ambiente privado.

Mesmo que alguns arcades fossem para se jogar sozinho, como o antigo *Bagatelle*, o fato de se estar sendo observado faz parte do jogo, como bem colocou Caillois (2017), quando afirma que jogar e permitir ‘exibir’ sua qualidade é parte do prazer do jogo.

O primeiro videogame ligado à televisão foi criado por Ralph Baer em 1967: o *Brown Box* (TIME, 2009). Era um protótipo, mas não foi um videogame com grande alcance comercial. O console tinha um rifle 45 de plástico (fig. 24) que deveria ser apontado para a tela da televisão, buscando acertar os alvos exibidos, além de conter jogos que poderiam ser jogados a dois, como o *Pong* (TIME, 2009; SHANE, 2013).

---

<sup>86</sup> Sobre o filme *Pixel*: “(...) Disposta a conquistar o planeta, a raça alienígena resolveu criar monstros digitais inspirados em videogames clássicos dos anos 1980. Para combatê-los, a única alternativa é chamar especialistas nos jogos”; é um filme americano lançado em 23 de julho de 2015. (THIBAUDAULT, 2000).



Fig.24 Console de Rifle 45 de plástico.

Criar um jogo passível de ser conectado à televisão, além de tirar as pessoas do espaço público, retira-as de espaços privados comerciais (onde se jogava o arcade) e começa a colocá-las ainda mais isoladas, pois, na prática, elas poderiam ficar jogando somente em suas casas e somente com elas próprias.

Em 1972 foi produzido o primeiro *console*<sup>87</sup> doméstico em escala comercial: o *Odyssey* (Fig.25) da empresa *Magnavox*. Contava com 12 jogos diferentes, como tênis, hóquei, futebol e outros que, segundo a empresa, eram educativos, como o jogo 'geografia'. A propaganda<sup>88</sup> exibida na televisão afirmava que esse *videogame* seria um 'professor eletrônico'. Também o apresentava como sendo "uma experiência para todas as idades", um objeto de interação para toda a família dentro de sua casa (Fig. 6).

---

<sup>87</sup> "Consoles são equipamentos tecnológicos capazes de executar jogos eletrônicos, contidos em cartuchos ou em discos de leitura ótica, como CDs e DVDs. Os jogos são processados pelo aparelho e exibidos em telas de televisão ou monitor como interfaces gráficas, as quais podem ser acessadas através de comandos inseridos em um controle conectado ao equipamento, ou, mais recentemente, pelo reconhecimento dos movimentos físicos reais do jogador." (REIS, 2013, p.45)

<sup>88</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=0MnRkPvljKE>

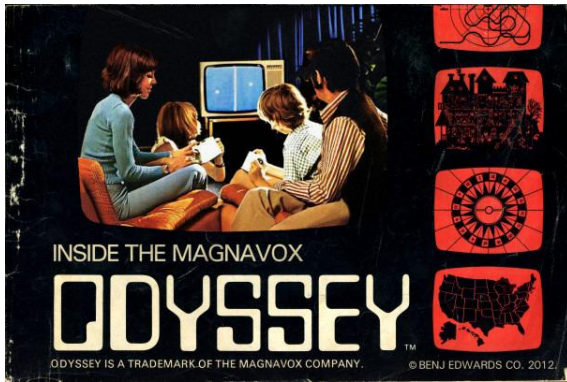


Fig. 25: Jogo em família



Fig. 26 Console Odyssey.

No mesmo ano é fundada a empresa Atari, por Nolan Bushnell, o mesmo produtor do *Pong* para *arcade*. A Atari produz uma versão doméstica do *Pong* (Fig.27) em 1975, com a participação de Steve Jobs, “que mais tarde deixaria a empresa para fundar a Apple” (REIS, 2013, p. 46). Nesse console, era possível jogar o próprio jogo *Pong*, assim como outros, todos com o mesmo princípio do *Pong*, ou seja, uma ‘bola’ que vai de um lado para o outro e que deve ser rebatida; os jogos variavam entre si pelo tamanho da ‘raquete’, pelo número de raquetes, etc.<sup>89</sup>



Fig. 27 - Jogo Pong console.

<sup>89</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=Qhy6LkQoygc>

### 3.4.2. O jogo e a mobilidade

Ainda em paralelo à era do ouro dos jogos de arcades e os novos consoles, no ano de 1976, a empresa Mattel lança o primeiro ‘*handheld*’ ( ‘console portátil’ em português): o *Auto Race* (Fig.28).



Fig. 28 - *Auto Race*.

Tratava-se de um console de ‘videogame’ móvel, jogado individualmente. Continha apenas um jogo, que simulava uma corrida de carros representados por traços que deviam desviar de obstáculos (REIS, 2014, p. 46). Um dos motivos de não haver sido um grande sucesso é justamente suportar um único jogo.

A indústria do videogame crescia a cada dia com uma enorme diversidade de consoles no mercado. Ainda nesse período, ocorreu a grande popularização dos computadores, que, por possuírem “tamanho reduzido e boa qualidade de processamento, foram rapidamente inseridos na vida social, nas empresas, nas escolas e, também, nas casas das pessoas” (REIS, 2013, p. 52). A informática e as redes começaram a crescer nos lares americanos; o primeiro computador doméstico, o Apple II, foi sucesso de vendas em 1977 e tornou-se comum na década de 1980<sup>90</sup>. Outro computador desse período era o *Windows 1.0*, lançado em 1985 pela *Microsoft* de Bill Gates, que passou a ser mais utilizado por ser mais acessível economicamente.

<sup>90</sup> [https://pt.wikipedia.org/wiki/Computador\\_dom%C3%A9stico](https://pt.wikipedia.org/wiki/Computador_dom%C3%A9stico)

No âmbito da comunicação móvel, houve uma revolução com o desenvolvimento do telefone celular, criado por Martin Cooper em 1973, o *DynaTAC 8000* (Fig. 29) que foi o primeiro celular comercializado nos Estados Unidos<sup>91</sup>.



Fig. 29 - Motorola DynaTAC 8000x

Sua funcionalidade era semelhante ao de um telefone fixo; “era um típico tijolão: pesava 794 gramas e media 33 centímetros de altura, 4,5 de largura e 8,9 de espessura” (EXTRA, 2012). O celular dependia de redes analógicas para funcionar, o que limitava seu funcionamento, pois sua área de cobertura ainda não era suficientemente grande. Somente nos anos 1990 é que os aparelhos celulares começaram a se popularizar, ficaram mais leves, eficientes e passaram a dispor do artifício de mensagem de texto, o ‘SMS’<sup>92</sup>. Os primeiros celulares populares eram monocromáticos, mas logo em seguida começaram a ser fabricados com cores.

Voltando aos games, porém, um pouco mais adiante no tempo, a empresa japonesa Nintendo lança, em 1989, um revolucionário *handheld*: o *Game Boy* (Fig. 31), que se constituiu num verdadeiro marco na história dos consoles móveis. A tela era monocromática, tinha boa capacidade de processamento e tamanho reduzido, variados cartuchos de jogos bem mais complexos que os primeiros *handhelds*, mas existia algo inédito presente nesse console móvel: o cabo *Game Link* (Fig. 30). Esse acessório servia para conectar um *Game Boy* a outro, tornando possível dois jogadores jogarem entre si. Na Fig. 30, ainda é possível observar o discurso

<sup>91</sup> <https://veja.abril.com.br/tecnologia/telefone-celular-completa-40-anos-de-vida/>

<sup>92</sup> “**SMS** é a sigla de Short Message Service (*Serviço de Mensagens Curtas* em português. **SMS** é um serviço muito utilizado para o envio de mensagens de texto curtos através de telefones celulares.” <https://www.significados.com.br/sms/>

saudosista do ano de 2013: “crianças de hoje nunca saberão o que é uma ‘batalha Pokémon’ através de um cabo”.



Fig. 30 – Game Link meme

Outro motivo para o grande sucesso do console móvel foi o fato de que os jogos podiam ser mudados (Fig. 32). O jogo *Tetris* provou ser perfeito para um console portátil, pois era rápido, media habilidades, tinha um bom gráfico e vinha contido no equipamento. Um outro jogo que impulsionou o mercado do Game Boy foi o *Super Mario Land* (que podia ser adquirido separadamente e colocado no aparelho), uma adaptação do já existente e principal jogo para console da Nintendo: o *Super Mario Bros*<sup>93</sup>. Contudo, o maior jogo para o *Game Boy*, e mais famoso, foi o *Pokémon*. O jogo foi projetado especialmente para o console de mão, que com “(...) sua jogabilidade viciante e o estilo RPG<sup>94</sup> baseado em turnos, provou ser a combinação perfeita de jogo para consoles portáteis. Pokemania varreu o globo inteiro, culminando em inúmeros shows, cartões, brinquedos e itens de colecionadores”<sup>95</sup> (SMITH, 2015). O *Pokémon* virou uma febre a partir do jogo do console, pois, além de sua narrativa cativante, a forma de sociabilidade existente para se evoluir no jogo criou uma rede de

<sup>93</sup> A Nintendo lançou seu primeiro console chamado Famicom. “Lançado no Japão em 1983, o Nintendo Famicom é uma abreviação de Family Computer (Computador da Família)”. O segundo console e com maior difusão foi o Nes, que “a Nintendo lançou nos Estados Unidos, em 1985, o NES - Nintendo Entertainment System” (OLHARDIGITAL). O principal jogo do Nes foi o Super Mario Bros, presente até hoje em todos os consoles da Nintendo. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/noticia/relembre-os-32-consoles-da-nintendo/44267>. Acessado em: 19 jan. 2018.

<sup>94</sup> RPG é a abreviação de *Role Play Game*, que significa: Jogo de interpretação, por definição “(...) é um gênero de videogame em que o jogador controla um personagem fictício (ou personagens) que realiza uma missão em um mundo imaginário.” (TECHNOPEDIA) Disponível em: <https://www.techopedia.com/definition/27052/role-playing-game-rpg>

<sup>95</sup> “Its addictive gameplay and turn-based JRPG-lite style proved to be the perfect blend of game for handheld gamers. Pokemania swept the entire globe, culminating in countless shows, cards, toys and collector’s items” (SMITH, 2015).



contatos entre pessoas que fez com que o nome Pokémon reverberasse. A existência de um cabo de ligação, o *game link*,

adicionou uma camada extra de diversão ao sistema. Foi especialmente excelente para irmãos e amigos da escola. O cabo de ligação foi perfeito para o *Pokémon* porque havia duas versões diferentes do jogo: Red e Blue, as quais exigiam que você trocasse Pokémons e experiência com outras pessoas se você quisesse evoluir e coletar os 150 Pokémons. Então, na escola, as crianças discutiam Pokémon, planejando, negociando e batalhando, enquanto espalhavam a 'palavra' de Pokémon nas escolas como um incêndio (SMITH, 2015).<sup>96</sup>

Posteriormente, foram lançadas mais duas versões do *Game Boy* nos anos seguintes, mas somente em 1998 surgiu o *Game Boy Color* (Fig.32), cuja tela era colorida, e a conexão entre os jogadores não dependia mais do cabo Game Link, podia ser feita por infravermelho<sup>97</sup>.



Fig. 31 - *Game Boy*



Fig. 32 - *Game Boy Color* e cartuchos de jogos.

Junto com o *Game Boy*, vieram outros objetos de desejo, como baterias extras, outros jogos, e uma mochila oficial Fig.33

<sup>96</sup> "The link cable added an extra layer of fun to the system. It was especially great for siblings and school friends. The link cable was perfect for *Pokémon* because its two different versions, Red and Blue, required you to trade with other people if you wanted to collect all 150 Pokémon. So at school kids would discuss Pokémon, plan trades and battles, all the while spreading the word of Pokémon through their school like wildfire" (SMITH, 2015).

<sup>97</sup> "A comunicação via infravermelho utiliza sinais de luz emitidos através de um LED e captados por um sensor instalado no destinatário. É um tipo de interface muito barata, encontrada na grande maioria dos notebooks e handhelds." (HARDWARE, 2005) disponível em: <http://www.hardware.com.br/termos/irda> Acessado em: 18/01/18

## Keeping It Portable Was Tough...Until Now.

Expanding your Game Boy system does not mean giving up portability; not now. The rugged Light Boy **GAME KEEPER** is a durable and practically designed hard-shell case for everything you will need to get the most out of your Game Boy system.

With special compartments for your Game Boy, Light Boy, Rechargeable Battery Pack, Six Game Paks, Game Link, and Ear Phones, the Light Boy **GAME KEEPER** allows for on-the-go action. A port is even provided to allow the cord for the battery pack to pass through to Game Boy. If you have a battery pack, you can keep it inside the **GAME KEEPER** and still provide the power to keep your Game Boy going on the outside.

Never again will you have to sacrifice power for portability.

Nintendo® Game Boy™ and Light Boy™ are trademarks of Nintendo of America Inc.  
Light Boy™ is licensed exclusively to VIC Tokai Inc.  
TM & © 1997 Nintendo. All Rights Reserved.



Fig.33- Equipamentos GameBoy.

A Fig. 33 apresenta a pasta especial 'Game Keeper': de um lado o garoto que tem problema em caminhar e carregar todos os aparatos e, do outro, o mesmo garoto agora se diverte graças à mochila especial que pode carregar a bateria extra, o game link, outros jogos e seu Game Boy. O 'universo' comercial dos games se expande além do jogo, e o mercado consumidor investiu nos produtos, como essa mochila, brinquedos, camisetas, acessórios e muitos outros objetos de consumo.

Neste cenário de comércio superaquecido de videogames para ambientes domésticos e consoles portáteis, além dos computadores e dos celulares, surgem os *smartphones*<sup>98</sup>, que ganharam maior popularidade na década de 1990.

Um projeto ousado e com mobilidade surge em 2003, da empresa Finlandesa Nokia<sup>99</sup>: o híbrido N-Gage (fig. 34) que tinha a intenção de competir com o Game Boy (CURTIS, 2016)<sup>100</sup>



Fig. 34. N-Gage.

Esse aparelho se dizia híbrido por cumprir a função de um celular e de um videogame portátil. O *N-Gage* dispunha de mais de 50 jogos criados especificamente para esse *smartphone*. Tal como o aparelho de sucesso *Game Boy*, os jogos do *N-Gage* vinham em cartuchos que poderiam ser trocados quando se quisesse mudar o jogo; contudo, nenhum deles era interessante. E o que mais desagradou os consumidores foi o difícil acesso à troca dos cartuchos, pois, para cada jogo, era necessário desligar o celular, retirar a bateria para, só assim, trocar o cartucho do jogo, que ficava atrás da bateria. Esse *smartphone* não obteve muito sucesso, porque as pessoas não entendiam o propósito de ter um celular com jogo. Dois anos depois, a

---

<sup>98</sup> “Os smartphones são híbridos entre celulares e computadores. Não têm o hardware potente de um computador, mas também não são tão simples quanto um telefone. Afinal, eles englobam algumas das principais tecnologias de comunicação em somente um local: internet, GPS, e-mail, SMS, mensageiro instantâneo e aplicativos para muitos fins. Para muitos, é como ter o mundo ao alcance de um simples toque.” <http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2011/12/o-que-e-smartphone-e-para-que-serve.html>

<sup>99</sup> Nesse período, o celular já era mais popular do que na década de 90, além de ser mais acessível. Eles eram, entretanto, mais rudimentares. A Nokia nesse ano era líder mundial na fabricação de telefones celulares (REIS, 2013, p.59)

<sup>100</sup> <http://www.obsoletedia.org/nokia-n-gage/> Acessado: 02/08/18.

*Sony PlayStation Portable* e o *Nintendo DS* lançam novos consoles móveis ainda mais interessantes que o próprio *Game Boy*, numa corrida e disputa constante de mercado.

Ao longo dos anos,

várias plataformas foram criadas e ainda são para que os jogadores adentrem o mundo virtual. O computador e o Arcade, conhecido como fliperama, foram as primeiras plataformas utilizadas para isso. Em seguida, os videogames como Atari, Nintendo, Xbox, Playstation entre outras, ganharam relevância como plataformas utilizadas. Atualmente, os Smartphones são plataformas que passam por inúmeros avanços tecnológicos com o objetivo de permitir o jogo virtualizado.” (GUERNINI; FREIRE, 2019, P.465 )

Em verdade, a corrida tecnológica do entretenimento e da comunicação móvel aconteceu em paralelo, e os videogames foram se fundindo cada vez mais com a comunicação. Os próprios jogos *multiplayer online* foram evoluindo na sua jogabilidade, dependendo da comunicação entre os jogadores para o seu sucesso, jogadores que não necessariamente estão no mesmo ambiente físico ou compartilham da mesma língua uns com os outros. O jogo e a sociabilidade estão presentes, adaptados à sua maneira e ao seu tempo, mesmo nos dias de hoje.

Ainda um pouco mais sobre comunicação móvel, a palavra *smartphone* surge pela primeira vez com a companhia Ericsson, em 1997, mas desde a década de 1990 surgem modelos que ‘ensaia’ o que seriam os *smartphones*. O conceito de computador e celular que caracteriza o ‘*smart*’ em *smartphone* surge em 1993, com o “Simon”, da IBM. Sua inteligência era avançada para a época pois tinha chamada de voz, envio e recebimento de mensagens, calendário, agenda, acesso a e-mails e tinha a hora mundial.

O ano 2002 foi o de lançamento do *Palm Treo*; do primeiro *BlackBerry* que deu destaque à função ‘e-mail corporativos’; e do P800 da empresa *Sony Ericsson*, que foi o primeiro a trazer suporte para MP3. Contudo, o primeiro grande *smartphone* foi o *iPhone*, da companhia Apple, o qual apresentou os aplicativos<sup>101</sup> e revolucionou a maneira de se relacionar com o telefone, pois havia maneiras de torná-lo

---

<sup>101</sup> “Aplicativos são programas desenvolvidos com o objetivo de facilitar o desempenho de atividades práticas do usuário, seja no seu computador ou nos telefones móveis. Eles são um atrativo a mais nos smartphones: servem tanto para facilitar a vida – em se tratando de aplicativos utilitários – assim como para puro divertimento. Podem ser divididos em várias categorias, como por exemplo, aplicativos de entretenimento, música, automação comercial, educação, interação social, dentre outros. Os aplicativos podem ser gratuitos ou pagos e podem ser utilizados quando você estiver conectado ou não à internet.” (NONNENMACHER, 2012) <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/78327/000891977.pdf>

personalizado (LUIZ, 2014)<sup>102</sup>. A Apple diferenciou o Iphone de uma outra forma, pois conseguiu retirar a maior parte dos botões com a inclusão da tela com *touch screen*<sup>103</sup>.

Além das funções de telefone que vêm com o aparelho, foi incluída também a câmera fotográfica digital, o álbum de fotos, a calculadora etc. O Iphone passou a permitir que seus usuários pudessem baixar os aplicativos (APPs) que lhe interessassem e, dessa forma, personalizar o seu aparelho, sua interface e a forma como se relacionava com o aparelho e com as pessoas que compartilhavam do mesmo interesse e da mesma tecnologia de ponta.

Nessa corrida tecnológica de videogames e *smartphones*, em 2006, a companhia Nintendo, que produziu o Game Boy na década de 90, cria um videogame sensível ao movimento, o *Wii* (fig. 35). Esse videogame tem vários recursos avançados e revolucionários para a época de seu lançamento. Possui “controles remotos sensíveis a movimento sem fio, capacidade Wi-Fi integrada e uma série de outros recursos, que fizeram do Wii o console de última geração mais vendido do mundo” (NINTENDO, 2018)<sup>104</sup>.



Fig. 35 Nintendo Wii.

<sup>102</sup> Disponível em <https://www.tekimobile.com/historia-do-smartphone/> Acessado em : 01/08/18.

<sup>103</sup> Tela sensível ao toque, sem necessidade de botões.

<sup>104</sup> Nintendo. Disponível em: <https://www.nintendo.com/corp/history.jsp> Acessado em: 02/08/18.

Na figura 35 pode-se observar acima, à direita, a tela do jogo onde o jogador se vê virtualizado, e na imagem à direita, uma mulher jogando o videogame, segurando o controle sensível ao movimento, que é reproduzido na tela instantaneamente. Esse videogame foi um contradiscurso para aqueles que alegavam que os jogos tornavam as pessoas sedentárias.

Esse videogame ficou conhecido também por seu jogo 'Fit', para saúde e fisioterapia. Notícias como "videogame vira tratamento médico para vítimas de acidentes e derrames"<sup>105</sup>, ou ainda, "videogame Wii põe diversão na fisioterapia"<sup>106</sup> surgiram com o jogo. Na figura 36, aparece um grupo de idosos beneficiados pelo jogo, conforme aponta reportagem:

Um estudo publicado na revista científica Nature revela os benefícios dos jogos eletrônicos no cérebro. (...) A atenção e a memória de curto prazo também melhoraram entre os idosos que jogaram videogame. E o mais impressionante: seis meses depois que eles pararam de jogar, essas habilidades foram mantidas. (...) "Ainda precisamos descobrir o que funciona e o que não funciona", diz o cientista. "Esse jogo é só um experimento. E, como tudo na vida, os jogos podem ter efeitos positivos e negativos. Por exemplo, alguém que não sai de casa porque não quer parar de jogar", coloca Adam Gazzaley.<sup>107</sup>



Movimentos do usuário são captados pelo aparelho e reproduzidos na TV

Fig.36 Idosos jogando boliche.

<sup>105</sup> **D'Alama, I.** Disponível em: <http://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/2011/07/videogame-vira-tratamento-medico-para-vitimas-de-acidentes-e-derrames.html> Acessado: 02/08/18.

<sup>106</sup> **Rodrigues, J. 2009.** Disponível em: <https://veja.abril.com.br/saude/videogame-wii-poe-diversao-na-fisioterapia/> Acessado: 02/08/18.

<sup>107</sup> **Severiano, A.** <http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2013/09/estudo-afirma-que-jogar-videogame-pode-melhorar-memoria-dos-idosos.html> Acessado: 02/08/18. 2013.

O discurso de que videogames podem tornar o indivíduo um recluso dentro de casa ainda está presente. Pode-se observar a evolução dos consoles de lugares públicos para o interior da residência, depois se tornando móveis (o que, em teoria, poderia levá-los para o espaço público) e, mais tarde, ajudando pessoas a se movimentarem, mas ainda assim não estão nas ruas da cidade.

### 3.5 CIDADES E JOGOS, UMA TRAMA PROJETUAL

Atualmente os *smartphones* representam a cultura da convergência (que não se resume ao *smartphone*) que Jenkins (2006, p. 29-30) entende como “um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos”, e ainda “(...) a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (Idem.). O autor refere-se ao fluxo de conteúdos midiáticos gerados através das múltiplas plataformas existentes de mídia e aponta o comportamento migratório dos públicos que “vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam” (Idem.). A psicóloga Sherry Turkle, que estuda pessoas e tecnologia, reforça essa questão ao dizer que “as pessoas querem personalizar suas vidas (TURKLE, 2012)”<sup>108</sup> por meio das tecnologias, e o *smartphone* é uma maneira de customizar uma parte constantemente conectada.

Os *smartphones* começam a se adaptar, então, aos aplicativos, e as pessoas começam a procurar *smartphones* que supram as suas necessidades. Começam a surgir aplicativos cada vez mais complexos, que dependem de bons processadores e de boa capacidade de armazenamento para o seu funcionamento ou melhor desempenho. Como relata o jogador de “*Grand Theft Auto: San Andreas*” (fig.37).

O jogador avalia o jogo muito bem, como indicam as 5 estrelas (nota máxima) de avaliação do aplicativo. Porém, alerta sobre a capacidade dos celulares, que precisa ser mais compatível com a qualidade exigida para o bom desempenho do jogo.

---

<sup>108</sup> “People want to customize their lives” (Turkle, 2012).

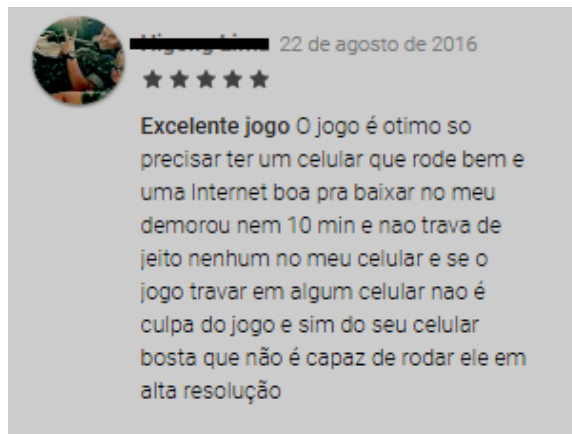


Fig. 37. Relato de desempenho do jogo.

Os aplicativos podem servir para inúmeros propósitos e, no caso dos jogos, são eles estão sendo fabricados cada vez mais de forma específica para *smartphones*<sup>109</sup>. Podem-se observar, abaixo, os aplicativos mais baixados no sistema no Android (Fig. 38) e no IOS (Fig. 39):

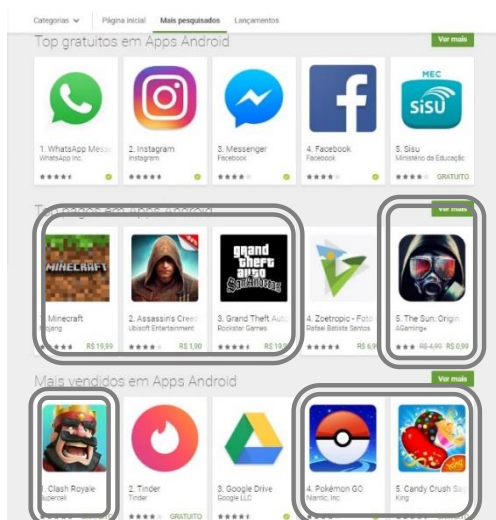


Fig. 38 - Mais baixados *Android*.



Fig. 39 - Mais baixados *iTunes*.

Destacados em cinza estão os aplicativos, mais baixados atualmente, que são jogos. Dentre os inúmeros tipos de jogos que existem para todos os gostos e idades, gratuitos ou pagos, três deles chamam a atenção por se relacionarem, cada um à sua

<sup>109</sup> “Segundo a firma de pesquisa, a indústria de games terá uma **receita mundial de US\$ 137,9 bilhões em 2018**, com **51% vindo do mobile (smartphones e tablets)**, um crescimento de 25,5% em comparação ao ano anterior. Em relação ao restante dos ganhos da indústria, **24% virá do PC** e **25% dos consoles**.” Fonte: <https://adrenaline.uol.com.br/2018/05/08/5105/mobile-deve-ser-responsavel-por-mais-da-metade-do-faturamento-do-mercado-de-games-em-2018/>



maneira, com a cidade. O mais baixado entre todos é o *MineCraft*, que obteve mais de 50 milhões de instalações só no *Google Store*. É um jogo pago e custa: R\$ 19,90 ou R\$ 22,90 na *Apple store*. Além desse valor que se paga para obter o jogo, há uma loja dentro do próprio universo *Minecraft*, na qual é possível comprar mais itens que podem ser utilizados para um melhor andamento e desempenho do jogador no próprio jogo. Nesses 'acessórios' pode-se gastar muito mais do que o preço original, como relata este pai na fig. 40.

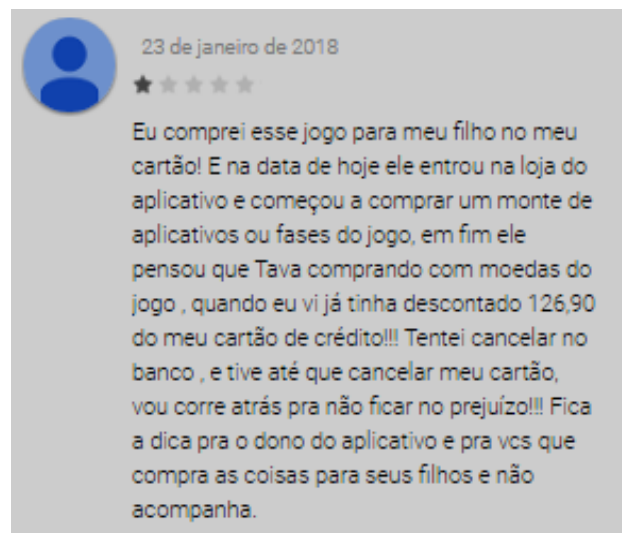


Fig. 40 – Comentários Google Play.

Em sua descrição, o *Minecraft* convida:

Explore mundos gerados aleatoriamente e construa das casas mais simples aos maiores castelos. Jogue no modo criativo com recursos ilimitados, ou mine as profundezas do mundo no modo sobrevivência, criando armas e armaduras para se defender dos monstros. Crie, explore e sobreviva sozinho ou com amigos, em dispositivos móveis ou no Windows 10 (podendo ser jogados também em computadores).<sup>110</sup>

O jogo tem um universo no qual se pode customizar o espaço de acordo com as necessidades e desejos de cada pessoa/jogador. Com os blocos do jogo, é possível se construir o que quiser: edifícios, cidades, lagos, absolutamente tudo que existe (e não existe) no planeta Terra (Fig. 41).

<sup>110</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mojang.minecraftpe>



Fig. 41 – Mundo Minecraft.

O jogo *Minecraft*, lançado em 2009, assemelha-se ao ‘primitivo’ Lego, o qual começou em 1932. Não foi encontrada nenhuma fonte de pesquisa que confirmasse que o jogo Lego fosse a ‘inspiração’ do Minecraft. Contudo, o Lego foi lançado 90 anos antes, o que sugere a inspiração ou referência.

O Lego começou em uma carpintaria, com brinquedos de madeira na Dinamarca. “Lego” vem de “LEG GOT”, que em dinamarquês significa “brinque bem”<sup>111</sup>. Na intenção de deixar os brinquedos mais atrativos para melhorar as vendas, a Lego começou, em 1954, a criar “sistemas de brincar”, algo que fortalecesse a imaginação e a criatividade das crianças<sup>112</sup>. Nesse primeiro ‘sistema de brincar Lego’, as crianças começaram a brincar e construir casinhas feitas por elas, criando suas minicidades. Com isso, também começaram a aprender sobre segurança no tráfego<sup>113</sup> (Fig.42). Ora, “com a imaginação de uma criança, Lego poderia ser qualquer coisa quantas vezes ela quisesse, a imaginação é o limite”<sup>114</sup>. A empresa ainda tem como propósito seguir “encorajando as crianças a explorar, viver e expressar seu próprio mundo sem limites”<sup>115</sup>. Seu *slogan* hoje é “inspire e desenvolva os construtores de

<sup>111</sup> “*play well*” Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=g1dxiHgx3PU> Acessado em: 07/01/2018.

<sup>112</sup> Em: <https://www.youtube.com/watch?v=g1dxiHgx3PU> Acesso em: 07/01/2018.

<sup>113</sup> Encouraging children to explore, experience and express their own world without limits.” LEGO® Brand The LEGO Story. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=g1dxiHgx3PU> Acesso em: 07/01/2018.

<sup>114</sup> “with a child’s imagination, Lego could be anything in the world over and over again, the imagination is the limit.” Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=g1dxiHgx3PU> Acesso em: 07/01/2018.

<sup>115</sup> Encouragin children to explore, experience and express their own world a without limits.” LEGO® Brand The LEGO Story. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=g1dxiHgx3PU> Acesso em: 07/01/2018.

amanhã”<sup>116</sup>; e pode-se ver pelas propagandas a intenção dos desenvolvedores na experiência e na prática desse jogo.



Fig.42 - Construção de cidades.

A elaboração e a construção de um jogo envolvem, assim como no cinema, muitas composições: a forma com que os usuários interagem entre si, a linguagem, o conteúdo, a narrativa, as regras, os caminhos a serem percorridos, criados, explorados. Tudo isso faz parte de uma construção semiótica por parte da equipe desenvolvedora. Na narrativa do jogo, assim como no cinema, estão presentes discursos políticos, econômicos e sociais por parte do grupo que os desenvolve, tudo isso aliado aos meios técnicos disponíveis para sua execução (GOBIRA & CARRIERI, 2012, p.43). “O game com seu processo sociocultural, está relacionado ao seu processo produtivo, bem como a um enorme leque de referências culturais que os seus criadores reuniram para que o produto circule melhor” (Obra citada, p.49), para que o produto responda ao consumo e ao mercado. Cada jogo em suas etapas e especificidades revela algo além do jogo em si, explorando seu universo é possível se ter muitas leituras através de diferentes abordagens. Na linha de pesquisa *Game Studies*, podem-se estudar questões de gênero, política, sociais, economia, antropologia, história, etc.

Os editores da *Apple Store*, que escolheram o *MineCraft* como melhor jogo, colocam que:

Se você consegue imaginar, então você também consegue criar – tudo, de torres monolíticas a montanhas russas gigantes. Essa é a ideia que deu lugar ao fenômeno de construção de mundos no incrível jogo *Minecraft* do desenvolvedor Mojang. Desde o lançamento do jogo na App Store, uma onda

<sup>116</sup> <https://www.lego.com/pt-br>

constante de atualizações garantiu que este universo cheio de cubos continuasse divertido, atual e cheio de funcionalidades emocionantes.<sup>117</sup>

Nem mesmo o céu é o limite, pois até ele pode ser modificado. Também existem animais no jogo que podem ser domesticados, mortos, cozidos e transformados em alimento, colocados para procriar, tudo que obedece à lógica 'mundo'.

Algo interessante no que tange ao planejamento urbano está em tutoriais que existem no *youtube* sobre como construir uma cidade. Neste vídeo<sup>118</sup> (Fig. 43), o 'youtuber' (que não informa se é arquiteto, nem sua idade) ensina sobre as larguras das vias, o tamanho de quadras, a distância ideal para se deixar de passeio público, como fazer as intersecções de vias, onde colocar passagem de pedestre, assim como o tipo de piso esteticamente adequado e 'chic'. E ele ainda fala em como valorizar o entorno do edifício. Outro canal de *youtube*, intitulado *InceTube* (que também não traz informações sobre o *youtuber*), apresenta tutoriais sobre "como construir uma cidade no *MineCraft*" em quatro vídeos, totalizando mais de 40 minutos de vídeo.



Fig. 43 - Como construir uma cidade.

As diversas cidades criadas podem se conectar com outras cidades de forma online, multiplayer. Pode-se conhecer um mundo criado por um amigo quando se é convidado virtualmente, e interferir nele. Também é possível baixar mundos criados por outras pessoas na internet, e explorá-los virtualmente.

<sup>117</sup> <https://itunes.apple.com/br/app/minecraft/id479516143?mt=8&v0=WWW-LABR-ITSTOP100-PAIDAPPS&l=pt&ign-mpt=uo%3D4>

<sup>118</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=vw4UY68BQZI>

Como apresenta o *Archdaily*<sup>119</sup>, o site de arquitetura mais visitado do mundo, “seria injusto referir-se ao *Minecraft* como um simples jogo de blocos texturizados em um pixelado mundo 3D”<sup>120</sup> (VALENCIA, 2016). Na matéria, o site apresenta 15 modelos de cidade construídos por usuários. Dentre elas, estão: a cidade fictícia da saga de *Game of Thrones* – a cidade ‘*King’s Landing*’ (Fig. 44); a cidade mítica de Atlântida, descrita por Platão (Fig. 45); a recriação histórica da cidade de Manhattan em 1936 (Fig. 46), antes da Segunda Guerra Mundial; e a recriação histórica da cidade proibida de Pequim em 1751 (Fig. 47). Todas essas cidades podem ser baixadas e exploradas virtualmente.

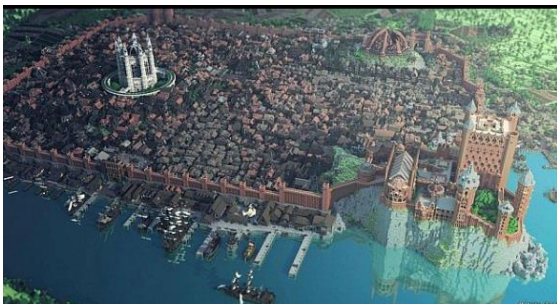


Fig. 44 - A cidade fictícia ‘*King’s Landing*’



Fig. 45 - Atlântida, descrita por Platão.



Fig. 46 - Manhattan em 1936.



Fig. 47 - Pequim em 1751.

Tamanho é o reconhecimento desse jogo que, em 2015, o Museu Pompidou, em Paris, fez uma exposição sobre o *Minecraft*, ressaltando o potencial criativo de crianças e adolescentes, e suas cidades virtuais. Na apresentação do catálogo, afirmava-se:

No coração de um mundo virtual e ilimitado, os edifícios, criados no *Minecraft* por jogadores experientes, fazem eco das principais obras da coleção de arquitetura do Centro Pompidou. Inspirados por essas reinterpretações, os adolescentes reinventam coletivamente essas

<sup>119</sup> <https://www.archdaily.com.br/br/781454/15-maquetes-arquitetonicas-incriveis-criados-com-minecraft>

<sup>120</sup> <https://www.archdaily.com.br/br/781454/15-maquetes-arquitetonicas-incriveis-criados-com-minecraft>

obras de arquitetura, apropriando, no jogo, os códigos de arquitetos reconhecidos.

O segundo jogo – e último que se observará neste capítulo – é o Grande Theft Auto (GTA), que possui uma série de jogos para smartphone, computador e videogame. O jogo GTA, desenvolvido pela *Rockstar North*, traz uma relação bastante interessante com a cidade. O jogo para *smartphone* exige muito da capacidade do aparelho para funcionar e não tem gráficos (a imagem do jogo) tão definidos quanto as versões para videogame e computador. Nessas versões, com mais qualidade, é possível observar e explorar a cidade virtual com muito mais imersividade<sup>121</sup>. O que o jogo GTA V<sup>122</sup> inova na sua relação com a cidade é o fato de que a cidade virtual em que se passa, *Los Santos*, é uma inspiração (quase uma réplica) da cidade real de Los Angeles, nos Estados Unidos. Pode-se dizer que é uma condensação dela, deixando muitos dos seus referenciais urbanos localizados em uma orientação e posição geográfica muito semelhantes às da cidade inspirada: (FIG 25)

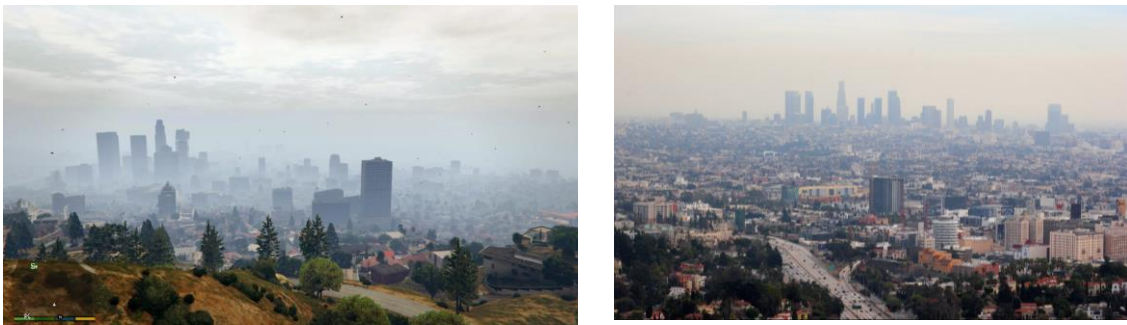


Fig. 48 - Jogo (esquerda) versus Vida Real (direita)

O usuário que jogou e explorou a cidade fictícia e depois tem a possibilidade de visitar a cidade real observa as inúmeras semelhanças nas ruas, na arquitetura, no paisagismo, no mobiliário urbano etc., como se pode ver nas figuras 49, 50, 51 e 52.

<sup>121</sup> Imersão: “Essa sensação de que estamos saindo do nosso mundo para entrar de corpo e alma em um outro mundo, físico ou virtual, com outras regras e outros paradigmas, se chama **imersão**.” (BAZAN, A., 2017) Disponível em: <http://manualdatecnologia.com/dicas/game-design-voce-ja-ouviu-falar-de-imersao/> Acessado em: 08/08/18.

<sup>122</sup> A saga GTA tem muitas versões, inspiradas em outras cidades, como São Francisco e Las Vegas, mas nesta dissertação só se observará Los Angeles, que no jogo é chamado de *Los Santos*.

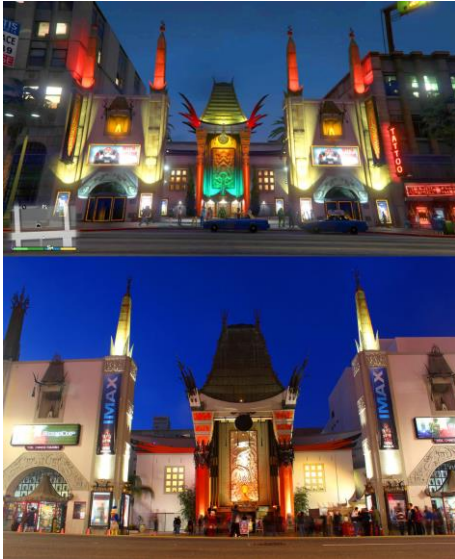


Fig.49 - Jogo acima *versus* Vida Real.



Fig. 50 - Jogo acima *versus* Paisagismo Legorreta Los Angeles.



Fig. 51 - Jogo acima *versus* Vida Real abaixo.



Fig. 52 - Jogo acima *versus* Paisagismo Vida Real abaixo.

O jogador tem um mapa que o auxilia, um tipo de GPS no jogo. Desse modo, conhece as ruas e se orienta. Ele pode acessar um mapa (Fig. 53) durante todo o jogo e deixar um mapa auxiliar aberto no canto da tela, a fim de facilitar a localização na cidade (Fig. 54).



Fig. 53 - Mapa do jogo.

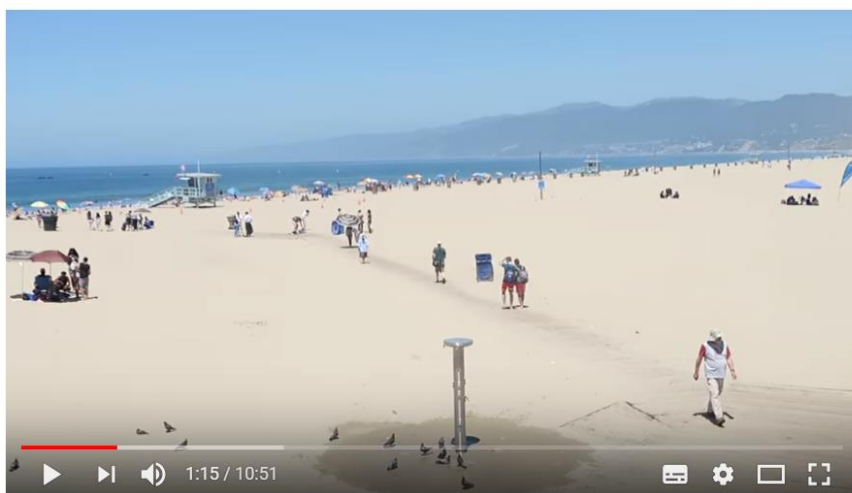


Fig. 54 - Mapa auxiliar à esquerda abaixo.

As semelhanças são inúmeras: muitos *youtubers*, sites e blogs de diferentes nacionalidades relatam como é a experiência na cidade real depois de ter ‘vivido’ na ficcional. O *youtuber* Felipe, ou ‘Lipao’ como é chamado no seu canal, gravou vídeos sobre sua experiência de conhecer a cidade real de Los Angeles, depois de ter jogado



e conhecido muito bem o mapa da cidade ficcional de *Los Santos*, a cidade ficcional. Coloca de modo informal: “Isso aqui é demais, carro da polícia, estou me sentindo literalmente dentro do jogo” (Lipao Gamer, 2017, 3:30)<sup>123</sup> e continua: “Isso aqui é igualzinho ao GTA” (Idem, 7:20)<sup>124</sup> Em outro vídeo, diz: “é igualzinho, eu estou arrepiado”. E, mostrando a paisagem real da cidade de Los Angeles, diz (Fig. 55): “isso aqui é a praia do GTA. É sensacional, inexplicável” (Idem, 10:15)<sup>125</sup>



GTA VIDA REAL - O PIER de SANTA MONICA! (LOS ANGELES)

499.756 visualizações

26 MIL

440

COMPARTILHAR

+

...

Fig. 55 - ‘GTA VIDA REAL - O PIER de SANTA MONICA! (LOS ANGELES)’

Ainda enquanto caminha, o *youtuber* aponta a câmera para uma direção da cidade e comenta: “O MazeBank (nome no jogo) esta pra lá, depois vamos pra lá” (Idem, 4:40)<sup>126</sup> orientando-se dentro da cidade de Los Angeles sem nunca ter ido para lá. Mesmo sendo sua primeira visita a Los Angeles, o *youtuber* conhece o mapa da cidade, bem como sua arquitetura (fig.56), e assim sabe se movimentar pelas ruas (Fig55). O edifício em questão, o qual ele chama de MazeBank, é o USA Bank na vida real. A semelhança é notória (fig. 56). Existem várias pesquisas acadêmicas<sup>127</sup> sobre o

<sup>123</sup> A CIDADE DO "GTA 5" na VIDA REAL!!! (LOS ANGELES) Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5qb2ZEKB8pA&t=5s>>. Acesso: 02/08/18.

<sup>124</sup> A CIDADE DO "GTA 5" na VIDA REAL!!! (LOS ANGELES) Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5qb2ZEKB8pA&t=5s>>. Acesso: 02/08/18.

<sup>125</sup> GTA VIDA REAL - O PIER de SANTA MONICA! (LOS ANGELES) Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5qb2ZEKB8pA&t=5s>>. Acesso: 02/08/18.

<sup>126</sup> A CIDADE DO "GTA 5" na VIDA REAL!!! (LOS ANGELES) Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5qb2ZEKB8pA&t=5s>>. Acesso: 02/08/18.

<sup>127</sup> O arquivo de rastreamento do jogo” é uma pesquisa de Yong Guo e Alexandru Iosup da Delft University of Technology, The Netherlands, e fala sobre a experiência dos jogadores e as propagandas no GTA; “A Comunicação Cotidiana em GTA IV: estudo de ambiências lúdicas na realidade virtual.” É uma pesquisa de D ABATH, N CARVALHO da Universidade Federal da Paraíba que discute sobre o ambiente virtual e as formas de comunicação entre os jogadores. Essas e outras pesquisas podem ser encontradas no: <[https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as\\_sdt=0%2C5&q=GTA+V+game&btnG=&oc=>](https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=GTA+V+game&btnG=&oc=>)>.

GTA, mas não foi encontrada nenhuma na área do planejamento urbano ou que trate sobre essa relação com a experiência de cidade.

O 'saber se locomover' em uma cidade sem nunca ter estado nela não parece algo estranho para esses jogadores. A experiência imersiva daquele que joga numa simulação entende a cidade 'real' quando a visita. Sobre esse jogo, poder-se-ia dispendir muito tempo e discutir inúmeras abordagens acerca da sua relação com o planejamento urbano. Mas, aqui, apresenta-se apenas um pouco da sua capacidade de 'jogo como simulação do real'. Observar como jogar pode dar capacidade de leitura do espaço, reconhecimento, imersão, dentre outras inúmeras provocações e sentimentos que esse jogo desperta. A fig 57 e a fig. 58 mostram mais fotos das ruas e lugares:



Fig. 56 - Semelhança edificação. GTA versus vida real.

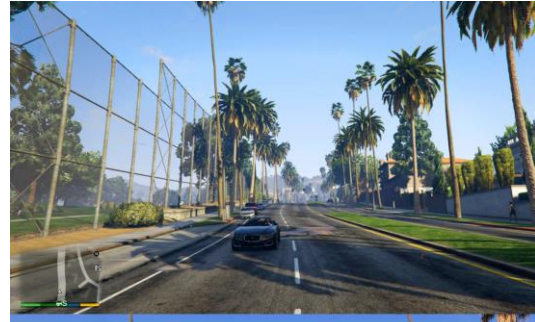


Fig. 57 - Jogo versus Vida Real.

Fig. 58 - Jogo versus Vida Real ruas.

O jogo virtualiza os comércios, a largura de vias, o porte e as espécies de árvores, construindo o cenário mais real possível.

### 3.6 CONSIDERAÇÕES DO CAPÍTULO II

Foi vista neste capítulo a influência *do jogo na cultura e da cultura no jogo*, como essa trama presente na história do homem, pode se mesclar com as tecnologias, e assim, estando dentro da trama, influenciam o homem, os jogos e a cultura. Influenciando como percebemos e participamos da cidade, seja pelo conhecimento adquirido através de um jogo que simula uma cidade, seja por o jogo ser a própria construção de cidade, seja pela experiência vivida na própria cidade, seja pela interface tecnológica através da qual nos conectamos e interagimos na cidade.

Os jogos originam-se a partir de diversas transposições semióticas, a partir de diversas tradições artísticas, indústrias, economias e culturais (GOBIRA & CARRIERI, 2012, p.43). São motivo de interesse de diversas áreas (AARSETH, 2001):

Os jogos de computador são talvez o gênero cultural mais rico que já vimos, e isso desafia nossa busca por uma abordagem metodológica adequada. Todos nós entramos nesse campo de algum outro lugar,

da antropologia, sociologia, narratologia, semiótica, estudos de cinema etc., e a bagagem política e ideológica que trazemos de nosso antigo campo inevitavelmente determina e motiva nossas abordagens.<sup>128</sup>

Os jogos que antes eram ‘jogados *na* cidade’, como os representados na pintura de Bruegel, foram de certa maneira transportados para dentro das telas e, desse modo, sua prática foi virtualizada. Quando a tecnologia e a complexidade dos jogos aumentaram, foi possível ‘brincar *de* cidade’, construindo e reconstruindo lugares do passado e até mesmo cidades fictícias. Ainda com o avanço das tecnologias, observar-se-á no próximo capítulo a possibilidade de brincar *com* a cidade, na medida em que ela tem a possibilidade de ser o próprio tabuleiro do jogo.

Refletindo sobre o contexto tecnológico e as tecnologias cada vez mais presentes discutidas no capítulo I, e os jogos apresentados nesse capítulo, avançar-se-á para o último capítulo desta dissertação. Nele se observará a influência dos jogos eletrônicos e das mídias locativas na cidade através de um jogo em especial: o Pokémon GO, um jogo para *smartphone*.

A cada nova tecnologia e interface disponível, a cidade influencia e é influenciada por eles. Seja na forma como se passeia, se joga e se exploram os espaços públicos, seja na forma como se percebe a cidade – já que se podem obter inúmeras leituras do espaço urbano.

---

<sup>128</sup> AARSETH, E. Computer Game Studies, Year One. Disponível em: <http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html> Acessado em: 02/08/18. Original: “Computer games are perhaps the richest cultural genre we have yet seen, and this challenges our search for a suitable methodological approach. We all enter this field from somewhere else, from anthropology, sociology, narratology, semiotics, film studies, etc, and the political and ideological baggage we bring from our old field inevitably determines and motivates our approaches.” 2001.

#### 4. FLÂNEUR HÍBRIDO EM AÇÃO

“A experiência implica a capacidade de aprender a partir da própria vivência”. (TUAN, 2013, p.18)

Neste capítulo, o objeto em discussão é o jogo para *smartphone Pokémon GO* e como sua interface e sua jogabilidade permitem ao usuário conhecer, frequentar e ressignificar lugares da sua cidade, além de influenciar a percepção de lugares tendo como ‘guia’ a mídia locativa. Esse capítulo propõe-se a compreender, com a observação da prática, como o conceito de Flâneur Híbrido, apresentado no capítulo I, pode se concretizar. Assim, observou-se aquele que experimenta o espaço urbano real, através das informações digitais atribuídas ao território, as quais possibilitam uma (ou uma nova) percepção do espaço público ‘real’.

Os espaços públicos não estão dissociados das novas tecnologias, eles podem estar virtualizados no ciberespaço, assim como podem ser híbridos, fornecendo informação por geolocalização e relacionando-se com o usuário/cidadão dessa maneira. Em uma sociedade globalizada e com cada vez mais acesso de usuários às TIC, a multiplicidade de práticas que podem acontecer, em decorrência de determinado contexto econômico e cultural, refletem diferentes modos de relação com a cidade. Segundo Andrade (2012), vê-se que a virtualização e a disseminação da computação ubíqua<sup>129</sup> e pervasiva, desde o início deste século, promoveu a integração dos computadores com o ambiente humano, atingindo toda sua complexidade social. Assim, o espaço urbano das grandes cidades está sendo reconfigurado, incorporando em sua infraestrutura redes telemáticas e informação multimídia (textos, sons, imagens etc.) que disponibilizam sistemas, dispositivos, aplicações e serviços que servem de plataforma em projetos transmídia, como os jogos de realidade alternativa (p.4).

---

<sup>129</sup> O termo ubiquidade faz referência a alguma coisa onipresente que está em todo o lugar ao nosso redor.

#### 4.1 O IMPACTO DO JOGO POKÉMON GO

Esta dissertação enfoca o jogo “*Pokémon GO*, pois o seu surgimento trouxe de forma mais incisiva a discussão acerca da temática da (in)sociabilidade entre as pessoas, do sedentarismo dos jogadores de jogos eletrônicos e ainda do fato de os jogos eletrônicos afastarem as pessoas do espaço público. O jogo que será apresentado, coloca em prática o conceito construído no capítulo I: o Flânuer Híbrido. O sucesso<sup>130</sup> do jogo está diretamente ligado ao flunar na cidade, como se pode observar na própria proposta feita pela desenvolvedora do jogo: a *Niantic, Inc. Nintendo*, conforme consta no site:

Levante-se e saia para a rua para encontrar e capturar *Pokémons* selvagens. Explore cidades e localidades perto de si, e até por todo o mundo, para capturar o maior número de *Pokémons* que conseguir. À medida que explora o mundo real<sup>131</sup>, o seu smartphone vibrará para alertá-lo de que se encontra perto de um *Pokémon*<sup>132</sup>.

Anteriormente ao grande sucesso do jogo para *smartphones*, *Pokémon* também foi jogo de outro aparato eletrônico citado em capítulo anterior: o *Gameboy*, o mesmo aparelho apresentado no capítulo anterior. A história que narra o jogo de *Gameboy* é a mesma que, posteriormente, narrou o desenho animado chamado *Pokémon*, que estreou em 1997, e foi um grande sucesso entre as crianças da década de 1990. A história é sobre um menino chamado Ash, que sai para a aventura de caçar *Pokémons* em diferentes cidades. Cada uma delas possui diferentes espécies de *Pokémons*, e essa busca é parte do processo de se tornar um treinador *Pokémon*. Os dois grandes objetivos do personagem (e de grande parte dos jogos da franquia) é capturar todas as espécies para completar sua *Pokédex* (uma espécie de álbum com todas as espécies *Pokémons* a serem completadas). Depois de os *Pokémons* capturados, o objetivo do jogador é treiná-los, competindo seu *Pokémon* com o de outro treinador, para um dia conseguir derrotar os líderes de ginásios da Liga

---

<sup>130</sup> "A popularidade de Pokémon GO diminuiu bastante desde a febre que veio logo após o seu lançamento, mas isso não significa que os cofres da Niantic tenham esvaziado. Na verdade, em maio deste ano (2018) o aplicativo atingiu 800 milhões de downloads, e a empresa fatura US\$ 70 milhões por mês. (...) Segundo a Sensor Tower, uma empresa de pesquisa que analisa o desempenho dos aplicativos e jogos nas lojas, Pokémon GO já arrecadou mais de 1.8 bilhões de dólares, e os jogadores continuam gastando dinheiro no game." (CAVALCANTE, 2018).

<sup>131</sup> Grifo feita pela pesquisadora.

<sup>132</sup> Fonte: POKEMON GO. Site da empresa NIANTIC Inc. do jogo Pokemon Go. San Francisco, 2016. Disponível em: <<http://www.pokemongo.com/pt-pt/explore/>> Acesso em: 15 mai. 2017. Observação: a frase original em português de Portugal, utiliza ‘apanhar’ em vez de ‘capturar’, do português do Brasil.

*Pokémon*, tornando-se, assim, um grande 'Mestre *Pokémon*'. Esse é o grande sonho de Ash na história do desenho animado, e é a última etapa dos jogos da franquia *Gameboy*. O conceito de captura, treinamento, batalhas e conquista de ginásios estão presentes nas histórias e em quase todas as versões dos jogos *Pokémon*, como os jogos de *Gameboy*, videogame e, agora, para smartphone.

Como visto no capítulo anterior, o aparelho do *Gameboy* tinha a mobilidade; era possível jogar em qualquer lugar, não dependia de internet. Os jogadores podiam se comunicar no jogo, através de um cabo conector, o que criava uma sociabilidade real entre os jogadores, e era obrigada, em certa medida, uma interação entre os jogadores. O *Gameboy*, assim como outros aparelhos de sucesso da Nintendo, tinha a intenção da mobilidade, mas não se relacionava com a cidade real. O jogo para *Gameboy* apresentava um mundo fictício (Fig.59), e o jogador caminhava virtualmente por várias regiões da cidade fictícia para encontrar diferentes monstros, assim como caminhava virtualmente até chegar às cidades vizinhas do jogo. Nos percursos virtuais, encontrava os *Pokémons* e tudo o que envolvia a evolução do usuário no jogo.

A história que narrou os jogos de *Gameboy* narra também o jogo para smartphone, mas agora tem uma relação com a cidade real inovadora. A cidade fictícia, antes presente, é agora a cidade real. Os caminhos, antes fixos do próprio jogo, são agora as ruas da cidade real (Fig.60). O jogador caminha pela própria rua da cidade onde está para caçar *Pokémons* e tudo o que envolva a evolução do usuário no jogo.



Fig.59 – O mundo fictício do Pokémon no *Gameboy*.

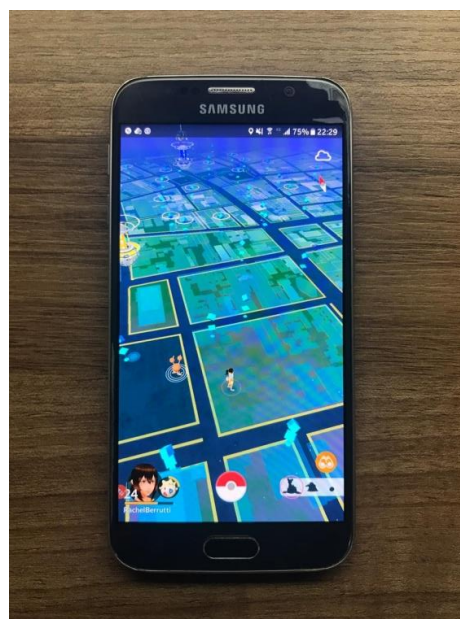


Fig.60 – Mapa da cidade real utilizado como tabuleiro digital para o Pokémon de smartphone.

O jogo *Pokémon GO* para *smartphones* foi lançado em 6 julho de 2016, nos Estados Unidos, e em 3 de agosto, do mesmo ano, já estava disponível no Brasil e em vários países<sup>133</sup>. É baixado de forma gratuita para as plataformas *Android* e *IOS*. Foi um grande sucesso no mundo todo, alcançando no seu primeiro mês cinco prêmios Guinness Records<sup>134</sup>, associados a faturamento e downloads. Dois anos depois, o jogo, segue faturando muito, mesmo tendo já passado a ‘febre’ do jogo. De acordo com a *Sensor Tower*<sup>135</sup>, *Pokémon GO* já arrecadou mais de 1.8 bilhões de dólares, e os jogadores continuam gastando dinheiro. A *Sensor Tower* ainda aponta que os jogadores de *Pokémon GO* gastam mais de 1.7 milhões de euros todos os dias; só nos Estados Unidos já foram gastos 607 milhões de dólares. Esses números colocam-no entre os 10 jogos para *smartphone* mais lucrativos do mundo<sup>136</sup>.

<sup>133</sup> [https://pt.wikipedia.org/wiki/Pok%C3%A9mon\\_GO](https://pt.wikipedia.org/wiki/Pok%C3%A9mon_GO) Acessado em 12/5/17.

<sup>134</sup> Fonte: <http://www.guinnessworldrecords.com/news/2016/8/pokemon-go-catches-five-world-records-439327> Acessado em: 16/08/18.

<sup>135</sup> Empresa de pesquisa que, dentre vários tipos de análise, avalia o desempenho dos aplicativos e jogos nas lojas virtuais para *smartphone*. Fonte: <https://help.sensortower.com/article/23-what-is-sensor-tower> acessado em: 16/08/18.

<sup>136</sup> Fonte: <https://sensortower.com/blog/pokemon-go-revenue-year-two> Acessado em:16/08/18.



O jogo foi desenvolvido por três empresas que colaboraram para a sua realização: a *Niantic Inc.*, uma empresa desenvolvedora de *software* conhecida por jogos de realidade ampliada; a *Nintendo Company*, uma empresa fabricante de jogos eletrônicos; e a *The Pokémon Company*, uma empresa responsável pela franquia *Pokémon* e pelas criaturas fictícias conhecidas como '*Pokémons*' – uma abreviação de '*Pocket Monsters*', em português, 'monstros de bolso'.

O jogo é um aplicativo para *smartphone* que se utiliza do GPS e da câmera desses aparelhos. Com isso, os jogadores podem capturar, batalhar, além de treinar criaturas virtuais, chamadas *Pokémons*, que aparecem nas telas desses dispositivos como se estivessem no mundo 'real', de certa forma justapostos ao mundo 'real'. O jogador tem que caminhar pela cidade em busca de *Pokémons* de diferentes espécies, e cada uma tende a aparecer em espaços diferenciados na cidade 'real'. A função de cada edifício na cidade 'real' gera características especiais nos mapas do jogo – nesse sentido, edifícios como hospitais, cemitérios ou indústrias apresentam/abrigam determinadas espécies de *Pokémons*.<sup>137</sup> Também a configuração geográfica das cidades, das localidades e os diversos tipos de cenários fazem com que certos tipos de *Pokémons* apareçam. Conforme o continente onde se está, existem *Pokémons* exclusivos. Em regiões de mar, rio e lagoa, aparecem *Pokémons* aquáticos; em cemitérios aparecem *Pokémons* fantasmas; dessa forma, o jogador deve caminhar em diferentes ambientes, diferentes regiões geográficas de sua cidade, ou ir em busca, em cidade vizinhas, de peculiaridades não existentes na sua cidade.

Para Erik Kain (2016), escritor da Forbes, o jogo tem se revelado um "fenômeno de mídia social", sendo "mais do que apenas um grande lançamento de jogos. É um fenômeno". Ele afirma que, mesmo as pessoas que nunca se interessaram e que não entendem de jogos de *videogame*, estão comentando sobre esse fenômeno. Em um artigo, ele mostra e comenta uma foto que, no seu entender, exemplifica a popularidade do jogo e que o deixou inspirado. Em relação à violência e principalmente à violência policial nos Estados Unidos, Kain relata a história de jogadores que foram interrogados por policiais enquanto estavam em um parque de madrugada. Depois de questionados sobre o que estavam fazendo, os jogadores apresentaram o jogo para os policiais e todos terminaram jogando. O escritor diz que "Com todo o rancor e divisão neste mundo, todos os tiroteios trágicos, toda a desconfiança, ver pessoas de todas as esferas da vida se levantarem de seus sofás, saírem de suas casas e saírem para o mundo para caçar *Pokémon* é algo verdadeiramente notável." (Fig.61)

---

<sup>137</sup> Para mais informações sobre edifícios e espécies, olhar 'Anexo I' dessa dissertação.



**Fig.61- Policiais e civis jogando juntos.**

O escritor relata sua experiência enquanto jogador:

Depois que uma pessoa deixou dois *Lures* em duas Pokéstops, um grupo de quase 20 pessoas (incluindo eu mesmo) apareceu. Todos nós conversamos sobre os Pokémons que pegamos e onde pegamos. Era uma experiência tão legal. Eu conheci um monte de jogadores da equipe amarela. Nós trocamos números e todos nós vamos nos reunir amanhã para dar uma volta em algumas cidades. Como (sou) uma pessoa muito tímida e introvertida, é incrível que este jogo possa reunir pessoas. Estou muito animado com o futuro deste aplicativo por esse motivo exato" (KAIN, 2016)<sup>138</sup>.

O mesmo escritor ainda relata a história de um jogador que nunca saía de casa e viu no jogo uma motivação; quando saiu para jogar venceu um obstáculo e se sentiu motivado para sair de casa e continuar jogando. Como se pode ver, de uma certa forma, o jogo é um contradiscurso sobre a questão de que os jogos eletrônicos fazem com que as pessoas se sedentarizem e se isolem da cidade. Isso é reforçado pelo entrevistado<sup>139</sup> Jogador-01, quando ele, falando sobre o jogo *Pokémon GO*, diz que

---

<sup>138</sup> "After a person dropped two lures at two very close proximity pokestops a group of almost 20 people (including me) showed up to them. We all talked about what Pokemon we caught and where we got them. It was such a cool experience. I met a bunch of yellow team players, we exchanged numbers and we're all gonna get together tomorrow to go around a few towns capping gyms and collecting Pokemon! As a very shy, introverted person it's amazing that this game can bring together people. I'm very excited about the future of this app for this exact reason."

<sup>139</sup> As transcrições das entrevistas encontram-se no apêndice.

É legal sair pra rua porque a gente acaba conhecendo vários lugares que a gente não conhece. (...) Tu acabas conhecendo ruas que tu nunca tinhas passado por elas, bairros que tu nunca tinhas frequentado. Tu conheces tua cidade de uma forma mais agradável, tu tá jogando, tá interagindo, tá caminhando, tá fazendo uma atividade física... Senão não tu estarias sedentário dentro de casa na frente de um computador.

A proposta do jogo de fazer com que o jogador saia e explore as diferentes regiões de sua cidade, ou do mundo, a fim de cumprir sua missão no jogo. Houve repercussões econômicas, sociais e urbanas que abarcam inúmeras discussões.

Dentre elas, a aqui observada, a partir de relatos de como os jogadores passaram a conhecer lugares nas suas próprias cidades, em outras cidades, ou ainda viajarem exclusivamente em função do jogo. É o caso do entrevistado Jogador-02, que, indo a trabalho para São Paulo, cidade que já havia visitado, aproveitou para conhecer o Parque Ibirapuera, ao qual não havia dado antes prioridade em suas viagens à capital paulista: “Eu não conhecia o (Parque) Ibirapuera, daí eu aproveitei que tinha o jogo, e daí fui conhecer e ainda jogar Pokémon. O que realmente me motivou a conhecer o Ibirapuera foi o Pokémon”.

Já o Jogador-03 (2017) afirma: “Já fui pra São Paulo *especialmente* pra jogar no Ibirapuera só pra pegar Dranitine (uma espécie rara de *Pokémon*)”. Jogador-04 (2017), que tem 25 anos, e mora em Porto Alegre desde 2010, conta que “É a primeira vez que eu venho no Parque da Redenção”. Quanto ao relato de Jogador-05 (2017), pode-se ver claramente que ele passou a conhecer lugares diferentes da cidade quando diz:

Ah! Tem *Pokémon* legal na outra rua ou no outro bairro, às vezes a gente sai correndo até o outro bairro pra poder pegar *Pokémon*. Nisso eu já consegui achar muitos lugares diferentes. Porque eu sabia que eu ia até aquele lugar e ia conseguir aquele *Pokémon*.

Na rede social Facebook, foi postado (Fig.62):



Fig.62- 'Pokémon juntando pessoas na rua.'

Esse local da fig.62, é o Parque Farroupilha (conhecido como Parque da Redenção, ou apenas 'Redenção'), que, assim como o Parque Marinha do Brasil (ambos na cidade de Porto Alegre), foram, e ainda são, um dos parques mais frequentados para se jogar *Pokémon GO*. No título da reportagem do G1, isso se confirma: "*Pokémon GO* reúne 'caçadores' em parques de Porto Alegre. Grupos são atraídos por pontos onde há maior concentração de *Pokémons*. Parques Farroupilha e Marinha são locais de encontro desde o lançamento" (LISBOA, 2016). A reportagem de Lisiane Lisboa (2016) ainda coloca que muitos jogadores da cidade "já percebem as mudanças na rotina por conta dos desafios lançados pelo jogo. Como uma das premissas do *app* é sair à caça de diferentes espécies de *Pokémons*, os usuários são obrigados a perambular pela cidade". Em reportagem, Lisboa entrevista Fernando Lourenço, 30 anos; Luiz Phelipe, 19 anos; e Leonel Soares, 25 anos, que não se conheciam até o início da tarde do dia da reportagem. Após algumas horas de conversa sobre o jogo, já saíram para caçar juntos pelo parque. A reportagem ainda relata o que o entrevistado Fernando disse: "Para mim, é a melhor rede social que já existiu. Eu saí do meu bairro para caçar *Pokémons* nos parques da cidade e já conheci muita gente legal". Já Luiz Phelipe diz que, para jogar, "Os usuários estão saindo de casa, conhecendo lugares,

peças, caçando Pokémons até de bicicleta. Claro que tem a questão da segurança, mas vejo que os parques estão mais seguros após a notícia do lançamento do jogo”. O motivo da segurança é, segundo o jogador, devido à presença da polícia, mas quanto mais pessoas permanecem e marcam presença nos Parques, mais seguro ele fica.

Muitas pessoas, para jogar *Pokémon GO*, passaram então a flunar nas cidades, algo que começou a transformar visivelmente o dinamismo nos espaços públicos. Na Fig. 63, podem-se observar jogadores em um local na cidade ‘vazio’. Esse local, por haver ali duas lojas para alugar, não tem vida urbana, não acontece nada ali, mas como é georreferenciado no jogo, é um *lugar* para esse grupo de jogadores. Um lugar nenhum da cidade real pode ser um lugar especial para os jogadores, já que para eles, esse espaço é um Ginásio no jogo.



Fig. 63 – Jogadores em ‘lugar nenhum’ real.

Em várias cidades do mundo, o movimento de frequentar parques, praças e centros comerciais, ganhou inúmeros frequentadores em decorrência do jogo, o que chamou a atenção de autoridades, de comerciantes, jornais e dos antigos frequentadores das praças e parques. A imagem da fig. 64 mostra uma multidão de pessoas caçando um determinado *Pokémon*, chamado ‘*Snorlax*’, em Taiwan. Por seu caráter raro de aparição, as pessoas saíram correndo, em massa, atrás do *Pokémon* (na verdade, as pessoas correm para estarem na localização georreferenciada onde

ele se encontra, para assim poder capturá-lo). O vídeo<sup>140</sup> que ilustra a reportagem de Jenkins (2016) foi amplamente difundido nas redes sociais e foi notícia no mundo inteiro, como mostra a notícia da Extra (fig.64).



Fig.64- Tumulto em Taiwan

São inúmeros os vídeos, as fotos e matérias que podem ser encontrados relatando casos relacionados com o jogo e a captura de *Pokémon*. Alguns casos demonstram bem essa (re)apropriação da cidade pelos jogadores de *Pokémon GO*.

Os jogadores encontram-se de maneira geral em lugares já eleitos e legitimados por eles, na Fig. 65 podem-se observar dezenas deles se encontrando em um ponto específico do Parque da Redenção –, o lugar é chamado de 'Buda', pois ali há uma estátua do representante religioso. O encontro ilustrado na fig. 65 aconteceu em um final de semana, quando as pessoas têm mais tempo para jogar.

<sup>140</sup> Vídeo pode ser acessado no site da revista TIME: <http://time.com/4460911/pokemon-go-taipei-stampede-snorlax-mob-xinbeitou-taiwan/>



Fig. 65 – Encontro de jogadores em um ponto legitimado.

Em grupo da rede social Facebook, os jogadores da cidade de Passo Fundo – Brasil publicam orgulhosos a captura de um Pokémon raro. Na foto (Fig. 66), os jogadores exibem no celular a conquista.



Fig.66 – Grupo captura Pokémon raro.

Em reportagem ao jornal britânico *'The Guardian'*, a médica Margaret McCartney ressalta os benefícios de jogar e caminhar na cidade:

A maioria dos aplicativos de saúde que promovem atividade física tendem a atrair usuários que querem ser saudáveis. O *Pokémon GO* não é comercializado como um aplicativo de saúde, mas os jogadores ainda acabam fazendo muitas caminhadas. As possibilidades de os aplicativos tornarem as ruas um playground ativo e recuperado, com diversão interconectada, são ilimitadas. O aumento da atividade física é um efeito colateral fascinante. Continuem!<sup>141</sup>

Na ideia de caminhar pela saúde, a história de um jogador de 74 anos (fig.67) chamou a atenção dos jogadores de Pokémon. O senhor ficou conhecido internacionalmente; o jogador Amadeo Busquets, de Barcelona – Espanha, relata como começou a jogar:

comecei a jogar porque eu sou diabético e tinha que andar 4 quilômetros diários, e era muito entediante, porque, por mais que eu trocasse os trajetos, ao final, eu conhecia todos de memória. Então, quando saiu o Pokémon, eu decidi experimentar. Experimentei; eu gostei porque ando e me divirto. O que mais eu posso querer? Eu me viciéi no jogo, e jogo 8 horas por dia. Meu objetivo é ter todos os *Pokémons*, e tê-los em níveis altos. Uma vez cumprida a minha missão, vou ter que buscar outro jogo<sup>142</sup>(BUSQUETS, 2017).

---

<sup>141</sup> "Most health apps that promote physical activity tend to get users who want to be healthy. Pokémon GO isn't marketed as a health app, but players still end up doing a lot of walking. The possibilities for apps to make the streets an active, reclaimed playground in which to have interconnected fun are boundless. Increased physical activity is a tantalizing side-effect. Game on." (MCCARTNEY, 2016) <https://www.theguardian.com/technology/2016/aug/10/pokemon-go-health-players-exercise-obesity-walking>

<sup>142</sup> "empecé a jugar porque yo era diabético, y tenía que caminar 4 kilómetros diarios, y era muy aburrido, porque por más que yo cambiase los trayectos, al final, yo conocía todos de memoria. Entonces, cuando salió el Pokémon, decidí probar. Lo probé, me gustó porque ando y me divierte. ¿Qué más puedo desear? Me adicta al juego, y juego 8 horas al día. Mi objetivo es tener todos los Pokémon, y tenerlos en niveles altos. Una vez cumplida mi misión, voy a tener que buscar otro juego." <https://www.facebook.com/playgroundjuegos/videos/1941616676162054/>



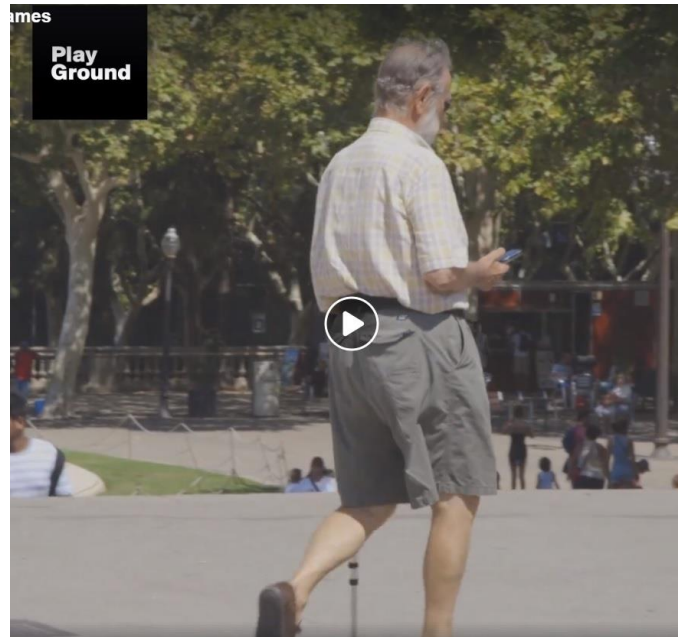


Fig. 67- Jogador sênior: senhor Amadeo Busquets e sua muleta.

Amadeo, em apenas um ano de jogo, já havia percorrido mais de três mil e quinhentos quilômetros a pé com sua muleta, e havia capturado mais de cinquenta mil *Pokémons*, visitando mais de sessenta e duas mil Poképaradas. O jogador ainda lamenta que, nesse intervalo, esteve dois meses parado em casa devido a um transplante de rim, e sua mulher e sua filha não o deixavam sair para jogar devido à recuperação. Ele lamenta: “tive dois meses perdidos”. O jogador caminha com uma pochete, onde carrega seu medidor de insulina, um carregador portátil, celular extra, uma bateria extra, a chave de casa e sua carteira. Acima de tudo, ele gosta de jogar Pokémon com seus amigos jogadores de Pokémon.

Outro caso curioso aconteceu em Curitiba – Brasil, onde jovens começaram a atrapalhar as missas que aconteciam na Paróquia Santa Madalena Sofia Barat. A igreja é um ginásio Pokémon no jogo, ou seja, um lugar *Pokémon*. O Padre da Igreja pediu gentilmente para os jogadores pararem de atrapalhar a missa em mensagem (Fig. 68):

Olá mestres Pokémon! Seus irmãos católicos lhes saúdam e recebem de braços abertos no ginásio de *Pokémon GO* na Paróquia Santa Madalena Sofia Barat. Por favor, seja educado com os paroquianos e com esta propriedade, ela é cuidada com todo o carinho pela comunidade para receber pessoas como vocês. Que Deus lhes abençoe e guarde em suas caçadas Pokémon e, **sejam bem-vindos em nossas missas às 18h aos sábados, 10:30 e 18h aos domingos**. Obrigado e PEGUEM TODOS! **Ass.: Pe. Alexander Cordeiro Lopes**. OBS.: Tomara que vocês peguem um Mewtwo 100% ali no Bosque Irmã Clementina, ficamos sabendo que ali dá passe EX.



Fig. 68 - Mensagem do pároco aos jogadores.

Em resposta, os jogadores fizeram uma campanha de doação para pessoas carentes que a Igreja ajuda; o Padre e a comunidade agradeceram publicamente (Fig. 69).:



Fig.69 – Padre satisfeito com a doação dos jogadores.

Essa e inúmeras histórias mais constroem as maneiras como as pessoas começam a se relacionar com esses 'novos' espaços. A Igreja não é nova, mas a maneira de respeitar os limites entre o que ela representa no jogo e o que ela representa para os fiéis faz parte das inúmeras representações que são respeitadas. Para os fiéis, a Igreja é a casa de Deus; para os jogadores é um Ginásio, os dois grupos encontraram um meio do caminho para se viver em comunidade.

É possível observar a mudança na rotina e nas atividades dos agora jogadores. Uma entrevistada relata que joga com seu marido; em entrevista, a Jogadora-06 (2017) diz que, antes, os dois passavam o tempo vendo televisão e comendo dentro de casa, e agora mudaram a dinâmica. Ela conta:

O Pokémon me ajudou a sair de casa, fazer chimarrão, passear, senão a gente ia ficar em casa jogado no sofá, vendo filme. Daí assim nós vamos pro parque, tem sol, chimarrão... às vezes a gente faz uma loucura assim, saímos as 23h pra derrubar ginásio... às vezes passamos a noite inteira na rua. Tomando cuidando e tudo mais. (2017)

A mesma entrevistada (Jogadora-06) ainda relata que, quando foi para o litoral, cuidar da casa da sua mãe que viajava, mudou o hábito frequente:

Eu fui pra casa da minha mãe na praia no mês abril de 2017, porque minha mãe foi viajar e fui cuidar da casa dela e dar comida pras cachorras. Eu fiquei 20 dias lá, e minha vida se resumia a sair para ir ao supermercado e voltar. Quatro meses depois, saiu o jogo e comecei a jogar. No final de agosto, fiquei na casa da minha mãe uma semana, e daí saía todos os dias e ficava a tarde inteira caminhando na beira da praia para pegar Pokémon, bem na orla, e isso que era frio, hein. Ficava indo e vindo, caminhava 10 km por dia. Chocava vários ovos, se não fosse Pokémon, eu ficava o dia inteiro dentro de casa.

Essas foram algumas das mudanças visíveis que aconteceram na cidade. Em várias cidades do mundo houve relatos de casos curiosos. As dinâmicas e as formas de experiência urbana individual e coletiva foram 'postas à prova'; o jogo em questão pôs em cheque essa nova experiência da era digital, uma experiência híbrida na cidade.

#### 4.2 UMA COMPREENSÃO GERAL DO JOGO

Em coerência com a narrativa das histórias, sempre presente nos jogos e no desenho animado, o objetivo do jogo é fazer com que o jogador saia e explore as diferentes localidades de sua cidade e/ou de cidades vizinhas a fim de completar sua *Pokédex* (uma espécie de álbum Pokémon), vencer estágios, ser um líder de ginásio, e por fim, tornar-se um *Mestre Pokémon*. Todas essas etapas dependem da locomoção do jogador no espaço público, a pé ou com algum outro meio de transporte de baixa velocidade, como cadeira de rodas, patinete, bicicleta, skate etc. Transportes de alta velocidade, como carros e motos, são detectados pelo *GPS* devido à velocidade de deslocamento, e capturar *Pokémon* dessa forma não é o idealizado pelo jogo, pois sua essência é a exploração e o passeio na cidade pelo usuário do jogo. Através de posicionamento via *GPS*, o jogo detecta a 'infração' cometida pelo usuário que se utiliza de um meio de transporte não 'autorizado' e envia um alerta conforme a Fig. 70.:



Fig.70 – Alerta do jogo.

O alerta anuncia: “Você está indo rápido demais”, “*Pokémon GO* não deve ser jogado enquanto se dirige”. O jogador, então, tem a opção de selecionar o botão em verde: “eu sou um passageiro”. Mesmo selecionando o botão que declara que o jogador não está dirigindo, os *Pokémons* só aparecem em baixa velocidade, assim como a possibilidade de acesso às *Pokéstops* (*PokéParadas*) e ao Gym (Ginásio *Pokémon*), o que torna quase impossível utilizar o jogo enquanto se anda de carro.

Todas as funções do jogo dependem do deslocamento dos jogadores nas ruas da cidade. Na Fig. 71, que é uma imagem da tela do *Pokémon GO* no Smartphone, podem-se ver as principais funções e ações possibilitadas pelo jogo, que serão abordadas no capítulo. Abordar-se-á juntamente com a sua descrição as problemáticas e as formas de ação resultantes delas.



Fig. 71 - Mapa do jogo, uma noção das opções do jogo.

A base cartográfica utilizada para jogar o *Pokémon GO* (Fig. 72) era inicialmente baseada nos mapas do *Google Maps*. O criador do jogo, John Hanke, trabalhou antes na Google, participando da gênese do *Google Earth*, do *Google Maps* e do *Street View*<sup>143</sup>. Hoje a base cartográfica do jogo não é mais a do Google Maps, passou a ser a do *Open Street Map*, que se apresenta como “*OpenStreetMap*, o mapa mundial editável e livre, um projeto de produção colaborativa de dados geo-espaciais abertos. Qualquer pessoa pode editar o mapa e os dados são redistribuídos”<sup>144</sup>, o que tornou os mapas muito acurados conforme mostra a comparação (Fig. 72).

<sup>143</sup> Fonte: <https://www.reuters.com/article/us-niantic-maps/pokemon-go-maker-niantic-plans-to-build-ar-maps-with-users-help-idUSKBN1IA28S> acessado em: 14/08/18.

<sup>144</sup> Fonte: <http://www.openstreetmap.com.br/> Acessado em: 16/2018.

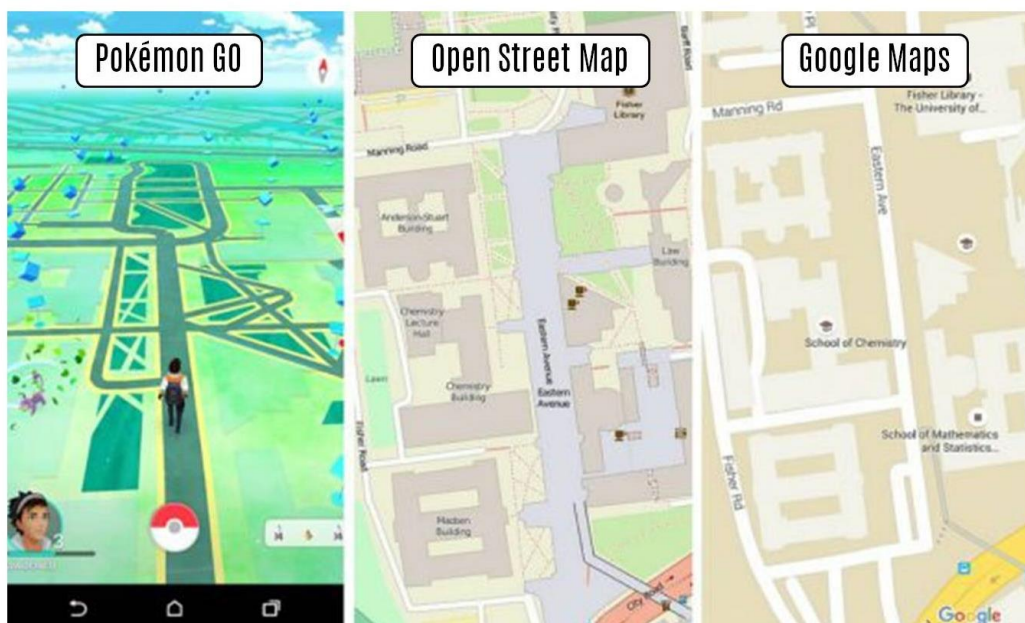


Fig. 72 – Mapas e suas definições: *Pokémon GO*, *Open Street Maps* e *Google Maps*.

Desde que o *Open Street Maps* passou a ser a base dos mapas do jogo, vários parques apareceram e tiveram seus caminhos revelados, tornando o espaço muito mais legível para o jogador.

O jogo propicia uma nova atividade na cidade, pois a superposição de *pokéstops* (*Poképarada* em português) e dos Ginásios, em parte dos espaços da cidade, convida o jogador a caminhar a fim de encontrar esses pontos. Os *pokéstops* e os *Ginásios* normalmente são elementos diferenciados da cidade, o que acaba criando uma perspectiva guiada da cidade e um sistema de referências urbanas. Para Lynch (2006, p.108), a atribuição de pontos identificáveis propicia uma leitura do espaço, e “a presença de vários pontos de referência aumenta a definição”. Os jogadores que abrem o jogo e começam a se guiar por esses pontos começam a ter uma leitura própria dos lugares por onde caminham.

O básico do jogo, assim como na história, é a caçada do *Pokémon*. Enquanto se caminha, procura-se observar no mapa se algum *Pokémon* está presente (Fig.73). Quando um *Pokémon* aparece no mapa, a uma distância próxima<sup>145</sup>, o jogador seleciona o item *Pokébola* (adquirido nas *Pokéstops*) para poder capturá-lo. Nesse momento, a tela do jogo muda. A relação de virtualidade até então presente no jogo, que era a da base cartográfica, passa a ser outra, a imagem da cidade ‘real’ capturada

<sup>145</sup> Não foram encontrados dados oficiais sobre essa distância. Pode-se dizer, por observação da pesquisadora, que a distância pode chegar a um raio de 5 metros de onde o jogador está.

pela máquina fotográfica se sobrepõe; através da Realidade Aumentada (R.A.)<sup>146</sup> (Fig. 74), o *pokémon* a ser capturado.

A R.A. é um sistema que permite a coexistência do mundo real com o mundo virtual: os objetos virtuais aparecem no mesmo espaço real (AZUMA, et., al. 2001), através da lente de determinado aparato tecnológico, podendo ser óculos inteligentes, smartphones, tablets etc. De maneira objetiva, a R.A. deve ser entendida como aquela que: “combina o mundo real com objetos virtuais em um ambiente real; roda interativamente e em tempo real; registra (alinha) objetos reais e virtuais entre si.” (Obra citada.). O jogo *Pokémon GO*, ao utilizar a R.A. para projetar a virtualidade no ambiente urbano, faz com que o jogador consiga enxergar o bichinho virtual da tela hibridizado na cidade ‘real’ (fig.74).



Fig. 73 – Como encontrar os *Pokémons* no mapa.

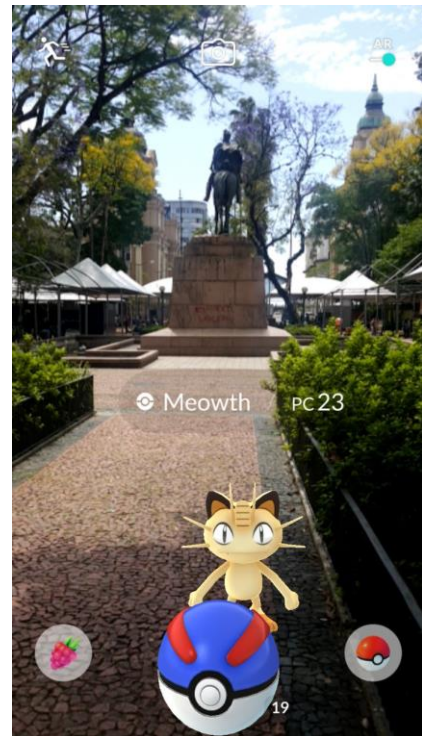


Fig. 74 – Caçando o *Pokémon* encontrado.

Assim, o jogador estabelece uma relação híbrida com o lugar, ou seja, a cidade virtual mescla-se com a ‘real’, fazendo com que os *Pokémons* apareçam nos espaços

<sup>146</sup> Que por definição “é uma variação da realidade virtual, e consiste na combinação do mundo real com objetos virtuais, através de algum dispositivo tecnológico (webcams, palms, smartphones etc).” (TESTA, 2009, p.1)



reais da cidade. Conforme consta no site do jogo: “LEVANTE-SE E COMECE A EXPLORAR. Capture *Pokémon* no mundo *real* com o *Pokémon GO!*”

O cenário 3D (que é a própria cidade ‘real’) gerado a partir da câmera fotográfica do *smartphone* deve acompanhar o posicionamento do *Pokémon*, à medida que o jogador caminha precisa ir focando no ‘objeto’ virtual para a caçada ser efetuada; caso contrário, o *Pokémon* ‘escapa’ das lentes fotográficas e, se não é possível enxergá-lo, não é possível caçá-lo. Nesse processo, o jogador não vê apenas o monstrinho, ele observa e vive a cidade ‘real’, a cidade e o espaço onde ele está flinando.

Para capturar o *Pokémon*, deve-se arremessar uma *pokébola*. É preciso ter mira, pois o número de *pokébolas* é limitado ao tamanho da mochila do jogador (que pode ser aumentada se o jogador comprar uma mochila maior com *Pokecoins*<sup>147</sup>). O *Pokémon*, no momento em que está sendo caçado, tenta resistir rebatendo o *pokébola*, e, se o jogador falhar seguidamente, o *Pokémon* pode acabar fugindo, e fracassa a tentativa de capturá-lo.

Os mapas do jogo, como se pode observar (Fig.71), são ‘limpos’ no que diz respeito a construções verticais da cidade ‘real’, marcando apenas os planos horizontais das respectivas arquiteturas que existem nela. O que o mapa salienta na cidade são ruas, lagos, rios, mar, parques e praças. Através desse tabuleiro digital (que é a própria cidade ‘real’) o jogador se orienta na cidade em busca dos *Pokémons* que deseja encontrar, tanto através do passeio livre ao estilo *flâneur*, quanto através da opção de ‘localização de *Pokémons*’. Através dessa caçada aos *Pokémons*, o jogador acaba fazendo percursos influenciado pelas geolocalizações presentes, praticando o que foi conceituado como *flâneur* híbrido. Pode-se observar na Fig. 75 que, quando o jogo é aberto, tem-se a possibilidade de ver (através da ‘Localização’) alguns dos *Pokémons* que estão pela redondeza, e assim decidir se deseja fazer alguma rota em especial e quais as que se poderia fazer para poder pegá-los.

---

<sup>147</sup> “Pokecoins” ver item 4.3.2 deste capítulo.

### Passo a passo para fazer a busca, 'o passeio guiado'

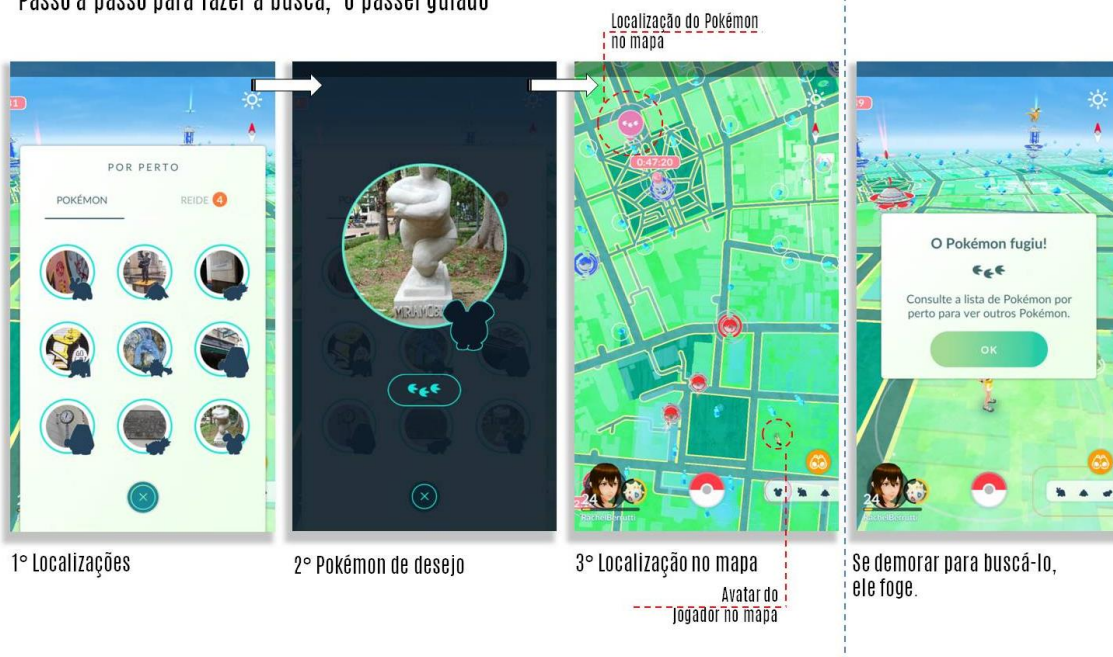


Fig.75- Passo a passo para caçada guiada.

A experiência do jogo influencia os trajetos e os caminhos das pessoas, o que foi revelado em várias entrevistas. Jogador-07 (2017) fala que “eu desviei de rota várias vezes, atrasei um compromisso para pegar um Dragonite (um tipo de *Pokémon*). Bah, (por) qualquer coisa, até *Pokémon* menos importante, eu desvio.” Já Jogador-08 (2017) conta que, em determinado dia,

Tava indo na casa da minha amiga, daí eu tava atrasado já, eu desci do ônibus correndo 4 quadras só pra pegar um Dragonite. Outra vez, a gente tava aqui (no parque Redenção) e corri um quilômetro pra pegar o Snorlax lá do outro lado. Peguei o celular dele e sai correndo. Peguei pra nós dois.

Já Jogadora-09 (2017) relata que “apareceu um Snorlax aqui na Redenção as 22h da noite, eu e minha amiga entramos no táxi, descemos, saímos correndo pegamos e saímos do parque”.

Os jogadores jogam nos seus pequenos intervalos do dia e nos seus deslocamentos diários. Alteram suas rotas, mudam os caminhos costumeiros apenas pela brincadeira do jogo. Como relata Jogador-01 (2017):

Uma vez eu tava voltando do almoço, e explanou (apareceu) um *Dragonite* (*Pokémon* raro de ser encontrado), seria meu primeiro *Dragonite*. Tava na Borges (Avenida Borges de Medeiros, em Porto Alegre) e saí correndo pra frente da Catedral (Catedral Metropolitana de Porto Alegre) e não consegui pegar.

A distância descrita pelo entrevistado Jogador-01 é considerável, visto que a Catedral está geograficamente muito elevada do local de origem do jogador, que teve que subir uma escadaria para tentar pegá-lo. Muitos dos entrevistados não medem esforços para ir ao encontro dos monstros virtuais.

Por essa razão de ‘não medir esforços’, a caçada aos *Pokémons* virou um problema de segurança, e o jogo gerou notícias em todo o mundo. Surgiram reportagens alertando sobre os perigos de se distrair da realidade à volta. Notícias como: “*Pokémon GO* causou prejuízos bilionários em acidentes de trânsito” (SIQUEIRA, 2017); “de morte a acidentes: as vezes em que caça a *pokémons* acabou mal” (VEJA, 2016); e, ainda “homem é detido por invadir empresa para ‘caçar *pokémon*’ em Sorocaba” (YABIKU, 2017). Basta uma simples pesquisa na internet com as palavras-chaves ‘acidente e *Pokémon*’, que aparecerão inúmeras matérias e reportagens de casos de acidentes com jogadores. Frente a esses recorrentes casos de acidentes ao redor do mundo, a *Niantic* passou a alertar os jogadores toda vez que o jogo é aberto (fig.76):



Fig.76 – Jogo alerta: para não entrar em propriedade privada.

No site, a *Pokémon GO* Brasil adverte: “Se não conseguir chegar à *PokéStop* por se situar numa propriedade privada, não se preocupe –mais oportunidades virão!”<sup>148</sup>. Casos como assaltos e roubos fizeram dos jogadores alvos ‘fáceis’ devido à distração enquanto se joga. Como relata Jogador-03 (2017):

Em Ipanema, um casal que jogava estava dentro do carro, embaixo de um ginásio, e daí, quando ele viu, o cara chegou do lado com uma arma e disse que era um assalto.

Devido a essas questões, a polícia militar da Bahia-Brasil fez um alerta (Fig.11) ressaltando: “Divirta-se, mas não se esqueça do mundo real”.

The image is a composite of two parts. On the left is a poster titled "POKÉMON GO DICAS DE SEGURANÇA" (Pokémon GO Safety Tips) from the Bahia Military Police. It features a yellow Pikachu wearing a blue police cap and a red cape. The poster lists five safety tips in Portuguese: 1. "Preste atenção ao que está acontecendo ao seu redor. A distração primeiro passo para atrair os bandidos." (Pay attention to what is happening around you. Distraction is the first step to attract criminals.) 2. "Respeite os limites. Entrar em propriedade alheia é crime!" (Respect the limits. Entering someone else's property is a crime!) 3. "Atenção motoristas! Além de poder causar acidentes, é infração gravíssima conduzir veículo segurando ou manuseando celular." (Attention drivers! In addition to being able to cause accidents, it is a very serious infraction to drive a vehicle holding or using a cell phone.) 4. "Atenção, crianças! Não interaja com estranhos! Bandidos podem se disfarçar de jogadores para cometer crimes." (Attention, children! Do not interact with strangers! Criminals can disguise themselves as players to commit crimes.) 5. "Não entre em locais desconhecidos, inclusive em residências." (Do not enter unknown places, including residences.) At the bottom of the poster, it says "Divirta-se, mas não se esqueça do mundo real." (Have fun, but don't forget the real world.) On the right is a screenshot of a Facebook post from the "77ª Companhia Independente de Polícia Militar de Vitória da Conquista/BA". The post title is "POKÉMON GO E OS PERIGOS DO MUNDO REAL" (Pokémon GO and the dangers of the real world). The text of the post says: "Em menos de 24 horas 'Pokémon Go' já se tornou febre entre os brasileiros. A febre do Pokémon Go chegou ao Brasil e, de um lado o jogo se torna um sucesso e o número de utilizadores não para de aumentar, por outro, multiplicam-se os acidentes ocorridos enquanto as pessoas jogam.... See More". The post has 1,011 shares and 103 comments. Several comments are visible, such as "Atenção! Acabe com essa bobagem ou essas regras não serão suficientes para a sociedade sobreviver." and "Ordens da Policial Jenny em galerinha e cuidado com a Equipe Rocket!".

Fig. 77- Divulgação pelas redes sociais polícia militar da Bahia.

O Exército Francês considerou o jogo uma ameaça Nacional, quando o acesso dos jogadores terminava invadindo propriedades privadas do governo. Em nota, o Ministério da Defesa coloca: “A defesa da nossa nação não é um jogo. Não há qualquer hipótese de permitirmos qualquer forma de acesso inapropriado a pontos de

<sup>148</sup> <http://www.pokemongobr.com/explore-saia-de-casa/>

importância vital ou instalações prioritárias na defesa de França” (LEBASCLE apud JN, 2016). A imersão do jogador com o jogo e a cidade é tanta que pode ser observada (grifada) em parte da entrevista anterior, em que o jogador Jogador-03 expressa estar ‘embaixo’ de um ginásio, quando na verdade, no sentido real não é possível. O jogador se projetou no avatar do jogo e misturou as realidades.

A Niantic consciente da imersão dos jogadores, investiu nessa perspectiva no vídeo promocional do jogo. Conforme Fig. 78



Fig.78 – Cidade como grande tabuleiro onde o jogo acontece.

Nesse vídeo, a companhia investiu numa animação que representasse a cidade como grande tabuleiro. Na Fig.79 pode-se observar a imersão do jogador como se estivesse diante (ou embaixo) de um ginásio.



Fig.79 – Jogadores ‘embaixo’ de um ginásio.

E na cidade, diante de tudo que acontece, estão juntos os *Pokémons*, dividindo a rua e o espaço público. Na Fig.80 os *Pokémons* são ‘trazidos’ para a realidade.

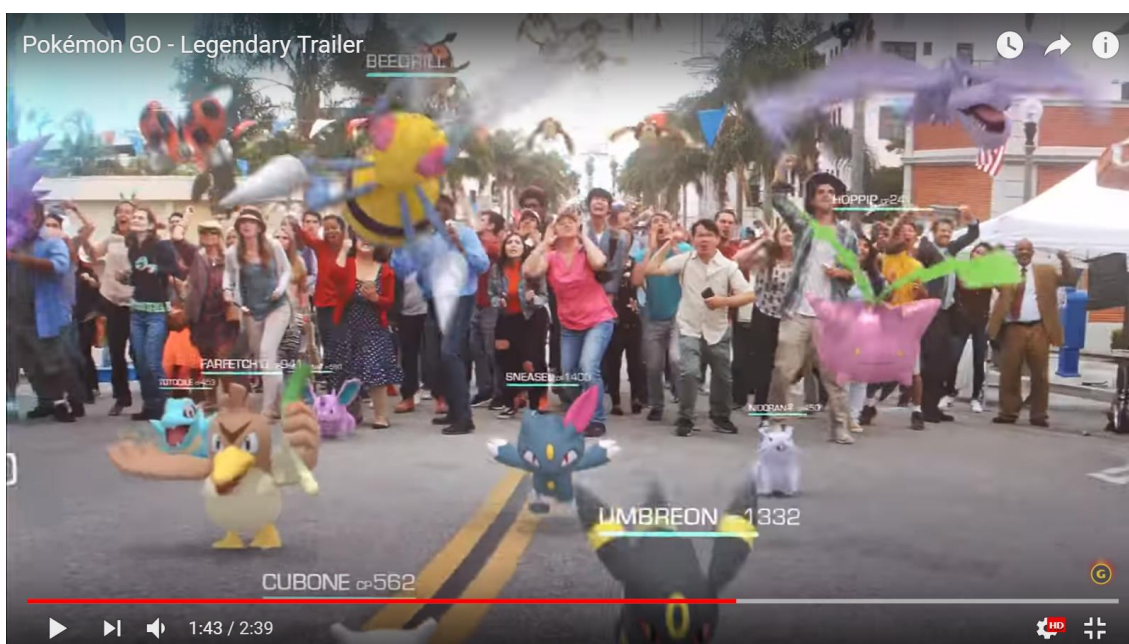


Fig. 80 – *Pokémons* ‘trazidos’ para realidade.

A experiência, segundo TUAN (1930, p.19), “é constituída de sentimento e pensamento”. Para o autor, esse termo abrange diferentes maneiras pelas quais o ser humano constrói a realidade – as quais variam desde os sentidos: olfato, paladar, tato,

visão ativa e visão subjetiva simbólica. Como parte da formação da experiência, “as emoções dão colorido a toda experiência humana, incluindo os níveis mais altos do pensamento” (TUAN, 1930, p. 17). O jogo de R.A. mescla a experiência da cidade ‘real’ com a virtual e inclui um conjunto de experiências no jogo que deixa o momento lúdico mais rico. Outro elemento que torna a sensação de imersão mais vívida é a música do aplicativo. Ora, Tuan (2013, p.26) enaltecia essa característica ao dizer que:

A dependência visual do homem para organizar o espaço não tem igual. Os outros sentidos ampliam e enriquecem o espaço visual. Assim, o som aumenta a nossa consciência, incluindo áreas que estão atrás de nossa cabeça e não podem ser vistas. E o que é mais importante: o som dramatiza a experiência espacial.

O som do aplicativo dá o aspecto lúdico, enquanto o cheiro, os aspectos climáticos e os aspectos geográficos da cidade ‘real’, no decorrer da experiência do jogar, tornam a missão do jogo como que uma ‘verdadeira’ batalha na cidade ‘real’.

Aquele que joga por entre as ruas da cidade sente-se absorvido pela experiência, mas, ao mesmo tempo, enxerga a cidade que trafega, participa à sua maneira da vida urbana. Não é uma experiência alheia, ela se funde ao ambiente ‘real’. Conforme colocado em capítulo anterior, “Trata-se de uma evasão da vida ‘real’ para uma esfera de evasão temporária de atividade com orientação própria” (HUIZINGA, 2014, p.11). O indivíduo sabe que está só brincando (mesmo que possa se distrair), mas se permite ingressar nesse universo lúdico na cidade.

Os jogadores, acabam também por acrescentar à sua rotina mais tempo de devaneio na rua, na expectativa de encontrar vários *Pokémons*. É o que aponta a jogadora-10 (2017) quando relata que:

Costumo fazer caminhos diferentes. Saio de casa, às vezes eu olho o que que tem por ali (através do mapa) e faço uma rota diferente. Ou quando levo minha filha pra aula também. Deixo ela lá e dou mais uma passeadinha antes de ir pra casa.

Um dos entrevistados revelou que o caminho que fazia para o trabalho foi alterado em função de uma *Pokéstop*: “Meu caminho pro trabalho, desde que começou *Pokémon*, eu dei uma alterada, eu vou a pé e faço diferente pra passar em *Pokéstops*” (Jogador-11, 2017). A declaração do Jogador-12 (2017) vai no mesmo sentido:

É a primeira vez que viemos aqui só pra isso (no Parque da Redenção), durante a semana, quando eu vou e volto pro trabalho, eu jogo. Jogo no percurso, é um jogo que permite fazer isso, quilometrar. Não jogava nenhum outro jogo antes, eu comecei a jogar porque eu gostei. Obriga a gente a caminhar, passear com o cachorro. (...)

É praticamente unânime entre todos os entrevistados que, para começar o dia na rua, a primeira coisa a ser feita é ligar o jogo, principalmente quando se sai a pé, já que o caminhar a pé é algo muito valorizado, não apenas para encontrar os *Pokémons*, mas para alcançar outros objetivos (como conseguir insígnias, visitar Pokéstops, Ginásios etc., como se verá adiante.).

O jogo propicia uma nova atividade na cidade, além de caminhar ao encontro dos monstros, outros lugares são importantes e são referenciais no mapa da cidade: as *Poképaradas* e os *Ginásios*.

#### 4.3 'ESPAÇO PÓKÉMON', OS PONTOS ESPECIAIS DO JOGO: GINÁSIO E POKÉPARADA

Nesta dissertação, chama-se '*Espaço Pokémon*' um ponto, delimitado e legível entre os jogadores, estando dentro do que foi conceituado no capítulo I como 'espaço'. Esse ponto pode vir a se tornar um '*Lugar Pokémon*', ou seja, quando ali é depositado afeto, memória e identidade, como também foi definido sobre o conceito de lugar no mesmo capítulo.

Esses pontos (*ginásio* e *poképarada*) têm uma localização fixa no mapa e, portanto, são georreferenciados. Têm funções chave no jogo. São pontos importantes da cidade e não são selecionados aleatoriamente.

Os pontos escolhidos no mapa, como ginásios ou *Poképarada*, começaram a ser determinados, para o *Pokémon GO*, através da base de dados de um jogo anterior de uma das produtoras, a *Niantic*, que se intitula *Ingress*. "O buscador (do *Ingress*) oferecia várias informações sobre centenas de milhares de locais históricos, artes públicas, estátuas e comércios" (TechTudo, 2016) ao redor do mundo. Essas informações foram catalogadas durante três anos, tendo como base inicial o Google. Além das informações do Google, era possível que qualquer jogador comum do *Ingress* enviasse sugestões para marcação de lugares especiais, como artes urbanas,



arquitetura diferenciada etc. Contudo, há regras para enviar sugestões de lugares. O local deve ser seguro, acessível publicamente, ser um trabalho de arte, ‘um lugar especial no seu bairro’ ou um comércio local único, entre outras especificações e opções de lugar sugeridas pela *Niantic*.

Os critérios de aceitação de novos lugares são os que a *Niantic* julga como lugares “de alta qualidade”<sup>149</sup>, ou seja, lugares que “ajudam os agentes (jogadores) a descobrir e apreciar sua comunidade”. Para novos pontos se tornarem pontos especiais no jogo, deve-se enviar uma foto do lugar e do seu entorno que obedeça aos critérios estabelecidos e brevemente descritos pela *Niantic*. Depois disso, serão julgados pela própria companhia. Em resumo: a *Niantic* estabelece o que são lugares de alta qualidade, depois o jogador submete esses lugares georreferenciados de acordo com os critérios seguidos; após isso a *Niantic* novamente julga se estão em ordem, e aprova ou não esses lugares. Assim, depois de muitas atualizações na base de dados no *Ingress*, essa base de dados ‘lapidada’ é a mesma utilizada pelo jogo *Pokémon GO*.

Dentre os critérios, estão:

Uma localização com uma história legal, um lugar na história ou no valor educacional; história interessante atrás da localização / objeto; significado histórico (além de apenas ser velho); uma coleção de arte ou arquitetura única; estátuas, pinturas, mosaicos, instalações leves, etc.; bibliotecas públicas, lugares públicos de adoração.<sup>150</sup>

Esses pontos não são livres de intenção de alguém ou de algum critério estabelecido, são recortes na cidade, feitos por duas partes: *Niantic* e jogadores. No jogo, os lugares de ‘alta qualidade’ influenciam os percursos feitos pelos usuários, assim como os objetos observados e os lugares em que os jogadores permanecem por determinados períodos. Esses objetos e lugares de ‘valor’ acabam por ter um grande impacto na maneira como os usuários se apropriam da cidade.

Enquanto os jogadores caminham com o mapa do jogo aberto, tendo a cidade ‘real’ virtualizada como um tabuleiro digital, é possível observar os caminhos e as ruas da cidade onde estão, como se estivessem em um jogo. O jogo utiliza-se da cidade ‘real’ como percurso, utiliza-se dos seus elementos urbanos e arquitetônicos como marcos, criando lugares no jogo, e o jogo como um todo se torna, de uma certa forma, a cidade.

---

<sup>149</sup> Mais detalhes desse critério e lista das descrições dos lugares de ‘valor’, ver ‘Anexo II’ desta dissertação.

<sup>150</sup> Niantic. 2018. <https://support.ingress.com/hc/en-us/articles/207343987-Candidate-Portal-criteria>

### 4.3.1 As *Poképaradas*.

As *Poképaradas* são os locais onde o jogador vai para conseguir itens para o andamento do jogo (Fig. 81); assim, girando o círculo com o dedo na tela do smartphone os itens são liberados (Fig.83).



Fig.81: Ponto de *PokéStop* 'aberto'.



Fig.82: Ponto de *PokéStop* 'aberto'.



Fig.83: Ponto de *PokéStop* 'aberto', itens liberados.

O interessante desses lugares é a breve explicação que aparece quando o título da imagem é selecionado. No caso da *Poképarada* chamada 'Estátua Leonel de Moura Brizola'<sup>151</sup> da Fig.82, há um parágrafo sobre um político brasileiro do século XX, Brizola. Estátuas, monumentos, prédios, murais etc., presentes no jogo como pontos de interesse, são marcos referenciais tanto para os jogadores como também referências na cidade 'real'. Esses pontos permitem uma aproximação dos jogadores com os monumentos urbanos de sua cidade, ou da cidade que se está visitando. Permitem um aprendizado sobre determinada arte e mostram partes da cidade que, por vezes, pode passar despercebida. Isso pode ser constatado nos relatos de vários entrevistados. Jogadora-10 (2017), uma mulher de 58 anos, relata que é

<sup>151</sup> Estátua de Leonel de Moura Brizola ao lado do Palácio Piratini e da Catedral Metropolitana no centro de Porto Alegre.

Muito bom sair pra rua, muita coisa que eu não via antes, muita coisa que, andando de carro, eu só vi agora durante o jogo. Prédios, essas coisas, e olha, era pra conhecer, mas só fui conhecer agora (pelo jogo).

O Jogador-13 (2017) comenta que, em passeios com amigos, “fazemos desvio de carro até o centro ou até algum ginásio, quando saímos de casa. Conheci novos lugares em Porto Alegre, e conheci novas pessoas também, várias”. Já Jogador-14 (2017) é enfático: “eu conheci muitas partes da cidade, que eu não conhecia antes, conheci bairros inteiros”.

Jogar *Pokémon* é muito mais do que uma experiência imersiva no jogo digital. É estar em contato com a cidade à sua frente. No primeiro capítulo do livro ‘A Imagem da Cidade’, Lynch coloca:

Olhar para as cidades pode dar um prazer especial, por mais comum que possa ser o panorama. Como obra arquitetônica, a cidade é uma construção no espaço, mas uma construção em grande escala; uma coisa só percebida no decorrer de longos períodos de tempo. (...) A cada instante, há mais do que o olho pode ver, mais do que o ouvido pode perceber, um cenário ou uma paisagem esperando para serem explorados. Nada é vivenciado em si mesmo, mas sempre em relação aos seus arredores, às sequências de elementos que a ele conduzem, à lembrança de experiências passadas (LYNCH, 1997, p. 1).

É interessante observar que o jogo *Pokémon GO*, ao apresentar um novo mapa da cidade, com novos/velhos referenciais do que é especial em determinado bairro, pode trazer uma nova espacialização, uma nova percepção de território. Assim como é possível se aperceber de novos pontos na cidade. Parafraseando Lynch, dá para dizer que os jogadores de *Pokémon* vivenciam a cidade através do jogo, mas sempre em relação aos arredores de onde eles estão flinando, às sequências de elementos através dos quais os objetivos do jogo os conduzem e que podem, ou não, remeter a lembranças de experiências passadas deles.

#### **4.3.2 Os Ginásios Pokémon**

Outro ponto geolocalizado – assim como as *Poképaradas* – é o *Ginásio Pokémon*. Este pode ser entendido como um ginásio amigável ou rival, isso dependerá da equipe a que o jogador for filiado. Em determinado momento do jogo, pode-se participar de batalhas em ginásios com outros jogadores e, também, pode-se treinar seus *Pokémons*. Quando o jogador atinge o nível 5, é convidado a escolher ingressar

em 1 dos 3 times: **Team Mystic** (cor azul), **Team Valor** (cor vermelha) e **Team Instinct** (cor amarela), no momento da escolha há uma breve explicação do que significa ser de cada equipe, cabendo ao jogador ingressar naquela com que mais se identifica.

A importância do time escolhido está diretamente ligada ao Ginásio, pois, dependendo do time a que o jogador se filia, é que se interpretará se o ginásio é amigável ou rival. Os ginásios amigáveis são aqueles cujo território foi dominado pelos jogadores da mesma equipe. Já se o ginásio for conquistado por outro time, esse se tornará um ginásio rival; nesse momento, pode-se batalhar com o novo líder do Ginásio para reconquistar esse território. É importante para as equipes dominarem o máximo de territórios que puderem porque “a definição de força de um time está em quantos ginásios um determinado time tem”<sup>152</sup>.

O interessante desse processo é que o jogador, não cobiça e ‘tira’ alguém da sua mesma equipe do posto de líder do ginásio, o jogador e o líder da mesma equipe crescem juntos. Para o ginásio ficar defendido por mais tempo, os jogadores precisam se unir: cada um pode colocar um *Pokémon* no Ginásio que defende, sendo utilizados no máximo seis *Pokémons* para a defesa de cada Ginásio.

Quando se chega a um Ginásio, é possível ver quem são os integrantes que fazem a defesa dele (Fig. 84).

---

<sup>152</sup> <http://www.pokemongobrasil.com/qual-time-escolher-no-pokemon-go/>

Ginásio dominado pela  
equipe vermelha:  
Time Valor. O Pokémon  
que aparece acima do  
ginásio, é o do líder



Quando o ginásio é aberto  
-mesmo que a distância-  
é possível ver quem são os  
jogadores que colocaram  
Pokémons ali.  
Cada Pokémon é de um jogador.



É possível clicar no Pokémon  
para ver quem é o dono de  
cada um. Nesse exemplo, foi  
clicado no Pokémon, para  
saber quem é e o nível em  
que está no jogo.



Fig.84- Líder do ginásio e equipe defensora.

Em um espírito de defender algo em comum, o jogador cede um de seus *Pokémons* para a defesa do ginásio. Esse *Pokémon* emprestado não pode ser usado, só retornando ao seu dono de origem quando outra equipe dominar o ginásio (NERDBUNKER, 2016). Algo maior, algo pela equipe: o domínio do território. Algo maior é construído entre o jogador e sua equipe, os grupos fazem contato e se ajudam mutuamente. Na fig. 85, pode-se ver uma postagem feita no grupo do Facebook intitulado “*Pokémon GO POA - RS (oficial)*”.



Fig. 85 - Caçada em grupo de noite.

Tanto pela foto quanto pelo comentário postado, é possível observar que um sentimento de grupo está presente. Esses jogadores saíram em conjunto para ‘derrubar’ os ginásios (conquistá-los). A inteligência coletiva dos jogadores dá-se através de diferentes redes sociais, como *Facebook*, *Whatsapp*, *Telegram*. Através delas, eles combinam de saírem juntos para caçar, derrubar ginásio, ou apenas estarem juntos.

Em entrevista, um jogador coloca que costuma conquistar os ginásios durante a noite, com seus amigos, enquanto todos estão dormindo, pois, a defesa do ginásio está mais fragilizada<sup>153</sup>: “Fazemos vários amigos e inimigos, quando a gente sai de madrugada pra derrubar ginásio; no outro dia é choradeira dos outros times” (Jogador-15, 2017).

A questão relativa ao território, que evidencia uma forma de apropriação desse território, mostra que um ginásio tomado, por vezes, pode causar desconforto entre os jogadores. Sobre esse assunto – domínio – podem-se observar duas postagens (Fig. 86) no grupo “*POKÉMON GO POA - RS (OFICIAL)*”

<sup>153</sup> O líder do ginásio, bem como os outros jogadores que colocaram seus Pokémons para defesa, podem alimentar seus Pokémons a distância, fortalecendo-os durante algum possível ataque e dificultando que o ginásio seja derrubado.

**Pokémon GO POA - RS (oficial)** 7 de fevereiro de 2017

Não quero fazer polêmica... até se der confusão vou apagar o post... Mas queria saber a opinião de vcs sobre uma coisa: tem muita gente que tem seus "ginasios favoritos" aqueles que se alguém derrubar a pessoa faz questao de retomar posse rapidamente e nao aceita outro time ali, de jeito nenhum... Todas as equipes tem o(s) seu(s) ginasio(s) favorito(s)... tanto que até com pessoas do mesmo time eles nao dividem e usam o Fogo amigo de tao favorito que é o ginasio... o que vcs acham desse favoritismo e sentimento de posse?

3 8 comentários

Curtir Comentar

Ver mais 5 comentários

**Roberto Moreira** Eu tenho (sim!) um ginásio a duas quadras da minha casa. Já tem uma três semanas que meu Snorlax tá ali, e tipo, eu fico muito puto quando alguém derruba. Sou sempre o primeiro a toma-lo de volta.

Curtir · Responder · 1 a

Fig.86 – Domínio do território.

Um dos jogadores manifesta seu descontentamento no grupo 'Pokémon GO POA - RS (oficial)', dizendo que alguns jogadores parece que sempre querem ser líderes de certos ginásios. Na mesma Fig. 86, um outro rebate afirmando que 'sim', que ele sempre domina o ginásio da sua vizinhança e conclui: 'sou sempre o primeiro a tomá-lo de volta'. Em outra manifestação (Fig. 87), um jogador que costuma perder o ginásio durante a noite para outro jogador colocou:

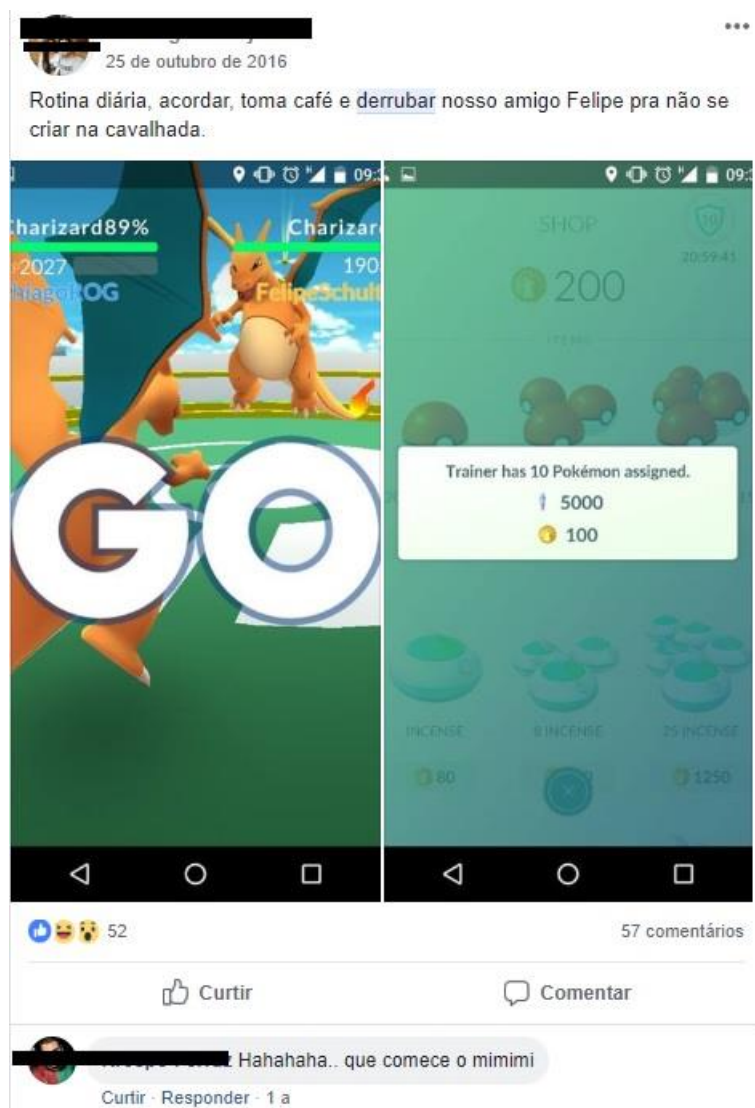


Fig. 87 – Disputa diária de território.

Esse jogador já afirma que não vai deixar o outro 'se criar'<sup>154</sup> na *Cavalhada* (em um ginásio localizado na 'Avenida Cavalhada'), em Porto Alegre. Os jogadores têm seus lugares favoritos no jogo, e estão dispostos a caminhar e alterar sua rotina e caminhos para defender seu território. A relação de rixa entre jogadores acontece, mas também relações de amizade são criadas.

Ainda no mesmo grupo do Facebook, há também muitas mensagens de amizade e declarações públicas de afeto, como é mostrado (Fig.88) por estes membros de um clã, que se conheceram a partir do jogo:

<sup>154</sup> 'Se criar' é usado aqui como uma gíria, como quem diz: 'não vai deixar o outro criar raízes, ou se sentir o dono do lugar.'





Fig.88 - Clã YWT.

Uma das entrevistadas (Jogadora-10) faz parte desse mesmo clã, e coloca:

O pessoal do grupo organiza: dentro do grupo grande da *Instintic* (time amarelo) que é o meu, a gente tem um grupo menor, o YWT (*Yellow win together*), e aí eles marcam alguma coisa (pelo grupo criado no whatsapp), no aeroporto, na Casa de Cultura Mário Quintana e a gente vai e aí eu aproveito e vou também. Ficamos lá porque é mais seguro, tem tomada, daí fica mais fácil de jogar. Eu fico amiga e meio mãe do grupo. Eu me sinto bem porque eles me aceitaram bem, não me sinto deslocada, me sinto bem.

A jogadora-10, entrevistada, tem 58 anos e é uma jogadora ativa no grupo, a maior parte do resto do grupo tem entre 20 e 35 anos de idade.

Em reportagem no G1, feita por Lisboa (2016), há um relato de um pequeno jogador, Diego, de 12 anos: “Não adianta ficar em casa. Tem que sair, ir para os parques e caçar. Acho que o jogo ajuda as pessoas, porque eu acabei conhecendo

muitos lugares na cidade, além de me aproximar mais das pessoas”. Contudo, o pequeno jogador não estava sozinho no Parque da Redenção, estava acompanhado do irmão. Os jogadores estão em uma faixa etária em torno de 20 anos para cima. Para o entrevistado Jogador-01, o motivo está associado a outra questão, está ligado à memória dos desenhos animados: “Tem crianças... tem, mas esse jogo atrai um público mais adulto. Uma faixa etária de 25 pra cima, porque o jogo e os desenhos eram de quando éramos crianças e adolescentes, quando dava na televisão, por isso que a gente gosta tanto.”

Pais e filhos começam a ter uma atividade para se divertir juntos, relata reportagem do G1 de Maiara Barbosa (2016)<sup>155</sup>:

Pai e filha se encontram na hora do almoço para capturar os monstrinhos e também pretendem aproveitar o tempo livre aos finais de semana para sair à caça dos pokémons. “Ela tem o aplicativo em um celular e eu no meu. A gente conversa sobre isso, um mostra para o outro e tem sido muito bom”.

Esse e outros relatos de pais que interagem com seus filhos estão presentes na reportagem e foi observado na entrevista do Jogador-12: “Jogamos desde o lançamento, no verão, na praia nós saíamos pra caminhar e jogávamos juntos”.

A idade dos jogadores varia, mas com a predominância de jogadores acima de 18 anos. Em postagem no grupo ‘Pokémon GO – Brasil.’, um jogador relata que se surpreendeu por ter jogado aquela tarde com uma senhora de 60 anos. Abaixo do seu comentário vieram dezenas de respostas de jogadores mais maduros (Fig. 89), como “estou com 63 anos”; “Minha mãe tem 57 e joga mais que eu. Minha tia tem 59 e já tá no nível 40<sup>156</sup> há muito tempo.”; “Na minha cidade o delegado de polícia é nível 40 e abre portais no Ingress”; “Aqui em São José dos Campos tem um tiozão com uns 70 anos, e já é nível 40”.

---

<sup>155</sup> <http://g1.globo.com/sp/mogi-das-cruzes-suzano/noticia/2016/08/pais-aproveitam-pokemon-go-para-passar-mais-tempo-com-filhos.html>

<sup>156</sup> Nível 40 é o nível máximo do jogo.

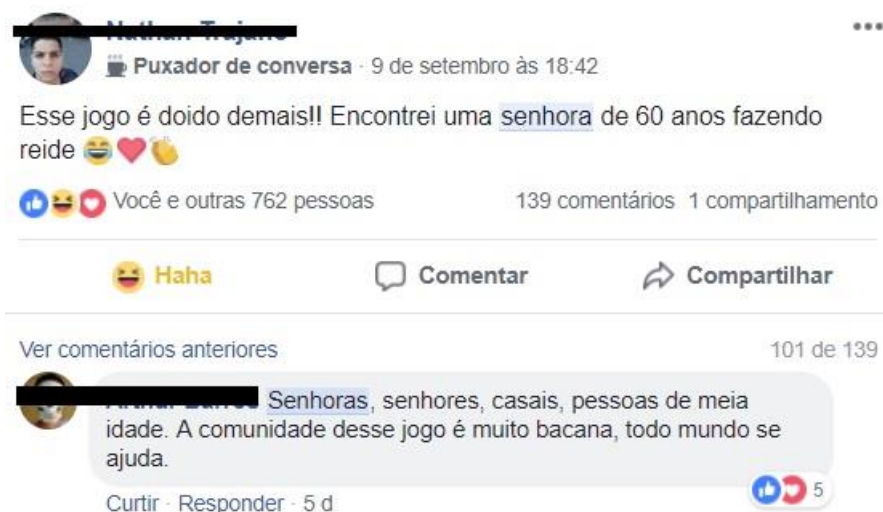


Fig. 89 – Faixa etária mais elevada.

Os jogadores sabem se reconhecer uns aos outros, tanto os jogadores de um mesmo time quanto os de outro; é uma rivalidade, mas também há a sociabilidade presente. Na Fig. 90, um jogador faz uma lista de outros jogadores, os quais não se sabe quem são, e especifica a área na cidade em que esses jogadores desconhecidos aparecem como líderes de ginásio. Foi feita uma ilustração da 'procura' e postada na rede social Facebook, no grupo 'Pokémon GO POA - RS (oficial)' dizendo que não é preciso jogar sozinho, basta adicioná-los em grupo de *Whatsapp*, e-mail ou telefone.

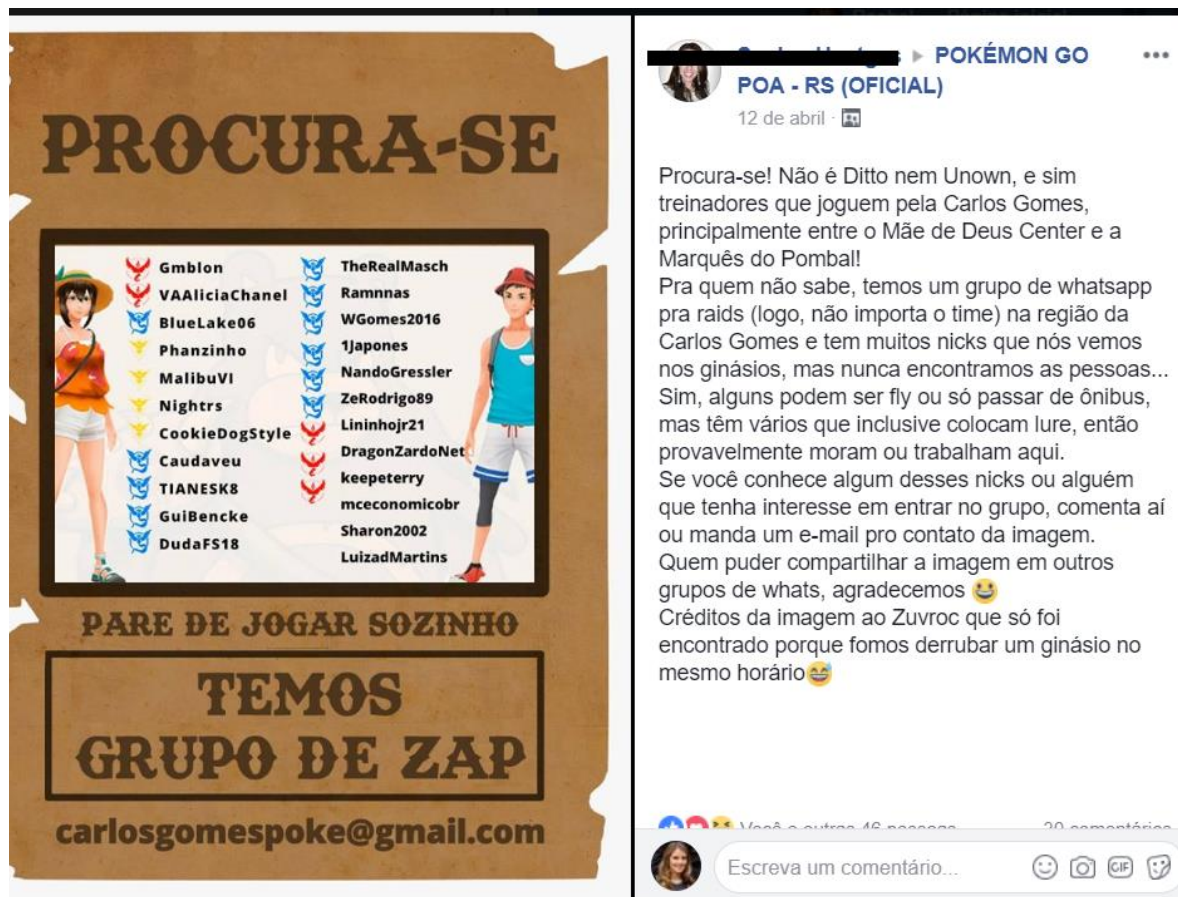


Fig. 90 - Procuram-se esses jogadores!

Uma das vantagens de derrotar um *ginásio* e poder colocar o seu *Pokémon* como defensor, é receber o bônus: as '*PokéMoedas*'. A '*PokéMoeda*' é a moeda dentro do jogo (há uma loja virtual dentro do jogo); quanto mais tempo o *Pokémon* permanecer no ginásio como defensor, mais *PokéMoedas* o jogador ganha (até a quantidade máxima diária). O jogador também pode comprar moedas *Pokémon*, mas, para isso, ele gasta na vida real<sup>157</sup>.

Quando o Ginásio é derrotado, o *Pokémon* retorna para o seu dono com as moedas ganhas durante a defesa. No grupo '*Pokémon Go Brasil*' foi postado uma ilustração sobre essa dinâmica de defesa em troca das moedas, na ilustração aparece um *Pokémon* que acabou de voltar de uma batalha trazendo moedas para casa. Nessa postagem, os jogadores manifestaram seus sentimentos de afeto em relação ao monstinho virtual (Fig.91).

<sup>157</sup> Os valores do câmbio variam de acordo com a quantidade que se for comprar. 550 pokémoedas custam R\$: 16,90 reais. O maior custo benefício, seria comprar 14.500 pokémoedas por R\$: 329,90 reais. A maioria dos itens do jogo custam entre 200 e 300 pokémoedas, por isso comprar mais moedas é mais econômico, pois se gasta bastante.



Fig.91 – Empatia com o monstinho virtual.

Mensagens como: “coitadinho” e “que dó”, além de outras manifestações de afeto em relação ao monstinho defensor, sugerem que os jogadores não têm apenas seus *Pokémons* como objetos de posse. Uma mensagem em particular diz: “Me senti um mercenário agora”.

É prática comum entre os jogadores, quando viajam, capturarem um *Pokémon* de recordação, como coloca Leonardo Jogador-05 (2017):

“Uma coisa que eu gosto de fazer é quando eu viajo pra um lugar, eu trago um *Pokemon* de lá de recordação. Eu tenho *Pokemon* de Florianópolis, do Caribe, do Uruguai, de vários lugares que eu viajava. Assim, pensei: ‘vou pegar um *Pokémon* aqui só pra deixar guardadinho na minha *Pokédex* e ficar com aquela lembrança.”

O lugar e a data em que os *Pokémons* foram encontrados ficam armazenados junto das informações dele (Fig.92).



Fig.92 – Informações do *Pokémon*.

Outra função dos Ginásios são as batalhas de Reide. São Batalhas que abrem por um período de tempo e podem ser encontradas pela localização disponível no jogo. Essas batalhas servem para tentar capturar um *Pokémon* muito poderoso, que não é possível ser combatido sozinho; por isso, quando a batalha de *Reide* começa há um intervalo de duração de 45 minutos regressivos. As batalhas de *Reide* são geradas pela *Niantic*, e não se sabe quando elas vão abrir por essa razão. Quando abrem, a inteligência coletiva e a comunicação é essencial entre os jogadores, que não conseguem batalhar sozinhos e precisam se organizar rapidamente para irem até o ginásio onde a batalha de *Reide* começa. É como o site do *Pokémon GO* anuncia:

Junte seus amigos e sua família, encontre uma *Reide* e enfrente os mais poderosos *Chefes de Reide* pertinho de você! (...) uma experiência de jogo cooperativa que encoraja o jogador a se unir com outros Treinadores para derrotarem um *Pokémon* extremamente poderoso, conhecido como *Chefe de Reide*.<sup>158</sup>

<sup>158</sup> [https://pokemongolive.com/pt\\_br/post/raidsrollout/](https://pokemongolive.com/pt_br/post/raidsrollout/) Acessado em: 27/08/18.

É preciso se organizar em grupo para batalhar contra esse *Pokémon* poderoso. Para isso, não é necessário juntar-se com membros da mesma equipe, mas é preciso formar grupos. Esse é um momento de interação real entre todos os usuários presentes no Ginásio em que irá acontecer a batalha.

Nessa batalha deve-se estudar qual é o *Pokémon* que será combatido, qual é a espécie dele e que espécies<sup>159</sup> devem ser utilizadas inteligentemente para combatê-lo. Os jogadores podem se organizar em grupos de, no máximo, 20 pessoas. Se houver 24 pessoas, é possível se dividir em dois grupos privados<sup>160</sup> de 12 para atacar. Em função disso, há toda uma movimentação e comunicação oral entre os participantes que estão naquele lugar real da cidade. Através dessa comunicação decide-se não apenas quem ficará em qual grupo, mas quais *Pokémons* de cada componente serão utilizados para atacar esse monstro poderoso. Quando o *Pokémon* é derrotado em conjunto, cada um dos membros tem a chance de capturá-lo com a sua *Pokébola*, só que nem todos conseguem. A vantagem de fazer as batalhas de *Reide* é a chance de poder capturar o *Pokémon* em questão.

Na figura a seguir (Fig. 93) está ocorrendo uma batalha de *Reide* (no momento dessa imagem, faltava um minuto e vinte e um segundos para acabar essa batalha).

---

<sup>159</sup> Os pokémons apresentam-se em diferentes espécies: aquáticos, de fogo, de terra, voadores, elétricos, psíquicos, fantasmas... Cada um deles tende a aparecer em determinados lugares. Em cemitérios, aparecem fantasmas; em indústrias, aparecem elétricos; em hospitais, aparecem psíquicos; em lugar de mar ou rio aparecem os aquáticos; em parques, tendem a aparecer os de planta e terra, assim como outros. O interessante de se ter Pokemons de diferentes origens é que cada um tem a sua 'fraqueza'; para derrotar um *Pokémon* de fogo, por exemplo, é necessário um de água; um de fogo seria interessante para batalhar contra um de planta. E esse é um outro grande universo das espécies *Pokémons*.

<sup>160</sup> Criam-se grupos privados com senha de acesso, a senha é passada oralmente entre os jogadores que entraram no mesmo campo de batalha. Uma senha é criada para um grupo e outra para outro.



Fig. 93 - Pokémon chefe de Reide.

Essa batalha aconteceu no Ginásio 'Açorianos-Ponte de Pedra', na cidade de Porto Alegre. O Pokémon da batalha de Reide é o 'Moltres', que é ao mesmo tempo voador e de fogo. Seu CP (Pontos de Combate) é quarenta e um mil novecentos e cinquenta e três: é um CP muito elevado; assim, somente em equipe é possível derrotá-lo. Quando derrotado, ele pode ser capturado como um Pokémon normal, mas mantém seu CP elevado, o que dá ao jogador um grande Pokémon, que pode ajudá-lo em batalhas futuras.

E assim, a saga continua, jogadores procurando na cidade quais os ginásios que podem estar com batalhas abertas e que outras pessoas estão disponíveis para dar uma volta na cidade em busca desse objetivo. A experiência da batalha é bem imersiva, pois é possível ver outros jogadores dentro do jogo enquanto se batalha.

No jogo, os pontos especiais definem determinados lugares, e quando o jogo está aberto, um mapa claro é mais um auxílio. Jogador-14 (2017) conta em sua entrevista sobre como se referencia na cidade entre outros jogadores:



“Uso muito pra me referenciar. Quando os meus amigos foram lá no meu bairro eu disse: ‘passa o *Gym* dobra direita’. Eu não uso o *Google Maps*, eu uso o *Pokémon*. Só quem conhece o jogo sabe de algumas coisas (lugares)”.

Com a superposição dos referenciais da cidade aos referenciais do jogo, os jogadores, ao mesmo tempo que entendem a importância que esses pontos têm no mapa do jogo, estabelecem relações com esses lugares. Pode-se concluir que os *Ginásios* e *Poképaradas* criam referenciais nos mapas e o reconhecimento da cidade através de mapa e da imagem. Isso contribui para a construção de um imaginário da cidade muito particular, tanto na experiência quanto na percepção do território.

Mesmo sem estar com o jogo aberto, os jogadores que já conhecem a cidade através dos mapas do jogo leem-na de uma maneira particular, à maneira do jogo. Na Fig. 94 um jogador ‘brinca’ como vê os espaços públicos por onde anda. Ele brinca de não enxergar mais a cidade distanciada do jogo; em resposta, um usuário comenta: “Aqui na região de casa eu vejo assim mesmo, já até sei onde pegar o celular”, além de outras pessoas manifestarem concordância com a publicação. Os jogadores, às vezes não estão com o jogo aberto, mas, por conhecerem a cidade onde caminham e saberem onde ficam os lugares especiais do jogo, já sabem quando ligar.

Deve-se pensar, contudo, que nessa apropriação “muito particular” reside um certo perigo, que é o de passar a viver numa cidade que, apesar de estar ancorada na cidade ‘real’, é a cidade do jogo, uma cidade que apenas uma parcela da população conhece (os jogadores de *Pokémon GO*).



Fig. 94 – Como o jogador vê a cidade.

Os jogadores, ao jogarem *Pokémon GO*, ao abrirem os mapas e irem olhando os lugares por onde andar, pode-se dizer que constroem o que Tuan (1930, p. 95.) chama de 'mapa mental' da cidade: "quando as pessoas conseguem conhecer a rede de ruas, elas executam uma série de movimentos corretos em direção aos referenciais conhecidos. Não criam ou adquirem um mapa mental preciso do bairro", mas se orientam. Esse mapa mental não precisa ser acurado, pode-se ter uma ideia grosseira do lugar, um 'esboço' mental, onde os pontos referenciam e balizam esses mapas 'incompletos' "com cada referencial que vai aparecendo, isto é, cada aspecto da paisagem – que nem sempre é fácil de especificar ao recapitular – desencadeia o próximo conjunto de movimentos", ações ou decisões que o indivíduo decide tomar

para chegar ao destino final. Os mapas mentais são memorizações de lugares, sem haver uma ideia do mapa preciso.

A superposição dos pontos em parte dos espaços da cidade convida o jogador a caminhar a fim de ir ao seu encontro. Nesse deslocamento, é possível conhecer alguns lugares em função dos pontos do jogo, é uma maneira de se ter uma perspectiva da cidade, e permite possuir um sistema de referências urbanas. Para Souza (2008, p.121): “é fundamental que se mantenha o sistema de referências, porque o homem sempre precisou dele para identificar-se com o meio, com os espaços, com a cidade. Trata-se da relação entre o lugar e o cidadão (...)”. Pode-se ter um sistema de referências pela memória, pelos caminhos que foram feitos entre a escola e a casa; a casa e o trabalho, mas o jogo *Pokemon Go*, ao georreferenciar novos pontos na cidade, convida os jogadores a criarem um referencial urbano da cidade que advém do jogo e pode ser muito particular. Pode também fazer com que a pessoa conheça a cidade ‘real’ e aprender a ter referências nela. Assim, reconhecendo os lugares por onde passa, vão-se criando referências, afetos. “Um espaço transforma-se em lugar à medida que adquire definição e significado” (TUAN, 1930, p. 167.). Assim “Quando o espaço nos é inteiramente familiar, torna-se lugar” (Obra citada, p. 96.).

Definindo lugar como 'núcleos de valor', Tuan (1930, p.28) afirma que lugares e objetos definem o espaço, dando-lhe uma personalidade, diferentemente do espaço, que é algo definido geometricamente. Quando se chega a um novo bairro, por exemplo, para enxergá-lo como 'lugar', é necessário identificar os locais significantes, como esquinas e referenciais arquitetônicas dentro daquele espaço. É reconhecer os objetos que atraem ou repelem o indivíduo em graus variados, “preocupar-se com eles (os objetos do lugar) mesmo momentaneamente é reconhecer a sua realidade e valor” (Obra citada, p. 28).

Abrir os olhos para esses pontos influencia a percepção que se tem da região onde se está inserido, bem como a formação do imaginário daquele lugar. O olhar, como coloca Pesavento (apud SOUZA, 1997, p. 109) (“qualifica o mundo, transformando o acontecimento em fato e o espaço em lugar”. Aquele que lê o mapa por onde caminha, que observa os lugares que foram marcados reconhece uma parte de sua cidade.

No âmbito do imaginário estão pinturas, fotografias, sistema de ideias, imagens de representações coletivas que são expressões de todas as sociedades e, conforme Pesavento (1995, p. 24), “o imaginário é, pois, representação, evocação, simulação,

sentido e significado, jogo de espelhos onde o "verdadeiro" e o aparente se mesclam, estranha composição onde a metade visível evoca qualquer coisa de ausente e difícil de perceber". Sendo assim, as *Poképaradas* e os *Ginásios Pokémon* com suas fotografias e contextos são pontos em que o jogador recebe novos fragmentos e pistas para construir o imaginário de diferentes lugares, sejam eles ruas, bairros, a cidade em si etc.

Os jogadores deslocam-se para as áreas de maior concentração de pontos especiais, como no Centro Histórico de Porto Alegre. Criam-se, desse modo, pontos conhecidos entre os jogadores, como se fossem '*lugares Pokémon*', por serem espaços legitimados e que carregam significados e trocas entre os entes participantes da experiência comum entre local e jogo. Esses locais são pontos de encontro dos jogadores, e, como disse Caillois (2017, p.81-82), os lugares de encontro são fundamentais:

*existe uma prova clara disso. Por mais individual que imaginemos o manuseio do objeto com o qual se está brincando, eles logo se cansariam se não houvesse concorrentes nem espectadores, pelo menos virtuais. (...) os donos dos mesmos brinquedos se reúnem em um lugar consagrado pelo hábito, ou que seja simplesmente cômodo, e, ali, medem sua técnica. Este geralmente é o essencial de seu prazer.*

Esses lugares podem se criar de maneira espontânea: 'de baixo para cima', em que os próprios jogadores decidem onde ficar; ou pode ser dado 'de cima para baixo', quando empresas e comércios promovem ou criam o lugar para os jogadores.

#### **4.3.3 lugares de baixo para cima**

'De baixo para cima' é tido aqui como espaço legitimado entre os jogadores, escolhidos como lugares de permanência por eles. Na própria apresentação do jogo é feito o convite para se perder nas ruas da cidade. A interface do *Pokémon GO*, e sua jogabilidade, permitem ao usuário conhecer, frequentar e ressignificar lugares da cidade e as dinâmicas nos espaços públicos decorrentes, ou não, do jogo.

O espaço público, entendido como rua, praça e parque, pode ser apropriado segundo Mendonça (2007, p.296), de maneira formal, ou seja, quando o espaço é utilizado da maneira para a qual foi construído; e pela maneira informal quando é adaptado e/ou flexível de modo que satisfaça as necessidades e os desejos da população. Dessa maneira é possível observar apropriações formais e informais na cidade em função do jogo.

A relação do indivíduo com o meio urbano é fortemente vinculada aos “aspectos físicos, naturais e/ou construídos, caracterizados pelo desenho de formas, que, muitas vezes além de representarem os espaços públicos a que se destinam, passam a corresponder à imagem de determinado lugar, cidade, região ou país” (MENDONÇA, 2007, p. 297). A maneira como o ambiente e o espaço são apropriados, sendo utilizados ou não por sua população, também está relacionada aos desejos e às intenções da própria população, não sendo algo imposto somente pelo arquiteto que os projetou, mas determinado pelas pessoas no espaço público. Tem de partir da própria população reconhecer aqueles espaços e transformá-los em ‘lugares’ no sentido social, e não serem ‘lugar’ por serem ‘marcos’ arquitetônicos amplamente conhecidos.

Isso aparece na avaliação paisagística dos parques da cidade de Porto Alegre–Brasil, feita pelo Jogador-03, que trabalha com computação. Mesmo sendo de um campo profissional diferente do paisagismo, demonstra que se apropria e qualifica certos lugares:

“O Parque Germânia é bom, mas é muito cansativo, tem pouca sombra, muita escada.” (*Relata que seu parque favorito é o Parque da Redenção*) “o melhor lugar de todos seria a Redenção, tem sombra e lugar pra ficar, mas é complicado em função basicamente da segurança” (...)“em torno das 17h já tem que ir embora”.

No grupo do Facebook ‘Pokémon GO – POA, foi organizada uma enquete para ver onde os jogadores mais frequentavam para jogar (Fig. 95):



Fig.95 - Que lugar você mais frequenta?

Essa é uma maneira de os jogadores se encontrarem para jogar, além de trocarem informações sobre os lugares, informações de segurança, que tipo de Pokémon costuma aparecer etc.

Além dessa enquete, uma outra foi feita sobre a questão da segurança. Nela foi perguntado se os jogadores já haviam sido assaltados:

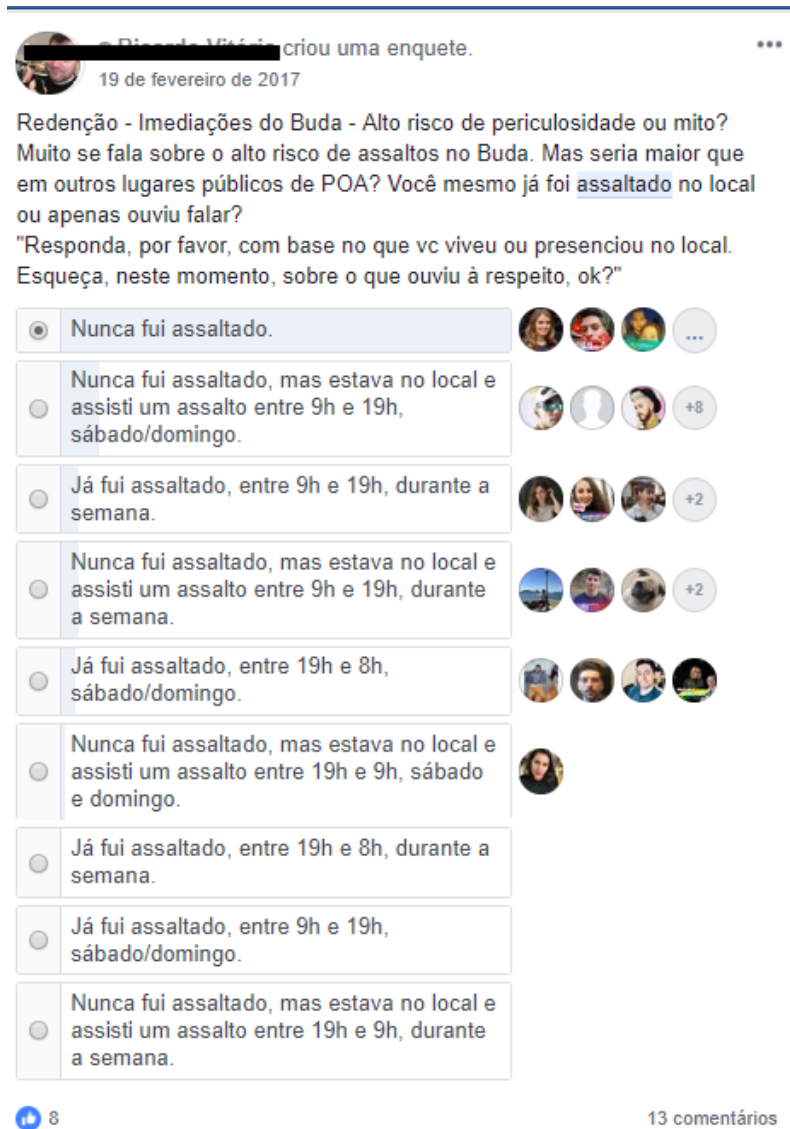


Fig. 96 - Você já foi assaltado ou ouviu falar?

Sobre se já haviam sido assaltados na mediações do local conhecido por 'Buda', no Parque da Redenção, a maioria dos jogadores, cento e trinta deles, marcou a opção: "Nunca fui assaltado", em comparação com a segunda resposta mais votada, com 8 votos: "Nunca fui assaltado, mas estava no local e assisti a um assalto entre 9h e 19h, sábado/domingo". Esses jogadores apenas 'ouviram/viram' que aconteceu um assalto. Esses números, demonstram que o Parque da Redenção não é tão perigoso quanto muitos jogadores creem ou a mídia alarma. Quanto mais se frequenta os espaços, mais seguros eles ficam, mas para frequentá-los é preciso também um incentivo do poder público em financiar espaços aprazíveis para a comunidade, oferecendo bancos, limpeza urbana, luz e até mesmo segurança.

Uma maneira de ocupar o território e apropriar-se dele é através da própria qualidade dos espaços. “Abrigo, sombra, conveniência e um ambiente aprazível são as causas mais frequentes de apropriação de espaço, as condições que levam à ocupação de determinados locais” (CULLEN, 2015, p.25).

Ainda que esses lugares sejam percebidos como detentores de qualidade ou não, “por trás da identificação de um lugar encontra-se presente todo um processo de valoração do espaço, que pode muito bem ser atribuído à percepção que se tem (ou que se virá a adquirir) a respeito desse espaço” (CASTELLO, 2007, p.12). Alguns locais são espaços onde a permanência é mais forte do que em outros, fatores como segurança e conforto são avaliados e levados em consideração pelos jogadores.

Um dos lugares na cidade de Porto Alegre que tem sido bastante apropriado pelos jogadores de *Pokémon GO* pode ser observado na Fig. 97 que indica como Ginásio o prédio do ‘Museu da Comunicação Hipolyto da Costa’ (esquina da Rua dos Andradas com a Rua Caldas Júnior). As Figs. 98 e 99 mostram os jogadores em um dia de batalha de *Reide* nesse local.

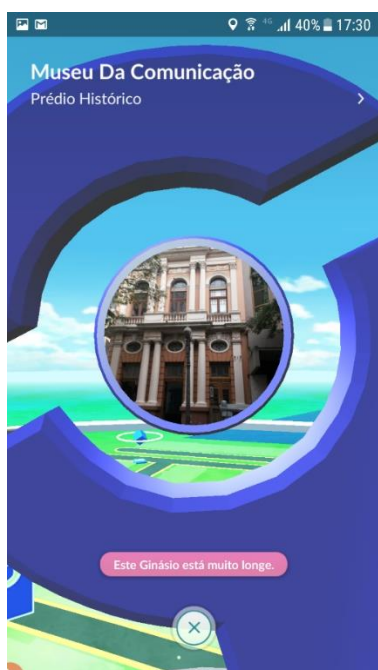


Fig. 97 – Ginásio-Museu da Comunicação.



Fig. 98 – Batalha de Reide





Fig. 99 – Batalha de Reide, rua cheia.

Pode-se observar na Fig.99 um grupo formando uma roda e, logo atrás, outro grupo: cada grupo representa um time que batalha nas Reides. Na Fig.100, pode-se observar que a localização do Museu (Ginásio) é na esquina de uma rua com 2,5 metros de largura. Na imagem, pode-se ver que o espaço dessa rua está sendo dividido pelas pessoas da batalha que está acontecendo, pelo comércio informal, pelos pedestres que passam e pelos curiosos que param para ver o que está acontecendo naqueles grupos de pessoas reunidas em um espaço que não é tão ‘propício’ a encontros informais em grupos.

Essas apropriações informais de espaços públicos refletem, a partir do jogo, uma reestruturação, mesmo que efêmera, daquele espaço, que se torna lugar para o usuário do jogo. Ainda sobre apropriações informais, Mendonça (2007, p. 297) diz: “estas apropriações, em muitos casos inesperadas, constituem-se já, de fato, em reestruturações do espaço, como elementos explícitos da possibilidade de flexibilidade de uso”.

No *Facebook*, um jogador publicou (Fig.100) sobre o mesmo lugar em um outro dia de batalha. No título, o usuário brinca com a situação, ao mesmo tempo em que a brincadeira revela uma crítica ao espaço urbano, pois aquele lugar não atende àquela demanda: “São uns tranca-rua!”.



Fig.100- São uns tranca-rua!

Nesse local em especial não há espaço nem infraestrutura específica para tal evento (*Pokémon GO*), assim, nessa apropriação informal, os degraus do museu viraram bancos, e as paredes, apoio. A apropriação física e ‘real’, mesmo que efêmera, acontece naquele lugar: ali as pessoas se veem, conversam entre elas, fazem amigos, reveem os antigos amigos e fazem contatos.

Esse é um lugar que é bem central na cidade de Porto Alegre. Para Rolnik (2000, p.165-179), em um capítulo intitulado ‘O lazer humaniza o espaço público’, o ato de consumir bens muitas vezes reduz o espaço urbano a um “simples local de acesso, tornando-se apenas o suporte para a conexão de pontos, de endereços”. Esses mesmos espaços de passagem, apropriados pelos jogos de mídia locativa, podem passar a ter uma nova dinâmica, na medida em que os jogadores permanecem, conversam e reconhecem em diferentes edifícios e monumentos, lugares na cidade. Mesmo que através do jogo.

As possíveis apropriações do espaço público podem se dar através do conhecimento e da presença de outros usuários em lugares da cidade e se estabelecem na forma como ocupam, experienciam e ressignificam o espaço urbano.

O espaço público pode ser ocupado tanto pela “apropriação pelo movimento” (CULLEN, 2015, p.25), que seria aquela em que os transeuntes que caminham se conhecem de vista (Obra citada, p.25), algo que, segundo o próprio autor, é uma maneira de se apropriar que tem um caráter muito próprio.

Sobre as apropriações dos lugares pelas pessoas, Cullen (2015, p.25) ainda coloca que uma ocupação periódica pode se inserir de maneira permanente no tecido urbano, através de recursos, como desenhos de pavimentação, mobiliário urbano, postes de iluminação, pontos focais e recintos. Para ele, “ainda que o grau de ocupação do território seja relativamente fraco, o fato de haver no mobiliário sinais permanentes dessa ocupação confere à cidade um caráter mais humano e diverso” (Obra citada.).

É interessante observar que, por meio da manifestação de jogadores de *Pokémon GO*, houve uma materialização dos monstros virtuais: estátuas apareceram na praça que os jogadores frequentam em Suzano – São Paulo. “Estátuas de *Pokémons* aparecem em Suzano. A cidade está se transformando na capital brasileira de *Pokémon!*” (GALILEU, 2018) (Fig.101). A autoria dessa e de outras estátuas de *Pokémon* que apareceram na mesma praça, ainda não foi revelada.



Fig.101- Estátua Pokémon em Suzano – SP.

Pode-se ver com essa ação que a identificação dos lugares criados através de uma mídia locativa começou a ter reflexos físicos na cidade real. Os jogadores e frequentadores da praça começam a expor sua identidade enquanto grupo na cidade e reivindicar a identidade do espaço.

Essa mesma estátua foi pichada, e alguns moradores da cidade foram até ela para limpá-la. Não se sabe se o homem e a senhora da foto conhecem a história da estátua ou porque ela está ali. Mas, independentemente disso, limparam a estátua para terem um lugar mais aprazível (Fig. 102).

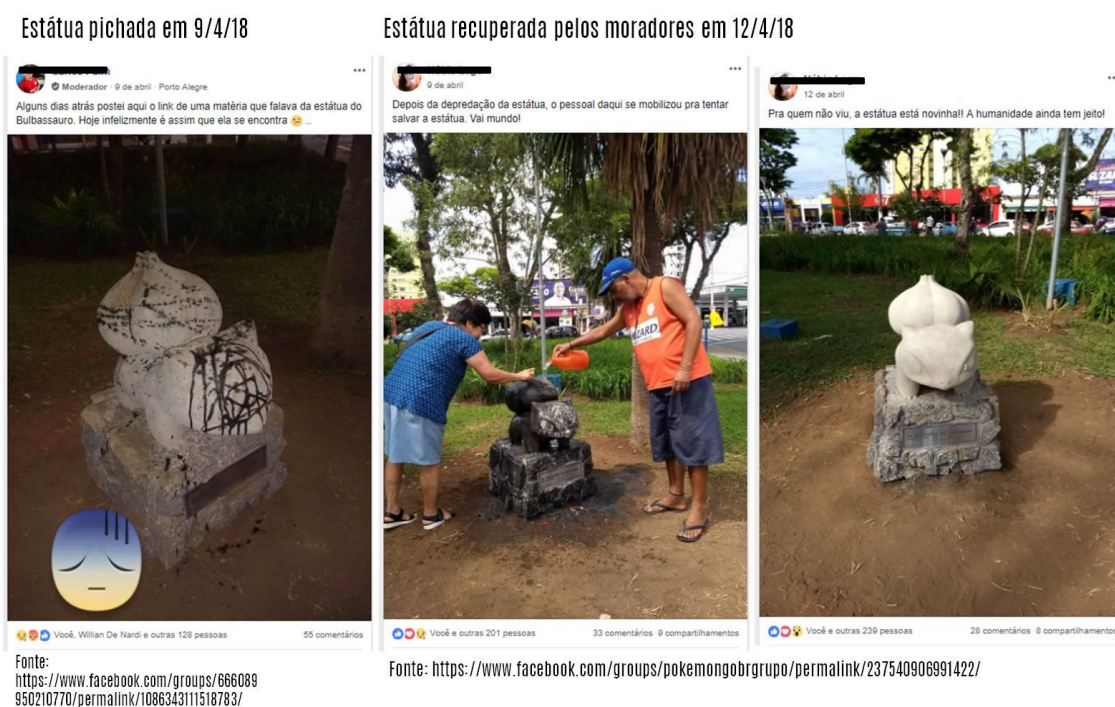


Fig. 102 - Pichação e comunidade engajada.

A forma do lugar muda conforme o tempo. Castello em 'a percepção do lugar' (2007) discute a relação que aquele lugar/espaco/tempo teve com determinado espaco. As estátuas e esculturas, por exemplo, são heranças de um tempo, cultura e memória, esta é do Pokémon. E se fará presente para gerações futuras, será parte do imaginário daquela praça e comunidade.

A cultura de cada localidade e sua história interagem no espaco, dotando a cidade de significado e transformando uma cidade em uma "cidade de memória coletiva" (BOYER, 1996). Os diferentes modelos de cidades e de espaco urbano absorvem modificações fornecidas pelo tempo e pelo seu espaco social, que se refletem em ações físicas nos seus 'lugares urbanos'.

A relação entre espaco e lugar é composta pela influência que o ambiente construído estabelece com o espaco; contudo, para estabelecer o sentido de lugar, há ainda o componente psicológico.

As pessoas se *sentem* melhor em certos espaços. Ou, em outras palavras, certos espaços se distinguem dentro do Espaço maior onde se situam as pessoas e, ao se distinguirem dentro do Espaço maior onde se situam as pessoas e, ao se distinguirem, se tornam percebidos de maneira diferente. (...) Diz-se então, que esses espaços são percebidos como um lugar, delimitado dentro do espaço maior que constitui o todo da cidade. Isto é: permitem distinguir um *lugar* de um *espaço*. (CASTELLO, 2007, p.12)

O *Pokémon GO*, que é um jogo mundial, jogado em cidades de todo planeta, ajuda a revelar, devido às suas regras, objetivos e sistema de jogo, as características de cada uma dessas cidades, mesmo que jogado e entendido de maneira 'universal'. Ao ser jogado, ele se transfigura de diversas maneiras, pois as dinâmicas das cidades são diferentes, as leis são diferentes, as pessoas e a cultura de uma forma geral são diferentes. Em relação à cultura, cabe lembrar que varia em cada vila, cidade, país, lugar; o que cada um reconhece como belo, como arte, como característico e a própria arquitetura se diferencia. No entanto, no jogo, suas regras permanecem as mesmas, ainda que ele se adapte aos diferentes locais e acabe sendo jogado de uma maneira na qual a cultura de cada lugar passa a fazer parte. Cabe a cada jogador quando viaja, estando diante de um novo território, onde o mapa do jogo, pode-se dizer, foi construído pela cultura desse lugar, adaptar-se a essa 'nova' configuração. Assim, esse jogador cria, enquanto *flâneur* híbrido, uma experiência de cidade guiada pelas mídias locativas, criando um imaginário particular. Este é particular por, neste caso, ter sido criado pela *Niantic* (e por contribuição pelos jogadores) e ser de conhecimento específico dos jogadores do *Pokémon GO*. Em lugares mais frios, pode ser mais difícil sair caminhando ao encontro dos pontos especiais; em lugares com leis mais severas, poderia ser mais complicado colocar uma estátua *Pokémon* em uma praça e esperar que ela permaneça; esses são alguns elementos que se revelam e que dão pistas para se construírem os imaginários de lugares.

Os lugares onde os jogadores se encontram frequentemente são legitimados pelos próprios jogadores. Na Fig. 103, o lugar é embaixo das árvores, onde há bancos, ao lado do 'Monumento a General Osório', que é o ginásio *Pokémon*. Ali os jogadores se encontram, formam grupos, conversam e definem suas estratégias de ataque. Quando um mesmo time se une, o jogo fornece mais benefícios, como pontuações e itens que vêm nas *Reides Pokémon*.



Fig. 103 – Reide no Ginásio Monumento General Osório.

Nessa foto, os jogadores estão de pé pois estão em uma *Reide Pokémon*; poderiam estar lá *'farmando'*<sup>161</sup>, assim eles usufruiriam de benefícios que esse andar em particular proporciona, que são as tomadas e cadeiras mais ao fundo. Esse lugar também é legitimado por outros motivos: é bem central na cidade de Porto Alegre; muitos dos jogadores que estão nessa foto podem estar ali porque estão no seu horário de almoço, horário em que muitos se encontram para jogar. Além disso, essa praça possui duas *Poképaradas*, além do próprio Ginásio em questão.

As *Poképaradas* podem se conectar a um item comprado no jogo: os *'Lure's*. Esses itens têm a função de atrair *Pokémons* para aquela localização da *Poképarada* onde ele foi conectado, e é preciso estar ao lado da *Poképarada* para ativá-lo. Esse item atrai para essa localização um número de *Pokémons* maior do que o normal, facilitando a caçada para o jogador que não deseja mais caminhar. Logo, quando esse módulo é ativado na *Poképarada*, atrai também os jogadores. E, dessa forma, o jogador não precisa mais caminhar para encontrá-los; isso é *'farma'* *Pokémon*.

As *PokéStops*, além de serem o espaço onde se pode pegar os itens para o jogo, são os lugares em que se pode ativar o item *'Lure'*. Este item só pode ser adquirido se comprado online, custa 100 *PokéCoins* e serve para atrair *Pokémons*

---

<sup>161</sup> 'Farmando', do verbo 'farma', vocábulo criado pelos gamers, significa que os jogadores ficam nos lugares esperando aparecerem *Pokémons* para capturá-los; eles colocam um item pago no jogo: os *'Lures'* para atrair os *Pokémons*. No jogo, é possível pagar para aparecer *Pokémons* acima da frequência normal.

para o jogador que a colocou e deixa outros jogadores, que estiverem perto daquele determinado ponto, caçarem *Pokémons* por um período de 30 minutos<sup>162</sup>.

O item *Lure* é comprado na loja virtual do jogo, e quando conectado a uma *Poképarada*, atrai os *Pokémons* para aquele local. Quando um *Lure* é conectado na *Poképarada* por um jogador, é possível para os outros jogadores ver no mapa essa conexão. Logo os jogadores são atraídos para aquele local onde haverá maior aparição de *Pokémons* (Fig. 104). É um item pago por um jogador e pode vir a beneficiar outros jogadores, além dele.



Fig.104 – Identificação, e propaganda.

Obviamente, o mercado já observou que ser um ponto de *Poképarada* pode ser muito lucrativo, já que pode atrair centenas de possíveis fregueses, não só por ser um ponto fornecedor de itens virtuais para o jogo, mas como potencial de 'isca' para jogadores, simplesmente ativando o item '*Lure*':

[...] estabelecimentos também podem adquirir o item "*lure*", que atrai *Pokémon's* para um local físico específico – e traz com eles os treinadores que estão caçando aquele tipo de *Pokémon*. Segundo o New York Post, uma pizzaria em Nova Iorque pagou 10 dólares pelo

<sup>162</sup> <https://support.pokemongo.nianticlabs.com/hc/en-us/articles/222049307-Glossary> Acessado em: 12/05/17.

módulo "lure", o que levou a um aumento de 75% nas vendas. Até mesmo o serviço de transporte Lyft está aproveitando a onda, oferecendo descontos para usuários que estejam fazendo uma corrida até uma *PokeStop* – e a parte boa é que, no geral, as *PokeStops* são pontos de referência em uma cidade, que podem ajudar a economizar também em corridas para quem não vai caçar *Pokémons* (LAFLOUFA, 2016).

Para alguns especialistas, essa nova interação tecnológica revoluciona o mercado de publicidade; segundo uma matéria do Globo Economia:

“Com *Pokémon GO*, você está vendo o jogo como uma maneira de passar por cima de um monte de canais digitais (marketing) que as lojas têm confiado nos últimos anos”, disse Christophe Jammet, diretor de mídia social e móvel da consultoria DDG em Nova York. “Não existia uma plataforma social de geolocalização capaz de atrair tantas pessoas de uma só vez” (REUTERS, 2016).

Também se abre um espaço para uma reflexão sobre o lazer. Essa estrutura do jogo leva a pensar até onde se é induzido, até onde há liberdade de usufruir os espaços públicos e explorá-los como uma livre escolha. No *Pokémon GO*, a captura de *Pokémons* pelos jogadores pode ser uma grande oportunidade para o mercado varejista ‘capturar’ fregueses e tentar cativá-los para que retornem uma próxima vez.

Com a chegada de novos aplicativos com realidade aumentada e baseados em geolocalização, existe uma grande oportunidade de **influenciar o comportamento das pessoas** (grifo feito da pesquisadora), criando um senso cada vez maior de personalização e exclusividade. Essa nova onda de marketing mobile pode ser a ponte que faltava entre o engajamento online e dentro das lojas. (LAFLOUFA, 2016)

Logicamente, inúmeras lojas, que viram o sucesso do jogo e o potencial mercadológico desses usuários, desejaram enviar pedidos para a *Niantic* para serem escolhidas como *Poképaradas*. Em 2015 a *Niantic* fez uma pausa na possibilidade de submissão de pedidos para esses lugares, permitindo apenas a função de cancelamento dos pontos escolhidos como *PokéStops* ou Ginásios. Em abril de 2017, foi reaberto o espaço para sugerir e solicitar novos pontos de *PokéStop*, porém essa possibilidade só foi habilitada para o jogo *Ingress*. Se o local for aceito no jogo *Ingress*, pode vir a fazer parte do quadro de *Poképaradas* do jogo *Pokémon GO*.

Um evento que acontece anualmente na cidade de Porto Alegre é o chamado ‘Skate no asilo’. É uma campanha que visa a dar visibilidade à situação dos idosos do Asilo Padre Cacique, e é também uma maneira de integrar o público jovem aos



moradores de lá. Na edição que aconteceu em 2016, foi feito o convite com o módulo Lure (Fig.105). Na fala da figura, o senhor diz: “tirem daqui essas porcaria (sic) de Zubat.” É uma referência ao Pokémon morcego, insinuando que há muitos deles no asilo, como ilustra a figura.



Fig.105 – Promoção do asilo pelo módulo Lure.

As possibilidades de negócios mais informais também surgiram em função do jogo. Alguns exemplos: em Fortaleza, há um *motoboy* que oferece levar os jogadores aos lugares de maiores aparições na cidade (FIGUEIREDO, 2016); em Porto Alegre, um estudante de Engenharia Elétrica criou um totem de energia para carregar celulares nos Parques da cidade – na página ‘*Pokémon GO PoA - RS (Oficial)*’ o estudante anuncia em qual Parque estará nos finais de semana (MINOZZO, 2016).

Como em todo jogo, há aqueles que, como discutido no capítulo anterior, são os ‘estraga-prazeres’ que não obedecem às regras do jogo e quebram o ‘círculo mágico’. Uma maneira de ‘roubar’, no jogo *Pokémon GO*, é através do ‘GPS falso’. Os jogadores que jogam de forma ‘ilegal’ utilizam um GPS que dá uma localização falsa, ele desloca os jogadores como se esses estivessem caminhando pela cidade. Essa é uma prática proibida pela *Niantic*: a companhia já identificou jogadores que roubavam

e eles tiveram suas contas banidas e não puderam mais jogar. Os jogadores que jogam de maneira correta manifestam sua indignação quando perdem a liderança de um ginásio para jogadores que não estavam lá em presença. É possível identificar quando o ginásio em que se lidera está sob ataque, e se não há ninguém dividindo o mesmo espaço público que o jogador naquele momento, esse jogador é (muito provavelmente) o 'estraga-prazeres'. Este é apelidado, pela comunidade *Pokémon*, de 'fly', os jogadores aéreos, aqueles que jogam de forma ilegal. Em um manifesto, jogadores picharam em tapumes da cidade de Caxias, Rio Grande do Sul:



Fig. 106 – Pichação FORA FLY.

#### 4.3.4 Lugares de cima para baixo

Mas nem sempre os lugares *Pokémons* são construídos de baixo para cima, esses espaços podem ser construídos por grandes corporações, por essa razão “de cima para baixo”. Existem os eventos promocionais, que a *Niantic* realiza, que são comerciais e chamados ‘*Safari Zones*’, que acontecem nos *shoppings centers*. No site oficial do *Pokémon*, onde se anunciam as datas e os locais de evento, está:

Os eventos *Pokémon GO Safari Zone* darão aos treinadores a oportunidade de se conhecerem e de se atualizarem nos lounges da equipe. Os participantes também receberão kits de treinamento para participar das atividades de captura de *Pokémon* do dia. *Em cada um dos centros comerciais participantes, ofertas especiais para*

*Treinadores Pokémon GO estarão disponíveis em lojas selecionadas*<sup>163</sup>.

No mesmo site, ainda se anuncia que “as *Lures* serão ativadas o dia todo em cada *PokéStop* no evento, para que os Treinadores possam pegar *Pokémon* juntos”. Esses eventos obviamente atraem o público para jogar e, também, para consumir nesses estabelecimentos.

A companhia *Pokémon GO* organiza mensalmente eventos ao redor do mundo, e os jogadores do mundo inteiro são notificados por e-mail e pelo aplicativo de que haverá determinado evento irá acontecer. No evento de Chicago, em 14 e 15 de julho de 2018, era possível ver no site todos os dados do evento e, ao final da página, estavam listados os hotéis onde jogadores de outras cidades e países poderiam se hospedar (Fig. 107).

---

<sup>163</sup> Original: “The Pokémon GO Safari Zone events will give Trainers the chance to meet one another and catch up in the team lounges. Attendees will also receive Trainer kits for joining the day’s Pokémon-catching activities. Throughout each of the participating shopping centers, special offers for Pokémon GO Trainers will be available in select stores.” E “Lures will be activated all day at each PokéStop at the event so Trainers can catch Pokémon together.” Fonte: <https://pokemongolive.com/en/post/safarizoneupdate2> Acessado em: 24/08/18.

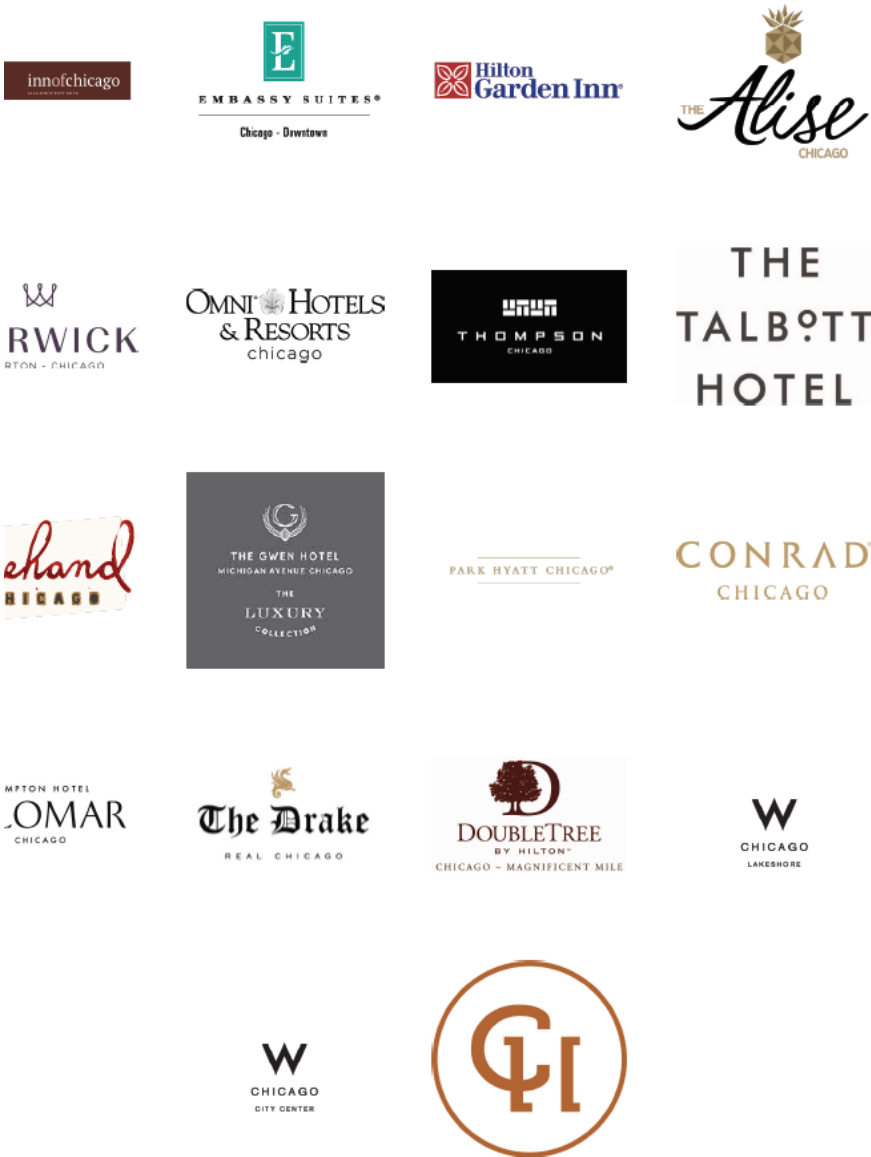


Fig.107 – Lista de hotéis para os jogadores de fora se hospedarem.

Esses hotéis, apresentados no site como ‘Hotéis anfitriões’, ofereciam descontos para os jogadores que se hospedassem lá. Basta acessar o link do hotel direto do site do Pokémon GO para conseguir o desconto. No site, estão disponíveis os próximos eventos que serão realizados até novembro.

A figura 108 ilustra um desses eventos, ocorrido em Estocolmo, que aconteceu em 14/10/2017.

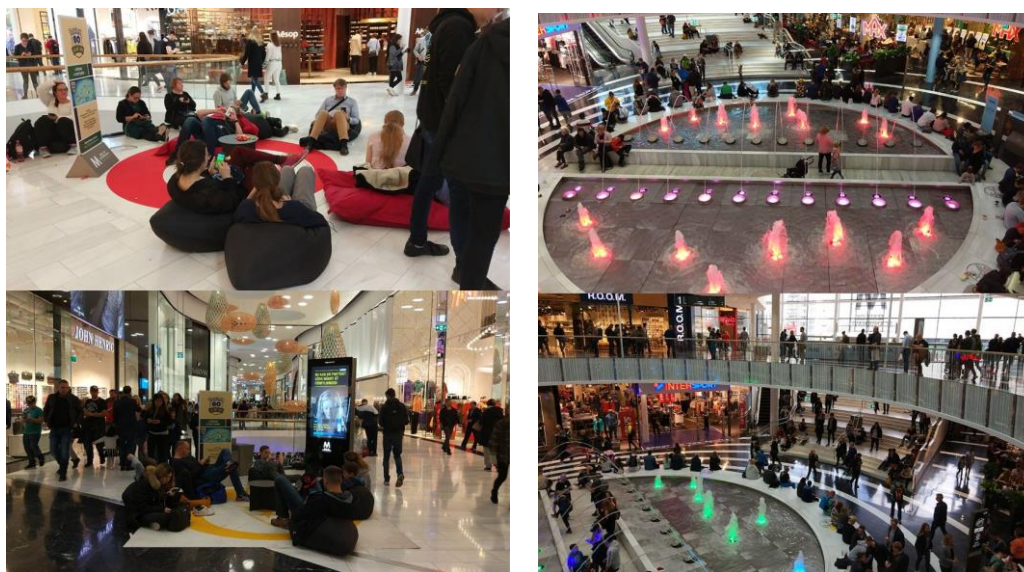


Fig. 108 – Safari Zone em Estocolmo.

Um jogador que foi a esse evento relata que era uma

quantidade absurda de *Pokestops*, então o evento te incentivava a ficar andando. O shopping era gigante, mas mesmo assim não era fácil chocar ovos lá, não dava pra andar rápido pela quantidade de gente e, como o shopping era um triângulo, tu tinhas que andar de uma ponta a outra e esperar marcar a quilometragem pra poder começar a andar de novo. O máximo que eu conseguia fazer eram 0,2km a cada marcação. As *Pokestops* de lá tavam largando ovos de 2km que chocavam *Pokémons* raros, ainda tô cheio deles e não choquei. (...)No geral o shopping deu uma infraestrutura muito boa pro evento e teve gente de todo canto da Europa se reunindo nele, mas não vi tanta interação entre gente que não se conhecia. Normalmente as pessoas iam em grupos que já se conheciam e ficavam com eles o tempo inteiro.<sup>164</sup>

<sup>164</sup> Relato de Matheus Sabadin. Fonte: <https://www.facebook.com/groups/666089950210770/permalink/976556369164125/>

O mesmo jogador relata que os ingressos esgotaram em minutos.

Além de shoppings, esses eventos podem acontecer em parques fechados com ingressos pagos.



Fig. 109 - *Pokémon GO Fest*.

A Fig.109 é um recorte do vídeo promocional do evento que aconteceu na Alemanha no ano de 2018. Nesse vídeo pessoas relatam que fizeram amigos de várias nacionalidades e que o melhor lugar para se estar era naquele parque. Nesse evento compareceram 170.000 mil pessoas.

Outro tipo de promoção comercial associado ao *Pokémon GO* aconteceu no shopping *Les Halles*, em Paris. O shopping utilizou os monstros para promover o passeio dos jogadores (Fig 110).

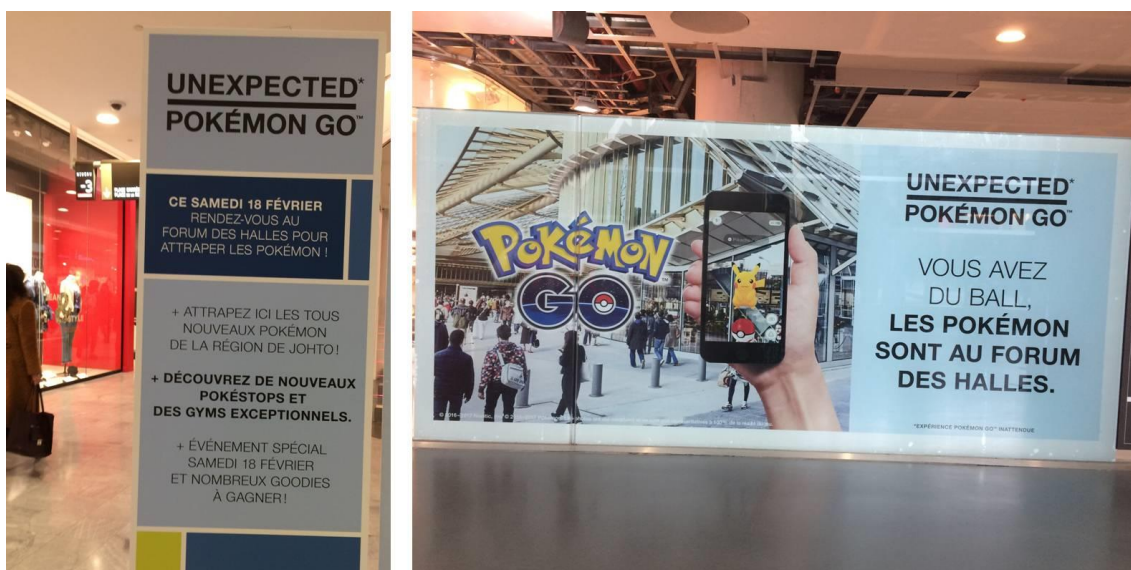


Fig. 110 – Promoção do *Les Halles* shopping em Paris.

O shopping anuncia (Fig.110):

Caça aos Pokémons no shopping Les Halles, na França: 'Inesperado Pokémon GO', Neste sábado, 18 de fevereiro. Encontro no Shopping Les Halles para caçar Pokémons. Cace aqui todos os novos Pokémons da região de Johto! Descubra novas Poképaradas e Ginásios excepcionais. Evento especial sábado, 18 de fevereiro, e numerosas gloseimas para ganhar!.

No site oficial do *Pokémon GO*, foram anunciados os principais shoppings da Europa que receberam os jogadores. No site oficial está escrito: “Mantenha-se aquecido enquanto estiver jogando *Pokémon GO* neste inverno nos Centros Comerciais *Unibail-Rodamco*<sup>165</sup> na Europa”<sup>166</sup>.

As maneiras de promover os lugares através do jogo *Pokémon GO* são diversas; é um jogo que exige a presença de seus usuários, por essa razão é um 'produto' tão forte. Convidar os jogadores a 'brincar' em seus estabelecimentos é uma maneira de convidar as pessoas a consumirem seus produtos, de darem 'audiência' para eventos e motivarem pessoas a frequentar esses espaços, sejam eles com ou sem fins lucrativos.

Outra forma de promoção acontece nas cidades em geral. Consciente da atração que existiu no lançamento do jogo, o Prefeito do Rio de Janeiro, Eduardo Paes, pediu a *Niantic* que liberasse o jogo para o Brasil na época das olimpíadas (OGLOBO, 2016). Quando soube que estaria disponível, a rede social oficial da Prefeitura do Rio de Janeiro comemorou a notícia (fig. 110)

---

<sup>165</sup> Unibail-Rodamco é uma empresa franco-holandesa que tem suas voltadas para investimento em propriedades imobiliárias, principalmente comerciais. É a maior empresa europeia do setor imobiliário. Fonte: <https://www.urw.com/>.

<sup>166</sup> “*Stay Warm While Playing Pokémon GO This Winter at Unibail-Rodamco Shopping Centers in Europe*” Fonte: <https://pokemongolive.com/en/post/unibail/>



Fig. 111 – A Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro comemora o *Pokémon* nas Olimpíadas.

#### 4.4 Uma perspectiva geral do jogo e da cidade: o que mais ele revela

O jogo *Pokémon GO*, como um todo, foi feito para caminhar na cidade: existem objetivos específicos sobre a quilometragem andada nas ruas, sobre o número de *Poképaradas* visitadas e o número de *Ginásios* visitados. O objetivo ‘*chocar ovo*’ e alguns outros objetivos do jogo dependem direta e indiretamente do caminhar na cidade. Para chocar ovo, é necessário marcar quilometragem, quanto mais o jogador se desloca, mais pontua. Na foto postada no grupo da rede social *Facebook*, o jogador publica: “Bora pedalar atrás desse ovinho” o que significa que o jogador está marcando quilometragem para chocar o ovo, com bicicleta é possível.





Fig. 112 – Pedalar para chocar ovos.

A questão do caminhar no jogo é relevante, pois dá direito a conseguir diversas medalhas. Por isso, no dia a dia, os jogadores procuram abrir o jogo quando começam a fazer seus deslocamentos, como conta Jogador-16 (2017):

Saiu de casa, ligou o jogo, pra chocar ovo, quilometrar. Por exemplo: Vou pra tal lugar. Daí molda o caminho...Vamos ver por onde eu posso ir. Se não tenho que passar por algum ginásio, derrubar...botar *Pokémon* ali...Tu sai meia hora antes só pra derrubar.

O jogador acima exemplifica como começa a dinâmica da sua relação com o jogo, e a 'nova' cidade apresentada. O jogo tem outras medalhas disponíveis, todas estão diretamente relacionadas com o caminhar e explorar a cidade.

## Objetivos diretamente ligados à quilometragem distancias percorridas

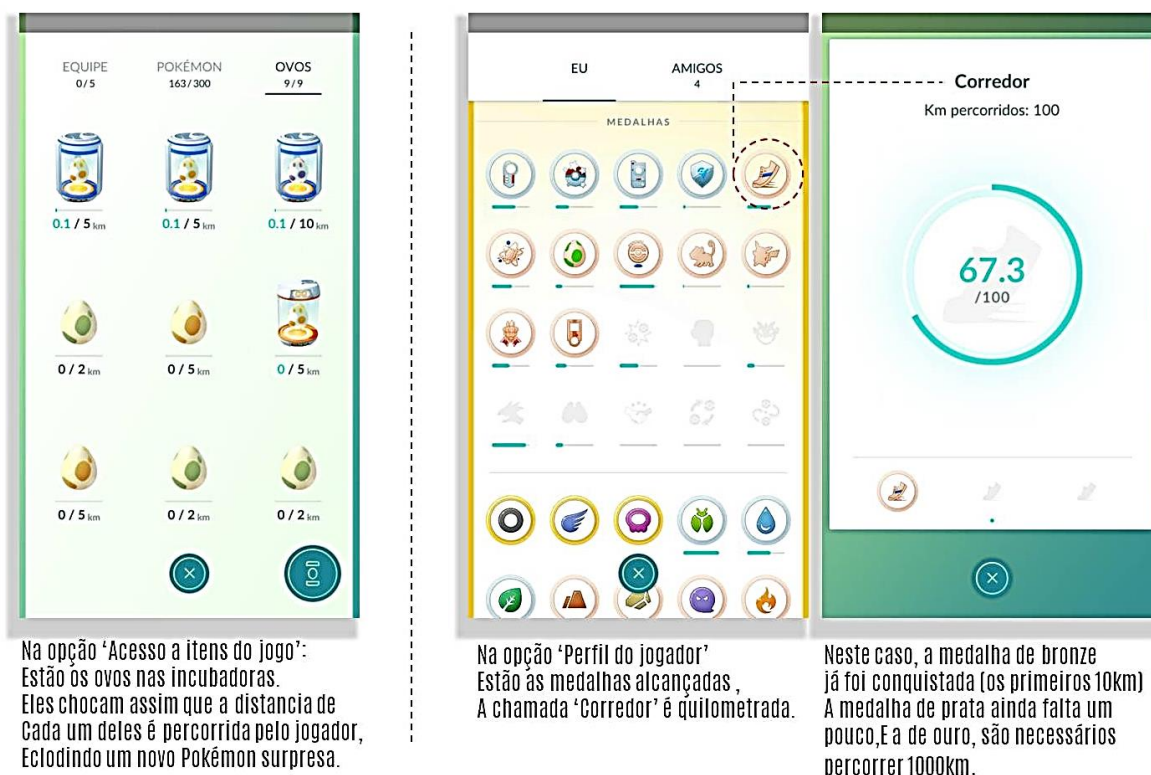


Fig. 113. – Objetivos ligados diretamente à quilometragem.

O jogo trabalha com um sistema de recompensas para diferentes atividades. A medalha 'Mochileiro', por exemplo, indica o número de *Poképaradas* visitados: para a de bronze é necessário visitar cem *Poképaradas* diferentes; para a de prata, 1000, e para a de ouro, 2000. Nesse sistema de medalhas, cada uma representa uma missão diferente. Cada conquista de medalha aumenta o nível do jogador no jogo, e quanto maior é o nível do jogador, mais perto ele está do objetivo final – tornar-se um Mestre *Pokémon*.

O jogo valoriza a quilometragem percorrida porque nem todos os mapas/cidades têm a mesma distribuição de lugares especiais no jogo. As cidades não são iguais, nem seus bairros, e nem o número de parques, praças. A densificação urbana, a renda média dos habitantes por metro quadrado, tudo pode ser diferente em cada cidade, nos diferentes bairros, nas diversas ruas etc. Todo o contexto urbano, tanto em aspectos físicos como sociais, tem os seus mapas construídos conforme a sua própria dinâmica urbana. Tudo isso influencia diretamente o jogo.

Um jogador propôs no grupo de '*Pokémon GO Oficial – Porto Alegre*' que se faça um tour gastronômico da cidade, com ênfase em *Poképaradas* e Ginásios. Esse

mesmo jogador alerta que já existe em São Paulo, mas não encontrou nada desse tipo na cidade de Porto Alegre.(Fig.114)

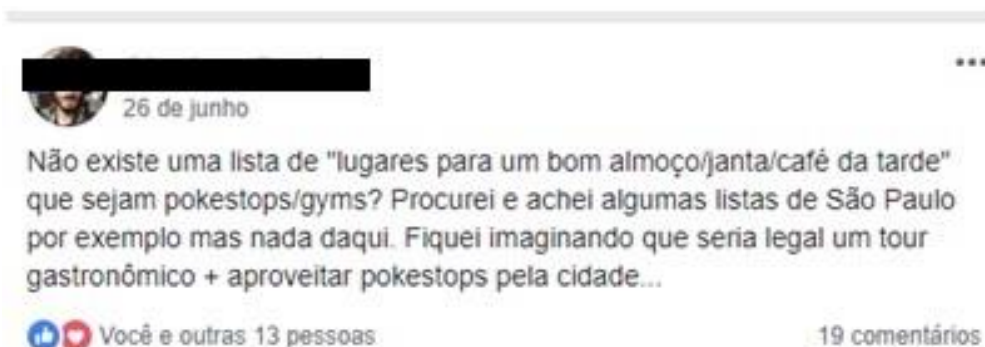


Fig. 114 – Jogador pede informações sobre lugares de estar e alimentação.

Um outro jogador publicou um mapa feito por ele, com um percurso/roteiro do maior número de ginásio em menor tempo (Fig.115). Segundo o mesmo autor, seria um ginásio a cada seis minutos.



Fig. 115 – Trinta ginásios em três horas.

Esse recorte da cidade, onde esses percursos foram escolhidos, abrange a região do Centro, Centro histórico e Bom Fim na cidade de Porto Alegre. Esses locais possuem grande número de Ginásios e Poképaradas geolocalizados.

Sobre os mapas do jogo, alguns artigos e reportagens já foram publicados sobre a injustiça de algumas localizações, artigos sobre: “Como ‘*Pokémon GO*’ vira um mapa da desigualdade” (CATRACA LIVRE, 2016), “*Pokémon GO* está mudando como as cidades usam o espaço público, mas poderia ser mais inclusivo?” (KOORAGAYALA, 2016). Esse último artigo foi escrito antes<sup>167</sup> de o *Pokémon GO* ter sido lançado no Brasil. Já demonstrava a diferença dos mapas na cidade de Colúmbia nos Estados Unidos, argumentando que bairros economicamente mais favorecidos têm mais *Ginásios* e *Pokéstops*.

Aqui no Brasil, essa realidade não é diferente, e isso pode ser visto na comparação entre as regiões da cidade de Porto Alegre: ‘Centro’ e ‘Humaitá, levando em consideração o rendimento médio por domicílio, que são de 8,81 e 3,22 salários mínimos respectivamente,<sup>168</sup> é possível observar no mapa a diferença na quantidade de pontos especiais no jogo:

---

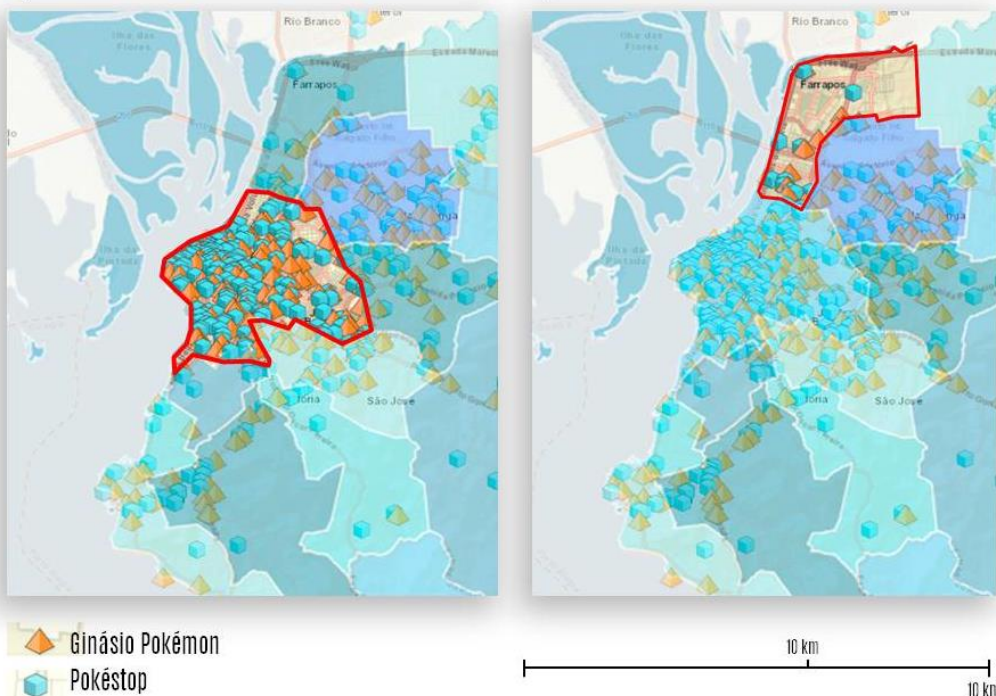
<sup>167</sup> Nos Estados Unidos foi lançado em 6/7/16. E no Brasil em 3/8/16.

<sup>168</sup> Dados observa POA. Fonte: <http://www.observapoa.com.br/>

## Comparação Gyms e Pokéstops entre regiões:

**Centro:** rendimento médio por domicílio:  
8,81 salários mínimos.

**Humaitá:** rendimento médio por domicílio:  
3,22 salários mínimos.



Esse mapa consiste na sobreposição de dois mapas:  
observapoa e pokemongomap.

Fig.116 – Comparação Ginásio e Poképaradas entre regiões da cidade de Porto Alegre.

Na região do Centro, os pontos especiais se aglomeram, tal a quantidade, enquanto que na região do Humaitá são poucos e esparsos. A diferença de pontos especiais por renda corrobora com os apontamentos feitos no artigo americano:

Além de refletir a desigualdade, essa distribuição acaba afetando a experiência dos jogadores, onde alguns terão muito mais oportunidades de sucesso de jogo que os jogadores residentes de determinadas áreas.(...) Assim, os jogadores da periferia precisam gastar dinheiro para ter acesso ao que os jogadores dos centros urbanos mais destacados conseguem de graça ou com curtos deslocamentos até as áreas centrais para ter acesso a estes itens (SANTOS, E. et ali, 2016, p. 3).

Em outra cidade, São Paulo, um jogador reclama no grupo do Facebook 'Pokémon GO Brasil', sobre a diferença social entre os ricos e pobres, e o reflexo disso no jogo (fig.117):



Fig.117 - Os benefícios do 'bairro de rico'.

A construção desses mapas é feita por um grupo de pessoas, e “os mapas são uma maneira de olhar o mundo, são pontos de vista, leituras do mundo. Como tais, impõem a verdade de seu discurso em relações de poder e funcionam, então, como um dispositivo de governo” (FIALHO, 2010, p.107). Os mapas do jogo *Pokémon GO* revelam que as pessoas de maior renda têm mais oportunidades no jogo do que as pessoas de baixa renda – o que torna a experiência de jogar *Pokémon* mais fácil, mais excitante e mais gostosa em bairros mais ricos. Nesse sentido, como coloca Fialho (2010, p.107): “os mapas são definidos pelo que eles incluem, mas seguidamente eles são mais reveladores no que eles excluem”.

Contudo, é importante saber ‘ler’ a cidade, pois, mesmo com mapas abertos, partes da cidade não são reveladas por eles, e apenas quem realmente conhece a cidade sabe ler além dos mapas. O *flâneur* híbrido pode querer vivenciar esses espaços não representados nos mapas do jogo, o que pode ser perigoso. Lugares não mapeados, como as vilas e favelas, por exemplo, podem atrair jogadores que não conhecem o território por onde passam. Como no exemplo na fig.118 o jogador que

conhece a vila atrás da sua casa, e que não ousaria ir até lá para pegar o *Pokémon*, coloca: “Sinto muito, mas não vai dar. Prefiro minha vida e meu celular”.

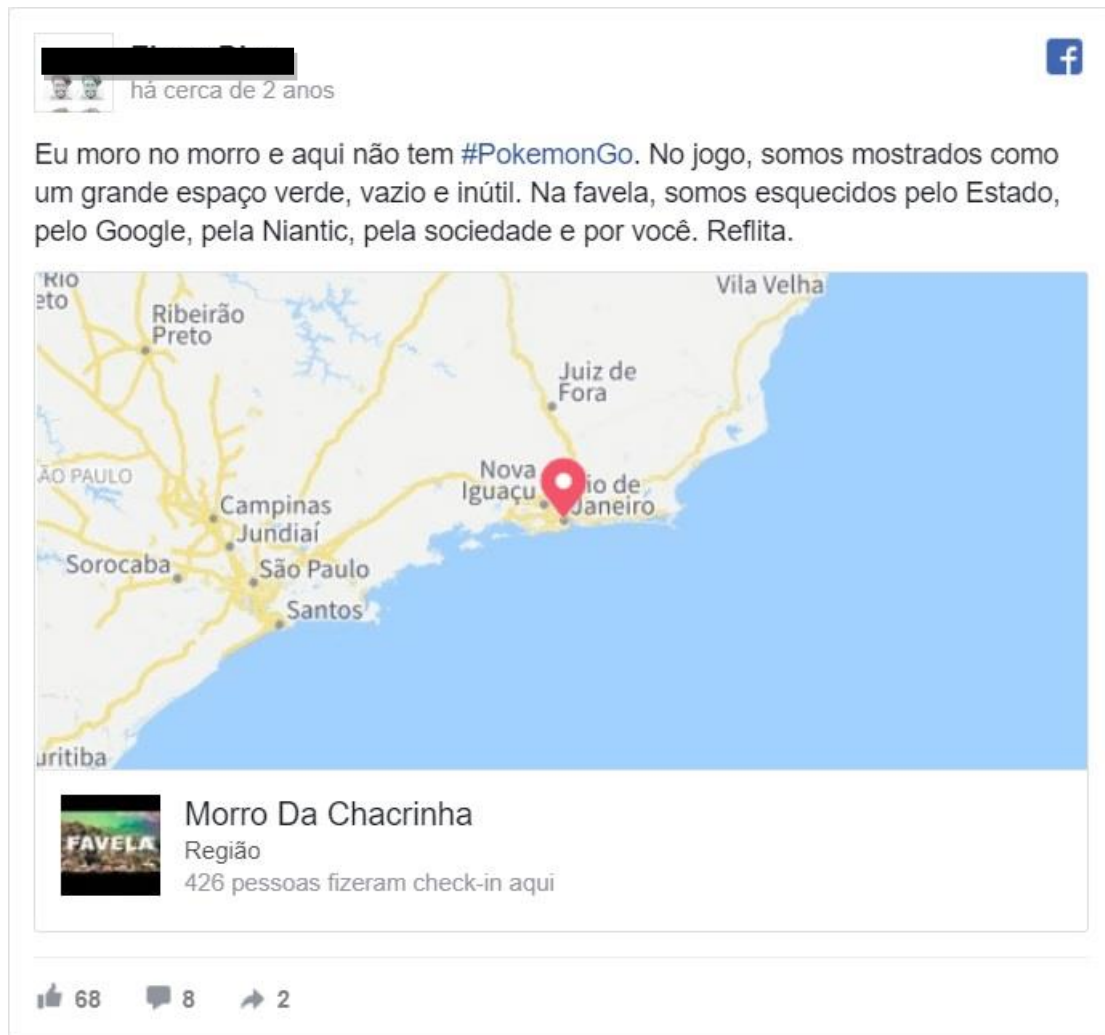


Fig. 118 – Conhecimento sobre o território versus geolocalização.

Reforçando a questão dos lugares não representados nos mapas e a desigualdade social estão as favelas cariocas. Na reportagem ‘Favelas do Rio sem *Pokémons* expõem tipo inovador de desigualdade social’, Ronaldo Lemos (2016), diretor do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro aponta:

A coisa fica ainda mais complexa. *Pokémon GO* utiliza a interface do Google Maps para mapear a cidade, ruas e pontos de interesse, para neles colocar os *Pokémons*. Ocorre que apenas 0,001% da área das mais de mil favelas cariocas é mapeado. Elas aparecem no mapa como "áreas verdes" ou grandes vazios, apesar de mais de 1,5 milhão de pessoas viver nelas. Será que as favelas cariocas serão completamente desprovidas de *Pokémons*? Está aí um tipo inovador de desigualdade social. (LEMOS, 2016)

Em um manifesto, um jogador coloca:



119 – No morro não tem Pokémon GO.

Mas possuir alta renda em um bairro não significa ter espaços públicos culturalmente ricos. Na escolha do que seria um local interessante de cada bairro e localidade, alguns bairros, mesmo os que apresentam alto rendimento médio por família, podem revelar certa ‘pobreza’ urbana no que tange a identidade e arte ali presentes. Por exemplo, o bairro Boa Vista, em Porto Alegre, onde a renda média por família é aproximadamente de doze salários mínimos<sup>169</sup>, não possui espaços públicos e referenciais urbanos relevantes, o que se revela nos pontos especiais do jogo, que terminam sendo dentro de shoppings, como o Shopping Iguatemi ou outros pontos questionáveis. Observe-se, por exemplo, o que foi selecionado (Fig.120) e aprovado como um ponto ‘interessante’ e de alto ‘valor’ no bairro Boa Vista.

<sup>169</sup> [www.observapoa.com](http://www.observapoa.com)





Fig. 120 - A Poképarada 'Papagaio do BR'.



Fig. 121 – O contexto urbano da Poképarada 'Papagaio do BR'.

Essa figura apresenta o papagaio propaganda de um posto de gasolina. Poderia se questionar se ali não há arte alguma ou se os jogadores que moram ali consideram arte aquele papagaio do posto de gasolina. Olhando ao redor dessa *Poképarada* (Fig.121) e sua atribuição como 'lugar especial', não se encontra ao nível do observador, do caminhante, nenhuma peça que se enquadre na categoria de arte, cultura, ou de valor histórico. Essa *Poképarada* revela uma carência de referenciais urbanos no local.

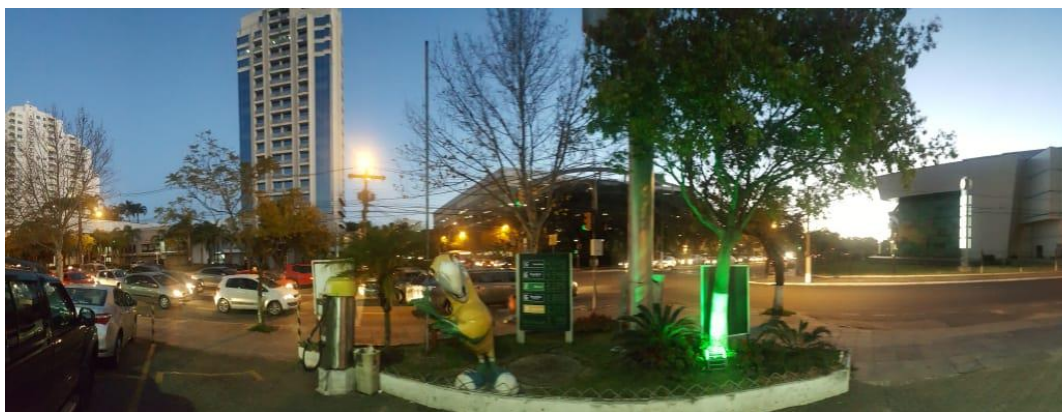


Fig. 122- Entorno da Poképarada no bairro Boa Vista, Porto Alegre – RS.

Flanar hibridamente por diferentes bairros revela, como em todo o flanar, partes da cidade. O *flâneur* híbrido que é convidado a flanar sob um guia – neste caso o jogo *Pokémon GO* – observa, nas Poképaradas, que a cidade se revela de forma diferente em cada bairro. Alguns bairros que não têm qualidade urbana pública convidam aos seus espaços privados, como é o caso do bairro ‘Boa Vista’, que convida para o shopping. Em um bairro, como o da Fig. 122, os indícios visuais mostram que aquele não é um bairro tão antigo quanto o Centro<sup>170</sup>, pois seus pontos especiais e o próprio passeio não revelam um passado ou uma história cultural. A identidade daquele lugar se dá pelo papagaio do posto de gasolina.

Sobre a forma da cidade, Lynch (2006, p.105-106) coloca que:

Em condição de mundo artificial, é assim que a cidade deveria ser: edificada com arte. É um hábito antigo nos adaptarmos ao nosso ambiente, discriminando e organizando perceptivamente o que quer que se apresente aos nossos sentidos. A sobrevivência e o predomínio baseavam-se nessa adaptabilidade sensória, mas hoje já podemos passar para uma nova fase de interação. No ambiente em que vivemos podemos começar por adaptar o próprio espaço ao padrão perceptivo e ao processo simbólico do ser humano.

O convite para se perder nas ruas da cidade, presente na jogabilidade do *Pokémon GO*, permite ao usuário conhecer, frequentar e ressignificar lugares da cidade e as dinâmicas nos espaços públicos. Os lugares conhecidos, bem como os que os mapas revelam, convidam os usuários a fazerem percursos entre os bairros com mais pontos especiais, sendo tendencialmente os bairros mais beneficiados financeiramente.

---

<sup>170</sup> Figuras: 74,81,82,83,97,98,99,100 e103 dessa dissertação.

#### 4.5 Considerações do capítulo IV

Para aqueles que caminham tanto em bairros cheios de pontos especiais como os mais vazios, a experiência dos lugares pode ser ressignificada: “cada cidadão tem vastas associações com alguma parte de sua cidade, e a imagem de cada um está impregnada de lembranças e significados.” (LYNCH, 2006, p. 1) ler e participar da cidade em função dessa nova percepção, o *Pokémon GO*, fornece mais um elemento para se construir novos imaginários urbanos.

Entrevistados revelaram conhecer uma ‘nova’ cidade, uma ‘nova’ experiência urbana, além de toda uma rede de sociabilidade construída com aqueles que leem, participam e interpretam a cidade da mesma maneira.

Ainda para Lynch (Obra citada.), não se é apenas espectador do espetáculo urbano, os cidadãos são parte dele junto de outras pessoas. Sobre a percepção da cidade, o autor coloca que: “na maioria das vezes, nossa percepção da cidade não é abrangente, mas antes parcial, fragmentária, misturada com considerações de outra natureza. Quase todos os sentidos estão em operação, e a imagem é uma combinação de todos eles”. Os pontos especiais são lugares, referências, que chamam atenção, tanto por serem, por si, o elemento especial do jogo conectado com elementos da cidade, quanto pela própria busca daquele lugar. E aqui digo *lugar* porque lhes foi atribuído sentido.

Lynch (2006, p. 2) afirma que

a cidade não é apenas um objeto percebido (e talvez desfrutado) por milhões de pessoas de classes sociais e características extremamente diversas, mas também o produto de muitos construtores que, por razões próprias, nunca deixam de modificar sua estrutura. Se, em linhas gerais, ela pode ser estável por algum tempo, por outro lado está sempre se modificando nos detalhes.

A construção da cidade, para Lynch, da sua legibilidade e sua compreensão baseiam-se na lógica de lugar e não do espaço: uma cidade que convida pelos olhos e ouvidos, através da participação do indivíduo enquanto flâneur (por mais que ele não faça essa relação). Para o autor, a ligação entre urbanismo e o observador que vê, sente, ouve é capaz de moldar o ambiente construído, assim como o meio ambiente molda aquele que o observa.

A cidade efêmera nos mapas do jogo, que existe com seus realces e lugares especiais, que existe apenas para um grupo de pessoas, portadores de *smartphones* e

que se interessam pelo jogo *Pokémon GO*, podem ter impacto na dinâmica e na construção de cidades. Com o avanço das mídias locativas, uma mesma cidade pode ser lida, usufruída e percebida de diferentes maneiras no mesmo espaço e tempo. Para Castello, parafraseando Rossi, “a forma de um lugar é sempre a forma de um tempo dos lugares, e existem muitos tempos na forma de um lugar” (CASTELLO, 2007, p. 25).

O espaço urbano no jogo é, em parte o imaginário coletivo de uma época, já que representa o que determinado grupo, entendeu como de ‘valor’ naquela região, ainda que obedeça aos critérios e recortes estabelecidos pela *Niantic*. É uma projeção parcial do que é julgado de valor em uma determinada na cidade, do que é considerado de especial em termos artísticos, arquitetônicos ou um bem de valor cultural naquele determinado contexto e entorno urbano.

O mapa do *Pokémon GO*, superposto ao mapa da cidade, proporciona uma nova leitura da cidade. As diferentes percepções da cidade ‘real’ em função das interfaces tecnológicas ganham importância no que tange a compreensão e leitura do espaço, valorização (ou desvalorização) de lugares da cidade ‘real’. Os espaços podem ser lidos e influenciam as decisões de usuários, podendo ter reflexos sociais, econômicos, políticos e do próprio espaço urbano utilizado. Os usuários de mídias locativas podem, cada vez mais, experimentar a cidade através de diferentes aplicativos, sejam eles os de busca de restaurantes, os mapas digitais, os aplicativos imobiliários, os jogos etc., e sua utilização tem impacto direto na cidade ‘real’.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As inovações tecnológicas têm, ao longo do tempo impactado a sociedade. Conjugadas entre outras formas com a miniaturização, elas permitem ter uma mobilidade que possibilita uma maior utilização nos espaços públicos. Pode-se dizer que houve um movimento das diferentes tecnologias de cada tempo, o que possibilitou a passagem de diversos elementos do espaço privado para o espaço público.

Quando pensamos no livro, ele começa nas instituições especialmente religiosas, passa pelas bibliotecas e, quando passa a ter o formato de 'livro de bolso', consegue ser levado para o espaço público, sendo usufruído em praças, nos transportes e nos mais variados lugares. Quando falamos da tecnologia do som, que tem o fonógrafo como um dos precursores, observa-se a mesma tendência com a invenção que mais contribui para o seu uso no espaço público: o *Walkman*. Os computadores, que começaram com pequenas possibilidades de cálculo e ocupando extensas áreas, a cada dia que passa aumentam a sua capacidade de processamento de dados ao mesmo tempo em que o seu tamanho se torna menor. Já o *videogame* evoluiu de vários tipos de equipamentos em que se podia jogar, para a sua utilização bastante intensa nos dias de hoje através do *smartphone*. Os smartphones têm, agora, múltiplas funções atribuídas a ele. Em razão da sua tecnologia, é possível ler livros, ver filmes, escutar música e jogar diversos jogos, além de ser propriamente um telefone, tudo isso com a função da mobilidade.

Mesmo quando as tecnologias de cada tempo passaram a ter a possibilidade de serem individuais e puderam se instalar no interior das casas, bibliotecas ou casa de jogos (como visto no capítulo II), elas tecnologias sempre procuraram atender a demanda de, além de individualizadas, serem móveis. Desse modo, criam à possibilidade de irem para rua e, quando desejado, podem ser usadas para a socialização. O homem, como diria Aristóteles, é um animal social; em concordância com isso, observa-se que sua essência se revela ao longo do tempo e em seu 'hábitat': a vida em coletividade.

O ser humano segue sua evolução com novas ferramentas. Cria-se a máquina com a mente humana; a máquina responde, e a mente humana a lê novamente e cria novas máquinas, cria novas cidades, lugares e todo o seu 'hábitat'.

A geolocalização presente em diferentes aplicativos nos *smartphones* possibilita ao usuário abrir diferentes mapas para ler a mesma cidade. O usuário pode filtrar e interagir com o meio urbano da forma que desejar, realçando, assim, os seus 'desejos', o que mais lhe interessa, como deseja usufruir daquele espaço urbano. A superconectividade e outras invenções colocaram o indivíduo do século XXI diante de uma nova forma de experimentar o mundo, de ver a cidade, de ressignificar a arte ou de refletir o que é arte na sua cidade, possibilitou rever e recriar seus próprios hábitos, na rua e no espaço urbano. A cidade não é mais o espaço urbano, é o espaço urbano informatizado, com inúmeras informações anexadas à cidade 'real', possuindo diferentes mídias locativas e atribuindo diversas informações para um mesmo espaço. Desse modo, pode vir a criar para um mesmo espaço diversas interpretações e diferentes significados, propiciando percepções diversas.

A construção dos 'lugares híbridos' através dos jogadores e da *Niantic*, demonstra a maneira como os lugares da cidade 'real' podem ser legitimados pelas TIC. No caso, são lugares criados na cidade em função do aplicativo *Pokémon GO*. Os usuários começam a usufruir de espaços que, em alguns casos, eram desconhecidos pelos jogadores, ou espaços não utilizados ou, até mesmo, nem próprios para serem um 'estar' urbano. Em lugares como as favelas, por exemplo, os 'lugares híbridos' são comprometidos por vários fatores: a própria desigualdade social, e por essa razão o número de acessos é mais restrito; o mapeamento dessas áreas, que não é feito pelo desenvolvedor de mapas nem pela Prefeitura local e, por essa razão, esses lugares não existem nos mapas virtuais o que reflete na inexistência de pontos especiais em quantidade suficiente ou relevante, reforçando a desigualdade. Isso, de certa forma, demonstra que o jogo e seus mapas revelam a cidade 'real' com suas diferenças sociais, evidenciando/denunciando o reconhecimento ou não do poder público e/ou a marginalização e a exclusão social. A cidade digital termina sendo exclusiva como a cidade 'real' é.

O que pode ser observado no caso das favelas, é que o jogo e seus mapas revelam a cidade 'real' com suas diferenças sociais, evidenciando o reconhecimento do poder público ou a marginalização e a exclusão social. A cidade digital termina sendo exclusiva, como a cidade 'real' é.

Os mapas e suas geolocalizações da cidade digital representam e são referenciais de um certo espaço tempo em que eles foram criados. Eles são, em parte, efêmeros porque, a partir do momento em que o jogo não mais existir, esses mapas, essas leituras e esses referenciais criados pelos jogadores passarão também a não

existir, restando apenas na memória e na experiência vivida de quem 'leu' um dia a cidade daquela forma.

Os pontos especiais do jogo, geolocalizados influenciam na formação de lugares legitimados, espaço de encontros entre os jogadores, o jogador lê a cidade e os lugares nela de maior importância, de acordo com o seu referencial 'particular' que é o referencial do jogo. Estabelecendo uma apropriação de lugares através do jogo, o jogador valoriza mais ou menos os espaços públicos assim como estabelece hierarquias entre os territórios da cidade que caminha. O jogador faz uma leitura, reconhece e valoriza o território em função do jogo de mídia locativa *Pokémon GO*.

Os lugares na cidade marcados no jogo através da geolocalização (Ginásios, Pokéstops, etc..) ressaltam pontos na cidade, pontos por vezes esquecidos, ou nem se quer conhecidos por parte daqueles que agora tem a oportunidade de 'ler' e acessar essa 'cidade digital'. Com isso os jogadores começam a (re)conhecer elementos marcantes do espaço urbano que podem ser prédio, monumentos, esculturas e outros lugares de destaque das diversas comunidades onde ele é jogado.

Os jogadores então começam a reconhecer esses lugares, permanecer neles em função das exigências de jogabilidade, dessa maneira estabelecem diferentes vínculos, sendo eles sociais, afetivos, ou apenas pela localização urbana em si. A questão é que os jogadores vão a esses lugares, permanecem ali e através da geolocalização estabelecem ali o 'lugar híbrido'. Percebe-se, desta maneira, que há uma apropriação pelo jogo, e por consequência, de seus jogadores de espaços da cidade. Esta apropriação destes 'lugares híbridos' indica uma possível ampliação da utilização e vivência da cidade por seus jogadores. Através dessa apropriação de lugares através do jogo, o jogador valoriza mais ou menos os espaços públicos, na medida em que o jogo passa a indicar quais são os lugares aonde ir, quais os lugares que são mais importantes do que outros. O jogador sob essa influência passa a classificar na cidade os lugares mais interessantes, ou que exigem maior tempo de permanência, categoriza no território da cidade que lugares são 'melhores' do que outros, estabelecendo hierarquias entre os territórios da cidade na qual caminha.

Enquanto caminham pela cidade, os jogadores fazem, cada um a seu modo, uma leitura, um reconhecimento e uma valoração do território em função do jogo de mídia locativa *Pokémon GO*. A TIC, presente nessa dinâmica influencia a experiência urbana do usuário. Dessa maneira, a trama discutida no capítulo I: 'homem-máquina e máquina-homem' segue se misturando na cidade, no hábitat humano e segue se

misturando nos caminhos que ainda estão por vir, digitalizando a informação, influenciando a experiência.

O *Pokémon GO* foi um estímulo para aqueles jogadores que não costumavam sair de casa e irem ao espaço público. Mesmo que o público do jogo tenha idades bem variadas, muitos dos jogadores de videogame e de computadores, que não tinham a necessidade de sair do interior de suas casas para jogar, agora veem no *Pokémon* uma nova experiência de jogo. Os jogadores criam uma rede de contatos reais, exploram a cidade e conhecem lugares que nem imaginavam. Ao sair para caçar, o jogador depara-se com muito mais do que um ‘monstrinho virtual’: ele depara-se com a cidade, seus monumentos, os lugares de ‘valor’ para cada comunidade, e aprendem novos referenciais urbanos. Esses referenciais, embora questionáveis, acabam se tornando pontos de encontro e de reconhecimento urbano e local. Dessa forma, acaba-se conhecendo mais lugares em detrimento de outros pelo simples fato de que existem quantidades diferentes de ginásios e Pokéstops em cada lugar. O jogador ao caminhar em busca de monstros pelas ruas, enquanto *flâneur híbrido* experiencia novos espaços, e descobre novos lugares sob a influência dessas informações que foram atribuídas ao território da cidade. Mas o mesmo usuário pode escolher não socializar, ou nem sair de casa.

A influência do jogo na cultura e a influência da cultura no jogo, e os reflexos na relação com a cidade seguem influenciando a experiência vivida no espaço público. A cada nova tecnologia disponível, novas dinâmicas acontecem e, dessa maneira, podem-se obter inúmeras leituras da cidade e participar de diferentes maneiras do mesmo espaço urbano.

Respondendo ao problema da pesquisa, os usuários apropriam-se do espaço público através de aplicativos, das TIC, que os convidam para a apropriação do espaço público, para o ‘estar’ nas ruas. O aplicativo *Pokémon GO* tem sido considerado um fenômeno por suas regras forçarem os jogadores a se apropriar do espaço público, seja uma apropriação pelo movimento – ao fazer o jogador caminhar para alcançar os objetivos do jogo –, seja pela apropriação em presença, pelo fato de ‘estar’ nesses lugares, de legitimá-los, de transformá-los em locais de encontro.

Observou-se que o jogo *Pokémon GO*, mesmo que se apresente em diferentes plataformas, permanece em sua essência: caçar os monstros, caminhando pelas ruas, nos espaços públicos, ou até mesmo em lugares privados. Dessa forma, coaduna-se com a noção de jogo, da forma pensada por Caillois, pois ele de fato acaba por se travestir de muitas faces, adaptando-se a cada cultura, mas permanece



em sua essência. O aplicativo adapta-se à realidade local, aos mapas e a geografia onde é aberto, assim como ressaltar os lugares especiais que determinada população escolheu.

Conforme visto no capítulo II, os jogos refletem o desenvolvimento tecnológico de onde estão inseridos, assim como as aptidões de cada cultura. As tecnologias com seu impacto e usufruto global revelam uma parte da 'cultura global', em que muitos países jogam exatamente o mesmo jogo, cada um a sua maneira e com suas peculiaridades. Pode-se apontar a cultura de determinado local pelas igrejas que possuem, pelas pinturas murais, estátuas, ou até bonecos de posto de gasolina. Pode-se também observar a cultura pela exclusão que o jogo faz, ao chegar em um local 'real' e ver que toda sua existência não está nem perto de ser representada, como são algumas das favelas brasileiras. Isso corresponde, no mínimo, a uma marginalização social, uma população local que não foi reconhecida.

Diversas formas de socialização podem acontecer enquanto se joga, podendo ser relações humanas reais ou em redes sociais, ou até mesmo uma combinação das duas, como é o caso dos grupos que se organizam para caçar os monstros juntos pela cidade. Uma rede de informações é formada e, com ela, muitas relações. É a inteligência coletiva posta em prática.

Conforme discutido e apresentado em capítulo III, pode-se observar como o mercado está presente no jogo, como a prática do jogo pode estar relacionada ao consumo: venda de insumos dentro do jogo, lojas e/ou shoppings atraindo os jogadores a partir da possibilidade de caça de Pokémons. Há ainda o aparecimento de mercados paralelos em torno do jogo, mercados formais e informais que se formaram de maneiras sutis e diretas em função do jogo. O passeio, a distração, o lazer estão cada vez mais associados ao consumo, tornando-se nos dias de hoje quase que indissociáveis. Em 1991, Weiser afirmou que as tecnologias estariam um dia tão entrelaçadas no cotidiano das pessoas que não se saberia mais até onde elas se estenderiam. Mas isso também pode ser relacionado ao mercado, pois a própria tecnologia é, em si, uma forma de o capital se inserir na vida das pessoas – e um dia será inimaginável viver sem ela.

Em relação às questões secundárias propostas nesta dissertação, em primeiro lugar pode-se dizer que as TIC podem, sim, ser um convite para o usuário usufruir, experimentar o espaço público. Nesse sentido, cabe a ele aceitar o convite. Existem muitas maneiras de se utilizar o espaço público com as tecnologias presentes:

escutando uma música, lendo um livro ou jogando um jogo de mídia locativa. Entretanto, o mesmo usuário pode escolher não socializar, ou nem sair de casa.

Em relação à segunda questão, as TIC podem transformar o espaço em função das atividades que ela promove e dos usos que os cidadãos fazem delas. Ao gerar mais movimento em alguns lugares/ginásios o Poder Público pode vir a ter que fazer melhorias no espaço público tais como colocar bancos em praças que têm mais frequentadores, pavimentar ruas para os que passam. Em função das TIC, mudanças podem ser geradas pelos próprios cidadãos/jogadores na busca de identificar-se com o lugar. Foi citado no trabalho os exemplos do surgimento de estátuas Pokémons numa praça bastante frequentada pelos jogadores, e o do surgimento de totens móveis de energia, como os que o estudante de engenharia colocou nos parques da cidade.

O surgimento das mídias locativas e dos jogos locativos móveis contribui para uma 'nova' maneira de se compreender, de se ler e de se apropriar do espaço público, podendo haver a criação de novos interesses em função de uma experiência diferente. Podendo haver a criação de novos interesses em função de uma experiência diferente. Um novo tipo de turismo, por exemplo: passear por cidades desconhecidas através de aplicativos, descobrindo quais são os lugares de importância definidas pelos jogadores daquela comunidade.

As ruas não são mais as mesmas com as 'novas' 'lentes' digitais com que se pode ver a cidade. Lendo-se a cidade e caminhando-se sobre ela de maneira guiada, sob novos mapas, criam-se mudanças nas dinâmicas urbanas. Os usuários decidem seus percursos e seus lugares de interesse de acordo com dados e influências de outras naturezas: as TIC.

Conforme discutido no capítulo I, com novas ferramentas, surgem mudanças que afetaram tanto Nietzsche quanto afetam o escritor dos dias de hoje. Um escritor hoje possui novas ferramentas – as TIC – e está sujeito a influências que podem apresentar novos ou diferentes resultados. O caminhar e a percepção do espaço urbano também apresentam novas experiências. A mesma cidade pode ser lida de diferentes formas, em um mesmo tempo. Os jogos de mídia locativa proporcionam uma nova percepção de cidade. Silva e Frith alertaram que “as diferenças de significados vão ser cada vez mais evidentes com a popularização das tecnologias móveis com localização” (SILVA, FRITH; 2012 p. 6), já que um mesmo espaço pode ser lido de inúmeras maneiras em função das interfaces tecnológicas e das narrativas de cidade por ela produzidas.

A hipótese deste trabalho aponta que as TIC alteram a relação do usuário com o espaço público, e essa hipótese é sustentada. Os usuários de jogos locativos móveis usufruem e apreciam a cidade e o espaço público em função das TIC. A própria percepção do espaço é alterada, na medida em que o jogo oferece dados sobre a cidade, que lugares ir, que lugares ficar, e os percursos que o usuário pode fazer.

Com o avanço do campo tecnológico em diversas áreas da sociedade atual, observa-se uma modificação cultural pela qual a sociedade contemporânea vem passando, modificação em que a tecnologia está tendo um papel relevante. As práticas culturais, nesta dissertação representada pelos jogos, são dinâmicas, e observa-se como vêm se modificando e transformando a experiência nos espaços públicos.

Pode-se dizer que as TIC podem criar atitudes mais *blasés*, como as descritas por Simmel, uma vez que, além de serem uma forma de ignorar o que não se quer ver, elas também são entretenimento. Se a realidade presente não é tão interessante, optar por se retirar é uma saída. Turkle alerta que a vida em rede pode ser mais interessante, pois todos os 'passos' podem ser medidos, toda a palavra dita pode ser bem pensada e reescrita antes de proclamada, diferente do 'ao vivo', em persona. As TIC proporcionam um novo flamar, possibilitam inúmeras visões de um mesmo espaço, podendo ser muito positivas, mostrando partes da cidade não reveladas, mostrando o que determinada comunidade vê de especial num determinado lugar. Mas podem ser negativas se as pessoas perderem a consciência de que a cidade 'real' é a vida 'real', onde o mundo dos fatos acontece. Viver imerso na virtualidade pode ser uma ilusão, pois a troca e a socialização humana ainda são parte essencial do homem e da vida na cidade.

Como pode ser demonstrado, neste trabalho, as TIC podem proporcionar um novo flamar, possibilitam inúmeras visões de um mesmo espaço, podendo ser muito positivas, mostrando partes da cidade não reveladas, mostrando o que determinada comunidade vê de especial no seu território. Mas por outro lado, podem ser negativas se as pessoas perderem a consciência de que a cidade 'real' é a vida 'real', aonde o mundo dos fatos acontece. Viver imerso na virtualidade, pode ser uma ilusão, pois a troca e a socialização humana ainda é parte essencial do homem e da vida na cidade. As entrevistas revelaram essas questões:

1) ao mostrar que muitas pessoas passaram a conhecer espaços da cidade de Porto Alegre que não conheciam;

2) permitindo observar que a rotina dos diversos jogadores fosse transformada (filhos que passaram a querer acompanhar os pais para caçar, pessoas que mudam de caminho para poder pegar determinado Pokémon); e

3) ao dar a conhecer jogadores que ao mesmo tempo que passaram a utilizar a cidade, se perderam na cidade digital do jogo, ao passar a usar como seu endereço os lugares do jogo, ao se referenciar na cidade através dos ginásios e das Pokéstops que só quem utiliza o jogo conhece.

Os *flâneures* de cada tempo estão presentes nos dias de hoje, convivem paralelamente. Pode-se ter a experiência de flunar em uma cidade, ou de ciber-flunar em um ambiente digital. Com o flâneur híbrido pode-se ter a experiência de ‘perder-se’ entre as referências geolocalizadas, descobrindo caminhos e possibilidades em função de pontos informacionais anexados na cidade. As TIC, cada vez mais associadas à localização, permitem um flunar híbrido, no qual o caminhante descobre lugares urbanos que só existem enquanto híbridos, em que se pode hierarquizar territórios que só recebem valoração enquanto híbridos, em que a experiência de descobrir novos caminhos é guiada pela informação anexada na cidade e, assim, perde-se entre as ruas reais e suas informações paralelas.

É importante lembrar aqui que existem outros jogos que utilizam a cidade como um tabuleiro: um deles é o *Ingress*, da mesma companhia *Niantc* (o jogo que fez a base de dados que antecedeu o *Pokémon GO*), que faz os jogadores aliarem-se a uma das duas forças existentes, que lutam entre si dentro do jogo e cumprem missões que os fazem interagir com o mundo ‘real’ nessa batalha. Outro jogo é o *Draconius Go*, da companhia *Elyland*, que é um jogo de magia em que se caçam dragões na cidade; por sua vez, o *Zombies Run*, co-desenvolvido e publicado pelo estúdio britânico Six to Start e Naomi Alderman para plataformas iOS e Android, é um jogo de exercício de corrida, em que se corre para fugir de Zumbi geolocalizado – entre outros jogos. Já no Brasil, o banco Caixa Econômica Federal criou um aplicativo chamado ‘Caixa nas Ruas’, que é um programa utilizado exclusivamente pelos empregados da empresa. Nele pontua-se por meio de caminhadas, corridas e passeios de bicicleta. Esse sistema marca pontos diários a partir de vinte e cinco minutos de exercício, e, se o participante ficar três dias sem fazer as atividades, seu sistema de pontuação é diminuído. Ou seja, o participante deve se manter ativo para ganhar mais pontos progressivamente. No final, esses pontos podem ser convertidos em produtos oferecidos pela empresa.

Em termos de perspectivas futuras de trabalhos que se discutam as relações das TIC com a cidade, um estudo que ainda falta ser feito é sobre os imaginários possíveis que se pode ter de uma cidade em função das leituras e experiências de aplicativos que proporcionam o flunar híbrido, como *Foursquare*, *Uber*, *Waze*. Outra pesquisa que poderia ser interessante é sobre as valorizações imobiliárias em função dos jogos de geolocalização. Essa pesquisa poderia ter semelhanças com as que estudam as dinâmicas que acontecem em uma cidade em função da presença do aplicativo *Airbnb* (um dos aplicativos de aluguel de casa por temporada).

Em seu TedTalk 'Conectado mas só', Sherry Turkle (2012) coloca a ideia de que a “tecnologia está nos transformando, que ela está nos levando a lugares aonde não queremos ir”. Nessa questão, ela afirma que “a tecnologia faz com que estejamos sendo levados a jogos de computadores que parecem ser o mundo” e essa ideia está presente quando um dos entrevistados passa a assumir o Pokémon GO como o mundo 'real', dando seu endereço a partir das referências (ginásios) do jogo. Mas Turkle também acredita que “devemos nos focar em todas as maneiras por meio das quais a tecnologia pode nos levar de volta para as nossas vidas reais, para os nossos próprios corpos, para as nossas próprias comunidades”. Nesse sentido acredita-se que, apesar da fuga que ela possa induzir, o uso do jogo Pokémon GO (e de outras TIC) tem grandes possibilidades de levar a vida 'real' de volta à comunidade. Parafrazeando Turkle, 'devemos usar o que aprendemos no mundo virtual – nas TIC – para viver uma vida melhor no mundo 'real'.

## REFERÊNCIAS

- AARSETH, E. **Computer Game Studies, Year One**. Disponível em: <http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html> Acessado em: 02/08/18
- ABREU, André de. **Videogame: um bem ou um mal? Um breve panorama da influência dos jogos eletrônicos na cultura individual e coletiva**. São Paulo, 2003. Acesso em 02/02/2008.
- ALVES, A. Rubem. **Cenas da Vida**. Campinas: Papirus, 1997.
- ANDRADE, Luiz Adolfo de. **Espaço, jogos e comunicação: rumos para a cultura Transmídia**. In: Estação Transmídia da Revista Ciberlegenda. Niterói: Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, 2012.
- BAUDELAIRE, Charles. **A modernidade de Baudelaire**. Apresentação de Teixeira Coelho; tradução Suely Cassal. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.
- BAUMAN, Zygmunt. **Desert spectacular**. 2015. In: TESTER Keith (org.) **The Flâneur**. London and New York: Routledge. 2015
- BAZAN, A., 2017. Game **Design: Você já ouviu falar de imersão?**. Disponível em: <http://manualdatecnologia.com/dicas/game-design-voce-ja-ouviu-falar-de-imersao/> Acessado em: 08/08/18.
- BENJAMIN, Walter. 1989. **Charles Baudelaire : um lírico no auge do capitalismo**. São Paulo: Brasiliense.
- BERMAN, Marshall. 2007. **Tudo que é sólido desmancha no ar: uma aventura da modernidade**. São Paulo: Companhia das Letras.
- BOYER, M. Christine. **Cybercities**. New York: Princeton Architectural Press, 1996.
- \_\_\_\_\_. **The City of Collective Memory: its historical imagery and architectural entertainments**. Cambridge: MIT, 1994.
- CAETANO, Rodrigo. **A regra número 1 da indústria Bélica**. ISTO É Dinheiro online. São Paulo: Editora Três, 20 jan. 2016. Disponível em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/noticias/artigo/20160617/regra-numero-industria-belica/380025>>. Acesso em 10 fev. 2018.
- CAILLOIS, **Os jogos e os homens. A máscara e a vertigem**. Petrópolis: Ed. Vozes, 2017.
- CALVINO, Ítalo. **As cidades invisíveis**. São Paulo, Companhia das Letras, 1990., p. 34-35, 1972.
- CARDOSO, B.B. **Por onde andam as crianças? Da estrutura sócio-espacial às práticas cotidianas em Porto Alegre**. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano) - Universidade Federal de Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2012.
- CARERI, Francesco. **Walkscape**. Rio de Janeiro: GG Brasil, 2016.
- CARR, Nicholas G., **A geração Superficial: o que a internet está fazendo em nossos cérebros**. Rio de Janeiro: Agir, 2011.
- CASTELLO, Lineu. 2007. **A percepção de lugar: repensando o conceito de lugar em arquitetura e urbanismo**. Porto Alegre: PROPAR-UFRGS. 2007.

- \_\_\_\_\_. **Lugares de Urbanidade**. Curitiba: Editora CRV, 2017.
- CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura - Volume I: A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999 - Tradução de Roneide Venancio Majer.
- \_\_\_\_\_. **A questão Urbana**. 4. Ed. São Paulo : Paz e Terra, 2009.
- \_\_\_\_\_. **High technology, space and society**. Beverly Hills: Sage Publications, 1985c, Vol.28
- \_\_\_\_\_. **Sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.
- \_\_\_\_\_. **The Rise of the Network Society**. Volume I. The Information Age: Economy, society and culture. Oxford: Blackwell Publishers, 1996.
- CATRACA LIVRE. **Como 'Pokémon Go' vira um mapa da desigualdade**.  
 Catraca Livre. Entreter Criatividade. 12/08/2016 - 17:44. Disponível em: <https://catracalivre.com.br/criatividade/como-pokemon-go-vira-um-mapa-da-desigualdade/> Acesso em: 16/09/2018.
- CAVALCANTE, Daniele. **Pokémon GO fatura US\$ 70 milhões por mês e se aproxima do segundo bilhão de dólares**. São Paulo, Tudo Celular.com, 09 jul. 2018. Disponível em: <https://www.tudocelular.com/mercado/noticias/n127414/pokemon-go-70-milhoes-por-mes.html>. Acesso em: 13/8/18.
- CAVICHIOILLI, et al. **O processo de formação do atleta de futsal e futebol: análise etnográfica**. Rev. bras. Educ. Fís. Esporte, São Paulo, v.25, n.4, p.631-47, out./dez. 2011. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rbefe/article/view/16857/18570>>. Acesso em: 06 jan. 2018.
- CINTRA, A. **Qual a diferença entre rede social e mídia social?** 14, jun, 2017. Disponível em: <http://www.postdigital.cc/blog/artigo/qual-a-diferenca-entre-rede-social-e-midia-social>>. Acesso 15 ago. 2018.
- CULLEN, Gordon. **Paisagem urbana**. Lisboa: Edições 70, 2015.
- CURTIS, 2016. **Nokia N-Gage card (2003 - 2006)** Disponível em: <http://www.obsoletedia.org/nokia-n-gage/>. Acesso em: 02 ago. 2018.
- DABATH, N. CARVALHO. **O ambiente virtual e as formas de comunicação entre os jogadores. Universidade Federal da Paraíba: [https://scholar.google.com.br/scholar?hl=ptBR&as\\_sdt=0%2C5&q=GTA+V+game&btnG=&oq=](https://scholar.google.com.br/scholar?hl=ptBR&as_sdt=0%2C5&q=GTA+V+game&btnG=&oq=)**
- DARODA, Raquel Ferreira. **As Novas Tecnologias e o espaço público da cidade contemporânea**. 2012. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Arquitetura, Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional, Porto Alegre, RS, 2012.
- DIAS, Lu. Pieter Bruegel, **o Velho - Jogos Infantis**. In: DIAS, Lu. Vírus da Arte e Cia. Site brasileiro especializado em arte e cultura. Belo Horizonte:2013. Disponível em: <http://virusdaarte.net/pieter-bruegel-o-velho-jogos-infantis/>>. Acesso em: 18/09/18.
- DODGE, M. e R. KITCHIN. **Mapping Cyberspace**. London and New York: Routledge, 2001.
- DOVEY, J.; KENNEDY, H.W. **Game Cultures: Computer Games As New Media: Computer Games as New Media**. New York: Open University Press.2009
- DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular**, tradução Maria de Lourdes Santos Machado. São Paulo: Perspectiva, 1973.

- \_\_\_\_\_. **Sociologia Empírica do LAZER**. São Paulo: Perspectiva, 1979.
- ELLARD, Colin. **Cities and their psychology: how neuroscience affects urban planning**. The Guardian. London, 04 Fev. 2014. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/cities/2014/feb/04/cities-psychology-neuroscience-urban-planning-study>>. Acesso: 18 mai. 2017.
- FARIA, Eric. **A Base: da terra à Grama. 1º Episódio. Rio de Janeiro: O Globo - Globo Play**. 12 out. 2014. Duração: 00:18:00. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/3691676/>>. Acesso em: 07 jan. 2018.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Cidade Imagem e Imaginário. Imagens Urbanas**. UFRGS, v. 1, n.1, p. 193-201, 1997.
- FERRAZ, Maria Cristina Franco. **Tecnologias, memória e esquecimento: da modernidade à contemporaneidade**. Revista Famecos 27, agosto 2005, 49-56.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Aurélio: o dicionário da língua portuguesa/ Aurélio Buarque de Holanda Ferreira**; coordenação Marina Baird Ferreira, Margarida dos Anjos – Curitiba: Ed. Positivo; 2008.
- FIALHO, Daniela M. **Cidades visíveis: para uma história da cartografia como documento de identidade urbana**. Tese (Doutorado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2010.
- FIGUEIREDO, Diana. **Motoboy cearense cria serviço personalizado de caçador de pokémons**. Jornal Extra Online. 04/08/16 11:21. Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/celular-e-tecnologia/motoboy-cearense-cria-servico-personalizado-de-cacador-de-pokemons-19851494.html> Acessado em: 25/08/18.
- FIRMINO, Rodrigo; DUARTE, Fábio. **Manifestações e Implicações de uma Vida Urbana Ampliada**. In: Org. JESUS, Eduardo. Arte e Novas Espacialidades: relações contemporâneas. / organização Eduardo de Jesus; tradução Ana Paula Siqueira, Mario Viggiano. – Rio de Janeiro : F10, 2011.
- FOUCAULT, Michel. De outros espaços. In: Architecture, Mouvement, Continuité, 1984, <http://www.rizoma.net/interna.php?id=169&secao=anarquitectura>
- FORGIARINI, Leandro. Um sentido de lugar para a nova urbanidade. In: CASTELLO, Lineu (org.). **Lugares de Urbanidade**. Curitiba: Editora CRV, 2017.
- FREIRE, Gabriel G. & GUERRINI, Daniel. **Os Jogos na Sociedade Contemporânea: as Influências dos Avanços Tecnológicos**. In: Rev. Ens. Educ. Cienc. Human., v. 17, nº. esp. 15/16. Londrina: Selitec, 2016. p.463-469. Disponível em: <[https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKEwilwPDX3sDYAhVFFpAKHbgyCA4QFgg1MAI&url=http%3A%2F%2Fwww.utfpr.edu.br%2Fflondrina%2Fcursos%2Fmestrados-doutorados%2FOfertados-neste-Campus%2Fmestrado-profissional-em-ensino-de-ciencias-humanas-sociais-e-da-natureza%2Fproducoes-cientificas%2F2016-1%2Ffreire-g-guerrini-d-os-jogos-na-sociedade-contemporanea-as-influencias-dos-avancos-tecnologicos-revista-de-ensino-educacao-e-ciencias-humanas-londrina-v-17-p-463-469-2016%2Fat\\_download%2Ffile&usg=AOvVaw17q0Safk1l-X2OPbowoKny](https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKEwilwPDX3sDYAhVFFpAKHbgyCA4QFgg1MAI&url=http%3A%2F%2Fwww.utfpr.edu.br%2Fflondrina%2Fcursos%2Fmestrados-doutorados%2FOfertados-neste-Campus%2Fmestrado-profissional-em-ensino-de-ciencias-humanas-sociais-e-da-natureza%2Fproducoes-cientificas%2F2016-1%2Ffreire-g-guerrini-d-os-jogos-na-sociedade-contemporanea-as-influencias-dos-avancos-tecnologicos-revista-de-ensino-educacao-e-ciencias-humanas-londrina-v-17-p-463-469-2016%2Fat_download%2Ffile&usg=AOvVaw17q0Safk1l-X2OPbowoKny)>. Acesso em 05 jan. 2018.
- FUÃO, Fernando Freitas. **Cidades fantasmas**. In: Arquitextos, São Paulo, ano 03, n. 025.08, Vitruvius, jun. 2002. Fonte:



<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/03.025/777>>. Acesso em: 15 mai. 2017.

GALILEU. **Estátuas de pokémons aparecem em Suzano — e ninguém sabe o porquê.** A cidade está se transformando na capital brasileira de Pokémon! Revista Galileu Online. 10/07/2018 - 09H07/ ATUALIZADO 09H07. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2018/07/estatuas-de-pokemons-aparecem-em-suzano-e-ninguem-sabe-o-porque.html> . Acesso em: 16/09/2018

GASPAR, Lúcia & BARBOSA, Virgínia. **Jogos e brincadeiras infantis populares.** *Pesquisa Escolar Online*. Recife: Fundação Joaquim Nabuco. 2009. Disponível em: <[http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/index.php?option=com\\_content&view=article&id=372%3Ajogos-e-brincadeiras-infantis-populares&catid=45%3Aletra-j&Itemid=1](http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/index.php?option=com_content&view=article&id=372%3Ajogos-e-brincadeiras-infantis-populares&catid=45%3Aletra-j&Itemid=1)>. Acesso em: 01 ago. 2018.

GEHL, Jan. **Cidade Para Pessoas.** São Paulo: Editora Perspectiva: 2015.

\_\_\_\_\_. **La humanización del Espaço Urbano: La vida social entre los edificios.** 5º ed. Barcelona: Ed. Reverte, 2009. 225 pgs.

GOBIRA & CARRIERI, 2012. **Jogos e Sociedade: explorando as relações entre jogo e vida.** Belo Horizonte: Crisália.

GOMES, Christianne L.; ELIZALDE, Rodrigo. **Horizontes Latino-Americanos do lazer.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012.

\_\_\_\_\_. **Lazer, Trabalho e educação: relações históricas, questões contemporâneas.** 2. Ed. Ver. Ampl. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

<https://oglobo.globo.com/esportes/eduardo-paes-pede-game-pokemon-go-no-brasil-antes-da-olimpiada-do-rio-19702110>. Acesso em: 16/09/2018.

HUIZINGA, J. **Homo ludens: o jogo como elemento da cultura.** Perspectiva: São Paulo, 2014.

SAYAMA. H.F.& VIANA, J. A. **Jogos e(m) sociedade: reflexões sobre o campo do lazer.** In: CARRIERI, A. P. & GOBIRA, P. (Orgs.). *Jogos e Sociedade: explorando as relações entre jogo e a vida.* Belo Horizonte: Ed. Crisálida. 2012.

JACOBS, Jane. **Morte e vida de grandes cidades.** São Paulo: Martins Fontes, 2011.

JENKINS, H. 2008. **Cultura da Convergência.** São Paulo :Aleph, 2008

JENKINS, N. 2016. **Pokémon Go may have just shown us what the end of the world looks like.** New York: Time Magazine Online, 22 ago. 2016. Disponível em: <<http://time.com/4460911/pokemon-go-taipei-stampede-snorlax-mob-xinbeitou-taiwan/>>. Acesso em: 10/07/17.

JUUL, J. 2003. **The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness.** In: *Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings*, edited by Marinka Copier and Joost Raessens, 30-45. Utrecht: Utrecht University, 2003. Disponível em: <<http://www.jesperjuul.net/text/gameplayerworld/>>. Acessado em: 05/12/17.

KAIN, Erik. **'Pokémon Go' is more than just a game and it' bringing people together.** New York: Forbes online, 2016. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/erikkain/2016/07/11/pokemon-go-is-more-than-just-a-game-its-a-phenomenon-thats-bringing-people-together/#81468f214ff5>. Acesso em 15 mai. 2017.

KOCHE, J. C. **Fundamentos de Metodologia Científica. teoria da ciência e iniciação à pesquisa.** 30 Ed. Petrópolis-RJ:Editora Vozes,2012

- KOORAGAYALA, Shiva; SRINI, Tanaya. **Pokémon GO is changing how cities use public space, but could it be more inclusive?**. Urban Institute – Urban Wire. 02/08/2016. Disponível em: Fonte: <https://www.urban.org/urban-wire/pokemon-go-changing-how-cities-use-public-space-could-it-be-more-inclusive> . Acesso em 16/09/2018.
- LAFLOUFA, Jacqueline. **Como marcas e varejistas podem aproveitar o frenesi de Pokémon Go**. Kantar Brasil Insights – Marcas e Propagandas. 04.08.2016 / 09h. Disponível em: <http://br.kantar.com/m%C3%ADdia/marcas-e-propaganda/2016/agosto-como-marcas-e-varejistas-podem-aproveitar-o-frenesi-de-pok%C3%A9mon-go/> Acessado em: 12/5/17.
- LANDIM, Guilherme R. **Mídia Locativa e as possíveis formas de apropriação do espaço urbano**. Abril de 2013. 70 f. (Trabalho de Conclusão de Curso) – Faculdade de Comunicação Social da UFJF. Juiz de Fora. Abril de 2013. Disponível em: < <http://www.ufjf.br/facom/files/2013/05/Monografia-Revisada-Final.pdf> > Acessado em: 15/05/17.
- LEBASCLE apud JN. **Exército francês declara guerra ao jogo Pokémon Go**. O jogo Pokémon Go faz parte da lista de ameaças elaborada pelo exército francês. Os militares querem assegurar que ninguém entra em áreas restritas, à procura de criaturas virtuais. Portugal. 08 Setembro 2016 às 12:21. Disponível em: <https://www.jn.pt/mundo/interior/pokemon-go-e-considerado-uma-ameaca-real-pelo-exercito-frances-5378363.html>. Acessado em: 18/09/18.
- LEMOS, André. 2015. **Conecta Web TV UFBA**. André Lemos discute internet, cibercultura e sociabilidade. [26 maio 2015]. Salvador: UFBA, 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=D4x5tliWGpA>>. Acesso em: 10 jul. 2018.
- \_\_\_\_\_. 2007. **Ciber-Flânerie** . In Fragoso, S., et alli. (orgs). **Comunicação na Cibercultura**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001. Disponível em: <<https://www.academia.edu/1771460/CIBER-FL%C3%82NERIE1?auto=download>> Acesso em: 07 jun. 2018.
- \_\_\_\_\_. 2008. **Mídias locativas e territórios informacionais**. In SANTAELLA, L; ARANTES, P. (eds.). Estéticas tecnológicas. Novos modos de sentir. São Paulo: Educ. 2008.
- \_\_\_\_\_. 2004. **CIBERCIDADES. UM MODELO DE INTELIGÊNCIA COLETIVA**. Org. Lemos, André (org). Cibercidade. As cidades na cibercultura., Editora e-papers, Rio de Janeiro, 2004, pp. 19-26.
- \_\_\_\_\_. 2006. **Mídia Locativa e Territórios Informacionais**. 2007. Disponível em:[https://www.researchgate.net/publication/253452150\\_Midia\\_Locativa\\_e\\_Territorios\\_Informacionais\\_1?enrichId=rgreq-68a9105692a9efd2b1923277d0ce69fd-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdiOzI1MzQ1MjE1MDtBUzoxMzM3MTUzNTk0NDA4OTZAMTQwODg5MTYzNDEzMw%3D%3D&el=1\\_x\\_2&\\_esc=publicationCoverPdf](https://www.researchgate.net/publication/253452150_Midia_Locativa_e_Territorios_Informacionais_1?enrichId=rgreq-68a9105692a9efd2b1923277d0ce69fd-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdiOzI1MzQ1MjE1MDtBUzoxMzM3MTUzNTk0NDA4OTZAMTQwODg5MTYzNDEzMw%3D%3D&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf)>. Acesso em: 25 jul. 2018.
- LEMOS, Ronaldo. **Favelas do Rio sem Pokémons expõem tipo inovador de desigualdade social**. Folha de São Paulo Online. 01/08/2016. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/ronaldolemos/2016/08/1797477-favelas-do-rio-sem-pokemons-expoe-tipo-de-desigualdade-social-inovador.shtml?loggedpaywall> Acesso em: 25/08/18.
- LENZ, R. 2006. **Locative Media**. 2006. Disponível em:<http://spresearch.waag.org/images/LocativeMedia.pdf>. Acesso em 25 jul. 018.

- LÉVY, P. **Diálogos sobre Inteligência Coletiva**. Palestra no Centro Universitário Senac. [17 Mar. 2014]. São Paulo, SENAC, 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=taNqrhTCxTE>>. Acesso em 18 ago. 2018.
- \_\_\_\_\_. **Inteligência Coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Ed. Loyola, 2007.
- \_\_\_\_\_. **Roda Viva**. Pierre Levy [08 jan. 2001]. Entrevistadores: Paulo Markun, Florestan Fernandes Jr., Rogério da Costa, Nize Pellanda, Teixeira Coelho, Carmen Maia, Marcelo Tas e Max Alvim. São Paulo: TV Cultura, 2001. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=DzfKr2nUj8k>>. Acesso em: 17 jul. 2018. Transcrita em: VOGT, Carlos, MARKUN, Paulo (coord.). "Memória Roda Viva" - Equipe LABJOR/ Unicamp & TV Cultura. Disponível em: <[http://www.rodaviva.fapesp.br/materia/47/entrevistados/pierre\\_levy\\_2001.htm](http://www.rodaviva.fapesp.br/materia/47/entrevistados/pierre_levy_2001.htm)>. Acesso em 17 jul. 2018.
- \_\_\_\_\_. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- \_\_\_\_\_. **O que é Virtual?**. São Paulo: Ed. 34, 1996.
- LIPAO GAMER, 2017, **A cidade do "gta 5" na vida real!!! (Los Angeles)**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5qb2ZEKB8pA&t=5s> Acessado: 02/08/18
- LISBOA, Lisiane. **Pokémon GO reúne 'caçadores' em parques de Porto Alegre**. Grupos são atraídos por pontos onde há maior concentração de Pokémons. Parques Farroupilha e Marinha são locais de encontro desde o lançamento. Porto Alegre: G1 - Globo.com - Seção Rio Grande do Sul. 05 ago. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2016/08/pokemon-go-reune-cacadores-em-parques-de-porto-alegre.html>>. Acesso em: 16 ago. 2018.
- LYNCH, Kevin. **A Imagem da Cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- MAGEE, John L. **A Library of Congress, USA**. Disponível em: <<http://www.loc.gov/pictures/item/2008661662/>> Acesso em: 17/01/18.
- MASSAGLI, Sérgio Roberto. **Homem da multidão e o flâneur no conto "O homem da multidão" de Edgar Allan Poe**. Terra Roxa e Outras Terras - Revista de Estudos Literários. Londrina: V.12, p. 55-65, 2008. Disponível em: <[http://www.uel.br/pos/letras/terraroxa/g\\_pdf/vol12/TRvol12f.pdf](http://www.uel.br/pos/letras/terraroxa/g_pdf/vol12/TRvol12f.pdf)>. Acesso em: 26 out. 2017.
- MCGONIGAL, Jane. **Reality is broken: why games make us better and how they can change the world**. London: Penguin Books, 2011.
- MINOZZO, Paula. **Estudante fatura com ponto móvel para carregar celulares de jogadores de Pokémon Go em Porto Alegre**. Poke Charger cobra R\$ 3 para carregar o celular por 30 minutos. GaúchaZH Comportamento. 17/08/2016 - 09h. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2016/08/estudante-fatura-com-ponto-movel-para-carregar-celulares-de-jogadores-de-pokemon-go-em-porto-alegre-7282384>. html . Acesso em 16/09/2018.
- MONS DEMAND ACTION. **For gun sense in America**. Disponível em: <<https://momsdemandaction.org/choose-one-little-red-riding-hood-or-an-assault-weapon/>>. Acesso em: 06 fev. 2018.
- MONTJOYE, Yves-Alexandre de. **The Geopositioning Concept**. In: Nait-Sidi-Moh, Ahmed et alli (Ed.). *Geopositioning and Mobility*. London: Wiley-ISTE, 2013.

- MORENO, Guilherme. 2002. **1000 jogos: condicionamento físico**. Rio de Janeiro: Sprint.
- NERDBUNKER. **Pokémon Go | Guia para ser um mestre dos ginásios**. Nerdbunker. 19 de agosto de 2016 às 15h50. Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/nerdnews/pokemon-go-guia-para-ser-um-mestre-dos-ginasios/> Acessado: 12/5/17.
- O GLOBO. **Oito itens proibidos nos EUA que não são armas**. Rio de Janeiro: O Globo, s/d. Disponível em: <<https://infograficos.oglobo.globo.com/mundo/oito-itens-proibidos-nos-eua-que-nao-sao-armas.html>>. Acesso em 02 fev. 2018.
- O GLOBO. **Eduardo Paes pede game 'Pokémon Go' no Brasil antes da Olimpíada do Rio. Prefeito fez apelo em rede social. Jogo não tem previsão de lançamento no país**. O Globo Esportes. 13/07/2016 11:20 / atualizado 13/07/2016 11:51. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/eduardo-paes-pede-game-pokemon-go-no-brasil-antes-da-olimpiada-do-rio-19702110> acessado em:18/09/18.
- OXFORD. **Oxford dictionary of phrasal verbs**. Oxford: Oxford University Press. 2005.
- PANCOTE, Lais R. **Cidade re-significada: uma tríade entre o real, o ficcional e o imaginário**. Razón y Palabra 15.72 (2010). Acesso em: <[http://w.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia\\_72/36\\_Romero\\_72.pdf](http://w.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/36_Romero_72.pdf) > Acessado em: 15/05/17.
- PINHEIRO, Cristiano Max Pereira. **Apontamentos para uma aproximação entre jogos digitais e comunicação**. Tese de Doutorado (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.
- POKEMON GO. **Site da empresa Niantic Inc. do jogo Pokemon Go. San Francisco**, 2016. Disponível em: <<http://www.pokemongo.com/pt-pt/explore/>>. Acesso em 15 mai. 2017.
- PROJECT FOR PUBLIC SPACES. **What Makes a Successful Place?** New York: Project for Public Spaces, 2009. Disponível em: <<https://www.pps.org/article/grplacefeat>> Acesso em: 16 nov. 2017.
- QUAL É A GIRIA? **As gírias mais faladas do Brasil**. s/d. Disponível em <<http://www.qualeagiria.com.br/giria/cafe-com-leite/> >. Acesso em 19 fev. 2018.
- RANHEL, João. **O conceito de jogo e os jogos computacionais**. In: SANTAELLA, Lucia e FEITOZA, Mirna (orgs.). *Mapa do Jogo*. São Paulo: Cengage Learning, 2009.
- REINO, L. S. A. **Jornalismo baseado em localização: uma análise das potencialidades na produção e no consumo de notícias**. 2015. p.110. Tese (Doutorado em comunicação social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015
- REIS, Breno Maciel. 2013. **A cidade como tabuleiro: um estudo das dinâmicas de jogo na rede social móvel foursquare**. 2013. Dissertação. (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. Porto Alegre.
- REIS, Leoncio & CAVICHIOILLI, Fernando. **Jogos eletrônicos e a busca da excitação. Movimento**. Porto Alegre, v. 14, n. 02, p. 163-183, setembro/dezembro de 2008. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/Movimento/article/viewFile/2225/4182>>. Acesso em: 15 jan. 2018.

- REUTERS. **Pokémon Go vira ferramenta de marketing para varejistas. Nos EUA, restaurantes, cafés e lojistas atraem clientes como 'Poke stops'**. O Globo Economia. 14/07/2016 10:10 / atualizado 14/07/2016 10:33. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/pokemon-go-vira-ferramenta-de-marketing-para-varejistas-19711100> Acessado em: 12/5/17.
- REVISTA ÉPOCA NEGÓCIOS. **No Brasil, 92% dos lares têm celular, mas apenas 66% têm esgoto tratado**. Revista Época Negócios agência o globo.com/estadão, Rio de Janeiro, 24 nov. 2017. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2017/11/no-brasil-92-dos-lares-tem-celular-mas-apenas-66-tem-esgoto-tratado.htm>>. Acesso em: 17 jul. 2017.
- RODRIGUES, Gustavo Dore, 2005. **Interatividade e virtualização nos jogos eletrônicos**. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. UERJ.
- ROLNIK, R. **O lazer humaniza o espaço urbano**. In: SESC SP. (Org.). Lazer numa sociedade globalizada. São Paulo: SESC São Paulo/World Leisure, 2000 P. 165-179.
- ROLOFF, Eleana Margarete. **A importância do lúdico em sala de aula**. X semana de Letras. 70 anos a fale fala. Porto Alegre. Anais da X Semana de Letras. Porto Alegre: Edipucrs, 2010. Disponível em: <<http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/anais/Xsemanadeletras/comunicacoes/Eleana-Margarete-Roloff.pdf>>. Acesso em: 04/01/18.
- SABADELLO, M. **History of electronic Games**. 2006. Tese (Doutorado em Informática) Instituto de Computação Visual e Tecnologia Centrada no Homem. Vienna University of Technology, Vienna.
- SANTAELLA, Lucia & FEITOZA, Mirna. 2009. **Mapa do jogo. A diversidade cultural dos games**. São Paulo: Cengage do Brasil, 2009.
- SANTAELLA, Lucia. 2008. **Mídias locativas: a internet móvel de lugares e coisas**. Revista FAMECOS. Porto Alegre, nº 35. Abril de 2008. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4099>> Acesso em: 15/5/17.
- SANTOS, E. R.; FELIPE, G.; ROCHA, L. A.; CORREIA JR., P. A. 2016. **Pokémon Go: a maior experiência mundial reunindo cartografia digital e realidade aumentada**. Anais da Semana de Ensino, Pesquisa e Extensão, IF Araquari, ano II. 2016.
- SANTOS, M. 2008. **A natureza do espaço: espaço e tempo; razão e emoção**. São Paulo: HUCITEC, 2008.
- SARAIVA, L. S. 2012. **Jogos e(m) sociedade: reflexões sobre o campo do lazer**. In: CARRIERI, Alexandre de Pádua & GOBIRA, Plabo (orgs.). **Jogos e Sociedade: explorando as relações entre os jogos e a vida**. Belo Horizonte: Crisália / NEOS, 2012.
- SCHAWB, Klaus. 2016. **A quarta revolução industrial**. 1. Ed. São Paulo: Edipro, 2016.
- SHANE, Luiz. 2018. **First Video Game Console Ever**. 00:06:04. In: SHANE, Luiz. REREZ Tv -All about Video Games. Ontario: Rerez TV, 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=44i4LQbClzM>>. Acesso em: 22 jan. 2018.
- SHEPARD, Mark. 2008. **Locative media as critical urbanism**. 2007. Disponível em: <http://transition.turbulence.org/blog/2007/09/04/locative-media-art/> Acesso em: 10 jan. 2008.

- SIGNIFICADOS. 2011. **Informações relevantes e fidedignas sobre Significados, Conceitos e Definições dos mais variados temas.** Coordenado por Adriano Padilha et alli. Matosinhos: 7 Graus, 2011. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/>>. Acesso em
- SIVA, Adriana de Souza e.& FRITH, J. **Mobile Interfaces in Public Spaces: Locational Privacy, Control and Urban Sociability.** London: Routledge. 2012
- SILVA, Aline, C. J. **O videogame como desejo de simulação: dois gêneros de jogos virtuais em perspectiva.** Porto Alegre, 2014. Diss. (Mestrado) – Faculdade de Letras, Programa de Pós-Graduação em Letras, PUCRS, 2014.
- SIMMEL, George. **The Sociology of Georg Simmel** (K. Wolff, Trans.). New York: Free Press. 1950.
- SIMON, Herbert. Designing **Organizations for na information-rich world.** In M. Greenberger (Ed.), Computers, communications, and the public interest. Baltimore, MD: The Johns Hopkins Press, 1971.
- SIQUEIRA, Filipe. **Pokémon Go causou prejuízos bilionários em acidentes de trânsito. Estudo identificou colisões de veículos próximos dos ginásios do game.** Brasil: R7 Notícias – Tecnologia e Ciência. 06/12/2017 - 00h10 (Atualizado em 06/12/2017 - 00h10). Disponível em: <https://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/pokemon-go-causou-prejuizos-bilionarios-em-acidentes-de-transito-06122017> . Acesso em:16/09/2018
- SMITH, Hunter. **History of gameboy and gameboy color.** [S.l.]: Player1Project, 2015. Blog at Wordpress.com. Disponível em: <<https://player1project.wordpress.com/2015/08/14/history-collecting-gameboy-gameboy-color/>>. Acesso em: 02 ago. 2018.
- SOUZA, Célia Ferraz de. **Construindo o espaço da representação: ou o urbanismo de representação.** In: Imagens Urbanas: os diversos olhares na formação do imaginário urbano. Org. Célia Ferraz de Souza e Sandra Jatthy Pesavento. 2 ed. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.
- SOUZA, Célia Ferraz de; STEIGLEDER, Clara Natalia. **Retomando Marshall Berman e a questão da modernidade e da modernização das cidades.** In: PEIXOTO, Elaine Ribeiro; DERNTL, Maria Fernanda; PALAZZO, Pedro Paulo; TREVISAN, Ricardo (Orgs.). **Tempos e escalas da cidade e do urbanismo:** Anais do XIII Seminário de História da Cidade e do Urbanismo. Brasília, DF: Universidade Brasília- Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, 2014
- TAURION, Cezar. **Cloud Computing - Computação em Nuvem: Transformando o mundo da tecnologia da informação.** Rio de Janeiro: Brasport, 2009.
- TEIXEIRA COELHO, 1988. **A modernidade de Baudelaire.** In: BAUDELAIRE, Charles. A modernidade de Baudelaire/apresentação de Teixeira Coelho; tradução, Suely Cassal. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.
- THIBAUDAULT, Matthieu (Dir.) **Adoro Cinema.** Rio de Janeiro: Webedia, 2000. <<http://www.adorocinema.com/filmes/filme-202798/>>. Acessado em: 01 ago. 2018.
- TIME Magazine. **A History of Video Game Consoles.** Tampa, Florida: Time Magazine Online, 2009. Edward Pelsenthal (ed.). Disponível em: <http://content.time.com/time/interactive/0,31813,2029221,00.html> Acessado em: 17/01/18.
- TUAN, Yi-Fu. **Espaço e Lugar: a perspectiva da experiencia.** Londrina: Eduel, 2013.

- TURKLE, Sherry. 1989. **O segundo eu: os computadores e o espírito humano**. Lisboa: Editorial Presença.
- \_\_\_\_\_. **Connected, but alone?** Palestra no TED Talks.. [Mar. 2012]. Long Beach, California, TED Channel, 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=t7Xr3AsBEK4>>. Acesso em 09 out. 2017.
- \_\_\_\_\_. **Life on the screen: Identity in the age of the Internet**. New York: Touchstone Ed., 1997.
- VANNUCCHI, H.; PRADO, G. **Discutindo o conceito de gameplay**. Revista Texto Digital, v. 5, n. 2, 2009. <https://periodicos.ufsc.br/index.php/textodigital/article/viewFile/1807-9288.2009v5n2p130/13190>
- VASCONCELOS, Lia. **Urbanização - Metrôpoles em movimento. Desafios do Desenvolvimento**. Brasília, Ed. 22. Ano 3. 05 mai. 2006. Disponível em: [http://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com\\_content&view=article&id=994:reportagens-materias&Itemid=39](http://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&view=article&id=994:reportagens-materias&Itemid=39) . Acessado em: 30 jun. 2018.
- VAZ, Rui. Digital. In: ALEXANDRE, A. Franco, Guerreiro, Antônio & POMBO, Olga. **Enciclopédia e Hipertexto**. Lisboa, Instituto de Educação/ Universidade de Lisboa. 2006. Disponível em: <<http://www.educ.fc.ul.pt/hyper/laboratorio/rvaz/lab-digital1.htm>>. Acesso em: 01 ago. 2018.
- VEJA, 2013. **Telefone celular completa 40 anos de vida**. Primeiro aparelho, da Motorola, pesava mais de um quilo. Sua bateria só tinha autonomia para 20 minutos de funcionamento. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/tecnologia/telefone-celular-completa-40-anos-de-vida/> Acessado em? 18/09/18.
- VEJA, Da redação. **De morte a acidentes, as vezes em que caça a pokémons acabou mal**. Jogo está no Brasil há uma semana e acumula casos inusitados. Brasil: Veja Online. 11 ago 2016, 14h25 - Publicado em 11 ago 2016, 14h23. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/brasil/de-morte-a-acidentes-as-vezes-em-que-a-caca-a-pokemon-acabou-mal/> . Acesso em: 16/09/2018.
- WEISER, Mark. **The Computer for the 21st Century**. In: Scientific America, set., 1991, p. 94-104.
- YABIKU, Ana Paula. **Homem é detido por invadir empresa para 'caçar Pokémon' em Sorocaba. Rapaz foi flagrado pelas câmeras de segurança da unidade andando pelo corredor do almoxarifado e confessou que era viciado no jogo Pokémon GO**. G1 Sorocaba e Jundiaí. 18/12/2017 14h32 Atualizado há 9 meses. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sorocaba-jundiai/noticia/homem-e-detido-por-invadir-empresa-para-cacar-pokemon-em-sorocaba.ghtml>. Acesso em 16/09/218.

## **APÊNDICE**

### Apêndice 1 - ROTEIRO ENTREVISTAS.

Foram entrevistados 20 pessoas, dos quais o gênero não foi perguntado e a condição socioeconômica não demanda precisão. Em relação a idade dos entrevistados, só serão entrevistas jogadores com 18 anos ou mais.

As entrevistas ocorreram nos espaços públicos e privados, onde e quando houveram encontros de jogadores através de 'Reides' Pokémon e/ou encontros marcados pelos jogadores através das mídias sociais *online* (*Facebook*) ou através de *software* para *smartphones* (*Whatsapp* ou *Telegram*).

O registro da entrevista foram feitos através de um gravador e posteriormente transcritos.

#### **Roteiro da entrevista semiestruturada**

Quantos anos você tem?

Desde quando joga videogames?

Com que frequência você joga?

Como você joga?

Você já jogou algum tipo de jogo de videogame que exija a interação física real com o jogo virtual?

- Qual? Era possível jogar esse jogo com outras pessoas?

Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual?

Você já jogou Pokémon GO ?

- Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?
- Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?
- Você frequentou novos lugares por causa do jogo?
- Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?
- Você jogou com seus amigos e/ou familiares?
- Você fez alguma batalha Pokémon e identificou o usuário que competia com você?





**Universidade Federal do Rio Grande do Sul**  
**Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR**

### **TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Porto Alegre, \_\_\_\_\_ de 2017.

Prezado (a) participante:

Sou mestranda do Programa de Planejamento Urbano e Regional – PROPUR, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, e realizo no âmbito deste curso uma pesquisa com a supervisão da professora Dr<sup>a</sup> Daniela Marzola Fialho, cujo objetivo é compreender a apropriação pelos usuários de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) dos espaços públicos através de jogos de realidade ampliada. A finalidade é compreender como pode se dar as novas relações entre a comunidade e sua cidade no século XXI, cada vez mais conectado as mídias locativas. Neste sentido, sua participação envolve entrevistas que serão gravadas, a fim de identificar e compreender como se dá a sua apropriação dos espaços públicos em função dos jogos virtuais.

A participação nesse estudo é voluntária e se você decidir não participar ou decidir por sua desistência, terá absoluta liberdade de fazê-lo, a qualquer momento. Desta maneira, os riscos serão mínimos para os entrevistados, uma vez que sua participação neste estudo, como foi afirmada, é voluntária e, quando da publicação dos resultados, a partir das questões elencadas no roteiro para as entrevistas, sua identidade será mantida em sigilo, se assim for de sua conveniência. Nesse caso, serão omitidas todas as informações que permitam identificá-lo (a). Com o preenchimento do Consentimento livre e esclarecido haverá a anuência em divulgar ou publicitar as informações do sujeito entrevistado e/ou de seu representante legal, livre de vícios (simulação, fraude ou erro), dependência, subordinação ou intimidação, após a explicação completa e pormenorizada sobre a natureza da pesquisa, seus objetivos, métodos, benefícios previstos, potenciais riscos e incômodos que esta possa acarretar, formulada neste termo de consentimento.

Mesmo não havendo benefícios diretos em participar, indiretamente você estará contribuindo para a compreensão do problema estudado e para a produção de conhecimento científico, uma vez que os relatos trarão benefícios diretos no estudo da relação entre identidade e memória compreensão do espaço e, também, dos aspectos simbólicos formados através do imaginário e do modo de vida daquele grupo social e a influência que o jogo exerceu sobre essa percepção.

Quaisquer dúvidas relativas à pesquisa poderão ser esclarecidas pela pesquisadora responsável, a mestranda Rachel Berrutti Pereira da Cunha, através do e-mail [rachelbpcunha@gmail.com](mailto:rachelbpcunha@gmail.com), através da professora orientadora Dr<sup>a</sup> Daniela Marzola Fialho pelo e-mail [dfialho.voy@terra.com.br](mailto:dfialho.voy@terra.com.br) e telefone 51 3308 3145 ou através do Comitê de Ética em Pesquisa da UFRGS, através do telefone (51) 3308-3738.

A entrevista terá tempo de duração de aproximadamente 15 minutos.

Atenciosamente,

---

Rachel Berrutti Pereira da Cunha  
Mestranda PROPUR/UFRGS  
Matrícula 270428

---

Daniela Marzola Fialho  
Orientadora PROPUR/UFRGS  
Matrícula 10122

Aceito participar deste estudo e, \_\_\_\_\_ autorizo minha identificação e a utilização dos dados coletados na entrevista em publicações como artigos, livros, revistas, anais, textos em jornais e qualquer material produzido para congressos.

Declaro, ainda, ter recebido uma cópia deste termo de consentimento.

---

Participante

---

Local e data



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

### ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 01

**Nome:** Jogador-01

**Local da entrevista:** Parque Farroupilha em Porto Alegre. (conhecido como Parque da Redenção)

**Data da entrevista:**

**Transcrição da Entrevista**

#### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** 41 anos

**Desde quando joga videogames?** Jogava antes uns joguinhos bobinhos de celular.

**Com que frequência você joga?** De vez em quando só.

**Você já jogou algum tipo de jogo de videogame que exija a interação física real com o jogo virtual?** Não.

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual? O**  
Pokémon foi o primeiro.

- **Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?**

Eu achei uma coisa interessante no jogo, os filhos de umas amigas minhas eles são muito fechados dentro de casa, até mesmo no colégio, não interagem com as pessoas, não conversam, e o jogo fez eles saírem pra rua, irem atrás, conversarem e hoje eles são totalmente outras pessoas hoje em dia. Eles vão pra

---

<sup>171</sup> As entrevistas ainda não estão todas transcritas.

CCMQ<sup>172</sup> e interagem com todo mundo, conversam com todo mundo. E antes eles eram dentro de casa no computador no fantástico mundo deles. E isso que eu achei interessante: a interação com outras pessoas. Pessoas que são muito fechadas interagindo com outras pessoas.

E sobre o público, tem crianças... tem, mas esse jogo atrai um público mais adulto. Uma faixa etária de 25 pra cima, porque o jogo e os desenhos, eram de quando éramos crianças e adolescentes quando dava na televisão, por isso que a gente gosta tanto

- **Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?**

É legal sair pra rua porque a gente acaba conhecendo vários lugares que a gente não conhece. Por exemplo, eu viajei pra Guarapari, minha ideia era conhecer o DouglasGeo que é um dos youtubers sobre o jogo, no final acabei não conhecendo ele, mas em contrapartida, conheci o Espírito Santo que é fantástico e as praias maravilhosas que tem lá. O meu primeiro intuito era viajar pra lá por causa do jogo e eu fui pra lá e conheci uma cidade maravilhosa, então o jogo traz essas possibilidades pra gente. Sem querer agrega muito conhecimento, tem lugares aqui em Porto Alegre que eu não conhecia, e eu acabei conhecendo através do jogo.

Tu acabas conhecendo ruas que tu nunca tinhas passado por elas, bairros que tu nunca tinhas frequentado. Tu conheces tua cidade de uma forma mais agradável, tu tá jogando, tá interagindo, tá caminhando, tá fazendo uma atividade física... se não tu estarias sedentário dentro de casa na frente de um computador, porque a maioria do publico que joga Pokémons, vamos dizer assim... 80% são nerds.. E nerd, fica em casa trancado na frente do computador.

É uma coisa muito legal, agregou bastante.

### **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

Lógico! Com certeza. Já mudei o caminho também.

Uma vez eu tava voltando do almoço, e explanou (apareceu) um *Dragonite* (*Pokémon* raro de ser encontrado), seria meu primeiro *Dragonite*. Tava na Borges (Avenida Borges de Medeiros) e saí correndo pra frente da Catedral (Catedral Metropolitana de Porto Alegre) e não consegui pegar.

Já entrei as 4:15 da manhã aqui na Redenção. Já fiquei até as 20:00 da noite também, mas só ficamos na parte clara. Na parte escura não ficamos. Só dava pra ver as perninhas circulando.

---

<sup>172</sup> CCMQ, é a Casa de Cultura Mario Quintana.

- **Você jogou com seus amigos e/ou familiares?**

Nosso grupo, é um grupo que a gente tem do whatsapp da CCMQ. Nós fizemos um grupo no facebook para convidar o pessoal para vim pegar essas 'janelas'<sup>173</sup> aqui hoje dentro da redenção, daí veio todo mundo pra cá. Geralmente fica todo mundo localizado dentro da CCMQ, na verdade é mais espalhado, mas como tem esse evento todo mundo veio pra cá pra cumprir as etapas de hoje, temos que ajudar o pessoal a capturar Pokemons. Como aqui tem o maior numero de pokestops possíveis estamos podendo pegar bastante Pokemons. O pessoal passa a noite inteira jogando na CCMQ.

Minha namorada entende, pelo menos to caçando pokemon e não to caçando ninguém, ela sabe que é um vicio que eu tenho e que não tem como combater ele. Eu pego a bicicleta do Itaú e dou 35 voltas aqui dentro da Redenção e vou me embora pra casa.

- **Você fez alguma batalha Pokémon e identificou o usuário que competia com você?**

Sim, eu conheci o Vinicius (amigo que estava jogando com ele) em uma batalha de Reide no nosso bairro (em Canoas), vi que ele estava lá com celular e começamos a conversar. Hoje viemos pra Redenção juntos.

Nos grupos de whatsapp, o pessoal fica debatendo sobre qual reide que fez, como pegou, quem tava lá, as brigas de times...

---

<sup>173</sup> Explica o que são as janelas



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

### ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 02

**Nome:** Jogador-02

**Local da entrevista:** Parque Farroupilha em Porto Alegre. (conhecido como Parque da Redenção)

**Data da entrevista:**

#### Transcrição da Entrevista

#### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** 26 anos

**Desde quando joga videogames?** Sempre joguei, desde pequeno.

**Com que frequência você joga?** Todo dia jogo algum jogo.

**Como você joga?** Computador, celular, videogame depende do que estou afim.

**Você já jogou algum tipo de jogo de videogame que exija a interação física real com o jogo virtual?** Sim, wii.

- **Era possível jogar esse jogo com outras pessoas?** Sim, da pra jogar tênis danças, fazer várias coisas.

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual?** Não, só o Pokémon mesmo. Jogo desde que saiu.

**Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?**

Eu estava em São Paulo quando saiu e fui pro Ibirapuera jogar, e dai foi uma loucura dai assim, todo mundo saindo no carro uma loucura.

Eu não conhecia o (Parque) Ibirapuera, daí eu aproveitei que tinha o jogo, e daí fui conhecer e ainda jogar Pokémon. O que realmente me motivou a conhecer o Ibirapuera foi o Pokémon.

Agora eu to aqui só pra jogar, e já fiz isso várias vezes, já fui na CCMQ. Aqui em Porto Alegre, eu nunca tinha entrado no Cais Mauá, naquela porta nova, só entrei por causa disso.

- **Você frequentou novos lugares por causa do jogo?**

**Sim, o Parque Ibirapuera.**

- **Você já desviou de rota para pegar algum Pokémon?**

Eu desviei de rota várias vezes, atrasei compromisso pra pegar um Dragonight, (pokemon), bah qualquer coisa, até Pokémon menos importante...

- **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

Sim! (risos), Tava vendo um filme com minha namorado e liguei o jogo só pra ver.. Dai apareceu um Pokémon e disse: "Bah tu vai ter que me desculpar, mas eu vou ter que sair pra pegar esse Pokémon."

- **Você fez alguma batalha Pokémon e identificou o usuário que competia com você?**

Sim, todas as pessoas que estão ali jogando.



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

## ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 03

**Nome:** Jogador-03

**Local da entrevista:** Parque Farroupilha em Porto Alegre. (conhecido como Parque da Redenção)

**Data da entrevista:**

### Transcrição da Entrevista

#### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** 54 anos

**Desde quando joga videogames?**

Nunca joguei nada, nadinha. Eu trabalho com informática e por mim computador era sempre trabalho. A minha vida toda eu nunca curti nem jogo de paciência e a minha história com Pokémon começou quando eu tava no velório do meu tio.

Virado a noite do velório, eu comecei a dar ‘cabeçada’ e resolvi ler umas notícias... Ai tava lendo e saiu uma propaganda dizendo: “saiu Pokemon no Brasil – clique aqui” Dai eu cliquei, instalei e não entendi. Daí pesquisei vi uns vídeos, conhecia pokemon muito pouco.. dai comecei a jogar.. O enterro tava saindo e eu disse: ‘perai que tem mais um aqui.’ Dai eu não deixei de jogar nenhum dia.

- **Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?**

Achei legal o jogo.

- **Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?**



Já fui pra São Paulo *especialmente* pra jogar no Ibirapuera só pra pegar Dranitine (uma espécie rara de *Pokémon*), minha conta principal é o nível mais alto, foi o primeiro Mystich de Porto Alegre a chegar no nível 40, e minha segunda conta ta com 38 quase 39..

Eu tenho 3 contas principais que eu jogo direitinho, certinho e outras auxiliares pra teste. Tenho três celular, dois Power Bank (baterias), comprei essa bolsa especial, aonde coloco todas as coisas dentro.

- **Você frequentou novos lugares por causa do jogo?**

Jogo na CCMQ, na Redenção, no Germânia e por aí.

- **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

Sim! To aqui no Parque pra isso.

- **Você jogou com seus amigos e/ou familiares?**

Sim, jogo com vários, conheço um monte de pessoas por causa do jogo.

#### **- O jogador-03 decide contar um caso de assalto:**

Estávamos na Assis Brasil, na Igreja Cristo Redentor, entre 14 pessoas, 12 homens e duas mulheres. Ai estávamos pegando um Gym, lá pela 24:00/01:00. E do nada, apareceu dois pirralho um deles armado, e pediram o celular. Dai todo mundo ficou olhando, ninguém entendeu nada, e dai o pessoal saiu tudo correndo. Eu coloquei o celular no bolso e fiquei parado porque tava com a filha do Rachel do meu lado. Dai a gente saiu correndo e só um entregou o celular no fim. Ninguém saiu machucado.

Em Ipanema um casal que joga, estavam dentro do carro, em baixo de um ginásio, e daí quando ele viu o cara chegou do lado com uma arma e disse que era um assalto. Dai ele arrancou o carro o cara atirou e acertou o tiro de baixo do braço.

A própria Redenção que no começo era o centro de todos de todas as atividades Pokemon em Porto Alegre, 90% (dados não confiáveis) dos jogadores vinham pra cá. Ao longo do tempo com assalto o pessoal parou de vim dai a gente começou ao longo do tempo procurar lugares mais seguros dai nós ficamos muito tempo farmando, farmando pegando pokemon, jogando e interagindo com outras pessoas no aeroporto que era 24hrs era um lugar seguro, um lugar tranquilo na CCMQ, nós íamos um tempo ali no Parcão mas com o passar o tempo assaltaram alguns colegas também, paramos de ir..

O Parque Germania é bom mas é muito cansativo, tem pouca sombra, muita escada. O praia de belas foi um foco durante um tempo. Então as coisas foram migrando, era a redenção, depois um tempo foi o Praia e Belas, depois um tempo Parcão, depois aeroporto e agora CCMQ. Mas o melhor lugar de todos seria a Redenção, tem sombra e lugar pra ficar, mas é complicado em função basicamente da segurança, em torno das 17:00 horas já tem que ir embora . Vou te dizer que hoje em relação ao começo deve ter no máximo 15/20 por cento das pessoas que jogavam. Antes no começo era que nem ta hoje assim, 100/200 pessoas daí era tranquilo, mas daí eu tive vezes que eu vim pro parque durante a semana que tinha 3 /4 pessoas jogando , daí não tem condições de ficar no parque jogando, mesmo em dia claro. Mesmo no final de semana.

Um dos maiores motivos que muita gente parou de jogar Pokemon foi a criminalidade. (áudio 17 dá o exemplo do campanário).

Jogadora-10 complementa: “O germania é bom! dia de semana é bom ir nos parques”



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

## ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 04

**Nome:** Jogador-04

**Local da entrevista:** Parque Farroupilha em Porto Alegre. (conhecido como Parque da Redenção)

**Data da entrevista:**

### Transcrição da Entrevista

#### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** 25 anos.

**Desde quando joga videogames?** Sim sempre joguei.

**Com que frequência você joga?** Quase todo dia jogo alguma coisa.

**Como você joga?** No celular, no videogame no computador.

**Você já jogou algum tipo de jogo de videogame que exija a interação física real com o jogo virtual?** Sim, Wii e Xbox.

- **Qual? Era possível jogar esse jogo com outras pessoas?** Sim.

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual?** Sim, o Pokémon.

- **Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?** Acho que é isso de sair de casa.

- **Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?**

A Redenção mesmo. É a primeira vez que eu venho no Parque da Redenção. Mesmo sendo de Porto Alegre.

- **Você frequentou novos lugares por causa do jogo?**

Eu não vinha antes porque tinha medo, agora eu vi que nem é tão perigoso como eu imaginava.

- **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

Sim

- **Você jogou com seus amigos e/ou familiares?**

Sim, também conheci pessoas jogando.

- **Você fez alguma batalha Pokémon e identificou o usuário que competia com você?**

Sim, claro, pra fazer reide tu precisa combinar com as pessoas.



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

## ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 05

**Nome:** Jogador-05

**Local da entrevista:** Parque Farroupilha em Porto Alegre. (conhecido como Parque da Redenção)

**Data da entrevista:**

### Transcrição da Entrevista

#### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** 36 anos

**Desde quando joga videogames?** Curiosamente não jogava, eu realmente nunca fui muito de jogos de celular.

**Com que frequência você joga?** Sempre que posso.

**Como você joga?** Sozinho ou com amigos.

**Você já jogou algum tipo de jogo de videogame que exija a interação física real com o jogo virtual?** Sim, joguei o wii, mas só acho divertido entre amigos.

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual?**

Sim, o Pokémon. Eu achei a proposta do jogo Pokémon GO muito interessante, e aí foi quando eu comecei a jogar.

- **Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?**

Achei a proposta interessante por você poder sair e andar nos lugares e andar até achar o Pokémon eu achei essa proposta assim muito diferente nunca tinha visto nada parecido embora depois eu ficasse sabendo que esse tipo de jogo já existisse antes. Mas com esse apelo todo dos Pokémon ainda não existia, eu achei uma ideia muito interessante.

- **Você frequentou novos lugares por causa do jogo?**

Diversas vezes sai por rotas diferentes em função dos Pokemons, principalmente na época que se tinha os mapas<sup>174</sup>. Isso acho que beneficiou muito o jogo enquanto existia. Acho que tirou um pouco da graça do jogo, depois que acabou porque quando a gente tinha os mapas a gente conseguia ver por exemplo: “Ah! Tem *Pokémon* legal na outra rua ou no outro bairro, as vezes a gente sai correndo até o outro bairro pra poder pegar *Pokémon*. Nisso eu já conseguia achar muitos lugares diferentes. Porque eu sabia que eu ia até aquele lugar e ia conseguir aquele *Pokémon*.”

Hoje em dia como praticamente os mapas acabaram a gente joga basicamente no mesmo lugar, a gente sabe que não vale a pena ir pra lugares longínquos e arriscar e não ter nada de interessante.

- **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

Já saí de casa varias vezes só pra pegar Pokemon. Principalmente na época dos mapas. Eu olhava no mapa, as vezes eu tinha acabado de chegar em casa, mas ai eu olhava no mapa e tinha um pokemon bom e saia de novo ia pegar.

Eu nunca fui pra um lugar, tipo uma viagem só pra pegar Pokemon, mas Uma coisa que eu gosto de fazer é quando eu viajo pra um lugar, eu trago um *Pokemon* de lá de recordação. Eu tenho *Pokemon* de Florianópolis, do Caribe, do Uruguai de vários lugares que eu viajava assim pensei ‘vou pegar um *Pokémon* aqui só pra deixar guardadinho na minha *Pokédex* e ficar com aquela lembrança.

---

<sup>174</sup> Existia um mapa do Jogo aonde era possível ver os ginásios e as localizações dos Pokémon. Esses mapas não funcionam mais.



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

## ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 06

**Nome:** Jogador-06

**Local da entrevista:** Parque Farroupilha em Porto Alegre. (conhecido como Parque da Redenção)

**Data da entrevista:**

### Transcrição da Entrevista

#### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** 32 anos.

**Desde quando joga videogames?** Não jogava muito não.

**Com que frequência você joga?** Sempre que tenho tempo.

**Você já jogou algum tipo de jogo de videogame que exija a interação física real com o jogo virtual?** Não.

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual?**

Sim, o Pokémon.

- **Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?**

A função de sair de casa mesmo, eu jogo com meu marido o Diego, jogamos pra se divertir. O Pokémon me ajudou a sair de casa, fazer chimarrão, passear, se não a gente ia ficar em casa jogado no sofá, vendo filme. Dai assim nós vamos pro parque, tem sol, chimarrão.. as vezes a gente faz uma loucura assim, saímos as 23:00 pra

derrubar ginásio.. as vezes passamos a noite inteira na rua. Tomando cuidado e tudo mais.

### **Você frequentou novos lugares por causa do jogo?**

Eu fui pra casa da minha mãe na praia no mês abril de 2017, porque minha mãe foi viajar e fui cuidar da casa dela e dar comida pras cachorras. Eu fiquei 20 dias lá e minha vida se resumia a sair para ir ao supermercado e voltar. Quatro meses depois, saiu o jogo e comecei a jogar. No final de agosto fiquei na casa da minha mãe uma semana, e daí saía todos os dias e ficava a tarde inteira caminhando na beira da praia para pegar Pokémon, bem na orla, e isso que era frio hein. Ficava indo e vindo, caminhava 10 km por dia. Chocava vários ovos, se não fosse Pokémon eu ficava o dia inteiro dentro de casa.

- **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

Pra dar uma volta e jogar, sim.

- **Você jogou com seus amigos e/ou familiares?**

Só com meu marido mesmo.

- **Você fez alguma batalha Pokémon e identificou o usuário que competia com você?**

A gente vê, mas não somos de conversar muito não, jogamos mais entre nós.





Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

## ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 07

**Nome:** Jogador-07

**Local da entrevista:** Parque Farroupilha em Porto Alegre. (conhecido como Parque da Redenção)

**Data da entrevista:**

### Transcrição da Entrevista

#### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** 26 anos.

**Desde quando joga videogames?** Desde criança.

**Com que frequência você joga?** Depende muito do dia.

**Como você joga?** Sozinho, ou online.

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar?**

Sim o Pokémon.

**Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?**

Eu Jogo desde que saiu, estava em São Paulo quando saiu e fui pro Ibirapuera jogar, e dai foi uma loucura dai assim, todo mundo saindo no carro uma loucura.

- **Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?**

Sim, e no caso de São Paulo, eu não conhecia o Ibirapuera dai eu aproveitei que tinha o jogo e dai fui conhecer e ainda jogar Pokémon. O que realmente me motivou a conhecer o Ibirapuera foi o Pokémon.

- **Você frequentou novos lugares por causa do jogo?**

Agora eu to aqui só pra jogar, e já fiz isso várias vezes, já fui na CCMQ. Aqui em Porto Alegre, eu nunca tinha entrado no Cais Maua, naquela porta nova, só entrei por causa disso.

Eu desviei de rota várias vezes, atrasei um compromisso para pegar um Dragonite (um tipo de *Pokémon*). Bah qualquer coisa, até *Pokémon* menos importante eu desvio.

#### **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

Tava vendo um filme com minha namorado e liguei o jogo só pra ver.. Dai apareceu um pokemon e disse: ‘Bah tu vai ter que me desculpar, mas eu vou ter que sair pra pegar esse Pokemon’

- **Você jogou com seus amigos e/ou familiares?**

Eu jogo com o pessoal aqui que joga, dá pra dizer que são meus amigos.



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

### ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 08

**Nome:** Jogador-08

**Local da entrevista:** Parque Farroupilha em Porto Alegre. (conhecido como Parque da Redenção)

**Data da entrevista:**

### Transcrição da Entrevista

#### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** 23 anos.

**Desde quando joga videogames?** Desde pequeno, eu jogava jogos antes, do Pokémon mesmo. E vi os desenhos também.

**Com que frequência você joga?** Quando dá.

**Como você joga?** Online, sozinho.. Depende, as vezes com meus amigos.

**Você já jogou algum tipo de jogo de videogame que exija a interação física real com o jogo virtual?** Não, mas conheço o Wii e o Xbox.

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar?**

Nenhum até o Pokémon.

- **Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?**

Acho que é essa coisa de poder jogar na rua, mesmo sendo perigoso. Tentaram me assaltar uma vez e na outra fui assaltado. Uma vez tentaram em assaltar na Tristeza, dai eu sai correndo. Dai a segunda vez eu olhei a tempo e consegui escapar, dai na terceira vez eram 6 caras, me pegaram e dai eu não consegui, apanhei ainda. Fiquei 6 meses sem jogar, saia sem celular na rua.

- **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

Tava indo na casa da minha amiga, dai eu tava atrasado já eu desci do ônibus correndo 4 quadras só pra pegar um Dragonite. Outra vez a gente tava aqui (no parque Redenção) e corri um quilometro pra pegar o Snorlax lá do outro lado. Peguei o celular dele e sai correndo. Peguei pra nós dois.

- **Você jogou com seus amigos e/ou familiares?**

Sim, jogo sozinho e com meus amigos.

- **Você fez alguma batalha Pokémon e identificou o usuário que competia com você?**

Sim, sem se conversar não tem como combinar de fazer a reide. Precisamos do código.



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

## ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 09

**Nome:** Jogador-09

**Local da entrevista:** Parque Farroupilha em Porto Alegre. (conhecido como Parque da Redenção)

**Data da entrevista:**

### Transcrição da Entrevista

#### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** 28 anos

**Desde quando joga videogames?** Jogava quando pequena, mas pouco.

**Com que frequência você joga?** Quando to sem nada pra fazer.

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual?**

Sim, o Pokémon.

**Você já jogou Pokémon GO ?**

- **Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?** Sair pra rua, ver gente, vim no Parque.
- **Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?**  
Não.

- **Você frequentou novos lugares por causa do jogo?** Não, talvez tenha frequentado mais os mesmos.
- **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

Sim, to aqui na Redenção pra isso, e pra ficar com meus amigos também. Uma vez apareceu um Snorlax aqui na Redenção as 22:00 da noite, eu e minha amiga entramos no táxi descemos, saímos correndo pegamos e saímos do parque.

- **Você fez alguma batalha Pokémon e identificou o usuário que competia com você?** Sim, mas nada de mais.



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

## ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 10

**Nome:** Jogador-10

**Local da entrevista:** Parque Farroupilha em Porto Alegre. (conhecido como Parque da Redenção)

**Data da entrevista:**

### Transcrição da Entrevista

**Roteiro da entrevista semiestruturada**

**Quantos anos você tem?** 58 anos

**Desde quando joga videogames?** Não jogava videogame, jogava no facebook mesmo.

Com que frequência você joga? Todo dia jogo um pouco. Comecei a jogar no inicio, desde o segundo dia! Jogo assiduamente, mais do que eu gostaria. todos os dias com certeza. Conheci esse pessoal pelo facebook, whatsapp, e no Parque da Redenção mesmo.

**Você já jogou algum tipo de jogo de videogame que exija a interação física real com o jogo virtual?** Não, já ouvi falar, mas não joguei.

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual?**

Sim, o Pokémon.

**Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?**

- **Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?**

Saindo pra rua a gente conhece né? Caminhando. Muito bom sair pra rua, muita coisa que eu não via antes, muita coisa que andando de carro, eu só vi agora durante o jogo. Prédios, essas coisas, e olha, era pra conhecer, mas só fui conhecer agora (pelo jogo).

**Você frequentou novos lugares por causa do jogo?**

Costumo fazer caminhos diferentes. Saio de casa às vezes eu olho o que que tem por ali (através do mapa) e faço uma rota diferente. Ou quando levo minha filha pra aula também. Deixo ela lá e dou mais uma passeadinha antes de ir pra casa.

Sobre viajar para outros lugares, não fui pra outras cidades exclusivamente pelo jogo, mas as vezes eu vou pra Rivera então ai eu aproveito e dou uma caminhada também.

• **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

O pessoal do grupo organiza: dentro do grupo grande da *Instintic* (time amarelo) que é o meu, a gente tem um grupo menor, o YWT (*Yellow win together*), e ai eles marcam alguma coisa (pelo grupo criado no whatsapp), no aeroporto, na Casa de Cultura Mário Quintana e a gente vai e ai eu aproveito e vou também. Ficamos lá porque é mais seguro, tem tomada, dai fica mais fácil de jogar. Eu fico amiga e meio mãe do grupo. Eu me sinto bem porque eles me aceitaram bem, não me sinto deslocada, me sinto bem.

Tinha mais gente que jggava antes, o legal era quando aparecia um Dratine lá do outro lado, todo mundo saia correndo pra lá. Era uma nuvem de poeira que levantava, era muito divertido.

• **Você jogou com seus amigos e/ou familiares?**

Jogava com minha filha, mas ela parou, prefere jogo de computador.





Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

## ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 11

**Nome:** Jogador-11

**Local da entrevista:** Parque Farroupilha em Porto Alegre. (conhecido como Parque da Redenção)

**Data da entrevista:**

### Transcrição da Entrevista

#### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** 35 anos

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual?**

Sim o Pokémon, jogo desde o início.

- **Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?**

Acho que é isso de sair, jogar com os amigos. Amigos que conheci jogando por causa do jogo.

- **Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?**

Sim, em função das novas rotas que fiz, altero as rotas em função do jogo, 99% das vezes.

- **Você frequentou novos lugares por causa do jogo?**

Sim, terminei vindo mais pro parque por causa disso.

- **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

Sim, mas jogo normalmente nos meus deslocamentos. Meu caminho pro trabalho desde que começou *Pokémon* eu dei uma alterada, eu vou a pé e faço diferente pra passar em *Pokéstops*.

- **Você jogou com seus amigos e/ou familiares?**

Sim, com os amigos que fiz durante o jogo.

## **ROTEIRO DA ENTREVISTA**

**Entrevista n°:** 12

**Nome:** Jogador-12

**Local da entrevista:** Parque Farroupilha em Porto Alegre. (conhecido como Parque da Redenção)

**Data da entrevista:**

## **Transcrição da Entrevista**

### **Roteiro da entrevista semiestruturada**

**Quantos anos você tem?** Não informado. Aproximadamente 50 anos.

**Desde quando joga videogames?** Não jogava

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual?**

Sim, o *Pokémon* com meu filho. (Filho menor de idade, que estava com ele.) Jogamos desde o lançamento, no verão na praia nós saímos pra caminhar e jogávamos juntos.

**Você já jogou *Pokémon GO* ?**

- **Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?**

Acho que é a coisa de caminhar, Obriga a gente a caminhar, passear com a cachorro.

- **Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?**

Sim, conhecemos umas ruas novas em função dos desvios que fazemos para pegar Pokémon.

- **Você frequentou novos lugares por causa do jogo?**

Fazemos desvio de carro até o centro ou até algum ginásio, quando saímos de casa. Conheci novos lugares em Porto Alegre, e conheci novas pessoas também, várias.

### **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

É a primeira vez que viemos aqui só pra isso (no Parque da Redenção), durante a semana quando eu vou e volto pro trabalho eu jogo. Jogo no percurso, é um jogo que permite fazer isso, quilometrar. Não jogava nenhum outro jogo antes, eu comecei a jogar porque eu gostei. Obriga a gente a caminhar, passear com o cachorro.

### **Você jogou com seus amigos e/ou familiares?**

Sim, por causa do jogo começamos a fazer amizade com o pessoal do time azul, nosso time. Pra combinar as batalhas e tudo mais.



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

## ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 13

**Nome:** Jogador13

**Local da entrevista:** Casa de Cultura Mario Quintana.

**Data da entrevista:**

## Transcrição da Entrevista

### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** 25 anos.

**Desde quando joga videogames?** Sim, todo tipo.

**Com que frequência você joga?** Quando era menor jogava muito, agora que trabalho jogo menos.

**Como você joga?** Videogame, computador, celular, todo tipo.

**Você já jogou algum tipo de jogo de videogame que exija a interação física real com o jogo virtual?** Sim, o Xbox. Uma amiga tem, jogamos um jogo de dança.

- **Qual? Era possível jogar esse jogo com outras pessoas?** Sim, jogamos entre amigos na casa dela.

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual?**

O Pokémon.

- **Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?**

Ficar entre amigos.

- **Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?**

Sim vários lugares. Eu conheci muitas partes da cidade, que eu não conhecia antes, conheci bairros inteiros. Eu conheço Porto Alegre através do jogo, eu me oriento pelo Pokémon. Nós nos orientamos pelo Pokémon. Uso muito pra me referenciar. Quando os meus amigos foram lá no meu bairro eu disse: “passa o *Gym* dobra direita”. Eu não uso o *Google Maps*, eu uso o *Pokémon*. Só quem conhece o jogo sabe de algumas coisas (lugares).

- **Você frequentou novos lugares por causa do jogo?**

Sim, fomos a São Leopoldo jogar, atravessamos a São Leopoldo. Andamos em todo interior de São Leopoldo, lugares que nem conhecíamos.

Eu não conhecia a casa de cultura por exemplo.

O Parcão é bom, é seguro. Mas domingo é na Redenção, é maior e o brique deixa mais seguro.

Eu só sei o nome do Monumento General Osório aqui no Centro por causa do jogo.

- **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

Sim, São Leopoldo, Porto Alegre.

Conheci toda a Zona Norte a pé e de carro em função do jogo.

Eu jogo com celular na rua e nem tô, se ficar de olho não dá nada.

- **Você jogou com seus amigos e/ou familiares?**

Conhecidos tem uns 100. Mas nos grupo tem muito mais, mas tudo fly.

(Alguns nesse dia tiveram relacionamentos amorosos em função jogo)

A gente ao pra Canoas pegar os Ginásios. Antes das batalhas de Reide nós nos organizávamos em menos pessoas. Agora é preciso mais tempo.

- **Você fez alguma batalha Pokémon e identificou o usuário que competia com você?**

- Eu fui atrás de um fly, ele me derrubava direto, daí pesquisei quem ele era.

Daí, eu vi a cara dele, e quando eu tava caminhando na rua vi ele na

Andradas, fui atrás dele e disse “o Fulano, porque tu ta me derrubando direto!

Vamo para com isso aí” nunca mais ele me derrubou.



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

## ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 14

**Nome:** Jogador 14

**Local da entrevista:** Casa de Cultura Mario Quintana.

**Data da entrevista:**

### Transcrição da Entrevista

#### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** 40 anos.

**Desde quando joga videogames?** Jogava Game Boy e Gta no videogame.

**Com que frequência você joga?** 'Direto'. Todo dia jogava um pouco.

**Como você joga?** Video Game

**Você já jogou algum tipo de jogo de videogame que exija a interação física real com o jogo virtual?** Não.

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual?**

Sim, o Pokémon.

- **Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?**

Isso de jogar junto e sair por aí.

- **Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?**

Sim, de que ela não é tão perigosa quanto parece. Claro, se tu sabe por onde andar também.

- **Você frequentou novos lugares por causa do jogo?**

Novos eu não sei, mas me fez frequentar mais aqui a Redenção.

- **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

Sim, vínhamos aqui na Redenção de madrugada só pra isso. Na época que tinha ninho de Pikachu nós vínhamos direto de noite, nós entrávamos entre cinco pessoas. A Redenção de noite é tranquila e muito legal. É bem iluminado, só essa parte oriental que é bem escura. Tem uma galera, gente estranha, mas tem bastante gente 'normal' passando por dentro da Redenção. Ficamos até 3, 4 horas da manhã...

- **Você jogou com seus amigos e/ou familiares?**

Sim, amigos que eu fiz por causa do jogo. Fazemos vários amigos e inimigos, quando a gente sai de madrugada pra derrubar ginásio, no outro dia é choradeira dos outros times



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

## ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 15

**Nome:** Jogador 15

**Local da entrevista:** Casa de Cultura Mario Quintana.

**Data da entrevista:**

### Transcrição da Entrevista

#### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** ( em média 25 anos )

**Desde quando joga videogames?** Desde pequena com meu irmão.

**Com que frequência você joga?** Agora não jogo tanto, mas jogava todo dia.

**Como você joga?** Jogava pelo vídeo game e computador.

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual?**

Sim, o Pokémon.

- **Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?**

Sair pra rua com uma utilidade. (risos)

- **Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?**



Não.

- **Você frequentou novos lugares por causa do jogo?**

- 

Saiu de casa ligou o jogo, pra chocar ovo, quilometrar. Por exemplo: Vou pra tal lugar. Daí molda o caminho...Vamos ver por onde eu posso ir. Se não tenho que passar por algum ginásio, derrubar...botar *Pokémon* ali...Tu sai meia hora antes só pra derrubar.

- **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

Saio mais agora em função dos novos eventos, estão juntando o pessoal.

- **Você jogou com seus amigos e/ou familiares?**

Sim, jogava com amigos que agora nem jogam mais. Agora jogo com os amigos que conheci em função do jogo.

- **Você fez alguma batalha Pokémon e identificou o usuário que competia com você?**

Sim, isso é necessário para se organizar. Tem grupos de whatsapp e do telegram que a gente consegue fazer essa junção de pessoas, até pra fazer as batalhas em grupo, então a gente combina assim apareceu um pokemon X em tal lugar, fica até que horas? Quem vai? Faz uma listinha...e combina 15 minutos antes que da hora de ele ir embora.. essas são as reides.



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

## ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 16

**Nome:** Jogador 16

**Local da entrevista:** Casa de Cultura Mario Quintana.

**Data da entrevista:**

### Transcrição da Entrevista

#### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** 23 anos.

**Desde quando joga videogames?** Desde pequeno.

**Com que frequência você joga?** Todos os dias jogo alguma coisa.

**Como você joga?** Celular, computador, videogame. Gosto mais de computador.

**Você já jogou algum tipo de jogo de videogame que exija a interação física real com o jogo virtual?** Já mas não gosto.

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual?**

Sim o Pokémon.

- **Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?**

Isso, de jogar na rua com as pessoas.

- **Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?**

Sim, conheci com o pessoal São Leopoldo e Porto Alegre. Sou de Canoas, e conheci Porto Alegre por causa do jogo, porque tem mais Gyms e Pokéstops.

Os Monumentos que eu conheci, aqui e pesquisei foram por causa do jogo. O Museu da Comunicação eu só sei por causa do jogo.

- **Você frequentou novos lugares por causa do jogo?**

O lugar que mais gosto de frequentar e a ccmq e o aeroporto, tem tomada e wifi.

Na rua eu gosto muito do Parcão, é mais tranquilo. Mais seguro.

Eu não farmo na rua mais.

- **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

Sim, já viajei, Sim, São Leopoldo, Porto Alegre.

- **Você jogou com seus amigos e/ou familiares?**

Sim, conhecido que aparece pra jogar tem uns 100.

Nós temos centro de dominância, a Redenção ficou muito tempo vermelha, a Zona Sul é Vermelha e Sarandi é amarelo.



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

## ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 17

**Nome:** Jogador 17

**Local da entrevista:** PUCRS.

**Data da entrevista:**

## Transcrição da Entrevista

### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** 23 anos.

**Desde quando joga videogames?** Jogava videogame quando tinha mais tempo.

**Com que frequência você joga?** Agora não muito.

**Como você joga?** Jogava no Console mesmo.

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual?**

Sim, o Pokémon.

- **Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?**

A função de ser a história de quando eu era criança, parece que foi um sonho que se tornou realidade.

- **Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?**

Na verdade, não muito, eu não mudo meu trajeto em função do jogo. Como eu estudo e moro perto da pucrs, e tem ginásio lá, a gente se organiza pra ir até as raides.. pelos grupos de whatsapp.

- **Você frequentou novos lugares por causa do jogo?**

Sim e reparei em coisas que eu não veria antes. Tu meio que tu te obriga, as vezes aparece Pokémon num lugar onde tu nunca foi.. Dai apareceu um Pokémon ali, entrei com o carro e ai que eu descobri que a rua era sem saída. (risos)

- **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

Sim, quando tenho tempo sim. Jogava todo dia até me lesionar.

- **Você jogou com seus amigos e/ou familiares?**

Sim, com minha esposa.

- **Você fez alguma batalha Pokémon e identificou o usuário que competia com você?**

Através de um grupo de facebook, nós organizamos o whatsapp de caçada Pokémon da PUCRS. Assim, nós nos encontramos realmente lá.



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

## ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 18

**Nome:** Jogador 18

**Local da entrevista:** Redenção.

**Data da entrevista:**

### Transcrição da Entrevista

#### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** 34 anos.

**Desde quando joga videogames?** Não, só esses joguinhos bobos de celular.

**Com que frequência você joga?** Agora não muito.

**Como você joga?** No celular só.

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual?**

Sim, o Pokémon.

- **Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?**

A desculpa de sair pra rua. (risos) A gente sai com o cachorra 'Lady Mow', dá uma volta pelas PokéStops, vai atrás das Raides...

- **Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?**

Eu moro em Porto Alegre a 4 anos, e nós (ela e o marido) terminávamos indo sempre nos mesmos lugares, mas desde que lançou o Pokémon eu conheci vários lugares. Conheci o Parcão que eu não conhecia, não conhecia o Jardim Botânico, eu fui conhecer porque tinha uma PokéStop. O Parcão nós conhecemos porque

tinha um 'girafarig' (um tipo de Pokemon), Germânia eu também conhecia...fomos por causa de um 'Saimabi' (outro tipode pokemon). Acho que mudou bastante nossa rotina.

- **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

Sim, hoje mesmo estamos aqui tomando um chimarrão por causa do Community Day.

- **Você jogou com seus amigos e/ou familiares?**

Sim, com meu marido e com os amigos que a gente acaba conhecendo. Eu peguei o gosto agora pelo jogo e meu marido perdeu. Mas eu incentivo ele.



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

## ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 19

**Nome:** Jogador19

**Local da entrevista:** Casa de Cultura Mario Quintana.

**Data da entrevista:**

### Transcrição da Entrevista

#### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** 28 anos.

**Desde quando joga videogames?** Sempre joguei.

**Com que frequência você joga?**

Acho que umas 4 vezes por semana mais ou menos. Não sei, todo dia um pouco de repente.

**Como você joga?** Computador, videogame, celular.. O que tiver! (risos)

**Você já jogou algum tipo de jogo de videogame que exija a interação física real com o jogo virtual?** Sim, o Wii.

- **Qual? Era possível jogar esse jogo com outras pessoas?**

Sim, jogamos aquele jogo de dança.

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual?**



O Pokémon.

- **Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?**

Poder brincar como antigamente ao mesmo tempo que com o jogo.

- **Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?**

Não muito, sou de Canoas e lá não tem muita coisa. Descobri coisas aqui em Porto Alegre mesmo.

- **Você frequentou novos lugares por causa do jogo?**

Sim, conheci melhor a Redenção.

- **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?**

Sim, venho até Porto Alegre, pelo centro e Redenção só pra isso.

- **Você jogou com seus amigos e/ou familiares?**

Jogava sozinho, mas agora jogo com os amigos que fiz no jogo.

- **Você fez alguma batalha Pokémon e identificou o usuário que competia com você?**

Eu moro em Canoas e jogava sozinho, mas desde que começou as Reides, eu conheci o Fabiano e desde então que eu me juntei com essa galera sabe.. Porque se não era eu jogando sozinho e eu a maior parte do tempo jogando em casa também.



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR

## ROTEIRO DA ENTREVISTA

**Entrevista n°:** 20

**Nome:** Jogador 20

**Local da entrevista:** Redenção.

**Data da entrevista:**

### Transcrição da Entrevista

#### Roteiro da entrevista semiestruturada

**Quantos anos você tem?** 24 anos.

**Desde quando joga videogames?** Sim.

**Com que frequência você joga?** Não sei... tipo um dia sim e um dia não talvez.

**Como você joga?** Celular com mais frequência, videogame é mais raro.

**Você já jogou algum jogo que exigisse sair de casa e caminhar? Qual?**

Sim, o Pokémon GO .

- **Que coisas você gostou e o que você mais gostou no jogo?**

Não sei dizer, acho que tudo um pouco. Tipo sair pra rua, jogar um jogo de quando eu era criança.

- **Você fez alguma descoberta na sua cidade em função do jogo? Qual (s)?**

Sim, fui pra vários lugares e fazemos horários loucos, saímos pra caçar de noite no Parcão, Redenção, Aeroporto. Caçada na Zona Sul é bem legal.

- **Você se propôs a sair de casa com a finalidade de jogar?** Sim.
- **Você jogou com seus amigos e/ou familiares?**

Eu comecei a amizade com esse pessoal aqui por causa do jogo. Começamos a amizade com o Pokemon, jogando. Só que agora a gente acaba andando sempre junto, agora a pouco tempo a gente tava almoçando, ontem a noite eu fui pra balada com o pessoal do Pokemon. Foi o Pokémon que reuniu a gente resumindo.

Já fui na chuva pra pegar pokemon. Comprei pokébola porque fiquei sem pokébola, e o dragonite fugiu. Já fiz retorno proibido pra pegar pokemon, tomei uma multa. Mas eu peguei o pokemon! Nossa, muitas histórias.

## ANEXO – I – TIPO DE POKÉMON POR LOCALIDADE.

### “Tipos de Pokémon e locais que aparecem no Pokémon GO

- **Fire (Fogo):** Pokémon tipo Fogo são mais comuns em lugares quentes. Quem mora em locais mais secos ou próximos ao litoral diz que consegue uma boa variedade (é claro que isso varia e não deve ser levado como critério principal). Geralmente, Ponyta e Growlithe são os que mais aparecem.
- **Water (Água):** Por motivos óbvios, estão próximos a pontos aquáticos: lagoas, rios e praias. Horsea, Goldeen, Psyduck, Poliwhag, Staryu e o ‘querido’ Magikarp são os mais fáceis de encontrar por aí.
- **Grass (Planta):** Quem mora mais perto do mato e áreas rurais encontra mais Pokémon tipo planta. De fato, por experiência própria, faz sentido. Além dos milhões de Zubat e Pidgey, o que mais tem nas áreas verdes (como aqui) é Oddish, Exeggcute, Bellsprout e Bulbasaur.
- **Electric (Elétrico):** Dizem que estão próximos às indústrias, escolas e universidades. Nesses lugares você pode conseguir o Pikachu dos sonhos, Voltorb, Magnemite, Electabuzz, entre outros.
- **Normal:** Costumam aparecer em todos os lugares, inclusive dentro de casa, alguns com mais frequência – como o Clefairy, Rattata e o Pidgey – e outros mais raros (Jigglypuff, Chansey e Meowth).
- **Ice (Gelo):** Má notícia para os brasileiros (ou não). Pokémon tipo gelo são comuns na neve, embora muita gente já tenha encontrado alguns raramente nas ruas – ou ganhado por meio dos ovos, geralmente Seel ou Jynx.
- **Fight (Lutador):** Aparecem em estádios, academias e centros esportivos. É frequente achar Machop, Hitmonlee, Hitmonchan ou Mankey nestes lugares.
- **Steel (Metal):** No Pokémon GO, só o Magnemite é tipo Metal. Além de ser visto nos mesmos locais dos tipos Elétrico, ele é encontrado em prédios ou estações de trem/metrô.
- **Flying (Voador):** São bem fáceis de achar e comuns, assim como os Pokémon do tipo Normal. Presentes em jardins, casas, áreas urbanas, ou seja, em todo lugar tem um Fearow ou um Zubat esperando para ser capturado.
- **Fairy (Fada):** Ficam próximos a pontos turísticos e lugares conhecidos. No Pokémon GO, há poucos dessa forma, apenas Clefairy, Clefable, Jigglypuff, Wigglytuff e Mr. Mime.
- **Ghost (Fantasma):** Não há uma regra, mas muita gente relata que encontra Pokémon Ghost próximo às igrejas, cemitérios e estacionamentos.

- **Bug (Inseto):** Assim como Pokémon Grass, os insetos também estão próximos às árvores e locais com mato. Parques são uma boa opção para pegar Weedle, Caterpie, Paras, Venonat, entre outros.
- **Psychic (Psíquico):** Abra, Hypno e companhia são visto próximos aos hospitais e em áreas residenciais, revelam muitos jogadores de Pokémon GO .
- **Ground (Terra):** Aparecem em áreas urbanas, playgrounds e jardins. Ainda não há uma regra clara para caçar e encontrar Pokémon Ground.
- **Poison (Veneno):** Córregos, áreas aquáticas e indústrias são os locais preferidos de Pokémon venenoso, como o Muk, Ekans, Koffing e Tentacool.
- **Dragon (Dragão):** Quer pegar um Dratini? Então, vá para pontos famosos da sua cidade. Como são raros, Pokémon Dragon surgem geralmente em áreas conhecidas e pontos turísticos.
- **Rock (Pedra):** Pedra entra na mesma do tipo Terra, embora muitos gamers afirmem que esses Pokémon são comuns em shoppings e rodovias.
- **Dark (Sombrio):** Ainda não existem tipos Dark em Pokémon GO , já que nenhum Pokémon da primeira geração se encaixa nesta característica. Eles só aparecem a partir de Johto, como Umbreon e Hondour e Murkrow.”<sup>175</sup>

---

<sup>175</sup> <http://www.pokemongobrasil.com/onde-encontrar-cada-tipo-de-pokemon-no-pokemon-go/>

## **ANEXO – II – CRITÉRIOS DE ACEITAÇÃO DE NOVOS PONTOS.**

### **“CRITÉRIOS DE ACEITAÇÃO**

Candidatos de Portal de alta qualidade são aqueles que ajudam os agentes a descobrir e apreciar sua comunidade, tais como .:

#### **UMA LOCALIZAÇÃO COM UMA HISTÓRIA LEGAL, UM LUGAR NA HISTÓRIA OU NO VALOR EDUCACIONAL**

História interessante atrás da localização / objeto

Significado histórico (além de apenas ser velho)

#### **UMA COLEÇÃO DE ARTE OU ARQUITETURA ÚNICA**

Estátuas, pinturas, mosaicos, instalações leves, etc.

Locais que exibem arte fina (por exemplo, teatros e museus de arte de performance)

Edifícios projetados por renomados arquitetos / estruturas famosas especificamente por sua arquitetura

#### **UM GEM ESCONDIDO OU UM PONTO HIPER-LOCAL**

Um ponto local popular que você faria exame de um amigo que visita sua comunidade para a primeira vez

Um local popular onde os habitantes locais se reúnem, mas pode ser menos conhecido fora da comunidade

Pontos turísticos que mostram o sabor e a cultura locais e que tornam sua cidade / bairro única

Mais off-the-batido-caminho atrações turísticas (ou seja, se você não era um local, você não necessariamente saber ir aqui)

Atrações turísticas aventureiras - pense em torres de observação, observatórios, sinais ou marcadores sobre picos de montanha, etc.

Além de usar os critérios de aceitação acima, muitas vezes adicionamos candidatos que são um assentimento especial para indústrias e redes que conectam pessoas ao redor do mundo, assim como Ingress conecta Agentes em todo o mundo. Esses incluem:

#### **BIBLIOTECAS PÚBLICAS**

Um aceno à educação e descoberta, pedras angulares de Niantic & Ingress

Inclui poucas bibliotecas livres, desde que não estão em propriedade residencial confidencial; Não inclui bibliotecas móveis

#### **LUGARES PÚBLICOS DE ADORAÇÃO**

Um aceno para o outro mundo, que é parte integrante da história de Ingress

Tirar uma foto clara e brilhante para a sua apresentação que mostra o assunto e seus arredores nos ajuda a determinar mais facilmente se o candidato atende aos nossos critérios de aceitação e confirmar se ele está fisicamente localizado no local sugerido.

No entanto, os candidatos não necessariamente têm que ser visualmente impressionante para atender aos nossos critérios de aceitação.

Da mesma forma, enquanto as descrições não são necessárias, elas são altamente encorajadas, e muitas vezes fornecem contexto e nos ajudam a entender mais claramente como seu candidato atende aos critérios de aceitação.”<sup>176</sup>

---

<sup>176</sup> <https://support.ingress.com/hc/en-us/articles/207343987-Candidate-Portal-criteria>