



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

BRAGA

**PERCEÇÕES ACERCA DO ESPAÇO URBANO NA
CONTEMPORANEIDADE: UM ESTUDO SOBRE AS FLEXÕES
GERADAS PELO JOGO POKEMON GO NO QUE CABE A APREENSÃO
DOS SIGNOS QUE COMPÕEM A PAISAGEM URBANA DA CIDADE DE
BRAGA**

Dissertação de Mestrado apresentada à
Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre em **Comunicação
Digital**

Breno Enzo Scafura

Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais

DEZEMBRO 2019



CATÓLICA
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS SOCIAIS

BRAGA

**PERCEÇÕES ACERCA DO ESPAÇO URBANO NA
CONTEMPORANEIDADE: UM ESTUDO SOBRE AS FLEXÕES
GERADAS PELO JOGO POKEMON GO NO QUE CABE A APREENSÃO
DOS SIGNOS QUE COMPÕEM A PAISAGEM URBANA DA CIDADE DE
BRAGA**

Dissertação de Mestrado apresentada à
Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre em Comunicação
Digital

Breno Enzo Scafura

Sob a Orientação da Prof.^a Doutora **Carla Susana
Monteiro Ganito**

Dedico este trabalho a todos aqueles
que estiveram cá desde sempre
e nunca se fizeram ausentes
independente de distâncias
ou do descompasso dos relógios

AGRADECIMENTOS

Na minha opinião, um homem que afirma-se como um ser solitário e totalitário - tal como um regime facista e centrado num único e exclusivo poder, é, em demasia, presunçoso. Aquele que clama, arrogantemente, viver a ausência de inspirações e contribuições externas a si precisa descer do pedestal para exercer uma visão holística, principalmente no que diz respeito às nuances sob seu próprio esforço intelectual.

Partindo do pressuposto que a jornada aqui findada só foi possível dado todo o suporte que tive, e tenho, desde a minha infância, dedico este esforço, em sinônimo de trabalho, aos meus amigos e familiares, amores e mentores, colegas e professores, dos quais sem não teria atingido êxito. Ao meu pai, Bruno Enzo Scafura, minha mãe, Lídia Azevedo Scafura, e meu irmão, Bruno Azevedo Scafura, um carinho especial, pois estes me acompanham desde sempre, mesmo em momentos torpes. Todo o vosso esforço, tenham sido estes financeiros ou emocionais, deram-me bases sólidas para construir minhas próprias pontes de caráter e sabedoria. As ligações das quais me refiro foram elos que me mantiveram firme até o dado momento, e por isso vos agradeço.

Para os meus grandes amigos, fiéis companheiros; Thildo Junior, Victor Nascimento, Jorge Piano, Filipe Andrade e Rodrigo Fernandes, Eric Ferreira, Gilvandro Telles, deixo aqui também uma menção honrosa em nome de toda a energia e esperança depositadas em mim. Nos momentos mais difíceis, mesmo que longe ou no anonimato, vocês cá estavam. Numa memória, numa mensagem instantânea ou, até mesmo, numa visita inesperada, vocês se fizeram parte deste documento. Neste espaço de fala, aos que cá, em Portugal, me receberam e me auxiliaram, também gostaria de saudar. Diana Martins - e família -, Ricardo Gomes, Rui Alves, Rui Novera, Salvador Mota, José Gabriel, Odete Sofia e Inês De La Fuente, vocês foram extremamente importantes nesta etapa da minha vida. Longe dos meus, vocês se fizeram presentes de alguma forma, me guiaram nessa viagem de descobertas. Por último, mas não menos importante, os meus tutores; Daniel Marques, Marcel Aires e Felipe Thomaz, que mais do que guias, sempre foram também figuras representativas em que busco inspiração neste caminho da acadêmica. Suas inserções foram extremamente importantes para a minha formação

intelectual e esquecer todas as contribuições e momentos de reflexão proporcionados, mesmo que por meio de ligeiras conversas, seria indelicado e negligente de minha parte.

Portanto, este gesto de gratidão é dedicado aos presentes na minha jornada heróica – pois acredito, tal como Aristóteles, que o Inatismo é redundantemente equivocado e o esforço intelectual é, sobretudo, um conjunto de experiências e assimilações das quais precisamos, muitas vezes, de muito mais esforço que qualquer tipo de atividade de cunho físico – que nas palavras de Campbell (1989) se definiria como um caminho de auto-conhecimento e proações onde o principal objetivo é trazer à aqueles que rodeiam e apoiam o herói algum retorno tangível. Dos meus arautos e mentores, aos mais coadjuvantes personagens, deixo aqui um obrigado sincero, pois, mesmo que na ponta da minha espada exista um coração, reconheço que as verdadeiras batalhas são os mais claros exemplos de empenhos contínuos e também coletivos.

Breno Enzo Scafura
Braga, Junho de 2019

ABSTRACT

As a reflection of the media action nowadays, the notions that once were connected to the idea of urban space are now in constant resignification. These changes affect directly on the symbolic construction and social function of everyday spaces in contemporaneity. With the inherent mobility of the most modern artifacts and media, these semiology and sensorial production attached to the daily scenarios was intensified. Starting from this phenomenon in which the media becomes mobile and mediates exchanges between man and his surrounding environment, the present work aims to understand the relations between the game Pokemon Go, considering it as a locative medium, and its capacity to reconfigure the existing social practices and protocols of Braga's urban landscape. At the end of this study it was apprehended that the elements that compose the application are capable of provoke social practices that are unusual to the urban scenarios, evoking the reinterpretation of its physical, semantic and social limits.

KEY WORDS: Urban Spaces, Locative Media, Geobased Games, Mobile Devices, Pokemon Go.

RESUMO

Como reflexo da acção dos media no hodierno, as noções antes vinculadas a ideia de espaço urbano encontram-se em constante ressignificação. Estas mudanças afectam directamente na construção simbólica e na função social dos espaços cotidianos na contemporaneidade. Com a mobilidade inerente nos artefactos e media mais modernos, esta produção semiológica e sensorial atrelada aos cenários do cotidiano foi intensificada. Partindo deste fenómeno, onde os media se tornam móveis e medeiam trocas entre o homem e o ambiente que o circunda, o presente trabalho visou entender as relações entre o jogo Pokemon GO, considerando-o um media locativo, e sua propriedade de reconfigurar as práticas sociais e protocolos existentes na paisagem urbana de Braga. Ao final do trabalho foi apreendido que os elementos que compõem a aplicação são capazes de convocar práticas sociais não habituais aos cenários urbanos, convocando a reinterpretação de seus limites físicos, semânticos e sociais.

PALAVRAS CHAVE: Espaços Urbanos, Media Locativos, Jogos Geoferenciados, Dispositivos Móveis, Pokemon Go.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 1

I. PERCEÇÃO DO ESPAÇO NA CONTEMPORANEIDADE 7

1.1.	REALIDADE E FICÇÃO	7
1.2.	MEDIATIZAÇÃO.....	8
1.3.	RUPTURAS E RESSIGNIFICAÇÕES	13
a.	Rupturas	14
b.	Ressignificações	21

II. LOCATIVIDADE, MOBILIDADE, PORTABILIDADE E ESPAÇO: CONDIÇÕES ESPACIAIS NA CONTEMPORANEIDADE. 23

2.1.	DISPOSITIVOS MÓVEIS E MEDIAS LOCATIVOS.....	25
2.2.	ESPAÇO NA CONTEMPORANEIDADE	30
2.3.	SENSE OF SPACE: RESSIGNIFICAÇÕES E FLEXÕES SIMBÓLICAS DO ESPAÇO.....	36

III. POKEMON GO: FRANQUIA, FENÔMENO E APLICAÇÃO 45

3.1.	JOGO X REALIDADE.....	45
3.1.	APANHA-LOS TODOS: DO LANÇAMENTO AOS DIAS DE HOJE	50
3.2.	UMA MISTURA DE NOSTALGIA E INOVAÇÃO	54
3.3.	FUNCIONAMENTO E ASPECTOS ESTRUTURAIS, LÓGICOS E SOCIAIS.....	58
3.3.1.	FUNCIONAMENTO.....	59
3.3.2.	INÍCIO DA JORNADA	60
3.3.3.	GET UP AND GO.....	61
3.3.4.	POKEMON NO MUNDO REAL	62
3.3.5.	ELEMENTOS ESTRUTURAIS	62
3.3.6.	ELEMENTOS LÓGICOS E SOCIAIS.....	72
3.3.7.	COMUNIDADE	83

IV. BRAGA GO! 87

4.1.	A CAPITAL DO MINHO SOB A ÓTICA DE POKEMON GO	87
------	--	----

4.2.	QUEM JOGA?	89
4.2.1.	USUÁRIO BRACARENSE	90
4.2.2.	PERFIS DE JOGADOR DA COMUNIDADE LOCAL.....	92
4.3.	CENÁRIOS DE JOGO HABITUAIS NA CIDADE DE BRAGA	94
4.3.1.	UNIVERSIDADE DO MINHO: CAMPUS GUALTAR	96
4.3.2.	PARQUE SÃO JOÃO DA PONTE	99
4.3.3.	AVENIDA CENTRAL DE BRAGA.....	102
V.	CONCLUSÃO	107
	BIBLIOGRAFIA	115
	ANEXOS	124

INTRODUÇÃO

Não sabemos ao certo de onde acessas este documento. Incluindo a incerteza, no âmbito do espaço e também do tempo, não podemos igualmente delimitar em que tipo de artefacto ou qual conjunto de *softwares* será utilizado para a leitura de nossa reflexão. No entanto, neste emaranhado de imprecisões, a única evidência que se faz clara para nós é que as tecnologias que medeiam sua leitura possivelmente tenham capacidades relativas a geração e armazenagem de dados. Não só isso, esses dispositivos, inteligentes por natureza, são capazes de cruzar informações associadas à sua rotina, dizer-lhe o momento em que consegue ser mais produtivo, o local em que geralmente você costuma ler e até a quantidade de horas que dedicou a acompanhar aquilo que aqui dividimos consigo. Mais precisamente, caso o dispositivo que reproduz em sua tela – tela essa que ainda pode conter algum tipo de sensor de ajuste de luminosidade e que se configura automaticamente a partir da sua necessidade de luz– essa pesquisa seja capaz de adicionar informação ao espaço urbano, ubiquamente presente na rede, através dos dados inscritos na locação, poderíamos, inclusive, conhecer melhor o seu perfil de leitura, seus hábitos cotidianos e rotina. Nossas noções acerca do seu dia a dia seriam ainda mais certeiras se, além de portátil, este dispositivo fosse também móvel, permitindo seu uso contínuo, mesmo enquanto você se desloca; daí a atual preocupação do campo em entender e discutir questões relacionadas a privacidade e controlo, armazenagem e acesso dos dados gerados resultante do uso de dispositivos e artefactos diversos.

A presença dos media já não mais nos alarma, tal como surpreendia nos grandes roteiros de ficção científica. Estamos habituados à presença das tecnologias, que se encontram tão imbricadas na sociedade a ponto de passarem despercebidas de nossos olhares distraídos, desavisados, perdidos na imensidão de signos que flutuam em fluído cognitivo. A mediatização, característica marcante da contemporaneidade, acelera nosso tempo, rompe barreiras espaciais, e evoca uma série de reinterpretações de sentidos e conceitos antes muito bem consolidados no tecido social. Embaralhados, acompanhamos a maré, somos levados por um ritmo intenso de práticas e protocolos. As potencialidades dos considerados “novos media” dispõe uma miríade de possibilidades comunicacionais e técnicas alinhadas ao indivíduo e à sua capacidade de socializar. A dinamicidade de nossa época altera nossa forma de lidar com aquilo que esta ao

nosso redor e nos impõe uma cadência frenética, difícil de acompanhar, mas que ao final fazemos de maneira espontânea, osmótica.

Advindo também das potencialidades do que consideramos como tecnologia inteligente e móvel, o objeto em questão do estudo que vos segue é uma metáfora do atual panorama tecnológico contemporâneo. Com um grande número de adeptos o jogo baseado em geoposicionamento, *Pokemon GO*, foi uma febre mundial em seu lançamento, arrebatando toda uma geração de jogadores já cativados, ou não, por outras representações da prestigiada franquia (KEOGH, 2016). O sentimento de nostalgia dos já membros da comunidade, somado a curiosidade dos “neófitos” (JENKINS, 1992), gerou uma grande força motriz que fez do aplicativo um derradeiro sucesso entre usuários de todas as idades ao redor do mundo. Disponível para *download* desde o segundo semestre de 2016, de acordo com o *Polygon* (GRANT, 2016), o jogo ultrapassou a marca dos 500 milhões de *downloads* ainda em seu ano de lançamento.

Tal como estudos precedentes, as questões que emergem junto ao jogo nos instigam da mesma forma que condicionaram os olhares de outros pesquisadores. Levados, similarmente, pelo aumento de reflexões que buscam tangibilizar questões relacionadas à experiência híbrida do mundo e vida, aqueles que já se debruçaram sobre *Pokemon GO* enquanto tema de análise nos abriram caminho, de forma a demonstrar o seio farto e a multiplicidade de abordagens que englobam as dinâmicas relacionadas ao jogo e suas políticas socioculturais embutidas. Dos efeitos colaterais e conflitos gerados pelo jogo – abordados por Humphreys (2016), em seu debate sobre as práticas sociais no que cabe a tecnologia como agente que promove o afastamento e também a aproximação dos usuários, mais precisamente de *Pokemon GO*, no sentido de perceber as práticas socioespaciais inerentes nas tecnologias móveis e quais tipos de interação sociais emergem do ato do jogo através de seu uso, e Salen (2017), que discute a experiência do jogo e os dilemas gerados pelo entrelaçamento entre a vida real e o lúdico no âmbito da acessibilidade e privilégios, limites impostos por situações vinculadas ao funcionamento do jogo ou códigos socioculturais da paisagem urbana em que o usuário se encontra – à reflexão do jogo enquanto um mecanismo que promove a antropologia no urbano, no sentido de pensarmos espaços como lugares (SILVA, 2016; HJORTH & RICHARDSON, 2017) e a interação dos jogadores no âmbito das trocas simbólicas com as estruturas do urbano,

suas práticas espaciais mundanas e rotinas diárias de tempo e espaço, efetivamente refazendo os locais onde o jogo opera (HORTON, 2012), o jogo *mobile* da franquia de “*pocket monster*”, cujo próprio nome já remete a ideia de portabilidade, característica dos artefactos que reproduzem boa parte dos títulos da mitologia, assenta-se como nexos multiangular.

Diante do consequente êxito do jogo, no que tange sua penetração no mercado e adesão por parte de uma considerável margem de jogadores, o trabalho aqui disposto retoma a reflexão inicial, em consequência das já também concebidas, acerca das capacidades inerentes nos dispositivos que nos acompanham durante o dia. Isso faz-se necessário uma vez que para experienciar por completo a proposta do jogo é preciso um dispositivo móvel com suporte para conexão à rede sem fio, dispositivo de geoposicionamento (*GPS*) acoplado e uma câmera fotográfica; sem esquecer dos requisitos mínimos de sistema para o executar.

Pokemon GO representa anos de tecnologia *mobile*, jogos e cultura de fã. Analisando o cerne pela perspectiva da Cidade de Braga, localizada em Portugal, mais precisamente na região do Minho, o principal objetivo desta pesquisa é, através das lentes de *Pokemon GO*, refletir sobre os efeitos dos media locativos - neste caso jogos com reconhecimento de localização - nas decodificações inerentes à percepção do espaço urbano, suas reconstruções simbólicas e ressignificações perante o uso da tecnologia.

Posto o panorama apresentado, para averiguar as tensões relacionadas à temática central do documento, o trabalho seguirá uma linha de raciocínio metodológico que incluirá elementos indutivos e cartesianos. Por se tratar de um trabalho de cunho epistemológico julgou-se necessário o uso de ambas as escolas de pensamento. A partir do empirismo e da experiência sensorial, percebemos a existência do fenómeno, o que nos dá a capacidade de pensá-lo de forma crítica e analítica. Em suma, isso se faz necessário pois a investigação aqui revelada busca intersecções entre seu quadro teórico e a verificação empírica do caso de ocorrência. Sem uma visão holística da querela, unindo o sensorialismo de Locke ao pensamento crítico de Descartes, estaríamos muito mais próximos de um trabalho ensaístico, especulativo, do que de uma dissertação.

Partindo do pressuposto anterior e com o intuito de acomodar a necessidade de uma relação empírica junto a prática cartesiana, o método que nos coube a decisão de averiguar a hipótese levantada enquadrou-se melhor inserido no campo exploratório, uma vez que o

documento proposto visa a elucidação do fenómeno, agregando contributos para sua discussão já evidente em diferentes campos do saber. Segundo Luís Pardal e Eugênia Soares Lopes (2011) os estudos de caso explorativos tentam descobrir problemáticas novas, renovar perspectivas existentes ou sugerir desdobramentos. Os autores ainda colocam a metodologia em questão como um tipo de estudo que “visa essencialmente abrir caminhos a futuros estudos” (PARDAL & LOPES, 2011).

Por se tratar de uma inquietação que gira em torno de detectar e discutir as causas e efeitos responsáveis pelo fenómeno, a pesquisa se apropriará de um estudo de caso como aporte metodológico norteador da discussão. Segundo Robert Yin (2001) o estudo de caso é um dos métodos de pesquisa que melhor se enquadra no exame de acontecimentos contemporâneos. Para o autor o estudo de caso é uma estratégia de pesquisa abrangente que pode fornecer uma visão holística e realista de um determinado fenómeno, mesmo tratando do mesmo sob a perspectiva de um corpus específico. Ainda sob a perspectiva de Yin (2001), os estudos de caso nascem da necessidade de compreender fenómenos sociais complexos e por isso é muito comum no campo das ciências sociais. Contudo, o autor também chama atenção para os pontos fracos da metodologia de caso. Apesar de populares, há muitos casos infelizes que caem na monotonia de narrativas extensas e ilegíveis (YIN, 2001). Sua aparente simples estrutura esconde uma metodologia complexa e que, na opinião de Yin (2001) requer características e qualidades do pesquisador que ainda não foram bem delimitadas. O autor ainda aponta críticas da sociedade académica perante a dificuldade de particularizar suas contribuições, uma vez que o mesmo estudo aplicado à uma realidade ou corpus diferente pode apresentar resultados distintos.

No que tange a composição estrutural do documento, o mesmo se iniciará com um levantamento do estado da arte, discutindo seus principais conceitos e colocando-os em prática a partir de uma revisão bibliográfica. Esta etapa visa esclarecer nuances específicas e descortinar possíveis reflexões em torno do corpus de pesquisa para que em sua prossecução possa ser possível descrever o objecto de estudo e encontrar sua relação empírica com o fenómeno e o quadro teórico. Para isso foi preciso revisitar alguns conceitos, dos quais acreditamos serem pontos chave para descortinar as questões relacionadas ao uso pervasivo da tecnologia móvel como mediador de trocas simbólicas entre o usuário e o espaço que o circunda. Por assim dizer, a primeira etapa do documento tratará de compreender melhor questões relacionadas à

contemporaneidade, revisitando a obra de autores que se debruçaram sobre os fenômenos relacionados à era pós-moderna, sua volatilidade simbólica e a constante presença da tecnologia no cotidiano (BAUMAN, 2001; LIPOVETSKY, 2018; LHARCO, 2014; MCLUHAN, 1967; MUMFORD, 2018; LEVY, 2007; LATOUR, 1994; CASTELLS, 1997; SCOLARI 2008; BOLTER & GRUSIN, 2000, JENKINS, 2006). Ainda no referido momento será preciso ater-se às relações entre o fenômeno da técnica no que diz respeito a apreensão do espaço, propriamente as paisagens do urbano, seus elementos e objetos. Em contacto com o conceito “*sense of space*” (TUAN, 1983; SANTOS, 2006; CASEY, 2001) reavaliaremos nossa apreensão do espaço consequente a dita mutabilidade do decodificar. Ao considerar que as novas perspectivas oriundas das relações entre o homem e o espaço são advindas da mediação e da remediação simbólica (BOLTER & GRUSIN, 2000; SCOLARI 2008), *Pokemon GO* será colocado como um afluente para novas camadas de significado no tecido que compõe a apreensão do espaço urbano e dos elementos nele contidos. Assumindo o papel de agente, o jogo de realidade híbrida atua no compasso de uma forma lúdica de se relacionar com o espaço - uma espécie de gamificação da vida contemporânea que promove a transformação de espaços banais e redondezas familiares em “*game loci*” (HJORTH & RICHARDSON, 2016).

Como o objeto de análise na pesquisa, a aplicação de *Pokemon GO* merece uma atenção especial. Para assim entendê-lo foram elencadas de forma descritiva as sortidas dinâmicas e elementos fundamentais presentes no jogo até o dado momento; *Pokemon GO* é constantemente atualizado com novidades para manter o interesse de seu público cativado. Desta forma, ao buscar o entendimento das relações espaciais que emergem sob a mediação do jogo, a análise do jogo no que se refere a lógica e os elementos que compõe sua estrutura é uma etapa substancial. Em conformidade à necessidade de pormenorizar os aspectos funcionais do jogo, o documento tenta, sumariamente, apresentar *Pokemon GO* ao leitor no âmbito do jogo e também da franquia da qual faz parte. Acreditamos que conhecendo melhor os elementos contidos no jogo, tal qual o raciocínio que o rege, poderemos tecer o fio que levará ao entendimento do uso do aplicativo por parte da comunidade de jogadores de Braga, neste caso a análise final que corresponde ao último capítulo da pesquisa.

Em seguida, no que tange à recolha de dados para a análise das relações existentes entre *Pokemon GO*, sua comunidade e a paisagem urbana de Braga, o estudo de caso se fez do uso de

diferentes instrumentos de pesquisa. A priori, como alicerce principal da recolha de informações, uma observação participativa, onde os envolvidos jogaram o *game* em diferentes espaços da cidade, foi feita para a contemplação e aferição da representação destas paisagens no âmbito do próprio. Durante a observação participativa do fenómeno se realizaram entrevistas espontâneas com membros da comunidade encontrados durante o processo. Como o estudo trata-se de uma investigação empírica, a vivência do jogo junto à comunidade local é imprescindível para a análise do fenómeno percebido, uma vez que é através do contacto com outros jogadores que torna-se possível a contemplação do episódio em ocorrência. Experimentar o jogo junto à comunidade é uma forma de entender como são dadas as relações entre os usuários no espaço onde é executado *Pokemon GO*, tal como as trocas simbólicas realizadas medeadas pela aplicação. A observação foi registrada visualmente através de fotos que encontram-se anexadas ao documento.

Um inquérito em formato de questionário (Anexo O) foi realizado nas comunidades *online* em sites de redes sociais objetivando identificar os diferentes e possíveis perfis de jogadores que se apropriam do espaço urbano de Braga como cenário de jogo. O inquérito, realizado na plataforma *Google Drive*, reuniu informações demográficas e dados relativos aos hábitos de jogo e comportamentos do usuário que joga na cidade. Através da coleta de dados conduziu-se a visita nos espaços mais habituais de jogo mencionados no inquérito com o propósito de simular prováveis trajetos lógicos e identificar as possíveis relações do usuário com os determinados locais; seus objetos, estrutura, lógica e função social. Também foram analisados registros feitos pelos jogadores nestas mesmas comunidades. Publicações e interações nas principais aplicações e sites de redes sociais fizeram parte do processo de recolha de informação e análise do referido fenómeno.

No sentido de esmiuçar com maior profundidade as participações e esclarecimentos advindos do inquérito, experenciação e observação, entrevistas semiestruturadas (Anexo P) com diferentes perfis de jogadores, identificados no formulário *online*, foram realizadas com a intenção de guarnecer a reflexão com relatos de jogadores mais assíduos e associados à comunidade local.

Em conclusão o documento pretende trazer seu próprio contributo para o campo em que se situa. Levando em consideração outros estudos e reflexões sobre *Pokemon GO*, tal como a

bibliográfica adotada, analisaremos o corpus de pesquisa a fim de trazer nossas próprias reflexões em torno do fenómeno observado.

I. PERCEÇÃO DO ESPAÇO NA CONTEMPORANEIDADE

1.1. REALIDADE E FICÇÃO

O que diria William Gibson ao perceber que uma tecnologia móvel é capaz de mapear algumas de suas principais funções metabólicas? Ou que através de aparato tecnológico é possível localizar-se ou comunicar-se em tempo real com uma série de indivíduos ubiquamente presentes em um grande ambiente em rede e digitalizado? Apesar de ser uma obra do século passado, o romance *Neuromancer* (GIBSON, 2003), que narra a aventura de Case, uma espécie de “*cowboy hacker*”, em um mundo *cyberpunk*, muito se assemelha com uma transcrição da realidade contemporânea. Na história contada por Gibson é possível perceber um mundo onde a tecnologia desempenha papéis fundamentais na sociedade, sendo uma base sólida para diversos de seus protocolos e contractos. Esse recorrente interesse sobre a influência da tecnologia sob os dias atuais na ficção, um reflexo óbvio do valor semântico que comportam os medias na atualidade, também se encontra presente na ópera mediática das irmãs Wachowski, *Matrix*, onde Neo, um hacker extremamente habilidoso, descobre estar vivendo em um mundo artificial, uma espécie de realidade virtual chamada de *Matrix*. Enquanto Neo luta contra uma legião de máquinas dotadas de consciência e sua simulação da vida em sociedade, no *best seller Ready Player One* (CLINE, 2016), uma cultura baseada em metáforas da indústria do entretenimento e dos jogos eletrônicos é representada como o principal alicerce dos contractos sociais e instituições da sociedade em um futuro distópico. Mesmo que ficcionais, obras como as que listamos têm o poder de nos remeter à importante posição dos media em nosso hodierno. Apesar de não vivermos imersos em uma plataforma de realidade virtual, como a interface do *OASIS* ou a *Matrix*, estamos cada vez mais naturalizados com a mediação tecnológica no que tange nossa interação com o mundo físico e, também, com o virtual; se é que podemos dividir estes dois ambientes em lugares distintos.

Ainda assim, diante de todos os indícios possíveis e evidentes, imaginar um mundo onde artefactos tecnológicos das mais diversas funcionalidades estejam transformando a nossa maneira de agir, socializar e interpretar os símbolos ao nosso redor, pode parecer algum tipo de teoria da conspiração, mais um enredo das tantas animações japonesas futurísticas bem como *Ghost in the Shell* e *Code Geass*. Entretanto, estamos a todo momento rodeados de dispositivos desenvolvidos para facilitar ou suprir diversas de nossas inabilidades físicas ou metabólicas. Somos cada vez menos biológicos e cada vez mais robóticos, quiçá próximos de nos tornarmos andróides, seres tecno simbiotes que através de suas próteses tecnológicas quebram as barreiras impostas pela própria natureza humana. As tecnologias deixaram há muito de denotarem apenas características e significados técnicos. A semântica das técnicas, agora, nos proporciona mais do que um punhado de funcionalidades ordinais. Ao adentrarem na rotina, como verdadeiras extensões do corpo humano (MCLUHAN, 1967; MUMFORD, 2018), os aparatos técnicos passaram a ressignificar as práticas e processos ordinários. De acordo com McLuhan, ao nos proporcionarem uma nova perspectiva do cotidiano, estes, por sua vez, condicionam as práticas e protocolos do dia a dia. Nossa cultura é cibe (LEVY, 2007). Os espaços também se voltaram ao cibe. Não podemos mais separar a lógica que rege a sociedade da lógica da técnica.

A este fenômeno que trata do imbricamento entre a sociedade, suas macro e micro esferas, e a tecnologia, sobretudo as *TICs*, damos o nome de Mediatização. A discussão dessa situação onde técnica e sociedade se relacionam intimamente faz-se de extrema importância para a prossecução do presente documento, sendo um dos pilares para entendermos os desdobramentos evocados pelos medias em nossa apreensão simbólica do espaço urbano.

1.2.MEDIATIZAÇÃO

Ao apropriar-se da técnica a sociedade condiciona seus usos, delimita suas funções perante suas próprias necessidades e anseios. Munido pelo anseio de transformar, reproduzir e documentar suas experiências, o homem desenvolve técnicas capazes de estender suas capacidades (MCLUHAN, 1967; MUMFORD, 2018). Contudo, dos objetos técnicos resultaram muitos ajustamentos sociais. A partir do uso e do aumento de artefactos e objetos técnicos na membrana social, os protocolos e instituições que compõe a sociedade também tiveram de se

adaptar. Por miúdos, é basicamente dessa reciprocidade de intenções que se trata o que discutimos como processo de mediatização da sociedade.

Como Mediatização entendemos o conjunto de modificações e reconfigurações produto da esmagadora presença dos objetos técnicos no contexto social vigente. Ao imbricar-se com uma série de contractos sociais, instituições, organizações e elementos do cotidiano, a tecnologia assume um papel que transborda sua característica técnica. Institucionalizando-se (HJARVARD, 2012) os media passam à posição de agentes transformadores, contribuindo para uma perspetiva em que a lógica contida em seu funcionamento altera o tecido social e as diversas relações que regem os protocolos e práticas sociais da sociedade nos dias de hoje. Este cenário mediatizado, ou seja, sob forte influência dos media, resulta em uma ambiência onde cada vez mais as interações sociais ocorrem mediadas pela tecnologia. Lançando-se até a análise deste ambiente autómatas, onde as coisas e os seres humanos dividem do mesmo espaço sem distinção social (LATOURETTE, 1994), Sodré (2002) define como Mediatização:

uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processos informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase em tipo particular de interação – a que poderíamos chamar de “tecno-interação” –, caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada medium. (SODRÉ 2002, p.21)

O autor acredita que os processos de mediatização se tornaram mais expressivos com a difusão das tecnologias digitais – comumente chamada de “digitalização” –, principalmente aquelas que estão ligadas à internet. Em seu turno, Fausto Neto (2008) coloca que “a cultura mediática se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade”. Fronte ao mesmo paradigma, Stig Hjarvard (2014) deduz que a lógica dos media já está presente em quase todas as instituições e relações sociais na contemporaneidade. O autor chama atenção para o papel institucional dos media, elevando-os à categoria de instituição detentora de suas próprias propriedades e particularidades. De acordo com Hjarvard a “mediatização é impulsionada tanto pelo desenvolvimento dos media como pelas dinâmicas de uma variedade de outras instituições nas quais os agentes sociais tentam fazer uso dos recursos dos media para seus próprios propósitos”.

A midiatização reflete a nova condição da importância intensificada e em transformação da mídia na cultura e na sociedade. Ela denota os processos pelos quais a cultura e a sociedade tornam-se cada vez mais dependentes dos meios de comunicação e sua lógica como mídia integra-se em práticas culturais e sociais em vários níveis. (HJARVAD, 2014, p.26)

Para entendermos a sociedade contemporânea precisamos reconhecer o valor social dos objetos. De facto, eles são produtos de nossos anseios, das pretensões da ciência, contudo vivemos no tempo dos objetos e de acordo com seu tempo de sucessão. Para interpretarmos o atual estado da sociedade precisamos lançar nossos olhares aos objetos produzidos por ela. “Todo e qualquer período histórico se afirma com um elenco correspondente de técnicas que o caracterizam e com uma família correspondente de objetos” (SANTOS 2006, p. 61). E como a intencionalidade das coisas passou pouco a pouco a modificar, também, a intenção humana, os objetos aglomeram cargas semânticas de significação e produção de contextos. A propriedade social adquirida pelos objetos culminou em tensionamentos diretos à nossa maneira de pensar a cultura. Autores como Johnson (2001) e Levy (1999) tratam dos contributos da técnica para com a cultura. Para Johnson a tecnologia transforma nossa maneira de pensar, criar e comunicar. No que o autor chama de “Cultura da Interface”, ele aborda como as interfaces digitais exercem influência e condicionam diversas das práticas associadas à sociedade contemporânea. Por sua vez, Levy chama de “Cibercultura”, o conjunto de práticas, comportamentos e manifestações diversas nascidas do ciberespaço. No que o autor convoca como sentido de totalidade, sendo este a cristalização da apreensão simbólica e percepção semântica, este afirma que a cibercultura é um agente de desconstrução de contextos anteriormente solidificados.

Tendo em vista o que foi dito até agora sobre o fenômeno da Mediatização podemos concluir que, decorrente da aceleração tecnológica e da globalização, as tecnologias da informação receberam novas cargas simbólicas, sendo ressignificadas (FAUSTO, 2008). Segundo pesquisadores do campo das mídias (FAUSTO, 2008; HJARVAD, 2012; SGORLA 2009; SODRÉ 2002; MUMFORD, 2018), os mídias deixaram de ser somente suportes para intercederem diretamente no tecido social. Enquanto a isso Mumford (2018) coloca de maneira crítica a maneira com que a sociedade via os produtos da técnica. Segundo o autor a sociedade não conseguia conceber que a técnica fosse capaz de produção simbólica (até mesmo

industrialistas e engenheiros), por isso houve resistência por parte de poetas, artistas e filósofos no que cabe a sua adoção como ferramenta. Entretanto, “os êxitos do mecanismo só aumentavam a consciência dos valores não incluídos na ideologia mecanicista – valores que tinham origem não na máquina, mas noutros domínios da vida” (MUMFORD, 2018, p. 288).

Para Gomes (2010), a sociedade está mediatizada, pois, em sua matriz, o homem já traz consigo significandos que foram deduzidos através do contato com os meios de comunicação, tornando factível a fala de Garcia (2011), que diz que a "mediatização é uma processualidade comunicacional que permeia todas as instâncias da sociedade". A sociedade se empodera da técnica remodelando-a e também sendo remodelada por ela (CASTELLS, 1997). Negar essa sensação de mediação (SCOLARI, 2008; BOLTER & GRUSIN, 2000) é uma atitude ingênua, uma vez que mediatizada, tal como pontua Gomes (2010), a lógica humana já está naturalmente impregnada pelos elementos contidos na dialética dos media. A naturalidade em que a sociedade, face o fenômeno sociotécnico descrito, já está tão intrínseca em suas raízes que Scolari (2008) chama atenção para o possível desuso do conceito “digital”, uma vez que as tecnologias e formas de comunicação atuais já são majoritariamente digitais. Ele também refuta a ideia de chamar de “novos” os medias e tecnologias contemporâneas, uma vez que todas elas já foram novas e se tornarão antigas um dia; esta reflexão também está contida no discurso de Levy (1997) quando o mesmo diz que identificamos de forma grosseira as técnicas contemporâneas como “novas tecnologias”. Scolari ainda coloca que, apesar de estarem situadas no centro dos intercâmbios simbólicos da atualidade, as ditas novas tecnologias ou tecnologias digitais parafraseiam características de suas antecedentes, ou seja, buscam no antigo uma maneira de aprimorar suas funcionalidades; ponto de vista também defendido na fala de Mumford quando o mesmo declara que “em vez de seguirem o seu próprio padrão, as novas máquinas seguiram o padrão estabelecido por estruturas económicas e técnicas anteriores” (MUMFORD, 2018, p. 257).

Mesmo que concordemos que o termo digitalização – ou seja: a transformação do átomo em bits; processo em que impulsos e sinais elétricos passam de um domínio analógico para um com características binárias (SCOLARI, 2008) – seja redundante no atual panorama da tecnologia, principalmente da comunicação, devemos admitir que os avanços desta casta trouxeram implicações drásticas no cotidiano que ressignificaram ainda mais o papel dos media

dentro da sociedade¹. Ao sucederem a estas modificações semânticas oriundas do que consideramos “o digital”, os media abandonaram o carácter estritamente técnico – de simples suporte comunicacional – e passaram a remodelar com maior intensidade importantes processualidades sociais. Tratando deste tal condicionamento – evitaremos ao máximo nos referir às implicações da técnica no cotidiano como impactos, pois acreditamos, tal como Levy (1997), que a tecnologia já não pode ser mais encarada como um agente externo à sociedade, sendo assim considerada uma instituição inerente à ela – sociotécnico na lógica contemporânea de diferentes cearas da sociedade, Manuel Castells (1999) chama de “Era da Informação” a interacção entre processos sociais mediada pela técnica, principalmente pelas metáforas da internet. Para o autor a revolução tecno-informacional fez “surgir uma nova estrutura social dominante, a sociedade em rede; uma nova economia, a economia informacional/global; e uma nova cultura, a cultura da virtualidade real” (CASTELLS 1999, p. 411), o que ele denomina como Nova Ordem Mundial. De acordo com o mesmo, diversos protocolos (geração de riqueza, o exercício do poder e a criação de códigos culturais) passaram a depender da capacidade tecnológica da sociedade. Pondo seus olhos no mesmo contexto onde a tecnologia protagoniza as tais mudanças já colocadas por Castells, Scolari (2008) presume que o papel social da tecnologia ressignifica-se mediante sua importância nos processos culturais, políticos e económicos. De facto somos produtos dessa contemporaneidade automatizada. Gostamos, compartilhamos, enxergamos o mundo através de lentes e interagimos com ele por meio de ecrãs táteis.

Após esta breve reflexão percebemos que a presença dos media nos condiciona à uma série de rupturas com percepções anteriores, tal como a ressignificação de conceitos outrora fixados, ou como diria Levy (1997), “totalizados”. Para darmos continuidade à proposta inicial que rege a motivação desta dissertação, buscaremos entender melhor quais são estas mudanças tanto discutidas e como ela condicionam a sociedade e suas adjacências.

¹ Como já dissémos, obstante de parecer um fenómeno da atualidade, desde o advento da prensa, as tecnologias já modulavam nossas percepções e interpretações. No entanto, foi a partir da digitalização e do que equivocadamente chamamos de “novos media” que passamos a notar com maior intensidade as mudanças propostas pela técnica.

1.3. RUPTURAS E RESSIGNIFICAÇÕES

“*Never Offline*” é o título da matéria de Lev Grossman e Matt Vella (2014) que encabeça a edição de setembro de 2014 da revista *Time*. Nela os autores falam acerca do suposto impacto das tecnologias móveis vestíveis (*wereables*) e de como a *Apple* pretende incorporar um de seus produtos em nossas rotinas pessoais. De acordo com eles as mudanças advindas das tecnologias inteligentes e usáveis vão mudar as nossas vidas, querendo ou não. No momento antecedente a este, falamos sobre a mediatização com o objetivo de despertar reflexões sobre a presença das tecnologias no ordinário. Através dos postulados de diferentes autores tentamos esclarecer da melhor maneira a abordagem de tecnologia que adotaremos no decorrer da pesquisa. Contudo, conceituar a mediatização sem discutir o seu papel na sociedade é algo que não pode ser deixado em segundo plano, uma vez que neste documento trataremos basicamente dos imbricamentos entre a lógica dos media, neste caso a de *Pokemon GO* enquanto jogo geolocalizado, e a maneira com a qual lidamos com o espaço que coexiste ubiquamente. Assim como Grossman e Vella (2014) acreditamos no potencial que a tecnologia tem para promover mudanças. Contudo, preferimos o ponto de vista Levy (1997), que caracteriza a revolução tecnológica como fator condicionante às mudanças advindas de sua lógica, discordando do facto de que a tecnologia protagoniza as tais. Segundo Levy, “quanto mais rápida é a alteração técnica, mais nos parece vir do exterior” (LEVY 1997, p. 28). Para ele “o sentimento de estranheza” ocorre pela mania de separar as coisas umas das outras, característica dos supostos “modernos”, como diz Latour (1994). Lewis Mumford também contesta a ideia de impacto ao colocar que “talvez estejamos a sobrevalorizar as mudanças do comportamento humano que se seguiram à invenção destes novos dispositivos” (MUMFORD, 2018, p.263).

Para discutir os considerados “impactos” chamaremos de “rupturas” as mudanças institucionais e sociais advindas da presença dos medias em diversas ceiras da sociedade e de “ressignificações” a maneira como que a técnica nos convida a reinterpretar os signos ao nosso redor. Pensemos o conceito de “ruptura” como as principais implicações dos medias na estrutura da sociedade e como ela opera. Já as “ressignificações” colocaremos aqui como as percepções tangenciadas pela técnica e seu uso no dia a dia.

a. Rupturas

De facto, vivemos um tempo nebuloso, de mudanças, rupturas com os paradigmas, modelos e contractos clássicos. Ao se apossar da tecnologia, modificando seu status sociotécnico, a sociedade também se remonta. A Mediatização quebra com as tradicionais perspectivas e faz com que emergjam novos modelos econômicos (em detrimento das diferentes formas e padrões de consumo que também se proliferaram) novas formas de se comunicar (comunicação em rede, aparatos móveis, *streaming*, realidade virtual e aumentada, dentre outros) e novos modelos culturais (cibercultura). Estes recém-chegados paradigmas são resultantes das fraturas com o tradicional que foram promovidas pelo embricamento dos protocolos dos media com as diferentes camadas e contractos da sociedade. Contudo, apesar de parecer um fenômeno recente, os media, principalmente a ecologia composta pelos artefactos técnicos voltados à comunicação e a produção de informação, já condicionam o comportamento do homem desde seus primeiros representantes. A prensa de Gutemberg, o rádio de Marconi e a televisão de Bardie também manifestaram na sociedade mudanças em seus contractos, processos, atividades e instituições. Contudo, segundo estudiosos do campo dos media (SCOLARI, 2008; CASTELLS, 2010; LEVY, 1997; JENKINS, 2006) foi através da comunicação mediada por computadores que passamos a perceber melhor tais fracturas.

No que tange ao ambiente dos media, a digitalização das práticas sociais, comunicacionais e culturais vem contribuindo para um cenário mediático mais horizontal onde as barreiras entre produtores e consumidores estão cada vez menos perceptíveis (JENKINS, 2006; SCOLARI, 2008; KEEN, 2009). A democratização dos considerados meios de produção e disseminação é uma tangente congruente à evolução dos medias. Esse apagamento das linhas entre público e autor torna cada vez mais difícil de determinar os arquétipos do leitor e do produtor (KEEN, 2009). O modelo de comunicação em *broadcasting*, onde um emissor fala para muitos interlocutores, já não predomina mais (LEMOS, 2005; SCOLARI, 2008). Os consumidores, cada vez mais críticos e empoderados (JENKINS, 2006) agora desfrutam de uma grande quantidade de canais comunicacionais, quebrando assim a hegemonia dos meios de comunicação clássicos. Migrando entre os medias e assimilando as referências textuais contidas em suas diferentes mensagens, o consumidor, neste cenário de continuas quebras com o antes

cristalizado, é convocado a extrapolar seu desejo de consumo. A possibilidade de criar e interagir com o conteúdo, que deixou de ser estático e hermético, é uma outra metáfora das roturas com os modelos clássicos de consumo e veiculação. Essa peculiaridade de participar em que o consumidor contemporâneo se dispõe engajado é denominada de “Cultura da Participação” (JENKINS, 2006). O conceito de Cultura da Participação que tratamos aqui está ligado a relação desenvolvida entre a sociedade e os meios de comunicação como ambientes de construção coletiva de significados e, também, espaço para a difusão de conhecimento produzido, ideias e informações. No que tange à internet Pierre Levy (1997) se refere ao ambiente digital da WWW (*World Wide Web*) como um ciberespaço, espaço que ele define como “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial de computadores e das memórias dos computadores”. Para Henry Jenkins (2006), que buscou em Levy diversos alicerces para sua dialética, a sociedade encara a rede mundial de computadores como “um veículo para ações coletivas - soluções de problemas, deliberação pública e criatividade alternativa”. É dessa ideia de apropriação coletiva que se ancora a Cultura da Participação. Para que a mesma se consolide é necessário haver espaço para a interação entre consumidores de forma que estes sejam capazes de criar e difundir conteúdos alternativos às suas manifestações culturais por intermédio de suas relações através da internet; neste caso como instrumento de mobilização sociocultural. Em termos mais directos, as colaborações no ciberespaço podem ser observadas em diferentes práticas. Seja participando de listas de discussão, fomentando debates, ou produzindo conteúdo referente ao culto, os indivíduos mais ativos costumam ser agentes que cultivam o desejo de fazer parte daquilo que consomem (JENKINS, 2006). Essa peculiaridade do consumidor contemporâneo é melhor apercebida, sobretudo, no âmbito digital. O facto de se identificarem com um determinado produto cultural faz com que os consumidores estimulem a necessidade de demonstrar seus sentimentos. A vontade latente de participar daquilo com que se identificam faz com que estes se articulem e produzam uma variedade de expressões alternativas de consumo em uma comunicação que rompe com a ideia tradicional de um modelo comunicacional de “um para muitos”.

Desafiados por essa nova perspectiva comunicacional, as instituições mediáticas precisaram se adaptar. Enxertados com a lógica dos meios de comunicação mais recentes, estas remodelaram-se (BOLTER & GRUSIN, 2000). A título de exemplo observamos a disposição

do conteúdo e a estética nos jornais impressos, que hoje muito se assemelham às páginas da web. Analisando estas mudanças, que transbordam a adoção da lógica da web presente no conteúdo impresso dos jornais atuais, Palácios, Barbosa, Firmino, Nogueira e Almeida (2013) chamam atenção para o uso de uma estratégia de convergência na produção de conteúdo jornalística e a remediação do conteúdo em diferentes plataformas (BOLTER & GRUSIN, 2000), o que Barbosa (2013) descreve como *continuum media*, sendo essa uma das características primordiais para o entendimento da instituição jornalística na contemporaneidade.

No panorama heterogêneo da implementação de “casas de mídia” convergentes, as plataformas móveis – *smartphones* e *tablets* – estão sendo agregadas às estratégias de operação das organizações jornalísticas. Juntam-se, assim, ao impresso, ao rádio, à televisão, aos sites web, às redes sociais, dando forma ao que denominamos de *continuum* multimídia de fluxo horizontal e dinâmico. Essa noção ajuda a entender o contexto da convergência jornalística, pois permite compreender que a lógica atual não é de oposição entre os meios e seus conteúdos em diferentes suportes. (PALÁCIOS, BARBOSA, FIRMINO, NOGUEIRA e ALMEIDA 2013, pg 11)

De acordo com suas observações, não só o produto se adaptou, o modelo de negócios e a rotina nas redações também tiveram de se encaixar na nova lógica mediática. Palácios et al (2013) mencionam também a digitalização sofrida pelo meio jornalístico quando declara que “as atuais rotinas de produção pressupõem o emprego de *softwares*, de bases de dados, algoritmos, linguagens de programação e de publicação, sistemas de gerenciamento de informações, técnicas de visualização, metadados semânticos, entre outros” (PALÁCIOS, BARBOSA, FIRMINO, NOGUEIRA e ALMEIDA 2013, p. 11 e 12). A ruptura com o modelo clássico jornalístico vêm contribuindo para uma ecologia mediática ainda mais extensa. Da necessidade de usufruir destas novas possibilidades citadas por Palácios et al (2013), inovações e novos produtos jornalísticos tornam-se cada vez mais frequentes.

A possibilidade de comunicar-se através de uma larga ecologia mediática dá a comunicação um carácter textual menos engessado, hipertextual. O hipertexto, outra metáfora que rompe com a ideia de texto tradicionalmente pensada, em suma, é uma narrativa proveniente da convergência (JENKINS, 2006; SCOLARI, 2008; BOLTER & GRUSIN, 2000; LEMOS) de meios e fluxos informacionais. A hipertextualidade e o cenário convergente de entrelace e

colaboração entre os medias são tão intensos a ponto de evocarem mudanças em nossas maneiras de ler e perceber uma mensagem (SANTAELLA, 2010). Segundo Santaella, com o passar dos anos os hábitos de leitura começaram a sofrer influência das tecnologias. O leitor precisou se habituar ao novo cenário comunicacional. Para adequar-se e à enxurrada de textos que pulam em sua frente, o consumidor precisou decifrar os signos à sua volta de forma mais rápida. Buscando a eficiência em suas interpretações, ele precisou imergir nos diversos canais midiáticos, sempre tentando usufruir ao máximo das informações decodificadas. Ele não podia mais ser movente ou contemplativo (SANTAELLA, 2010). Diante da grande quantidade transmediática, ele se tornou capaz de permear espaços diversos ao mesmo tempo.

A contemporaneidade torna o consumidor um leitor imersivo, leitor este que imerge no mar de sentidos propostos pela intertextualidade que compõe o atual ambiente dos media. Ao perceberem as capacidades e funcionalidades contidas principalmente nos recentes aparatos técnicos, as instituições, assim como o jornalismo, se apossaram dos artefactos da atual ecologia mediática. Fazendo uso de suas características de forma a buscar melhorias e aperfeiçoamentos em suas atividades, estas instituições passam a agir conforme a lógica das tecnologias adotadas, sendo assim também modificadas por elas. Visto que as novas tecnologias detêm uma grande capacidade transformadora, sobretudo das tecnologias digitais, seu uso tende a modificar protocolos e organizações outrora cristalizados. Como já discutimos, a desmaterialização do que antes encontrava-se muito bem delimitado gera novas possibilidades e possíveis ações dentro de diferentes cearas da sociedade. Na Economia, a título de exemplo o aparecimento de novas tendências, tal qual o *e-commerce*, marketing digital, *bit coins*, economia criativa, e etc, derivam-se da presença dos media e sua capacidade de promover novas possibilidades de geração de capital. Tratando da revolução tecnológica no que diz respeito ao campo da economia, Castells (1999) chama atenção para o status informacional, global e em rede da economia. De acordo com o autor este novo paradigma econômico, pautado no informacionalismo, na globalização e no funcionamento em rede, surgiu por conta da revolução das tecnologias da informação. Contudo, apesar da torrente mediática em diversos campos e instituições da sociedade, as mudanças mais perceptíveis e oriundas dos imbricamentos da técnica com o tecido social sejam justamente aquelas que estão ligadas às interações sociais literais.

Perceptivelmente os avanços no campo das telecomunicações diminuíram mais ainda as barreiras geográficas, tornando a “terra cada vez mais plana e menos acidentada”. Através das tecnologias de *CMD* (comunicação mediada por computador) estamos a menos de um clique de distância uns dos outros. Em instantes é possível cruzar o Atlântico, o que há muito tempo já foram necessários meses, para conversar com um amigo. Segundo Rheingold (1996), em seu estudo sobre o *IRC*, as trocas comunicacionais ocorridas em ambientes virtuais de conversação ainda assim requerem uma subsequente reconstrução do real e de seus protocolos, sendo este um fator decisivo para que a comunicação seja estabelecida sem maiores dissonâncias entre seus participantes. Entretanto, apesar de ser uma troca comunicacional que parafraseia a realidade, a comunicação mediada por computador tem também suas próprias peculiaridades e características. A digitalização da comunicação tornou mais rápida a comunicação entre as pessoas, criando um sentimento de imediatismo, diferente de uma conversa *offline*, que exige dos interlocutores uma dinâmica de rápida reação e resposta (MORAN & HAWISHER 1998). Sobre a linguagem utilizada nestes ambientes comunicacionais, Turkle lança seu olhar sobre os símbolos e o desdobramento do suporte verbal em âmbito digital concluindo que “que a nova escrita se situa algures entre a comunicação tradicional escrita e oral” (TURKLE 1997, pg. 271). Ainda sobre as tensões referentes à linguagem de cunho verbal, Braga (2012) coloca que apesar da escrita e da oralidade ainda serem responsáveis por definir a lógica comunicacional, estas formas de comunicar hibridizam-se com a técnica em um conjunto maior de possibilidades devido a vasta ecologia mediática existente. As contribuições de Turkle e Braga nos remetem um cenário de ruptura com a estética da escrita como a conhecemos, fazendo que reflitamos sobre o seu papel como suporte comunicacional na contemporaneidade.

Dispondo de uma infinidade de canais e meios comunicacionais, cada qual com suas próprias características, especificidades e usabilidades, estamos ubiquamente conectados uns com os outros em diferentes plataformas. Através de *MUDs* (*multi-user domains*), *chats*, redes sociais e aplicações de mensagem instantâneas, estamos vinte e quatro horas conectados, mesmo quando não portamos nossos aparatos. Estes novos ambientes corroboram para o surgimento de um novo modelo social e internacional. Nos *MMORPGs* (*Massive multiplyer online role play gaming*), por exemplo, é possível construir uma persona dentro de um mundo de fantasia habitado por outros indivíduos. Nestes os jogadores são convidados a interagir com outras

pessoas mediante à lógica do jogo. *Games* como *World of Warcraft*, *Ragnarok* e *Ultima Online* se fazem tão imersivos ao ponto de poderem ser considerados extensões das vidas sociais do jogador uma vez que estes atuam e interagem socialmente dentro destes. Sobre essa assertiva Thiago Falcão conclui que “através, portanto, do processo de imersão...o usuário/jogador é inserido dentro de uma ferramenta que pode lhe suprimir o espaço-tempo e transformar o ambiente virtual em extensão do real, no qual ele se relaciona através do avatar” (FALCÃO 2010, pg. 93). Já no âmbito das redes sociais, também ambientes de constantes interações e trocas sociais em ambiente digital, Recuero (2005) destaca três aspectos como os principais para o entendimento do mecanismo social que rege as interações entre os usuários da rede: são eles, processos cooperativos (referentes à atuação dos indivíduos dentro de grupos organizados em torno de um objetivo em comum), processos competitivos (esforço de um usuário ou grupo para atingir metas pessoais diante de adversidades ou problemáticas específicas em busca de status ou reconhecimento), processos conflitivos (embates entre usuários que radicalizam a disputa com o outro).

Cansados de nossas realidades criamos ambientes artificiais ficcionais onde interagimos ubiquamente através de avatares, metáforas de nós mesmos neste faz de conta que se confunde com o real por conta da sua capacidade imersiva. Em redes sociais digitais cooperamos, dialogamos e discutimos com outros usuários como quem conversa com alguém em enquanto desfruta de um bom café ou observa o fluxo urbano sentado em um banco de praça. Somos literalmente seres sociais, mesmo que em espaços virtuais. Afinal de contas estamos rodeados por telas que conduzem nossas rotinas e que já medeiam boa parte de nossas relações humanas. Segmentamos os grupos sociais dos quais participamos em listas transmissão no *Whats App*, separamos nosso *feed* pessoal no *Facebook* de acordo com interesses em comum com outros usuários. Nós nos empoderamos da tecnologia, mas também somos condicionados por ela. A constante evolução e multiplicação do meio mediático exige da sociedade uma ligeira adaptação de seus hábitos, costumes, culturas e contractos , principalmente, como destacamos, os processos de interação. Não foram só as tecnologias que mudaram, nós também mudamos com elas. Nossas práticas e arranjos sociais, a maneira com qual organizamos nossas vidas, executamos nossas atividades e lidamos com o tempo, estão em impregnadas com a lógica contida nos aparatos que nos circundam e nos auxiliam cotidianamente. Em tempos de *social*

media, *smartphones* e internet móvel, a importância dos novos suportes tecnológicos para a sociabilidade nunca foi tão evidente. Organizados em torno de comunidades, grupos em aplicativos de mensagens instantâneas ou listas de discussão na internet, nunca estivemos tão próximos uns dos outros. Para Manuel Castells a Internet é o principal motor para as modificações nas relações e interações sociais na contemporaneidade. Segundo ele a rede mundial de computadores “é uma extensão da vida como ela é, em todas as suas dimensões e sob todas as suas modalidades” (CASTELLS, 1999, p. 100). Boa parte dos novos padrões sociais emergiram com a difusão da internet e da comunicação em rede. Digitalizadas em ambiente virtual, essas novas formas de vida e interações sociais rompem com a localidade e podem ser usadas como alternativas às formas de contato humano territorialmente limitadas.

Ainda assim acreditamos que a maior ruptura condicionada pelo status tecnizado da sociedade acontece ainda antes da “apoteose digital”. Ainda no século XVIII, era no campo que se concentravam a maior parte dos meios de produção. Contudo, durante a primeira etapa da Revolução Industrial, caracterizada pela substituição do trabalho artesanal por processos de manufaturamento, a população rural trocou a vida bucólica para imigrar em busca de outras oportunidades nas cidades. Segundo McCrae, Ross e Knapp (1989), a etapa inaugural do período industrial alterou profundamente a estrutura da sociedade, principalmente no que diz respeito ao aumento da população nas cidades. O evento alterou, principalmente, a maneira de perceber as cidades nos países que industrializaram-se durante a época. Cada vez mais atrativos, os centros urbanos cresceram e se tornaram mais importantes. Entretanto, a ruptura com a vida no campo só se consolida durante a segunda fase da Revolução Industrial. Foi no referido momento em que as cidades se estabeleceram como principais centros dos processos e protocolos da sociedade (SANTOS, 2001; VASCONCELOS, 2015; MUMFORD, 2018). Dando continuidade a diáspora campestre, o progresso técnico nas diversas áreas da indústria intensificou ainda mais o êxodo rural. Em busca de melhores condições de vida e oportunidades de emprego nas fábricas, os camponeses migraram em massa para as cidades, o que acarretou na diminuição expressiva da população campestre. Em resumo, as cidades, projeções da sociedade como sobre o espaço na definição de Lefebvre (1968), como conhecemos hoje são fruto da Revolução Industrial; e consequentemente dos avanços técnicos do período referido.

b. Ressignificações

À primeira vista o fenômeno onde os medias ascendem ao patamar de objetos sociais, rompendo com a redundância da ótica estritamente técnica, passando a contribuir para uma nova interação com os símbolos do cotidiano, pode parecer parte do conjunto de efeitos colaterais da explosão tecnológica que viemos presenciando desde a segunda etapa da Revolução Industrial. No momento anterior falamos das rupturas, consequência da lógica mediática e como a mesma condiciona diversas das práticas inerentes à vida em sociedade e sua estrutura operante. Percebemos que, ao entrelaçarem-se com os medias, as instituições sociais necessitam adaptar-se. Em conjunto a este processo disruptivo presenciamos fraturas no comportamento dos indivíduos que interagem com estas instituições e também participam dos processos ligados a elas. Decorrente deste efeito que remodela a sociedade e suas instâncias, vê-se o aparecimento de novas práticas. Economia, Cultura, Política, Relações Laborais, Consumo, dentre outros protocolos, passam a agir conforme o aperfeiçoamento e aparecimento de novos aparatos técnicos (MUMFORD, 2018; CASTELLS, 1999; HJARVARD, 2014; JENKINS, 2066). Contudo, não podemos reduzir o efeito da lógica dos média à apenas questões estruturais sociais. Ao adentrarem no cotidiano, os media também endossam novas percepções simbólicas. Uma semântica mediada através da técnica nos proporciona novas apreensões dos signos que nos circundam. Aquilo que já havia sido solidificado no tecido social passa por um processo de liquefação semântica (BAUMAN, 2001; LIPOVETSKY, 2018; LHARCO, 2014).

A maneira que percebemos as pessoas e os objetos e elementos sociais à nossa volta, cerne principal da teoria que endossa a perspectiva da escola cognitiva da Interação Simbólica – escola essa que nasceu motivada por questões relativas ao contexto de intensa urbanização e industrialização característicos do início do século XX (CARVALHO, BORGES & RÊGO, 2010) –, vem sendo modificada desde o momento que os estudiosos consideram como o primeiro grande marco da história dos media (MCLUHAN, 1967; SCOLARI, 2008; BOLTER & GRUSIN, 2001) a prensa de Guttenberg. Baseado no “impacto” causado pela lógica dos media e na maneira como desconstruímos a semântica social na contemporaneidade, Zygmunt Bauman (1999) convoca-nos a refletir os tempos atuais como um panorama de extrema liquidez, onde conceitos, outrora sólidos, sofrem mutações por conta das práticas sociais convocadas pelo

que ele mesmo clama ser uma “modernidade líquida”. Bauman questiona nossa apropriação da técnica e dos media, de maneira que a percepção dos protocolos sociais vem sofrendo modificações paulatinamente mais constantes, criando uma espécie de ambiente liquefeito onde os conceitos estão a todo momento flutuando e sendo ressignificados por conta da volatilidade dos tempos atuais.

Os sólidos que estão para ser lançados no cadinho e os que estão derretendo neste momento, o momento da modernidade fluida, são os elos que entrelaçam as escolhas individuais em projetos e ações coletivas — os padrões de comunicação e coordenação entre as políticas de vida conduzidas individualmente, de um lado, e as ações políticas de coletividades humanas, de outro. (BAUMAN, 1999, p. 12)

Na Modernidade Líquida os indivíduos já não possuem mais padrões referenciais concretos pois estes já se situam derretidos. A incerteza sólida dos signos, estruturas e instituições da sociedade fazem com que nos encontremos em um ambiente de constante mudança e volatilidade semântica. O autor, em suas diversas obras (BAUMAN 1999, 2003, 2005, 2007) remonta conceitos que antes estavam muito bem delineados, esculpidos em mármore na mente dos indivíduos, e os coloca mergulhados neste panorama que o mesmo chama de aquoso. Essa pasta semântica concretiza metamorfoses sociais, na maneira com que enxergamos o próximo e como nos relacionamos com a sociedade e os elementos do cotidiano. Os objetos, até os mais simples, ganham novos usos como nas affordances descritas por Gibson (1969). Nossas formas de pensar conceitos já antes imateriais, abstratos, intangíveis, tais quais o amor, alegria, felicidade, tornam-se ainda mais incorpóreos numa multiplicidade de novas significações. O tempo acelera-se, o espaço se derrete em um caos fronteiro, o homem se transforma a fim de moldar-se a este ambiente insólito que compõe a contemporaneidade.

Focado em questões semelhantes às colocadas por Bauman, Gilles Lipovetsky (2018) chama de Tempos Hipermodernos o ambiente efêmero que descrevemos. Composto pelo que o autor considera como metáfora da contemporaneidade, o mundo social modifica-se nesta dança das cadeiras de significações. Para Lipovetsky estamos diante de uma nova faceta da modernidade, uma nova etapa da mesma, uma em que se diferencia das outras através do processo de desestabilização evocado pela globalização e o desenvolvimento desenfreado das tecnologias de informação e comunicação. Em sua obra (LIPOVETSKY, 2018) traça repertório

de mudanças no tecido social contemporâneo e discute o atual estado da sociedade frente dos dilemas evocados pela passagem do “pós” para o “híper”. Para o autor a sociedade entra em estado de hipérbole pois as mudanças (económicas, políticas, culturais, sociais, temporais e etc) já diagnosticadas no estado de pós-modernidade se intensificaram. Numa mesma apreensão deste que parece ser um outro estágio dos considerados “tempos modernos”, Fernando Lharco (2014) diz que estamos vivendo em uma pós-sociedade. De acordo com Lharco a sociedade desdobrou-se em uma série de pós-conceitos que são, em suma, características que se descrystalizaram e ganharam novas significações mediante a liquidez da sociedade contemporânea. Para o autor, a presença da tecnologia ressignificou a estrutura da sociedade e convoca-nos a gerir um olhar sobre o que ele chama de pós-sociedade, ou seja, a sociedade derivada dos fenômenos da contemporaneidade, em especial a mediatização. Apesar de nos instigarem curiosidade da mesma forma, neste documento nos ataremos somente as ressignificações e rupturas contracenadas pelos medias locativos, ou seja, aqueles que medeiam relações entre o homem e o espaço. Para entendermos melhor estas trocas simbólicas e o que aqui teremos como de percepção do espaço na contemporaneidade, na etapa a seguir trataremos de definir o que consideraremos como medias locativos e sua suposta influência sob a maneira com que percebemos e interagimos com o espaço na contemporaneidade.

II. LOCATIVIDADE, MOBILIDADE, PORTABILIDADE E ESPAÇO: CONDIÇÕES ESPACIAIS NA CONTEMPORANEIDADE.

“após a invenção do telégrafo, uma série de inventos começou a fazer a ponte entre comunicação e resposta, desafiando o problema do espaço (...) Por conseguinte, graças aos dispositivos mecânicos, a comunicação encontra-se agora prestes a regressar à reação instantânea do contacto a que começou. Contudo, em vez de serem limitadas pelo espaço e pelo tempo, as oportunidades abertas por este encontro imediato serão limitadas apenas pela quantidade de energia disponível e pela perfeição mecânica e acessibilidade do aparelho” (MUMFORD, 2018, p. 259-260)

A lógica dos media vem se alastrando por todo o tecido social. As raízes da sociedade, tecnizadas pela abundante presença de objetos técnicos, cria implicações em diversas cearas da sociedade. Anteriormente vimos que as instituições contemporâneas e os protocolos sociais

vigentes sofreram reestruturações em suas maneiras de operar. Perpendicularmente, os signos ordinários receberam cargas semânticas e foram redefinidos de acordo as implicações geradas pela mediação e remediação tecnológica.

Devido a vasta ecologia que compõe o conjunto de rupturas e ressignificações sociais advindas da mediatização, tratar de todas elas em um só documento seria ingênuo. Além disso, tendo em vista o nosso objetivo principal, ampliar a noção dos tensionamentos evocados pela lógica dos media no espaço urbano, mais precisamente como o jogo *Pokemon GO* age de modo a convocar rupturas e novas apreensões acerca do espaço urbano da cidade portuguesa de Braga, nós, agora, nos empenharemos em discutir aquilo que vos colocaremos como a nossa interpretação das particularidades relacionadas à apreensão do conceito de espaço urbano na contemporaneidade.

Para refletir isso que consideraremos como metáfora do espaço urbano nos tempos atuais, precisamos, inicialmente, tratar dos media que condicionam as novas formas de pensar e interpretar o espaço. Uma vez que a tecnologia vem se tornando cada vez mais portátil, os mecanismos passaram a estar presentes quase que a todo momento de nossas rotinas. Hoje, através de aplicativos e serviços de comunicação instantânea, é possível contactar-se com qualquer pessoa ao redor do mundo de maneira rápida e direta. Vivemos um mundo cada vez mais plano, uma superfície menos rugosas. O relevo terrestre se mostra ainda menos acidentado quando, ao georreferenciarem-se, as técnicas que nos acompanham passaram a representar o espaço com maior exatidão e, por conseguinte, também mediar as relações entre o homem e o mesmo. O tempo e as distâncias, variáveis tão implacáveis no passado, nunca foram tão voláteis quanto hoje.

Os artefactos que nos auxiliam no entendimento do espaço evoluíram, seguindo a maré tecnológica, e hoje nos convocam a experiências muito mais imersivas, onde as barreiras geográficas estão cada menos perceptíveis. Não há mais montanhas ou rios turbulentos suficientemente capazes de deter a curiosidade do homem. Não há mais caminhos perigosos ou trilhas inexploráveis. Não há mais o medo do desconhecido, das lendas que assustavam os antigos navegantes, que viajavam ao içar de suas velas e coragem, pois o mundo está milimetricamente cartografado e digitalizado nas palmas de nossas mãos. Os media, cada vez mais interativos e quentes (MCLUHAN, 1964), passaram a proporcionar-nos um *kit* de

ferramentas que além de promover rupturas na forma em que o espaço opera tangenciaram novas percepções, ressignificações naquilo que os teóricos dos campos da sociologia e geografia crítica (TUAN, 1983; SANTOS, 2001; CASEY, 2001) definem como noção de lugar (*sense of place*).

Entretanto, muito antes dos considerados recentes avanços no campo das *TICs*, o espaço já condicionava e era condicionado pelo fenómeno da técnica (SANTOS, 2001). No final do século XIX, período marcado pela forte atividade industrial que culminou na 2ª revolução industrial, “cidade” consolidou-se como centro dos processos e protocolos da sociedade (LEFÈBRE, 1986; VASCONCELOS, 2015). Desde então o homem e a técnica vêm construindo, ocupando e transformando o espaço em conjunto. Logo, recorte do sujeito e seus paradigmas, o espaço urbano compreendido como cidade acompanhou as atualizações da ecologia sociotécnica, que por sua vez parafraseiam principalmente os desejos e necessidades da sociedade e movimentos sociais até a atualidade.

Conforme o que já vos colocamos, este subcapítulo será composto de três etapas. A princípio, para entendermos o espaço e os efeitos da lógica mediatizada no que diz respeito ao seu sentido e estrutura, primeiramente devemos definir quais são os objetos que fazem a mediação das relações entre o homem e o meio que o circunda. Depois de refletidas as tais implicações, trataremos de definir aquilo que aqui consideraremos como o conceito de “espaço na contemporaneidade”. É preciso frisar que quando cá falamos de “espaço” e “espaço urbano” nos referimos preferencialmente a ideia de cidade. Existem diversos tipos de espaços urbanos, tais como vilas, povoados e aldeias. Como a pesquisa está focada em entender os parâmetros de atuação do jogo *Pokemon GO* em Braga, fica subentendido que ao mencionar conceitos inerentes à compreensão de espaço do documento se refere a ideia de cidade. Por fim, para concluirmos esta etapa e passarmos a análise do jogo *Pokemon GO*, trataremos de definir melhor o conceito de *sense of place* e a maneira que as tecnologias atuais nos convocam a discutir o sentido semântico dos espaços mediados.

2.1. DISPOSITIVOS MÓVEIS E MEDIAS LOCATIVOS

Seria equivocado dizer que somos cada vez mais dependentes das tecnologias? Os media vêm nos acompanhando em nossas rotinas desde suas mais remotas invenções. Desempenhando cada vez mais funções, os dispositivos criados pelo homem foram seguindo suas necessidades de transformar e ser transformado. A premência latente de uma ubiquidade (SANTAELLA, 2012), produto de novas relações temporais e as fronteiras reduzidas, os media encontraram novas lacunas a serem preenchidas. Doravante, as transformações evocadas pela lógica dos media também exigiram dos mesmos uma capacidade maior de amoldar-se. O imediatismo da comunicação, a globalização, compressão do tempo e a deslocalização são alguns dos fenômenos que fizeram com que a tecnologia se tornasse cada vez mais móvel e disponível. Para que isso ocorresse os dispositivos precisaram se reestruturar, tanto na sua forma como em sua lógica. De aplicações a apetrechos diversos, a tecnologia tornou-se reflexo de uma sociedade nômade e de identidades “desterritorializadas”. Agora, reduzidos, isentos de fios e alimentados por baterias de larga duração, os dispositivos antes estáticos ou demasiadamente grandes se tornaram mais ergonômicos, portáteis e conectados. Atualmente vivemos uma cultura móvel, uma “Cultura da Mobilidade” (LEMOS, 2009).

Através das “novas tecnologias” é possível se conectar, trocar e aceder à informação em tempo real. Diminutos, os aparatos que nos acompanham no dia a dia cabem na palma de nossas mãos. Estes por sua vez parafraseiam utilidades de tecnologias antecedentes e as juntam num só dispositivo. Hoje, se compararmos o processador do primeiro computador digital eletrônico, o *ENIAC* (*Electronic Numerical Integrator and Computer*), que pesava 30 toneladas e ocupava cerca de 270m², encontramos capacidades muito similares nos *hardwares* de nossas calculadoras de bolso, que além das quatro operações básicas, ainda são capazes de efetuar raízes quadradas e outros cálculos mais complexos.

É dessa portabilidade, que conferiu a característica móvel para diversos aparatos da atual ecologia mediática, que cunhamos o termo “Mobilidade”. As tecnologias *mobile* já endossam temas amplamente debatidos nos campos das ciências sociais. Há um enorme interesse pela agenda, assim como disponibilidade de conteúdo produzido. Campbell (2013) define como *mobile communication technology* “*devices and services that supported mediated social connectivity while the user is in physical motion*”. Ran Wei (2013) também interessado em definir o conceito sugere que *mobile media* seria um conjunto de dispositivos “pessoais,

interativos, portáteis e conectados com a internet que promovem a troca de conteúdo pessoal e não-pessoal entre usuários interconectados”. Segundo Saccol e Reinhard (2007) o conceito de mobilidade “relaciona-se com a portabilidade, isto é, a capacidade de se levar, para um qualquer lugar, um dispositivo de Tecnologia de Informação”. Ainda sobre a ideia de mobilidade contida em diversos dos recentes dispositivos tecnológicos, Weilenmann (2003) chama atenção para o propósito de uma tecnologia móvel, que resumidamente foi criada para ser usada enquanto se está em movimento. Telemóveis, *PDA*s, *laptops*, *GPS*s e *smartwatches* são alguns exemplos de representantes da ecologia que compõe o que hoje são englobados como *mobile media*.

Acelerando o tempo ordinário, de forma a não nos requisitar a interrupção de nossas atividades cotidianas para o seu uso, estes dispositivos já estão tão presentes em nossas rotinas que diversas de nossas práticas habituais se encontram vinculadas de alguma forma as suas funcionalidades. Um estudo desenvolvido por pesquisadores da Universidade Nottingham Trent, na Inglaterra, entrevistou jovens da faixa etária entre 18 e 33 anos para tentar aferir o tempo que uma pessoa média passa utilizando o telemóvel (ANDREWS, ELLIS, SHAW & PIWEK, 2015). Através de uma aplicação que monitorava o tempo de uso dos dispositivos dos entrevistados, a pesquisa chegou a conclusão de que estamos cerca de um terço do dia com o telemóvel em mãos. Em uma outra pesquisa, agora realizada com mais de 2 mil universitários brasileiros, a rede acadêmica Passei Direto constatou que 75% dos participantes ficavam conectados até o último instante antes de dormirem e que 62,5% se conectavam logo após acordarem (PRACIANO, 2014).

Entre diversas rupturas e ressignificações evocadas por esta casta especial de dispositivos; tal como a noção da aceleração temporal, o imediatismo da comunicação e a ubiquidade, o que consideraremos aqui como um olhar mais atual sobre as relações entre o homem e o espaço que o circunscreve talvez seja das mais transparentes e perceptíveis. Ao tornarem-se móveis e capazes de ler e adicionar informações ao espaço (LEMOS, 2007), os dispositivos móveis ganharam características do que os estudiosos do campo mediático (LEMOS, 2007; SANTAELLA, 2008) chamam de *media locativos*. Entretanto, apesar de parecerem mais um refluxo da revolução tecnológica, sobretudo da digitalização da tecnologia, o desenvolvimento de artefactos que expandem nossa percepção sobre o espaço não é algo recente. Os investimentos em *media locativos* e geo-referenciados sempre estiveram presentes na navegação, geografia, cartografia

e em outros campos que estudam o espaço. Os mapas, os atlas, os globos e até mesmo as placas de sinalização presentes nas ruas congestionadas das grandes metrópoles, são media locativos. Jensen (2013) discute a aplicação do conceito *mobile*, refletindo sobre o caráter disseminativo da informação, uma vez que a mesma por si mesma quebrava barreiras geográficas e movia-se pelo espaço muito antes dos recentes aparatos.

The terminology of mobile media and communication might be taken to imply that previous media were not mobile. In fact, mobility has long been an issue for media and communication research (...) Depending on historical perspective, then, media have been mobile for millennia – perambulating humans were the first media of communication, later holding manuscripts and other writing surfaces disseminating fact as well as fiction. For centuries, print media have disseminated information and entertainment within and between countries and across continents, first to relatively small and elite groups, later to mass audiences. And, for decades, visual and auditory representations have been distributed, either synchronously or asynchronously, through sound recordings, cinema, and broadcasting. (JENSEN, 2013, p.27)

A fim de construir uma taxonomia dos dispositivos considerados como locativos, Bleecker e Knowlton (2006) evocam como locativos os dispositivos que extrapolam a ideia literal do espaço e proporcionam experiências geoespaciais mais complexas para com um local de interesse.

Locative media that is of most immediate concerns is that made by those who create experiences that take into account the geographic locale of interest, typically by elevating that geographic locale beyond its instrumentalized status as a ‘latitude longitude coordinated point on earth’ to the level of existential, inhabited, experienced and lived place. These locative media experiences may delve “into” the historical surface of a space to reveal past events or stories (whether fictional, confessional or standing on consensus as factual). Locative media experiences may also cross space, connecting experiences across short or long geographic, experiential, or temporal distances. At its core, locative media is about creating a kind of geospatial experience whose aesthetics can be said to rely upon a range of characteristics ranging from the quotidian to the weighty semantics of lived experience, all latent within the ground upon which we traverse. (BLEECKER & KNOWLTON, 2006)

Em seu turno, André Lemos (2007) destaca que os media que são locativos agregam conteúdo informacional à um determinado local, criando novas formas do urbano. Lemos

postula a existências de media locativos analógicos, os tradicionalmente e habitualmente presentes em nosso cotidiano, e media locativos digitais, que parafraseiam o espaço através dos mais variados dispositivos. O aplicativo “*Google Maps*”, da gigante da tecnologia que lhe dá nome, por exemplo, é amplamente utilizado por turistas ao redor do mundo. Mesmo com pouca informação prévia, os usuários podem encontrar destinos muito específicos, diversas vezes não contidos nos mapas guias tradicionais. O aplicativo, além de mostrar uma detalhada representação do espaço, ainda dá ao usuário informações sobre possíveis caminhos e alternativas de transporte público para chegar ao destino desejado. Indo mais a fundo, agora trazendo o exemplo de plataformas ainda mais interativas, há também aplicativos que usam a colaboração como base de dados. A título de discussão, o aplicativo “*Waze*” se faz valer da participação dos usuários que, no mapa do aplicativo, indicam acidentes, congestionamentos e, inclusive, a presença de obras e paragens policiais. Denominam-se como “anotações urbanas” (LEMOS, 2007) as interatividades registradas no espaço. No caso do *Waze*, diferente de uma pichação, ou uma mensagem colocada em outdoor, as anotações se fazem de maneira digital, nas “simulações” do espaço. Em seu turno, também determinada em processar este conceito Santaella (2008) pontua:

A enciclopedia digital das novas mídias define as mídias locativas como tecnologias baseadas em lugares, ou seja, tecnologias sem fio, tecnologias de vigilância, de rastreamento e de posicionamento que permitem que a informação seja ligada a espaços geográficos. (SANTAELLA 2008, pg 22.)

Conectados com satélites de última geração capazes de fornecer as mais minuciosas informações da planta terrestre, os dispositivos geolocalizados expandem nossos horizontes territórios. Contidos dentro da ecologia pluralista que compõe os dispositivos móveis chamamos de media locativos o grupo de artefactos que se apropriam do espaço para gerar ou fornecer informações relevante. Utilizando-se dos dispositivos de *GPSs* já inerente na maioria das tecnologias emergentes, estes media se fazem de interfaces mediando as relações entre o homem e o espaço.

O Sistema de Posicionamento Global (GPS-Global Positioning System) é a tecnologia mais familiar que faz uso de computação sensível a locais. Duas dúzias de satélites que orbitam a 12 mil milhas da superfície da Terra ajudam os motoristas e os andarilhos a encontrarem seus caminhos virtualmente em qualquer parte do globo. Além dos GPSs,

os outros dispositivos que compõem a malha tecnológica das mídias locativas são: telefones celulares, palms e lap tops sem fio em redes Wi Fi, bluetooths, etiquetas de identificação por rádio frequência (RFID) etc. São dispositivos que permitem que as pessoas localizem-se a si mesmas e a outros no espaço geográfico e que conectem informação a posições geográficas. Cada vez mais, essas tecnologias da mobilidade, sensíveis aos locais, podem acessar a internet, permitindo que a informação seja armazenada e recuperada a partir de bases de dados remotos. (SANTAELLA 2008, pg 22)

Segundo Santaella, “são inumeráveis e crescentes as práticas de mapeamento, geolocalização e anotações que essas tecnologias vêm introduzindo” (SANTAELLA, 2008, pg. 22-23) aos processos cartográficos e a geografia contemporânea. Para a Associação Cartográfica Internacional (2003), a cartografia é uma disciplina que envolve arte, ciência e a tecnologia; esta última favorece o desenvolvimento de acessórios e aparatos cartográficos cada vez mais precisos, dando margem a criação de representações geoespaciais. Caso compararmos os mapas antigos usados para representar a costa brasileira na época das grandes navegações, se encararmos-os como representações fiéis do espaço geográfico que pretendem ilustrar, com as fotos tiradas pelo satélite da *Google*, podemos perceber uma grande diferença no que tange a riqueza e a veracidade de informações geográficas captadas; isso também se estendeu a capacidade de prevermos fenômenos diversos ao redor da superfície terrestre. Pertinente ao desenvolvimento de aparatos que nos fornecem maior profundidade no que diz respeito à apreensão do espaço geográfico e seus por menores, Milton Santos advoga que, nos dias atuais, “a técnica e a ciência presentearam o homem com a capacidade de acompanhar o movimento da natureza, graças aos progressos da teledeteção e de outras técnicas de apreensão dos fenômenos que ocorrem na superfície da terra” (SANTOS, 2001, pg 162). Para o autor as possibilidades oriundas do desenvolvimento de novas ferramentas que auxiliam o desmistificar do espaço geográfico e os fenômenos que nele ocorrem influem diretamente em outras cearas da sociedade.

2.2. ESPAÇO NA CONTEMPORANEIDADE

Tal como os espaços tecnizam-se, buscando sintonia com os objetos e suas funções, a maneira que o percebemos também sofre alterações. Sob a ótica da intensa mediação de nossas relações com o espaço passamos a encarar o mundo que nos cerca a partir de uma perspectiva sociotécnica. Diversos autores (BOLTER & GRUSIN, 2001; SANTAELLA, 2008; LEMOS, 2007; SANTOS, 2001; BEECKLER & KNOWLTON, 2006; RAN WEI, 2013; CAMPBELL, 2013) tentaram compreender as implicações da atribuição de uma lógica técnica ao espaço. Contudo, apesar dos esforços, os conceitos que visam definir a volatilidade dos entrelaçamentos entre o espaço ainda encontram-se em maturação. Por isso não há ainda um único posicionamento que defina a complexidade do fenômeno tecnoespacial, mas um apanhado de perspectivas que nos propõem uma visão mais holística da referente agenda. Nos arriscamos aqui a afirmar-vos que essa relação líquida, porém, pastosa – um meio termo pois há de alguma maneira algo moldando-se ao sólido e não completamente liquefeito –, se dá por conta da volatilidade do meio técnico, que a todo instante nos apresenta opções de interação com o espaço, convocando-nos a reinterpretá-lo. Desafiado pelas mesmas, no dado momento tentaremos, através de alguns conceitos, definir aquilo que norteará a nossa apreensão do espaço urbano contemporâneo; um híbrido hipermediado por interfaces técnicas e mediatizado em seu âmago.

Ao representarem o espaço e nos fornecerem informações mais minuciosas a respeito de sua composição natural e, conseqüentemente, social, as tecnologias, sobretudo os artefactos locativos, desencadeiam processos que atrelam a paisagem sua lógica, tal qual a ideia de mediatização das práticas sociais. Analogamente, os espaços, em conjunto com a sociedade e suas instituições, também foram impregnados pelos protocolos dos media. Outrora mediados, uma vez que a existência dos media analógicos que nos auxiliaram a desbravar o mundo desde o tempo das grandes descobertas marítimas, os espaços hoje assumem-se, seguindo a lógica de Scolari (2008), hipermediáticos. Isso deve-se ao facto de que cada vez mais aparatos imbuídos de tecnologias móveis e locativas vêm ingressando a ecologia dos media. Para início de conversa trataremos o espaço urbano como um “meio técnico” (SANTOS, 2001) por conta da tal hipermedialidade dos espaços. Mediante à troca simbólica esse esforço de adaptação advindos das relações entre o homem e o espaço mediadas pela técnica, Milton Santos (2001) advoga a existência do que ele chama de “meio técnico”, um espaço mecanizado fruto da presença de

objetos. Tal como já discutimos, os objetos na atualidade já não se comportam exclusivamente como aparatos técnicos. Estes também, segundo a lógica do que discutimos como mediatização da sociedade, suas instituições e protocolos, são culturais e sociais, sendo assim capazes de produzir ressignificações simbólicas.

Os objetos técnicos, maquínicos, juntam à razão natural sua própria razão, uma lógica instrumental que desafia as lógicas naturais, criando, nos lugares atingidos, mistos ou híbridos conflitivos. Os objetos técnicos e o espaço maquinizado são *locus* de ações "superiores", graças à sua superposição triunfante às forças naturais. Tais ações são, também, consideradas superiores pela crença de que ao homem atribuem novos poderes - o maior dos quais é a prerrogativa de enfrentar a Natureza, natural ou já socializada, vinda do período anterior, com instrumentos que já não são prolongamento do seu corpo, mas que representam prolongamentos do território, verdadeiras próteses. Utilizando novos materiais e transgredindo a distância, o homem começa a fabricar um tempo novo, no trabalho, no intercâmbio, no lar. Os tempos sociais tendem a se superpor e contrapor aos tempos naturais. (SANTOS 2006, pg 158)

Com o avanço da técnica, principalmente daqueles artefactos que aqui colocamos como móveis e locativos, o indivíduo passou a interagir com o espaço através de interfaces, contribuindo para a construção social do mesmo por intermédio de suas próprias aferências; anteriormente citamos os aplicativos *Waze* e *Google Maps* como exemplos de mecanismos que propõem ao usuário a possibilidade de construção coletiva do espaço urbano. Como já vimos, é evidente que a tecnologia afirme discursos e produzam contextos, porém a técnica vem nos empossando da capacidade de fazer, deixar nossos próprios contributos (CARON & CARONIA, 2007). Agora, junto a aceleração do tempo e um aumento no fluxo de indivíduos – a técnica, além de aprimorar os meios de transporte, fazendo com que possamos cruzar grandes distâncias cada vez mais rápido, também modifica a estruturação urbana (SANTOS, 2001) facilitando o acesso e o tráfego de pessoas e coisas –, a técnica também exerce o poder fluência informacional em suas representações do urbano, híbrido em sua ubiquidade permitida pela comunicação em redes. Adicionando aos espaços anotações, informações imputadas pelos próprios usuários dos media, o espaço ganha a conotação de Informacional, no que André Lemos (2007) chama de “territórios informacionais”.

O desenvolvimento da computação móvel e das novas tecnologias sem fio (*laptops*, *palms*, celulares) estabelece, no começo do século XXI, a passagem do acesso por

“ponto de presença” (internet fixa por cabos), ao “ambiente generalizado de conexão” (internet móvel sem fio, telefones celulares, redes *bluetooth* e etiquetas de radiofrequência, RFID), que envolvem o usuário, em plena mobilidade. As cibercidades da cibercultura estão se constituindo hoje como “ambientes generalizados de acesso pessoal e móvel à informação”, constituindo um “território informacional”. (LEMOS 2007, pg.9)

Como “territórios informacionais” compreendem-se “as áreas de controle do fluxo informacional digital em uma zona de interceção entre o ciberespaço e o espaço urbano” (LEMOS, 2007, pg. 14). A mobilidade e portabilidade dos mecanismos, também conectados em rede, é o que torna possível que estes espaços se façam informacionais. Contudo o território informacional não é exatamente virtual, ele é um híbrido móvel que se articula através tanto do espaço digital quanto do físico.

Ao percebemos o constante fluxo comunicacional, proporcionado pela ecologia midiática baseada, principalmente, na localidade, nos deparamos com um meio técnico e ao mesmo tempo informacional. Este meio, repleto de coisas cada vez mais *smart*, capazes de gerar por si só, sem necessidade de um usuário ativo, informação, reflete-se na metáfora de Milton Santos (2001) que determina a procedência de um ambiente onde a técnica, a ciência e a informação, são suas principais características. Um meio técnico-científico-informacional, onde a tecnologia é criada para suprir lacunas diagnosticadas pela ciência, mas que, por conta do mundo globalizado, desfronterizado, tem como vetor principal a informação é o processo social principal. Segundo o autor, quanto mais contemporâneas sejam as tecnologias, mais elas estão subordinadas à uma lógica global. Portanto é comum que estes estejam cada vez mais conectados e imbuídos da capacidade de gerar informação. Os objetos, hoje, não se ligam apenas, mas conectam o mundo como os principais agentes globais. De acordo com Milton Santos (2001) a ação dos objetos contemporâneos, principalmente dos móveis, mesmo que pontual, diferente de seus antecessores, é capaz de modificar drasticamente o espaço em que esteve atuando. Se levarmos, por exemplo, um *smartphone* para uma ilha deserta e que ainda não sofreu a ação do homem ou da tecnologia, ao chegarmos no local determinado, automaticamente, o sistema de geoposicionamento nos mostrará aproximadamente a nossa posição atual. Através de aplicações colaborativas, poderíamos interagir com o espaço e deixar informações sobre a ilha (fauna, flora, relevo, características climáticas, dentre outras) para que outros usuários pudessem aceder. Seria

possível até mesmo indicar a ilha como um possível destino turístico, inclusive ranqueando-a entre outras com características semelhantes. Usando a câmera acoplada seria possível registrar imagens e compartilhá-las em redes sociais diversas. Pressupondo, mesmo que deixássemos a ilha e nunca mais voltássemos, ubiquamente as informações que adicionamos ao local na rede e em sua representação no ciberespaço estariam gravadas e acessíveis de qualquer lugar do mundo. O espaço da ilha, antes “virgem”, teria sido transformado drasticamente por conta da mediação da tecnologia. Isso não seria possível sem um artefacto de propriedade móvel e locativa.

Perceptivelmente a locatividade e mobilidade e portabilidade dos artefactos contemporâneos engendra uma série de rupturas sociais. Da maneira de nos comunicar, que tornou-se extremamente imediata por conta da instantaneidade da troca de mensagens e informações, até a maneira de consumir, na possibilidade de indicar e avaliar locais em diferentes aplicações e redes sociais, fomos tomados pela presença de dispositivos altamente sofisticados no que tange a capacidade de comunicação móvel. A qualquer hora e qualquer lugar, mediante à uma infraestrutura ideal (dados móveis fornecidos por provedores e empresas de telefonia ou redes de *wifi*), é possível acessar à internet e comunicar-se com aqueles que compõe a sua rede. Usando a aplicação *TripAdvisor*, a título de exemplo, é possível avaliar e recomendar lugares visitados, numa espécie de rede colaborativa para aqueles que gostam de explorar, viajar e viver novas experiências. Já não é mais necessário esperar todo um dia para checar e responder e-mails referentes à alguma questão do trabalho. A utilização de aplicativos com a dinâmica de *Business Model Canvas* torna ubíquo os ambientes de trabalho, fornecendo ao usuário a possibilidade de desempenhar suas atividades de maneira remota. A locatividade nos conecta, nos mantém ativos 24 horas, até mesmo quando não estamos em posse de nossos aparelhos; nossos avatares continuam ubiquamente presentes na rede como representações de nós mesmos. Ela atua sobre a economia, de maneira a criar novas possibilidades de novos modelos de negócios e também gestão. Através dos aparatos portáteis e móveis, as relações laborais ganharam ressignificações e a adoção de novas práticas. Por conta da locatividade imbuída nestes, o mundo social, suas instituições e protocolos, e o espaço estão cada vez mais interligados. Segundo Milton Santos (2001), o caráter reducionista da geografia clássica já não mais se aplica ao panorama da disciplina. Ciência, técnica e espaço são, hoje, uma tríade que

opera conjuntamente e, a partir desta trindade, nos deparamos com uma série de discussões e conceitos correlacionados. *Smartcities*, *Ciberurbes*, *Internet of Things*, dentre outros, englobam o que podemos considerar como questões inerentes a apreensão e reflexão do espaço urbano na contemporaneidade.

Mas afinal do que se trata essa entidade que evocamos aqui como o “espaço urbano contemporâneo”? Depois de discutidas as implicações dos media na membrana social, rupturas e ressignificações de seus alicerces simbólicos e estruturais, e definirmos o papel da técnica móvel e locativa nestas relações líquidas, vimos que nossas noções de espaço vêm acompanhando as mudanças da pós-sociedade (ILHARCO, 2014). Ao final da breve análise aqui contida evidencia-se que o entendimento do espaço na contemporaneidade permeia questionamentos e tensões que consolidam existência de um espaço híbrido, que não mais se prende ao exclusivamente a percepção sensorial do físico e consegue perpetuar sua aura entre os mais diversos dispositivos. O homem se apropria destes artefactos, locativos e móveis em sua maioria, e promove um novo olhar sobre o espaço, sua estrutura e semântica.

Doravante, o fenômeno tecnossocial que aqui confrotamos não é algo totalmente atual. Os media locativos sempre estiveram presentes no espaço, expandindo, mesmo que minimamente, nossas fronteiras sensoriais. Como Lemos (2007) convoca, existem tanto artefactos locativos analógicos quanto digitais. A ecologia robusta dos media que estabelecem interfaces entre o homem e o espaço é algo que se deve encarar de forma holística, pois é através da atuação em conjunto das mesmas que ressignificamos o sentido do espaço e restructuramos sua maneira de operar. Contudo, não devemos descartar que com o advento de novas tecnologias e plataformas geoinformacionais, portáteis e de maior acessibilidade, as fronteiras espaciais se tornaram cada vez menos espessas, contribuindo para um entendimento mais profundo dos arredores a que referenciam. Por fim, concluímos que, visto o caráter insolúvel da discussão, definir com exatidão o que é o espaço na contemporaneidade como um conceito exclusivo é relativamente equivocada, uma vez que o entendimento de seus tensionamentos depende de reflexões em diferentes campos do saber. Para a prossecução da narrativa que compõe o documento, focaremos-nos em entender melhor o conceito de *sense of space* e como este vêm sendo estruturado e desdobrado de acordo com a ecologia mediática do hoje.

2.3. SENSE OF SPACE: RESSIGNIFICAÇÕES E FLEXÕES SIMBÓLICAS DO ESPAÇO

Apesar de parecer uma discussão que se desdobra, sobretudo, nos campos da comunicação e da filosofia, o entendimento do estado atual em que se encontra o espaço, no que tange à sua apreensão simbólica, ou seja, conceito construído a partir das experiências trocadas com o meio por intermédio de intercâmbios sociais (LAKOFF E JOHNSON, 1980; LAKOFF E TURNER 1989; ROHRER 2007), bebe, também, da fonte das Ciências Cognitivas. Dito isso, nossa análise do que aqui discutiremos como sensação de lugar (“*sense of place*”) será fundamentado, sobretudo, no que diz respeito a vivência pessoal do indivíduo contemporâneo e sua compreensão do ambiente em seu entorno, que no nosso caso específico se trata da paisagem urbana² da cidade de Braga. Assim como em estudos já mencionados, nós acreditamos que pensar o ambiente que nos circunda como uma estrutura hermética, desprovida de antropologia ou função social, é uma perspectiva que reduz a verdadeira importância da reflexão que propomos aqui. Vivemos os espaços de conforme nossos repertórios, experiências pessoais. Um cheiro, um som, uma memória específica da infância, tudo isso pode influenciar na maneira com que percebemos um determinado espaço. Esse processo de familiarização e construção de “conhecimento espacial” (TUAN, 1983) agrega ao espaço significado, e, possivelmente, sentimento. Ao passarem pela ressignificação social oriunda da experiência, estes espaços vividos ganham aspectos de lugar, que diferente dos meros espaços estão dotados de um certo valor semântico. Tratando desta apreensão simbólica das paisagens que compõe o urbano na contemporaneidade enquanto um fenômeno oriundo da subjectividade encontra-se a análise da conceptualização de “*Sense of Place*”. O entendimento deste conceito faz-se de suma importância para a proecução da reflexão que almejamos aqui, pois, as apreensões do espaço urbano estão sendo continuamente irrigadas pelas trocas aderentes à mediação mediática de suas

² Tomemos como entendimento de paisagem urbana a interpretação de Cullen (1983). Sob sua lógica, a ideia de paisagem urbana esta ligada a prática de organizar e hierarquizar visualmente os elementos que compõe o ambiente da urbe.

relações com o indivíduo. A sociedade, como já discutido, ao apossar-se das técnicas móveis e locativas, que proporcionam contatos mais relevantes com a paisagem urbana, ressignifica a função social destes. Frente isto, nós aqui acreditamos que a mediação tecnológica intensifica as relações entre o homem e o espaço e propicia experiências que possivelmente podem engendrar vínculos de maior profundidade e contato com os espaços.

Primeiramente, para que aqui seja discutido o conceito de *sense of place*, alinhando-o a perspectiva onde a técnica faz-se presente nas trocas simbólicas entre a sociedade e a paisagem urbana, precisamos definir o que aqui trataremos como “espaço” e também como “lugar”. A princípio os dois vocábulos parecem tratar do mesmo, o que torna muitas vezes o entendimento de “*sense of place*” algo de relativa complexidade para os não-familiarizados. É como que aos olhos menos divagados ambas as palavras pareçam exatamente iguais. Contudo, é na diferença entre ambas que se constitui a apreensão de *sense of place*.

...o significado de ‘espaço’ é mais abstrato do que ‘lugar’. O que começa como espaço indiferenciado transforma-se em lugar à medida que o conhecemos melhor e o dotamos de valor. Os arquitetos falam sobre as qualidades espaciais do lugar; podem igualmente falar das qualidades locacionais do espaço. As ideias de ‘espaço’ e ‘lugar’ não podem ser definidas uma sem a outra. A partir da segurança e estabilidade do lugar estamos cientes da amplidão, da liberdade e da ameaça do espaço e vice-versa. Além disso, se pensamos o espaço como algo que permite movimento, então lugar é pausa; cada pausa no movimento torna possível que localização se transforme em lugar. (TUAN 1983, pg. 6)

No que diz respeito ao espaço, há uma série de discussões já pré-estabelecidas. Contudo, apesar da ampla diversidade de abordagens, Costa (2014), defende a necessidade de uma revisão conceitual, principalmente das abordagens mais tradicionais e menos holísticas, devido as novas dinâmicas e profundas alterações estabelecidas, principalmente, pelo fenômeno da globalização. A intrínseca relação entre técnica, ciência e informação, tratada por Milton Santos (2001) em sua ideia de meio tecno-científico-informacional, nos impede de dissociar o sistema dos objetos do sistema das ações, sendo estes os principais modeladores do espaço, sua organização e *modus operandi*.

O espaço não é nem uma coisa, nem um sistema de coisas, senão uma realidade relacional: coisas e relações juntas. Eis por que sua definição não pode ser encontrada senão em relação a outras realidades: a natureza e a sociedade, mediatizadas pelo

trabalho. Não é o espaço, portando, como nas definições clássicas de geografia, o resultado de uma interação entre o homem e a natureza bruta, nem sequer um amálgama forma pela sociedade de hoje e o meio ambiente.

O espaço deve ser considerado com um conjunto indissociável de que participam, de um lado, certo arranjo de objetos geográficos, objetos naturais e objetos sociais, e, de outro, a vida que os preenche e os anima, seja a sociedade em movimento. O conteúdo (da sociedade) não é independente, da forma (os objetos geográficos), e cada forma encerra uma fração do conteúdo. O espaço, por conseguinte, é isto: um conjunto de formas contendo cada qual frações da sociedade em movimento. As formas, pois têm um papel na realização social. (SANTOS 1988, pg. 10)

Segundo Tuan (1983), o espaço é um conjunto de delimitações cartesianas onde estão estabelecidas suas respectivas funções. O autor advoga que, como resultado da experiência, o homem organiza seu espaço a fim de conformá-lo às suas necessidades; estas podem ser de cunho fisiológico e biológico ou sociais relacionais. Sob o olhar de Casey (2001), mas não tão muito distante da perspectiva de Tuan, *“the space is the name for that most encompassing reality that allows things to be located with it, and it serves in this locatory capacity whether it is conceived as absolute or relative in its own nature”*. Harvey (2012) chama a atenção para três tipologias diferentes do mesmo, o espaço absoluto (fixo, estático e onde acontecem e estão planejados os eventos), o espaço relativo (fluxional, móvel, o espaço da circulação e da aceleração) e o espaço relacional (sensorial, espaço da sensação, dos desejos, das frustrações e dos sonhos). O geógrafo ainda defende instabilidade espacial, dizendo que os espaços podem se portar tanto como absolutos, quanto como relativos ou relacionais, pois tudo depende do ponto de vista e do âmbito em que se põe a análise; uma vez que o espaço é composto por um conjunto de diferentes formas actantes. Em uma análise também triangular, baseada na interação entre três vértices, Lelefbvre (1986) coloca que “o conceito de espaço denota e conota todos os espaços possíveis, abstratos ou “reais”, mentais e sociais. Em sua abstração ele chama convoca a existência de um espaço percebido (material, físico, aquele que está contido e situado), concebido (conceitualizações, representações do espaço) e vivido (experienciado, onde se estabelecem as vivências e se produzem os sentidos).

Entrando no âmbito do urbano os espaços, são, em suma, criações do homem (SANTOS 1988, 2001; TUAN, 1983). São majoritariamente físicos, compostos de coisas propositalmente

inseridas. Eles nos propõem suas funções e estão organizados de acordo com as tais. Sua lógica promove o fluxo e alimenta o carácter nômade do homem, propondo a ele a ação do movimento. Os elementos, objetos, coisas, contidos em sua estrutura atuam conjuntamente para organiza-lo e assegurar que o objetivo previamente determinado ao seu motivo de existir seja alcançado. Os *shoppings centers*, por exemplo, são espaços do capital, onde damos vazão a supressão de nossas necessidades, compramos commodities, nos entretemos, realizamos atividades pré-estabelecidas e inerentes ao seu espaço. No espaço que o compõe estão presentes uma série de coisas específicas e alinhadas as respectivas razões deste. Seria conflitante, por exemplo, encontrar curral entre as lojas de um shopping, uma vez que este é um elemento típico de uma outra tipologia de espaço; uma fazenda por exemplo. A ordem e disposição das coisas dentro do espaço, como já dissemos, é intensional. Os espaços urbanos são designados, pensados e articulados segundo as necessidades da sociedade e da comunidade local. Eles precisam ser repensados de tempos em tempos, a fim de compactuar com suas finalidades. Uma cidade, por exemplo, precisa de constantes obras de infra-estrutura. Seja para promover maior velocidade de fluxo, na reestruturação ou construção de novas vias de acesso, ou acomodar mais pessoas, por um eventual aumento populacional, o espaço urbano é mutante e altamente volátil. Ele precisa acompanhar o ser humano em todas as suas necessidades, pois necessitam da ação humana para existirem; nós vivemos um espaço criado e pensado por nós mesmos (TUAN, 1983).

Em cada momento histórico os modos de fazer são diferentes, o trabalho humano vai tornando-se cada vez mais complexo exigindo mudanças correspondentes às inovações. Através das novas técnicas vemos a substituição de uma forma de trabalho por outra, de uma configuração territorial por outra. Por isso, o entendimento do facto geográfico depende tanto do conhecimento dos sistemas técnicos.

O homem vai construindo novas maneiras de fazer coisas, novos modos de produção que reúnem sistemas de objetos e sistemas sociais. Cada período se caracteriza por um dado conjunto de técnicas. Em cada período histórico temos um conjunto próprio de técnicas e de objetos correspondentes. Num momento B, muitos elementos do momento A permanecem; e surgem novos. É a inovação triunfante _que permite sair de um período e entrar em um outro. A inovação traz a modificação da paisagem, que passa a ter objetos dos momentos A e B.

A paisagem não é dada para todo o sempre, é objeto de mudança. É um resultado de adições e subtrações sucessivas. É uma espécie de marca da história do trabalho, das técnicas. Por isso, ela própria é parcialmente trabalho morto, já que é formada por elementos naturais e artificiais. A natureza natural não é trabalho. Já o seu oposto, a natureza artificial, resulta de trabalho vivo sobre trabalho morto. Quando a quantidade de técnica é grande sobre a natureza, o trabalho se dá sobre o trabalho. É o caso das cidades, sobretudo as grandes. As casas, a rua, os rios canalizados, o metrô etc., são resultados do trabalho corporificado em objetos culturais. Não faz mal repetir: suscetível a mudanças irregulares ao longo do tempo, a paisagem é um conjunto de formas heterogêneas, de idades diferentes, pedaços de tempos históricos representativos das diversas maneiras de produzir as coisas, de construir o espaço. (SANTOS 1988, pg. 24)

Enquanto vemos o espaço urbano como um local para designadas funções e atividades, os lugares nos convocam à particularidade. Estes são representações simbólicas dos espaços e estão relacionados diretamente com as experiências proporcionadas. É por isso que a confusão entre ambos os conceitos é muito comum. Na contrapartida da sensação física do espaço, os lugares são percebidos de maneira heterogênea, uma vez que estes são produtos do empirismo. Na tentativa de definir o mencionado termo, Casey (2001) chama de lugar “the immediate ambience of my lived body and its history”. Para o autor o lugar está situado no espaço, assim como todo o resto das coisas que o compõe; eventos e elementos físicos.

Nossa relação pessoal com os espaços é o que define o conceito de lugar. Segundo Yi-Fu Tuan (1983), a sensação que remota os lugares, diferente dos espaços, está diretamente alinhada com construção de uma perspectiva pessoal baseada no experencialismo e no repertório acumulado por cada um de nós. Daí é de onde vem a ideia de que os lugares detêm valor agregado (TUAN, 1983). Acordando novamente com o geógrafo, “A percepção do espaço pelo homem depende da qualidade de seus sentidos e também de sua mentalidade, da capacidade da mente de extrapolar além dos dados percebidos” (TUAN, 1983). Sendo assim, ao passo que a abordagem de espaço está mais vinculada às suas características físicas e finalidades, quando tratamos do espaço enquanto lugar a maioria dos teóricos tende a salientar a importância dos aspectos afetivos, sociais e culturais da experiência para com o ambiente para assim explicar o respectivo contexto. Segundo Reno (2005), “*the place is the product of human action, and*

shared sense of place orients people with the respect to the space where they and other users are spatially, culturally and socially located” (RENO, 2005, pg. 184).

Ao final da tentativa de elucidação das ideias que abrangem as noções apreendidas sobre espaço e lugar, podemos, numa analogia comparativa, colocar que a percepção do espaço, é, sobretudo física e que a sensação que nos faz encarar os espaços como lugares nos remota um sentimento de pertencimento. Nos espaços, estamos, nos vemos inseridos corporeamente e através do corpo nos relacionamos com seus objetos e respondemos as suas expectativas funcionais. Após experienciarmos o espaço, podemos ou não transbordar as suas funções iniciais. Através da interação, podemos ser convocados individualmente a ressignificá-los. Por isso é que a ideia de lugar é colocada como pessoal, uma vez que cada indivíduo experiencia o espaço da sua maneira. Seu olhar estar impregnado com a sua própria vivência, repertórios socioculturais adquiridos. Segundo Casey (2001), as relações com o ambiente interdependem da vivência corporal e da subjetividade. Uma pessoa cega, por exemplo, experiencia o espaço de uma maneira diferente de alguém que pode enxergar. O toque, os sons e os odores norteiam a imersão destes indivíduos, que podem criar relações mais íntimas com lugares que para nós são apenas provedores de fluxo. Uma rua com mecanismos de acessibilidade, por exemplo, pode não nos remeter a nada, uma vez que não somos usuários deste tipo de propriedade, contudo para um indivíduo com dificuldades de locomoção ou qualquer outro tipo de disfunção que dificulte sua mobilidade, estes espaços são muito importantes. Para ele esta via adaptada é muito mais relevante que um outro trajeto sem ferramentas ou ações de acessibilidade. No que diz respeito à subjetividade do eu-lírico que interpreta o espaço através de sua experiência e *background* cultural, um morador de um determinado bairro encara-o como lar, espaço vivido e de vivência, ao contrário de um transeunte que daquela zona fez a ligação para um outro ponto na cidade. Em suma, o que percebemos como diferença crucial entre o espaço e o lugar é o valor atrelado. Até que não haja valor agregado o lugar ainda será apenas um espaço. Os espaços deixam de ser extensões físicas para tornarem-se humanos quando nós o valorizamos e o enxertamos de significado. No que diz respeito a cidade, paisagem que compõe o cerne do nosso estudo, ao criarem intimidade com os espaços presentes no urbano, as fronteiras ali dispostas passam a representar sensações e não só promover fluxo ou suprir necessidades. Íntimos dos espaços urbanos, os indivíduos passam a percebê-los, experienciá-los em novos âmbitos semânticos. O

espaço, antes efêmero, volátil, se torna lugar. Outrora, como metáforas do movimento, ao serem percebidos como lugar, convidam o indivíduo ao repouso, ao devaneio do olhar.

Dando continuidade a construção ao conceito de espaço que apontamos volúvel e baseado no repertório pessoal, eis que nos deparamos com a perspectiva do sociólogo Marc Augé (2016), que através do que chama de “Antropologia da Sobremodernidade” lança um olhar mais específico sobre o espaço urbano contemporâneo no que tange sua função social diante do actual estado social do homem. Durante sua empreitada, o autor buscou desbravar o que chamou de “Não-Lugares”, uma oposição directa da noção que o mesmo aplica ao que colocou como “Lugar Antropológico”. Segundo o autor os Lugares Antropológicos são aqueles que acomodam raízes culturais específicas. Estes espaços estão vinculados à identidade e ancestralidade e são moldados mediante aos ritos e *modus operandi* de um determinado grupo social. Os Lugares Antropológicos são, além de geométricos – geograficamente definidos e espacialmente limitados, onde os “homens se cruzam, se encontram e se reúnem” (AUGÉ, 2016, pg.52) – sociais em seu âmago. Há nesses lugares uma intensa troca simbólica, que, em contrapartida, segundo as palavras de Augé (2016), não pode ser evidenciada naquilo que o mesmo denominou como Não-Lugares, pois estes existem, ainda sob a perspectiva do mesmo, com o único propósito de prover o fluxo entre pessoas e coisas. Sendo assim consideremos os Não-Lugares todo e qualquer espaço urbano construído pelo homem para encurtar distâncias e acelerar o tempo, enquanto que os Lugares Antropológicos são, em suma espaços vividos e repletos de trocas sociais; ou seja: acomodam-se na noção de lugar que apontamos. Doravante, vale frisar que a ideia de Não-Lugar é passível de variação acordando com o referencial observado. Os aeroportos, por exemplo, são espaços globalizados, espaços de fluxo intenso de pessoas que são apenas transeuntes e que não constroem nenhum tipo de ligação íntima com para com suas delimitações geométricas. Seguindo o raciocínio, se tomarmos como foco de análise aqueles que trabalham no aeroporto, existem indivíduos que vivem estes não-lugares e neles constituem laços sociais com seus semelhantes ou, inclusive, com o espaço físico propriamente dito.

Após a abstração das reflexões que endossaram nosso pensamento até aqui, o “sense of place” a que nos referimos é, então, um produto das relações entre o corpo, o indivíduo e a paisagem (CASEY, 2001). Através do experencialismo (TUAN, 1983) construímos a sensação que produz a ressignificação de um espaço enquanto ambiente enxertado de significados. Essas

significações. que nos remotam a ideia de lugar, são derivadas do repertório sociocultural do indivíduo. Portanto, o estado cultural vigente da sociedade interfere diretamente na percepção do espaço enquanto lugar. Como vimos anteriormente, a sociedade encontra-se imbricada com a lógica da técnica. Mediatizada, a produção de sentidos neste panorama sociocultural contemporâneo convocamos a pensar diversas instituições e protocolos em detrimento da presença dos media no hodierno. Levando em consideração os postulados de Tuan, (1983), Casey (2001), e Reno (2005), a realidade cultural vivenciada, sendo essa a já mencionada mediatização das instâncias que compõe a sociedade contemporânea, podemos dizer que a tecnologia e sua ecologia de artefactos é responsável, também, pelos processos que engendram o conceito de *sense of place*. Por intermédio da técnica, em um espaço mediado (BOLTER & GRUSIN, 2000; SCOLARI, 2008) pela tecnologia, principalmente aquelas que aqui colocamos como móveis e locativas, o ser humano aprofunda-se na obtenção e construção de um conhecimento espacial que o mune de referências importantes para que sejam construídas relações mais íntimas com o espaço. Segundo Milton Santos (1988, 2001), a apreensão do espaço está indissociavelmente entrelaçada com o sistema das coisas. Os objetos, sejam eles naturais, geográficos, ou sociais, omologados, constroem uma rede semântica que auxilia os intercâmbios simbólicos entre o corpo, o indivíduo e a paisagem.

“O espaço não é nem uma coisa, nem um sistema de coisas, senão uma realidade relacional: coisas e relações juntas (...) O espaço deve ser considerado com um conjunto indissociável de que participam, de um lado, certo arranjo de objetos geográficos, objetos naturais e objetos sociais, e, de outro, a vida que os preenche e os anima, seja a sociedade em movimento. O conteúdo (da sociedade) não é independente, da forma (os objetos geográficos), e cada forma encerra uma fração do conteúdo. O espaço, por conseguinte, é isto: um conjunto de formas contendo cada qual frações da sociedade em movimento As forma, pois têm um papel na realização social.” (SANTOS 2006, p. 10)

Analógicas ou digitais, as interfaces utilizadas pelo homem para desvendar o espaço mítico (TUAN, 1983) são responsáveis por redenifir o olhar do usuário, convocando-o a possíveis ressignificações. Segundo Levy (1999), “é impossível separar o humano de seu ambiente material, assim como dos signos e das imagens por meio dos quais ele atribui sentido à vida e ao mundo” (LEVY, 1999, pg 22). O autor também deflagra que a inversa relação

também não se faz precisa, uma vez que é através do campo das ideias que os objetos ganham suas funções e também são invetados. Também focados nessa abordagem cognitiva do espaço onde as coisas e a técnica são fatores preponderantes na análise, Wilkie e Roberson (2010) evocam que “*sense of place refers to subjective human reactions to places*”. Posicionando-se perante o status quo da sociedade mediatizada, os autores frisam a importância da representação do espaço urbano pela actual ecologia mediática na formação de uma noção de lugar (WILKIE & ROBERSON, 2010). Em continuidade à questão, nos seus recorrentes estudos sobre a relação da ecologia de tecnologias móveis, locativas e senscientes, Lemos pontua que “hoje, as tecnologias sem fio estão transformando as relações entre pessoas, espaços urbanos, criando novas formas de mobilidade” (LEMOS, 2007, p.123).

as mobilidades física e informacional aumentam as ações sobre o espaço físico. A mobilidade produz espacialização e os lugares devem ser pensados como eventos em um fluxo de práticas sociais, de processos territorializantes e desterritorializantes (...). As mídias produzem sentidos de lugar. Elas criam formas de conhecimento e de experiência local já que a nossa percepção do mundo e de nós mesmos se dá pela relação com o outro e com a imagem que esse outro cria de nós. (LEMOS, 2009, p.31)

Seguindo esta perspectiva de decodificação dos signos presentes na paisagem, primordialmente para nós aquela que é urbana, de acordo com a experiência pessoal do indivíduo conseguimos delinear um conjunto de diferenças e particularidades que diferenciam os lugares, irrigados por afluências antropológicas características, e os espaços, ambientes ordinários e de constante fluxo de indivíduos e coisas. Em suma o que percebemos é que as paisagens são compostas tanto por lugares quanto espaços e a diferenciação destes depende exclusivamente do repertório daqueles que fazem uso de suas delimitações. Fronte essa discussão voltamos aos efeitos dos media e sua capacidade de ressignificação. Ao entrarem em contacto com os lugares, as tecnologias – a princípio aquelas que apresentam ferramentas para a interacção com o espaço e se apropriam deste para comporem sua lógica – evocam a fluidez contemporânea sendo capazes de atribuir outras características e neologismo ao cenário. Com o aparecimento das tecnologias móveis e digitalização dos media locativos, descritos por André Lemos (2007) como tecnologias capazes de agregar conteúdo informacional a um determinado local e que dão novas formas ao “urbano”, os espaços se tornaram ubíquos e quebraram suas próprias barreiras físicas. Bem como dito, Lemos ainda postula a existências de media locativos

analógicos, os tradicionalmente e habitualmente presentes em nosso cotidiano, e media locativos digitais, que parafraseiam o espaço através dos mais variados dispositivos. As últimas, por conta da sua alta interactividade e ubiquidade, vêm liquefazendo as noções de espaço, dando ao usuário maiores graus de imersão e expansão das noções de espaço. Vede que nessa categoria de media locativos nos deparamos com *Pokemon GO*. Lançado em Julho de 2016 em uma parceria entre *Nintendo*, *Pokemon Company* e *Niantic*, sendo esta última a desenvolvedora do jogo, *Pokemon GO* vem protagonizando diálogos variados no campo dos media.

III. POKEMON GO: FRANQUIA, FENÔMENO E APLICAÇÃO

3.1. JOGO X REALIDADE

“Pokémon GO is not just a casual mobile game, for while we might play it in the midst of other daily activities, it also explicitly intervenes with and modifies those activities and relations...” (Hjorth & Richardson, 2017 p. 5)

Desde os tempos mais remotos da civilização o homem esteve a imerso em atividades de cunho lúdico. Não seria demasiadamente exagerado dizer que muitas das relações entre o homem e o espaço em que ele está inserido tenham imbricamentos vinculados ao ato de jogar. Os jogos, segundo Huizinga (2014), são ancestrais à própria sociedade, pois, mesmo antes de uma cultura ter se consolidado, já era possível identificar no comportamento dos animais a existência de brincadeiras. O jeito que os filhotes de cão, por exemplo, mordem uns aos outros, num faz de conta de embate, pode ser considerado um jogo primitivo. No entanto, mesmo com todas as similaridades presentes em ambas as práticas, o que difere o jogo dos bichos do jogo dos homens é a sua função social, a sua razão de existir (HUIZINGA, 2014).

O tema do lúdico torna-se pertinente principalmente nos tempos atuais, onde os jogos, sobretudo os desportos mais tradicionais e os jogos eletrônicos, fazem parte de nossos cotidianos e cultura. Junto ao desenvolvimento da sociedade, os jogos também acompanharam as modificações sociais e culturais advindas das grandes revoluções sociotécnicas. Do saudosismo de brincadeiras de “amarelinha” e correr atrás dos ladrões e monstros nos jogos de faz de conta até as complexidades gráficas e textuais presentes nas grandes franquias de videogames, o

conceito de jogo passou por transformações drásticas e englobou uma infinidade de novas expressões. Os peões e bolas de gude deram espaço para teclados e ecrãs de alta definição. As tardes de brincadeira foram substituídas por noites em claro ao som e ruídos que fazem os botões dos joysticks quando são freneticamente apertados. O espaço, antes delimitado pelo círculo mágico do jogo (HUIZINGA, 2014; CALLOIS, 2006), tornou-se móvel, ubíquo, um híbrido de mediações e remediações simbólicas.

Dizer que a revolução infocomunicacional modificou não só os espaços e as maneiras de nos comunicarmos, mas também o modo em que jogamos, não é mais uma questão de observar a transformação das práticas lúdicas. Essa querela está tão presente no arcabouço cultural contemporâneo que, de acordo com um levantamento com usuários norte americanos de *smartphone* que costumam aceder a qualquer jogo *mobile* pelo menos uma vez por mês (STATISTA, 2019), 56% da população dos Estados Unidos da América jogavam *mobile games* em 2016. Diversos teóricos se debruçaram diante de discussões que traziam o jogo como eixo temático (HUIZINGA, 2014; CALLOIS, 2006; PIAGET, 1999; HADJI, FERREIRA & MEIRIEU, 1994). Independente do ponto de vista no que tange as nuances de cada estudo, jogar, para eles, se resumia na criação de um “círculo mágico”, um mundo alternativo dotado de suas próprias características e regras. Tomemos como analogia a já citada e clássica brincadeira de amarelinha. Apesar da sua variação linguística nos diferentes idiomas (*marelle*, no francês; *luche*, no espanhol chileno e *rayuela* para os peruanos, *классики* na Rússia), os fundamentos e estruturas do jogo permanecem semelhantes independente de questões culturais ou geográficas. Na brincadeira, que consiste em alcançar o “céu” saltando em uma espécie de anagrama numérico (espaço designado para o determinado jogo), o ato de pular ignorando a disposição os desenhos – neste caso o caminho até o céu –, por exemplo, seria romper com a dinâmica necessária para a prossecução da brincadeira. Nesta brincadeira específica, a redoma mágica da brincadeira seria rompida caso o jogador decidisse ignorar os protocolos do jogo e chegar até o “céu” pulando fora dos desenhos ou correndo até o ponto final do anagrama, uma vez que ele deve obrigatoriamente saltar para vencer ou se o mesmo contestasse a veracidade do objetivo, pois, o “céu”, apesar de sua literalidade, não tem a mesma conotação que o “céu” no mundo real ou das ditas religiões monoteístas. Neste mundo, onde hábitos comuns do cotidiano são desdobrados em práticas diferentes, as regras do terreno, os códigos do jurídico e a imposições

éticas e morais da sociedade, ganham novas simbologias, novos significados baseados especificamente no mundo do jogo em que se desenvolve a brincadeira. De acordo com o filósofo sueco, Johan Huizinga (2014), o jogo é, sobretudo, uma atividade livre, dotada de suas próprias condições de espaço e tempo, além dos seus próprios protocolos que por diversas vezes contrapõe tudo o que estamos habituados como regras e contractos sociais.

“o jogo é uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotados de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e de uma consciência de ser diferente de vida cotidiana” (HUIZINGA, 2014)

Entretanto, apesar de evocarem uma sensação de faz de conta, os jogos estão cada vez mais imbricados com as práticas sociais contemporâneas. Assim como os dispositivos, *hardwares* em suma, os jogos, seu conteúdo lógico e simbólico, também se entrelaçam com o ordinário; principalmente estes que se espalham e criam uma grande legião de adeptos e simpatizantes. Do mesmo modo em que o futebol alimenta toda uma indústria, gerando hábitos entorno de seu consumo e constituindo uma cultura de nicho, os jogos eletrônicos, concomitantemente, culminam numa série de tensionamentos sociais de calibre semelhante. Fronte as modalidades mais tradicionais de práticas lúdicas, tal como os desportos, os jogos de faz de conta e as brincadeiras, os considerados *games*, representantes digitais do lúdico, nunca foram tão capazes de ressignificar o tecido social como nos dias de hoje. Numa mistura de signos, regras e elementos, em diversas ocasiões vemos o jogo intercedendo diretamente com a realidade, mixando-se com os elementos do dito concreto ou atuando como agentes em determinados fenômenos socioculturais. Um exemplo disso é o “*The Floss*”, uma dança que se popularizou através da internet e das redes sociais, principalmente no *instagram* e do jogo *Fortnite* (*aqui eu podia descrever o jogo*). Com um conjunto de passos irreverentes, o *Floss* encontrou seu caminho de espalhe através do usuário *@thebackpackkid*, que em 18 de agosto de 2016 postou um vídeo em que dançava a dita coreografia. Segundo o site *Know Your Meme*, o vídeo do *instagramer* recebeu mais de 58 mil visualizações e 1.600 *likes* em um ano e meio. Depois disso várias pessoas, públicas ou não, aderiram ao *flashmob* e passaram a compartilhar suas próprias desenvolturas. Por conta da popularidade do *The Floss* o jogo *Fortnite* – lançado

em 2017 e com mais 500.000 *pre-orders* vendidas (GILYADOV, 2017) – a disponibilizou como recurso interativo dentro do jogo. Os usuários costumam usar a dança para provocar os adversários e interagir com outros jogadores. Recentemente a dança protagonizou um incidente na *Ilfracombe Junior School*. De acordo com o site *DevonLive* (COOPER, 2018) a diretora da escola alega que "*Fortnite is for 12 years pluss. Fortnite is about mass killing of other human beings and being awarded by a dance of celebration if you are successful. Children in our school have been using these dances to surround and intimidate other children*" e que por isso o *The Floss* estaria estritamente proibido nas mediações da escola. O jogo, que também tem uma versão mobile, vem sendo alvo de discussão por conta de polêmicas envolvendo seu uso nas salas de aula. A própria *Epic Games*, empresa responsável pelo jogo, sabendo da forte aderência de *Fortnite*, principalmente entre os jovens, desenvolveu uma tela de *loadscream* sugerindo que o *game* não fosse jogado em sala de aula. Em seu perfil no *Twitter*, o gerente de comunidade da empresa compartilhou a tela de carregamento, sendo ela uma tentativa da moderadora do jogo no intuito de conscientizar os jogadores e amenizar o impacto de *Fortnite* nos ambientes escolares. A versão *mobile* de *Fortnite* chegou ao topo da lista de *downloads* em 47 países em menos de 24 horas e lucrou nada mais nada menos que US\$ 1 milhão em seus três primeiros dias disponíveis. Em 2018 *Fortnite* gerou US\$ 15 milhões em seus três primeiros dias na *Apple Store* (GELANI, 2018). Na ocasião, ocupando a primeira posição no ranking de jogos com maior receita, *Fortnite* era seguido por *Candy Crush Saga* e *Pokemon GO*. Nos atendo mais uma vez ao cerne de nosso interesse, *Pokemon GO* – em setembro de 2019 o jogo teve uma arrecadação diária de US\$ 1.64 milhões (THINK GAMING, 2019) – mostra-se também um leito propício a inúmeras possibilidades de reflexão. A aplicação, tal como o *game* de *battle royale* multijogador *Fortnite*, já protagonizou uma grande variedade de debates. Da crítica ao uso exacerbado das tecnologias pelos jovens, como relatado no texto de Ana Swanson (2016) no *The Washington Post*, até as potencialidades do jogo no campo do Turismo, estimulando a visitação turística por parte da comunidade que usa o aplicativo (SOUZA, HORODYSKI & MEDEIROS, 2016), e da Economia, as ações da *Nintendo* subiram 10% após o lançamento do jogo (KIM & YAMAZAKI, 2016), *Pokemon GO* é um fenômeno originado das diversas relações sociais para com o espaço. No Brasil o lançamento do jogo fomentou discussões relativas a segurança nas urbes, principalmente agendas relacionadas ao trânsito, violência e

criminalidade. Além disso, pegando boleia com a popularidade da aplicação, muitas empresas e estabelecimentos adotaram estratégias de oportunidade focadas em atrair aqueles que já tentavam completar suas coleções.

Ao contrário do que se pensa, mesmo depois de dois anos de lançado, *Pokemon GO* ainda encontra-se como um dos jogos de plataforma *mobile* mais jogados. No dia 15 de Agosto de 2018, o usuário *Nirolak* (2018) postou na agenda de discussão *Resetera* uma publicação com *prints* que combinavam os números e estatísticas de *downloads* dos jogos disponíveis tanto na plataforma *iOS* quanto na *Google Play* para o mês de julho. No levantamento, *Pokemon GO* aparecia como o jogo mais descarregado nos Estados Unidos. Quando analisados em nível global, o jogo atingiu a quarta posição no *ranking*.

Apesar do forte impacto socioeconômico gerado pelo jogo dentro da indústria *mobile*, não estamos aqui para mitigar ou diminuir a agenda que compõe a discussão em torno de *Pokemon GO* ou qualquer aplicativo enquanto mecanismo de geração de riqueza numa economia da técnica, ou como nas palavras de Castells (1996, 1999), “economia em rede”. Nossa missão aqui se detém em compreender questões relacionadas ao trato do próprio para com o espaço urbano, de modo que lancemos nosso olhar sobre o jogo da franquia dos monstros de bolso enquanto um mecanismo de mediação de relações sociais e simbólicas entre o homem e a paisagem que compõe o espaço urbano na contemporaneidade.

Em detrimento de nossa premissa principal, em particular a ressignificação dos elementos e signos contidos no espaço urbano da cidade de Braga, assim, para que seja possível a análise do jogo enquanto mecanismo que convida a discussão e revisão dos signos e elementos que compõe o urbano, sua estrutura e protocolos inerentes, precisamos entender a lógica de *Pokemon GO*, desde o seu funcionamento até a gestão e iniciativas promovidas por parte da empresa responsável pela manutenção do jogo e de sua comunidade de jogadores. Enquanto que no capítulo anterior discutimos a presença da tecnologia no hodierno enquanto um agente que nos remete à discussão de diversas práticas, protocolos e instituições sociais, o dado momento da pesquisa terá como norte o entendimento das dinâmicas inerentes ao jogo, para então no próximo capítulo findarmos nosso raciocínio apontando quais aspectos de *Pokemon GO* que contribuem para a apreensão e ressignificação do contexto subjacente aos elementos que compõe a paisagem urbana de Braga.

3.1. APANHA-LOS TODOS: DO LANÇAMENTO AOS DIAS DE HOJE

“*Gotta catch them all!*”, foi através do icónico bordão que as narrativas que envolvem o mundo fantástico de *Pokemon* cativaram e desenvolveram uma massiva legião de fãs. A princípio como jogo exclusivo da plataforma portátil *Game Boy*, Satoshi Tajiri, principal responsável pela concepção do jogo e suas específicas nuances, refere-se a proposta principal do jogo como uma metáfora de um passatempo de sua infância, pois, quando criança, tinha o hábito de colecionar e brincar com insetos. Tal como o jovem Satoshi, nos textos de *Pokemon*, o objetivo principal é apanhar uma grande variedade de monstros, para assim sagrar-se com o lendário título de Mestre. A popularidade, que se deu início ainda nas primeiras versões do jogo, *Pokemon Green* e *Pokemon Red* (Anexo B), aglomerou milhares de fiéis. A missão de “apanha-los todos” (tradução do *slogan* da franquia utilizada em Portugal) fez com que *Pokemon* migrasse do campo dos jogos para outros media, entrelaçando-se com diferentes artefactos e dando origem a outros textos, tal como descreve Jenkins (2004) em sua concepção de transmedia. Videojogos, jogos de cartas, séries animadas, filmes, banda desenhada e merchandising são alguns dos diferentes pontos de acesso à franquia, que sobrevive ano após ano, alimentada pelo sentimento de nostalgia e pelo desafio de completar a coleção que inicialmente contava com apenas 151 personagens e que hoje já comporta mais de 800 criaturas ficticiais (Anexo A).

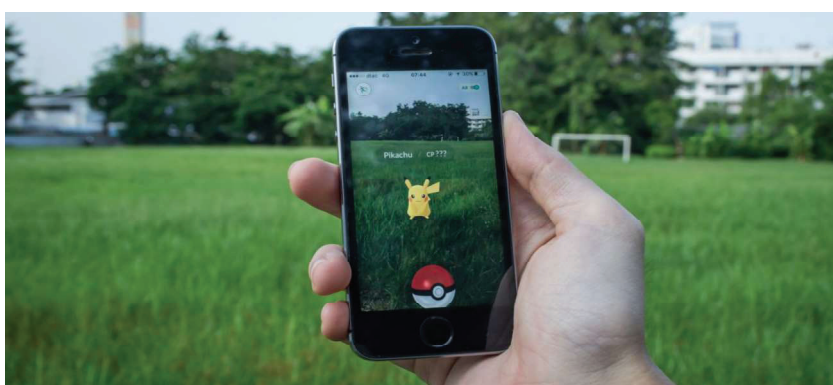


Figura 1 Pokemon GO é uma experiência georeferenciada baseada na aclamada franquia

Parafraseando animais e objetos cotidianos, os monstros da franquia de *Pokemon* imitam a vida. Entretanto, o que aconteceria se essa “fauna” invadissem de vez o cotidiano daqueles que

conquistou? A resposta só viria 20 anos após o primeiro jogo de Satoshi. Lançado mundialmente em Julho de 2016, *Pokemon GO* é um jogo georreferenciado desenvolvido para dispositivos móveis baseado na mitologia da popular franquia transmedia. Através do sistema de *GPS* integrado aos aparelhos de telefonia móvel, o aplicativo do jogo localiza a posição do *player* e em seguida representa o espaço urbano na forma de mapa digital. O jogo ainda tem como possibilidade o uso da câmera do artefacto em um sistema de realidade aumentada (*AR*) que simula a presença dos mais de 151 personagens no mundo real.

Apropriando-se dos elementos contidos no cenário urbano e da base de dados de um outro aplicativo baseado em geoposicionamento chamado *Ingress* – este tem como intuito desafiar seus usuários a mapear pontos de relevância cultural nas cidades e outras localidades – para compor a representação do espaço mediante a sua lógica de jogo, *Pokemon GO* trás ao jogador uma experiência que mescla o fascinante universo de *Pokemon* com o espaço urbano; sobre esta mistura de jogo com realidade, considerada um paradoxo muito bem definido segundo os próprios protocolos inerentes no real e no lúdico (HUIZINGA, 2014), a *Niantic* adverte na interface do aplicativo a necessidade de precauções durante o seu uso (Anexo C), pois no caso de *Pokemon GO* os protocolos do real e do lúdico operam ao mesmo tempo, diminuindo as fronteiras entre o “círculo mágico” e a realidade. Segundo Hjorth e Richardson (2017), em casos particulares as regras do real não se adaptam também perfeitamente ao jogo e vice-versa, fazendo com que o ato do jogo desfamiliarize algumas rotinas e hábitos inerentes a mobilidade no contexto do espaço urbano.

A proposta central do jogo, de convite à uma aventura em um mundo repleto de criaturas incríveis onde a mitologia da franquia mistura-se com a vida é muito bem representado no primeiro trailer promocional do *game*. “*Discover the Real World with Pokemon GO*” (YOUTUBE, 2015) foi postado em 9 de Setembro de 2015 e anunciava o lançamento do aplicativo dando uma prévia das possíveis aplicabilidades dentro de seu sistema.

Como era de se esperar, o anúncio de *Pokemon GO* foi uma febre mundial (Anexo D). Em um artigo postado no site oficial do *Guinness World Records* (SWATMAN, 2016), o aplicativo totalizou 130 milhões de *downloads* em seu primeiro mês de lançamento, atingindo o recorde de “*most downloaded mobile game in its first month*”. O referido ainda se manteve no topo da lista de “jogo para dispositivos móveis com mais *downloads*” em 70 países diferentes

simultaneamente, tendo também atingido a marca de *game mobile* com maior lucro bruto em 55 países ao mesmo tempo. No Brasil, que só teve acesso ao jogo dois meses após seu lançamento oficial (3 de Agosto de 2016), o efeito provocado pelo jogo foi tamanho que, instigados pela curiosidade, os brasileiros “hackearam” o jogo para acessá-lo antecipadamente. Usando o *Fake GPS Location Spoofer*, um aplicativo que mascara a real localização do dispositivo em que foi instalado, os jogadores brasileiros burlaram a trava de região para instalar o jogo em seus aparelhos. Outros, ainda mais aventureiros, optaram por emular aparelhos de *smartphone* em computadores pessoais. Como executar o jogo naquelas circunstâncias requeria um conhecimento mais específico em informática, diversos usuários, interessados em dividir os métodos de acesso precoce com a comunidade, postaram vídeos ensinando passo a passo como iniciar a aventura antes do previsto. Postado 31 de Julho de 2016, 25 dias após a chegada do *game* em outros países, o usuário *FLagGer* (YOUTUBE, 2016) divulgou em seu canal no *Youtube* um vídeo tutorial para aceder ao *game* no Brasil com um aparelho *Android*. Já Natasha Rattacasso (YOUTUBE, 2016) preferiu mostrar aos jogadores como jogar diretamente do computador. Mesmo com o lançamento do jogo em solo brasileiro, muitos jogadores continuam utilizando métodos semelhantes para jogar. Motivados por completar sua coleção de monstinhos mais rápido, participar de eventos regionais ou capturar personagens específicos, os *spoofers* são considerados uma ameaça a saúde do jogo, pois estes conseguem desestabilizar o aplicativo de tal forma que a própria desenvolvedora precisa realizar repetidamente varreduras em seu sistema para inibir a prática e punir os jogadores que fazem uso de aplicações maliciosas. No *Facebook* é possível encontrar comunidades dedicadas a jogadores que utilizam aplicativos para facilitar a progressão dentro do jogo. A comunidade “Pokemon GO Fly Brasil”, que descreve-se como um grupo dedicado aos amantes do jogo que são pro utilização de aplicações externas e consideradas ilegais pela própria *Niantic*, tem 11.526 membros e uma média de mil publicações mensais ³.

Além da receita gerada para *Nintendo* e a *Niantic*, o lançamento do jogo também foi explorado por outras instituições. O “Bela Vista Shopping”, localizado na cidade de Salvador, no Brasil, anunciou em sua página no *Facebook*, com uma postagem patrocinada, um convite

³ Dados coletados diretamente da plataforma do Facebook no dia 30 de janeiro de 2019.

destinado a todos os treinadores da cidade soteropolitana brasileira (Anexo F). A publicação tinha como objetivo divulgar uma iniciativa do *shopping*. Ação organizada pela agência de publicidade e negócios criativos “Active” consistia em na utilização da lógica e elementos do próprio jogo para atrair os possíveis consumidores. Usando *lure modules*, um item comprável na loja do jogo que se usado em um *pokestop* faz com que apareçam *pokemon* selvagens durante 30 minutos, a agência buscava, através do lançamento do jogo, uma oportunidade para aumentar o fluxo de pessoas e compras dentro do *shopping center*.

A ação de *marketing* de oportunidade ainda contou com a seleção de um treinador responsável por gerir e fazer manutenção dos pontos com *lure module* dentro do *shopping*. Em sua página, a agência divulgou uma espécie de seleção, onde os interessados poderiam se escrever para a função de “treinador profissional de *pokemon*”, como descreveu a própria agência (Anexo G).

Nesta nova construção simbólica em torno urbano, onde os cenários do ordinário tornam-se elementos que protagonizam protocolos sociais vinculados à lógica do jogo, percebemos que, muitos daqueles espaços que antes eram apenas locais de fluxo se tornaram solos férteis para a interação entre os aspirantes a treinadores. A *Niantic* já revelou que há *pokestops* patrocinados no jogo e estes já geraram cerca de 500 milhões de visitas em locais como os restaurantes da rede de fast-food *McDonalds* (CONSTINE, 2017). Anteriormente o *CEO* da desenvolvedora, John Hanke, havia dito que estes locais patrocinados teriam a oportunidade de gerar conteúdo *in game* para captar consumidores e fazer com que eles entrem em seus estabelecimentos (MAFFEI, 2016). Como comumente os jogadores de *Pokemon GO* buscam por espaços com muitos *pokestops* em suas redondezas, tais como parques e centro turísticos, os *shoppings centers* e centros comerciais poderão ser locais ainda mais atractivos para aqueles que querem uma caçada recheada de *pokemon* e itens. Como prova disso, no dia 16 de Setembro de 2017, um evento do jogo que aconteceu simultaneamente em *shoppings centers* das cidades Oberhausen, Barcelona e Paris, reuniram centenas de jogadores ávidos por emoção, batalhas e *pokemon* raros. O acontecimento faz parte da iniciativa *Pokemon GO Safari Zone*, que remonta uma zona dos jogos clássicos onde os treinadores podem capturar diferentes tipos de *pokemon* e conseguir itens especiais. Os jogadores que puderam comparecer ao evento dividiram sua experiência com a comunidade através de grupos no *Facebook*, *blogs*, *Instagram* e outras redes

sociais (Anexo H).

Além de promover maior fluxo de pessoas em centros comerciais, o jogo, por se tratar de uma aplicação para telemóvel, também foi responsável pelo aumento de vendas de acessórios para o segmento de telefonia móvel. Fosse para customização estética do aparelho, com capas protetoras temáticas, ou para estender a vida útil das baterias, a euforia causada pelo lançamento do jogo impulsionou todo um mercado periférico voltado a identificar, criar e suprir as necessidades dos treinadores. Mesmo nos tempos atuais, com opções mais modernas e avançadas, os telemóveis ainda consomem muita de sua bateria durante o jogo. Por isso, ainda que com a opção *battery save* ligada, disponível nas configurações do jogo, e o *download* do mapa da localidade onde se pretende jogar, é necessária uma grande quantidade de carga para manter o aplicativo aberto e ativo durante muito tempo. Em Portugal, algum tempo após o lançamento da aplicação, o comparador de preço “KquantoKusta” – esta aplicação é a mais popular e utilizada do segmento no país – registrou um aumento de 200% nas vendas de *powerbanks* (FONSECA, 2016). No Brasil (Anexo I) e no mundo o fenômeno também influenciou diretamente o mercado de *gadgets*, tendo, inclusive, uma melhor experiência de jogo atrelada a justificação, motivação e apelo de compra do acessório. Em pouco tempo os *powerbanks* se tornaram os melhores amigos dos treinadores, sendo um item indispensável para uma caçada de sucesso.

3.2. UMA MISTURA DE NOSTALGIA E INOVAÇÃO

Pokemon GO foi e ainda é um aplicativo de destaque, tanto em número de usuários ativos quanto no que tange a arrecadação; *Pokemon GO* é, de acordo com as sondagens mensais feita pela *Think Gaming* (2019)⁴, um dos jogos para Iphone que com maior arrecadação nos *EUA*. Contudo, é preciso considerar que a aplicação faz parte de uma franquia robusta e ecologicamente diversificada. Assim sendo, para entendermos a agitação promovida em torno da aplicação e o fenômeno a que aqui nos dispomos a analisar, é necessária uma parcial retrospectiva histórica da franquia.

⁴ Em Setembro de 2019 o jogo arrecadou 1.644.157 dólares

A primeira geração de jogos de *Pokemon* entrou no mercado em 1996⁵, nas versões *Green* e *Red*, para a plataforma portátil da *Nintendo* na época. A história, que se passava no continente imaginário de Kanto, contava com 150 espécies diferentes de monstros e uma série de desafios com o intuito de colocar o jogador a prova antes da batalha decisiva que o consagraria como o maior entre todos os outros treinadores. No Japão, até o ano de 2000, o jogo vendeu 8.2 milhões de cópias (CENTRO DE ECONOMIA E NEGÓCIOS JAPONESES, 2000). O êxito se repetiu nos Estados Unidos, quando as primeiras versões de *Pokemon* venderam, também até o ano de 2000, 8.6 milhões de cópias. De acordo com Centro de Economia e Negócios Japoneses (2000) o sucesso do jogo se deveu ao facto do mesmo apresentar um sistema de jogo único e da inovação⁶ que este trouxe e representou ao campo. Segundo eles, a maioria dos dispositivos do mercado tinham capacidades gráficas superiores à configuração do *Game Boy*, contudo, *Pokemon* foi um jogo que estimulou o mercado de outras formas.

Owing to recent technological development, many games are now equipped with superb audiovisual effects, but lack of inspiring contents. In contrast, although Game Boy's limited hardware environment has constrained Pokemon's visual and sound capacities, its game system is evidently superior to much of the available software. Therefore, Pokemon's success indicates that the purchase decisions of Japanese and American customers — children in particular — are contingent upon the game system, which is ultimately the essence of entertainment, rather than the supplementary audiovisual effects. In fact, the lack of hardware-generated artificial effects is considered to have stimulated the user's imagination and creativity. (Centro de Economia e Negócios Japoneses 2000, pg. 2)

O evidente sucesso do jogo fez com que o mesmo recebesse continuações e, é claro, novos personagens. Entre os anos de 1999 e 2001 a segunda geração do jogo foi lançada no Japão e nos Estados Unidos adicionando à enciclopédia mais 101 espécies de *pokemon*⁷.

Desdobrando-se e aproveitando o sucesso dos jogos, outros produtos foram originados da meta de apanha-los todos. Os carismáticos personagens se fizeram presentes na televisão através

⁵ O jogo foi teve seu lançamento no Japão em duas versões diferentes, *Green* e *Red*. O mesmo aconteceu nos Estados Unidos, dois anos depois, porém com nomes diferentes.

⁶ Um dos pontos mais marcantes do jogo era a possibilidade de interagir com outros jogadores através de acessórios vendidos separadamente. A existência de espécies que só podiam ser encontradas em versões específicas fomentava a interação entre os jogadores em prol da missão de completar suas coleções.

⁷ Como já dito, atualmente, o universo de *Pokemon* agrega 807 criaturas diferentes em sete gerações.

da notável série animada de mesmo título. Em companhia de Ash e Pikachu, personagens principais da animação, os telespectadores puderam viver a experiência do jogo e conhecer a região de Kanto sob uma perspectiva diferente. Com seu primeiro episódio transmitido em 1997, um ano depois do lançamento do jogo no Japão, as aventuras de Ash e *Pikachu* já duram 14 temporadas. Há ainda, para aqueles mais assíduos, sequências em *spin-offs*, tais como filmes e episódios especiais baseados na saga dos dois amigos. Já na ponta do pincel e do nanquim, as tradicionais bandas desenhadas japonesas, *Pokemon* atingiu a marca de 7.25 milhões de cópias impressas, sendo que sua primeira edição, intitulada “*Pokemon: The Electric Tale of Pikachu*” registrou um milhão de unidades vendidas, ultrapassando qualquer outra *comic book japonesa* lançada na sua época (MILLER, 2014).

San Francisco, CA—Viz Comics announces that issue #1 of Pokémon: The Electric Tale of Pikachu, already the bestselling comic in America over the course of 16 printings, has now printed over 1 million copies. Adding up all issues of Pokémon currently in print, over 7.25 million Pokémon comics have been printed since November 1998

Pokémon's sales are the highest of any manga (Japanese comic) in the U.S. Total sales for all reprints and distribution for Pokémon: The Electric Tale of Pikachu #1 are now 1,001,000 copies, outselling any other single comic released since 1993. (MILLER, 2014)

A popularidade dos “monstrinhos de bolso” é tamanha que, aproveitando seu *feedback* positivo entre o público de diferentes idades, a seleção Japonesa de futebol os adotou como mascotes oficiais para a Copa do Mundo de 2014, realizada no território brasileiro. No uniforme da seleção, produzido oficialmente pela *Adidas*, foi estampada a imagem de *Pikachu*, protagonista da série animada e uma das criaturinhas mais populares entre as quase mil espécies (Anexo J). Junto ao padrão oficial da equipa japonesa, outros produtos temáticos foram lançados em parceria com a franquia. Esse é um exemplo pontual que ilustra a grande oferta no que tange o material de *merchandising* oficial, e também não certificado, de *Pokemon*.

Nestes quase 25 anos de franquia, *Pokemon* se reinventou e cultivou gerações diferentes de fãs. Daqueles que cresceram jogando as primeiras versões do jogo e ouvindo *Gotcha Catch Them All*, às crianças que colecionaram os diferentes brindes promocionais do

Happy Meal em 2018⁸ e nos anos anteriores, a turma do Pikachu foi e ainda é um fenómeno. O sentimento de nostalgia nutrido pelos indivíduos que cresceram tentando completar sua coleção em diferentes versões do jogo e a curiosidade das novas gerações, são, na nossa opinião, dois aspectos muito relevantes para que a aplicação em reflexão, *Pokemon GO*, tenha tido e mantido a adesão dos usuários. A comunidade agregada em torno da franquia neste quarto de século faz e fez a sua manutenção espontaneamente. Os fãs, no caso estes elementos que fomentam o culto de *Pokemon* e seus textos, se tornaram tão íntimos de seus hábitos de consumo que criaram com eles laços sólidos (JENKINS, 1992). Organizando-se em comunidades, estes se prontificam a adorar representações da Indústria Cultural, tangíveis ou intangíveis; criando sua própria cultura. Sendo assim, por trás da franquia dos monstros de bolso, e muito antes do jogo baseado em *AR* e geoposicionamento, já se havia consolidada toda uma cultura de hábitos e ritos. Segundo Jenkins (1992) o fã é a figura central de uma cultura alternativa, marginalizada, sendo assim seu coração. Obviamente não podemos relevar o facto de que *Pokemon GO* enquanto novidade foi por si só um grande chamariz, convidativo o suficiente em detrimento do *buzz* gerado nos media de todo o mundo. A atualização constante das plataformas *mobile* e seus dispositivos inerentes, trabalhando sincronizados, fazem de *Pokemon GO* um marco evolutivo para o segmento. Contudo, não podemos cometer o equívoco de pensar que a versão *mobile* da franquia foi a primeira experiência bem em seu campo. A bem desenvolvida utilização da *Augmented Reality (AR)*, pretendendo de transportar o imaginário do jogo para o nosso mundo, em conjunto com o sistema de posicionamento global (*GPS*) e a potente camera dos smartphones repete a dose da primeira geração do jogo, considerada uma referência em inovação, e cativa mais uma vez o público, atingindo um número ainda maior de pessoas. Contudo, pensar *Pokemon GO* como jogo de *AR* pioneiro é um equívoco. Em sua reflexão Sicart (2016) coloca que a realidade sempre foi aumentada, uma vez que toda a técnica tem o poder de expandir e adicionar camadas ao real. Já Liccope (2016) defende a mesma perspectiva – de que já haviam outros bons exemplos de mecanismos que se baseavam em *AR* – trazendo ao debate o *game* multi-jogador em rede “*Mogi*”, que foi lançado no Japão em 2003 e na época foi considerado o prelúdio do futuro do conteúdo *mobile*. Ainda sobre as razões de sua popularização, mais uma

⁸ A rede de restaurantes *fast-food* *McDonalds* já teve em suas refeições infantis uma série de brindes temáticos da franquia. A última promoção com o tema durou de outubro até novembro de 2018.

vez – pois queremos esclarecer antes de prosseguir com o documento –, frisamos, tal como faz Sicart (2016) quando fala sobre o sentimento de nostalgia evocado pela franquia e seus devotos, que sem os membros da comunidade, que consome *Pokemon* desde suas primeiras representações e sempre sonhou em ter um *Charmander*, um *Squirtle* ou um *Bulbasaur* de estimação, a evasão do jogo não seria a mesma.

3.3. FUNCIONAMENTO E ASPECTOS ESTRUTURAIS, LÓGICOS E SOCIAIS

Em *Pokemon GO*, como sugere o vídeo de lançamento, o jogador encara a posição de *pokemon trainer*, como de costume nos jogos e outros textos da franquia, e é convocado para uma jornada de descobertas e aventuras. Doravante, enquanto que nos outros produtos culturais o jogador imerge na ficção, desbravando as belezas e mistérios das regiões Kanto, Johto, Sinnoh, Unova, e etc, em *Pokemon GO* o cenário em questão torna-se o próprio espaço que o circunda. Usando a *API* do *Ingress*, o jogo transforma pontos turísticos, prédios, praças, shoppings, aeroportos, parques e outros elementos do espaço urbano, em *pokestops* e ou *pokemon gyms* onde os jogadores podem adquirir itens específicos, batalhar com outros treinadores e ainda juntar-se a estes para capturar *pokemon* ainda mais fortes e raros. Há ainda, além de um sistema de níveis e recompensas onde o jogador progride de acordo com a experiência de jogo, uma divisão interna entre equipas em que o usuário, ao atingir um determinado nível, é convidado a escolher entre três diferentes facções. Esta última funcionalidade do jogo é uma de suas principais ferramentas de sociabilidade. Munidos pelo espírito de equipa os treinadores de cada facção orquestram uma organização espontânea criando grupos em redes sociais para interagir e progredir no jogo. Estes grupos são espaços de discussão sobre o jogo e a mitologia que o envolve (Anexo K). Nelas ainda são marcadas reuniões, caçadas colectivas, batalhas em ginásio, viagens, dentre outros tipos de cunho social e presencial.

Por fim, junto ao objetivo principal da maioria dos jogos da franquia, completar a coleção e ser o maior treinador de todos os tempos, *Pokemon GO* contém uma série de objetivos menores paralelos. Missões de campo, missões especiais, metas de passos, recompensas, sistema de níveis e medalhas, fazem parte do conjunto de motivações alternativas para o jogador. Por isso

podemos dizer que *Pokemon GO* se faz uma experiência atrativa para diferentes perfis de jogadores.

Tendo em vista os principais aspectos do jogo, o momento a que nos deparamos foca-se em compreender melhor *Pokemon GO*, seu funcionamento, elementos (estruturais, lógicos e sociais) e comunidade. Essa é uma etapa crucial para que possamos entender as relações entre a aplicação, o espaço urbano da cidade lusitana de Braga e a comunidade de jogadores.

3.3.1. FUNCIONAMENTO

A priori, *Pokemon GO* é um jogo baseado em geoposicionamento que reproduz a sensação da aclamada franquia no espaço urbano em que se encontra o jogador. Através do sistema de *GPS*, inerente na maioria dos *smartphones* e dispositivos móveis atuais, e de uma conexão sem fio – que pode ser *3G*, *4G* ou *wifi* – o *game* acede às informações contidas na rede e em outros aplicativos para representar o espaço segundo sua lógica tal como adicionar dados à sua base. Nesta metáfora digital do urbano, que muda e se reinventa passo a cada informação adicionada (Lemos, 2004, 2007), o jogador transita intermédio de um avatar, sua representação dentro do jogo e também aquele que medeia suas relações para com os elementos do mesmo. Ao deslocar-se, em posse do dispositivo em que realiza o ato de jogar, o avatar igualmente se locomove em sincronia no espaço, digitalizado na forma de mapa, em função do sistema geolocalização. Conforme a representação daquele que joga perambula, os elementos do jogo, *pokemon*⁹, *poke-stops* e ginásios, mostram-se disponíveis a interação por proximidade, ou seja: é preciso deslocar-se para experienciar a ideia proposta pela aplicação.

A princípio, pode-se dizer que o jogo em questão é uma nova experiência com aspectos e elementos já familiarizados pelo público fiel e cativo da franquia de *Pokemon GO*. Juntamente, por se tratar de um jogo para aparelhos móveis, excluindo a necessidade de uma consola, a

⁹ Diferente dos *stops* e dos ginásios, os *pokemon* permanecem invisíveis até que o jogador se aproxime de onde eles estão. Alguns encontros podem ser previstos através de um radar, onde são mostrados os *pokemon* próximos a localidades representadas como *stops*, entretanto há aqueles *pokemon* que estão dispostos aleatoriamente e aparecem através de encontros mais inusitados.

adesão à experiência torna-se ainda mais fácil uma vez que grande parte da população global tem um ou mais dispositivos¹⁰.

3.3.2. INÍCIO DA JORNADA

Em reprise, *Pokemon GO* é uma aplicação para dispositivos móveis com sistema de geoposicionamento, acesso à internet sem fio e câmera acoplada, que tem como objetivo recriar a experiência da franquia no mundo real. Para jogar é preciso um artefacto que atenda, além das especificações mínimas para o funcionamento do jogo, suporte para dispositivo de *GPS* e conexão *wifi*. Atualmente disponível para ambas as plataformas, *Android* e *iOS*, faz-se necessário o *download* do jogo na *Google Play Store* ou na *App Store*. Depois de descarregar a aplicação, atualiza-lo para sua versão mais recente e executa-lo, o jogador será levado a tela de *login*. Por norma é possível aceder ao jogo de duas maneiras diferentes, uma conta *Google* ou uma conta no *Facebook*. Para otimizar-se o jogo usa os dados da conta do usuário e essa é uma das maiores polêmicas em relação ao uso da aplicação, uma vez que a desenvolvedora do *game* terá acesso à toda a informação contida e armazenada pelo usuário nas plataformas da *Google* ou do *Facebook*. Entretanto, o jogador é avisado pela aplicação que caso deseje prosseguir com o acesso ao jogo os dados da conta escolhida serão partilhados com a aplicação (Anexo L).

Caso aquele seja o primeiro contato do *player* com a aplicação, o jogo começa com uma breve apresentação do jogo por aquele que será o tutor do jogador durante sua jornada, o Professor Willow (Anexo L). Depois de dividir seu curriculum, Willow pede nossa ajuda em sua pesquisa, resumidamente encontrar e coletar o máximo de *pokemon* que conseguirmos.

Depois de apresentados Willow nos sugere a customização do nosso futuro avatar para assim começarmos a grande aventura. Nesta caracterização é possível escolher o sexo, a cor do cabelo, a cor dos olhos e a tonalidade da pele. Após a definição das características físicas o jogador pode vestir o seu personagem com roupas, chapéus, sapatos e acessórios diferentes.

¹⁰ Segundo o um levantamento de dados realizado pelo site de e-commerce especializado em trocas e vendas de dispositivos móveis, Bank My Cell, cerca de 66,7% da população mundial têm acesso a telefonia móvel digital. Os dados mostram-se ainda mais surpreendentes quando a quantidade de smartphones no mundo ultrapassa a população global em mais de um milhão. O estudo encontra-se disponível em: <https://www.bankmycell.com/blog/how-many-phones-are-in-the-world>

Algumas peças só podem ser obtidas na loja do jogo em troca de moedas, que por sua vez podem ser conquistadas *in game* ou compradas através de dinheiro real na mesma loja. A customização se encerra quando Willow pergunta como o usuário gostaria de ser chamado no jogo. Feito todo o processo de customização é dado início a jornada (Anexo L).

3.3.3. GET UP AND GO

As primeiras interações são mediadas por um tutorial que explica o funcionamento do jogo, elementos e aspectos. Representado no mapa, que corresponde a localidade em que se encontra o dispositivo ativo, o avatar é o principal mecanismo de interação com o jogo. Através de sua persona digital o jogador interage com os elementos à sua volta (Anexo L). Contudo, a possibilidade de interagir com o ambiente que o rodeia é limitada por um raio de ação, o que promove a necessidade de deslocar-se para poder usufruir da experiência intencionada. Portanto, para explorar o jogador precisa se aproximar até que o círculo de ação ative a interação possível, e é aí que entra o papel desempenhado pelo sistema de *GPS* integrado no dispositivo.

Ao caminhar o sistema de *GPS* calcula e posiciona o personagem na metáfora digital do espaço. Os passos são computados para medir a distância percorrida pelo usuário. Há a opção de sincronizar *Pokemon GO* com uma aplicação externa que forneça dados mais precisos no que diz respeito a medição do deslocamento, quantidade de calorias gastas e quilómetros feitos. O uso de uma aplicação externa que provenha essas informações ao jogo habilita a modalidade *Adventure Sync*, que possibilita marcar as distâncias feitas pelo usuário mesmo sem executar o jogo. Essa recente opção, adicionada ao jogo em uma atualização feita no final de Outubro de 2018, proporcionou aos jogadores uma experiência mais ergonômica, uma vez que era necessário ter a aplicação ligada, seja em primeiro plano ou não, para ter acesso à conquistas e tarefas relacionadas a quantidade de quilómetros percorridos pelo jogador. A opção em questão reduziu em muito o gasto de bateria dos telemóveis, pois, como dissemos anteriormente, é necessária uma grande quantidade de energia para manter a aplicação ligada por muito tempo, sendo esta a razão de muitos jogadores fazerem uso de fontes externas para recarregarem seus telemóveis.

3.3.4. POKEMON NO MUNDO REAL

Obviamente não podemos esquecer do pretexto principal do jogo, os *pokemon*. As diferentes espécies de *pokemon* tornam-se visíveis quando o jogador se aproxima do local onde estas se encontram (Anexo L). No canto inferior direito da tela há uma opção onde é mostrado ao treinador espécies que por perto estão. Os *pokemon* que já foram capturados pelo usuário aparecem por inteiro no radar, contudo, aqueles que ainda não fazem parte da sua coleção só tem as suas silhuetas reveladas. Essa é uma ferramenta muito importante para a caçada, uma vez que ela norteia o jogador e o direciona aos *pokemon* de seu interesse. Entretanto há *pokemon* que aparecem de maneira mais espontânea no mapa, sendo também necessário um pouco de sorte para apanha-los todos.

Escolhido o destino, guiado ou não pelo radar, e perto chegando de onde está o *pokemon*, este revela-se no raio de ação do jogador e permanece ali até que ele se afaste ou que o seu tempo de *respawn*¹¹ acabe. Através do sensor tátil do ecrã, ao interagir com o *pokemon* o jogador é levado à uma tela de captura (Anexo L); é também na tela de captura que o jogador pode ativar o modo *AR*, substituindo o cenário digital pela reprodução da imagem do *pokemon* no local onde foi encontrado. Nesta tela ele precisa lançar *poke-balls* até acertar um alvo em forma de círculo no centro do *pokemon* com o qual interagiu no mapa.

Quanto mais raro o *pokemon* mais difícil é de encontra-lo à fora. Além disso, as espécies menos comuns têm tempos mais curtos de *respawn* e também costumam exigir mais destreza do jogador no que diz respeito a acertar as bolas, o que torna ainda mais difícil a caçada de alguns dos personagens contidos da mitologia da franquia (Anexo M).

3.3.5. ELEMENTOS ESTRUTURAIS

São, para o olhar aqui lançado, bases estruturais todo e qualquer elemento relevante dentro das configurações e interface de jogo, tal como as ferramentas contidas e conectáveis a este. Majoritariamente, engendram o grupo de elementos do alicerce de *Pokemon GO* aqueles que

¹¹ Expressão muito utilizada nos videojogos para se referir ao tempo de vida de um elemento do jogo.

viabilizam a lógica de jogo pretendida, guiando o jogador e mediando sua experiência para com o espaço urbano e, também, adicionando funcionalidades ao *game*.

a. Mapa

Esforçado em trazer o universo mitológico da franquia de *Pokemon* para cotidiano e o real, o jogo representa o espaço através de um mapa. Cartograficamente - uma vez que através de dados, observações e outras informações é confeccionada uma planta para representar a urbe – o mapa do jogo faz-se fiel, mesmo em sua simplicidade, tornando, inclusive, como *affordance*, a possibilidade do seu uso como um instrumento de navegação. Entretanto, apesar da veracidade em que se baseia, o mapa não discrimina os elementos da urbe o suficiente para ser, por si só, preciso ao ponto de substituir outras aplicações baseadas em geoposicionamento e voltadas a suprir a carência de informação espacial e conhecimento geográfico acerca de uma determinada localidade. Considerando este um ponto delicado no que toca a quebra da ideia do Círculo Mágico posto por Huizinga (2014) em sua reflexão sobre o ato de jogar, a desenvolvedora do *game* chama atenção de seus jogadores para uma apreciação cautelosa do jogo no que diz respeito a possíveis zonas de perigo ou situações de risco onde estarem imersos na dinâmica do aplicativo sejam arriscadas. Na nossa opinião, no que diz respeito principalmente a utilização do aplicativo como sistema de navegação, além das muitas polêmicas levantadas em seu lançamento, um dos principais aspectos que pode vir a contribuir para alguma experiência negativa durante o ato de jogar é o facto do mapa não diferenciar de nenhuma forma as vias destinadas aos pedestres das ruas onde transitam carros e todo tipo de veículos. Um treinador que não consiga distinguir o real do fantástico, dos protocolos do real atuando simultaneamente com os do jogo, na sua negligência, ou até mesmo distração, pode vir a vivenciar algum tipo de incidente danoso por conta de ignorar o ritmo da cidade.

b. Perfil e Opções

Para acompanhar seu progresso, o jogador dispõe de uma tela com o perfil de seu avatar. Esta aba, que fica no canto inferior esquerdo do mapa do jogo, acomoda todas as informações

registradas do jogador, suas conquistas, experiência, passos e calorias semanais, customizações de avatar, histórico de interações, medalhas dentre outros dados guardados pela aplicação.

Representada por uma pokebola ao lado direito do atalho para o perfil encontra-se o botão das opções do jogo. Nesta tela, de layout simples e direto, o jogador pode configurar o jogo de acordo com sua preferência e também os dispositivos conectáveis à aplicação. Na mesma seção é possível aceder igualmente a dicas do jogo e acompanhar as novidades futuras, numa espécie de jornal do jogo. Nesta tela também ficam os ícones de acesso ao catálogo da coleção, onde o jogador pode ver o registo de todos os monstros que já viu e apanhou, itens, local que mostra todos os itens usáveis acumulados durante a aventura, loja, que literalmente representa a loja dentro da aplicação, e os seus pokémon, como nos jogos da franquia onde o treinador leva consigo aqueles companheiros capturados durante a aventura; na diferença em que no jogo o treinador só pode ter consigo 6 personagens, enquanto que os outros ficam ao cuidado do tutor da aventura, no caso de *Pokemon GO*, o professor Willow. Como a dinâmica da aplicação móvel da franquia se difere em alguns aspectos, nesta o jogador tem ao seu dispor todos os seus monstros, podendo enviar para o seu tutor aqueles que considere descartáveis. Ao enviá-los o jogador recebe uma *candy*¹² da família do respectivo personagem.

c. Radar e Bússola

Para nortear o jogador em sua missão de apanhá-los todos, o jogo tem a sua disposição um radar (canto inferior direito do mapa) e uma bússola (canto superior direito do mapa). Estes instrumentos de navegação auxiliam a aventura no âmbito de guiar o treinador enquanto o mesmo se localiza dentro da representação digital do espaço contida no jogo. Enquanto a bússola situa o jogador dentro do espaço, no que tange a decodificação das formas contidas no mapa, o radar

¹² As candies são elementos do jogo usados para fortalecer e evoluir pokémon. O jogador adquire candies de três formas diferentes: capturando pokémon, enviando-os para o professor Willow ou usando *rare candies*, sendo estes últimos itens recebidos durante o jogo e que podem ser convertidos em candies de qualquer família de pokémon.

mostra os *pokemon* que encontram-se próximos aos pontos de referência sinalizados no jogo: Os *poke-stops* e os ginásios.

Estes dois recursos (Anexo L) são impressionantes para a dinâmica proposta no jogo e também, tal como outros, induzem à uma experiência mais íntima com o espaço, uma vez que ao mostrar-lhe os *pokemon* próximos o jogador pode ter a oportunidade de conhecer melhor um elemento da paisagem urbana que passava-lhe despercebido. No radar do jogo também é possível consultar as *raids* que encontram-se disponíveis nas redondezas.

d. Pokemon Go Weather

Pokemon GO Weather (Anexo L) é um sistema de climas dinâmicos que atualiza a condição atmosférica do jogo em sincronia com as informações coletadas de radares meteorológicos que orbitam ao redor da Terra. Sendo assim, a climatologia do jogo baseasse em informações verídicas, aumentando ainda mais a sensação de imbricamento entre os protocolos do real e do lúdico. A imersão promovida pelo sistema pela atualização que tornou ativo o recurso climatológico no jogo trás ao jogo ainda mais características que o aproximam da realidade, parafraseando, inclusive, o estado da atmosfera terrestre na localidade em que encontra-se o dispositivo. As mudanças climáticas podem ser apercebidas na própria interface do jogo, uma vez que o mapa assume as características das sete condições climáticas representadas no sistema *Pokemon GO Weather*.

O jogo, no que tange sua dinâmica, também é afetado pelo estado climático regente. Para cada condição meteorológica, há uma maior chance de encontro de um determinado tipo de *pokemon* correspondente.

Em dias chuvosos, por exemplo, aparecem com maior frequência monstros do tipo água como *Squirtle*, *Totodile*, *Mudkip* e *Piplup*. Já nos dias ensolarados, os *pokemon* de fogo tomam a vez, sendo possível encontrar mais *pokemon* da mesma tipologia que os *Charmanders*, *Cinderails*, *Torchics* e *Chimchar*.

Consequentemente a frequência elevada de *pokemon* que correspondem ao estado climático da região, estes, que passam a aparecer com mais facilidade, também recebem um

bônus chamado de *Weather Boost*. Este bônus também aumenta o dano causado por ataques do tipo prestigiado, tal como o poder dos *pokemon* que encontram-se disponíveis para batalhas em *Raid*.

Apesar de apresentar mudanças estruturais no que tange a interface de jogo, também podemos enquadrar o *Pokemon GO Weather* como um elemento lógico, uma vez que este interfere diretamente na maneira de jogar e nas condições de jogo.

e. Adventure Sync

Levando em consideração que *Pokemon GO* é um o convite à uma aventura na urbe, a experiência promovida pelo jogo não seria a mesma sem opção *Adventure Sync*. Também categorizado como uma aplicação da tipologia *Fitness* tanto na *Play Store* quanto *Apple Store*, a experiência geolocalizada da franquia de pocket mosnsters mostra-se um ótimo passatempo para os adeptos de caminhadas. Para por o recurso em uso é necessário configurar as opções do jogo e dar acesso aos dados de uma aplicação de mensuração de movimento já instalada no aparelho onde se encontra *Pokemon GO*. Após ativo, através do sensor de movimento também acoplado na maioria dos artefactos - a opção *Adventure Sync* não funciona em dispositivos sem este tipo de tecnologia - o jogo consegue aceder à informações mais precisas por intermédio da aplicação escolhida como base de dados. Usando uma pulseira de monitoramento de atividades também torna-se possível registrar a quantidade de calorias queimadas pelo jogador em seu histórico de atividades, que ainda contém a distância já percorrida pelo jogador durante o uso do aplicativo conjuntamente com a quantidade de passos dados sob a mesma circunstância. Trocando em miúdos, enquanto desloca-se de um ponto até outro da cidade, passeia por um parque, caminha espontaneamente ou tenta atingir sua meta de quilômetros diária, o jogador pode encontrar diferente tipos de *pokemon*. Experienciando a paisagem urbana segundo a lógica do jogo, o andarilho adiciona ao seu hábito novas dinâmicas e objetivos. Seja completar para adquirir a medalha “*Jogger*”, chocar ovos ou juntar *candies* com seu *buddy*, o simples ato de caminhar já significa acionar os protocolos do jogo. Doravante, antes da atualização que tornou possível a utilização da opção *Adventure Sync*, para registrar os passos necessários no intuito da realização de tarefas dentro do jogo era necessário ter a aplicação em execução.

Após sua implementação, a sincronização disponibilizada pela opção em questão excluiu a necessidade de ter o jogo em aberto, tornando possível o registro quilométrico mesmo enquanto *Pokemon GO* encontra-se desativado. O *Adventure Sync* representa uma melhoria em termos de ergonomia do jogo e consequentemente amenizou o consumo de bateria do aplicativo, aperfeiçoando a experiência do usuário.

f. Loja e câmbio de jogo

Como característica dos jogos *free-to-play* na plataforma *mobile*, há a opção de adquirir recursos do jogo através de dinheiro corrente. A loja (Anexo L) em *Pokemon GO* é um recurso que contém diversas ferramentas para auxiliar o jogador em sua jornada épica. Através de um sistema que gira em torno de uma moeda fictícia dentro do jogo, o treinador pode, utilizando-se desse recurso, customizar seu avatar, comprar pokebolas, aumentar o estoque possível de *pokemon* e até trocar de facção. Entretanto, diferente dos jogos que são considerados *Pay to Win*, ou seja, que os jogadores necessariamente precisam gastar dinheiro real para progredir de igual para igual com outros jogadores que usam ou costumam fazer compras dentro da aplicação, em *Pokemon GO* o jogador não necessariamente precisa dos recursos disponíveis na loja para manter-se ativo e avançar no jogo. Obviamente, aqueles dispõem mais dinheiro em troca de recursos evoluem relativamente mais rápido. Entretanto, também é possível adquirir a moeda e os itens do jogo em atividades dentro da própria aplicação. Dessa possibilidade de obter a moeda do jogo através de atividades dentro da dinâmica que envolve o ato de jogar é que é fomentado o espírito de competitividade entre as facções. Ao vencer um ginásio e colocar um de seus *pokemon* como defensor do mesmo, o jogador tem a possibilidade de ganhar até 50 moedas do jogo por dia. Entretanto para conseguir o numerário que corresponde à 0,99 € na Europa, 1,90 R\$ no Brasil e 0,99\$ em terras norte americanas, é preciso acumular no mínimo sete horas defendendo ginásios. Ilustrando, se um treinador da equipa azul conquistar o ginásio “A Rapariga”, localizado na cidade de Braga, mais precisamente no Parque da Ponte na freguesia de São Lázaro, ele precisa fazer com que seu *pokemon* resista à ataques das equipas rivais durante o tempo necessário para receber o montante diário de moedas. Caso contrário, o jogador receberá uma moeda para cada dez minutos defendendo “A Rapariga”. Note que a

dinâmica é acumulativa, ou seja, o jogador não precisa ter de ficar sete horas invicto num só ginásio. Sendo assim, o tal treinador da equipa azul, que defendeu a “A Rapariga” durante três horas pode vir a receber o valor máximo de moedas caso seu *Charizard* alcance no mínimo quatro horas no ginásio da Capela São João, também localizado no Parque da Ponte de São Lázaro, Braga.

A dinâmica das moedas movimenta o jogo e favorece a rotação de lideranças nos ginásios. Atingir a meta de moedas motiva os jogadores a batalharem todos os dias na busca da cota diária. Esse processo também evoca uma série de protocolos éticos dentro do próprio jogo. Muitos jogadores afirmam que antes de “derrubar um ginásio” olham se aqueles que ali estão já passaram tempo suficiente para atingirem uma boa quantidade de moedas. Há também aqueles que prefiram atacar os ginásios após às 00:00 por considerarem este um horário de menor atividade no jogo, principalmente no que tange ataques a ginásios. Portanto, mesmo colocando a currencia e a loja do jogo como uma mecanismo inerente a sua estrutura, reconhecemos os protocolos sociais e lógicos vinculados à mencionada ferramenta de jogo.

g. Woreables e conexão



Figura 2: a pulseira Pokemon GO Plus conecta-se ao jogo através do sensor bluetooth e emite sinais de luz e vibração ao detectar pokemon e pokestops.

Sabe-se que *Pokemon GO* se alicerça na base de dados de outras aplicações. Tão como traduz informação de outros *softwares*, a experiência geolocalizada baseada na aclamada franquia apropria-se de diferentes funções do dispositivo em que é executada para que possa promover sua experiência completa. Entretanto, as funcionalidade do jogo não se encerram em apenas um artefacto. Por meio de outros dispositivos, tal como faz com as outras aplicações instaladas, o jogo adiciona funcionalidades à sua lógica ou melhorias na experiência do jogo.

No que cabe principalmente a melhoria ergonômica do ato de jogar a pulseira “*Pokemon GO Plus*”, por exemplo, veio como uma novidade que prometia expandir a experiência do jogo fazendo com que o jogador não fosse obrigado a estar com o telemóvel em mãos para interagir com o jogo. Facilmente encontrada à venda na Internet, o produto oficialmente licenciado pela *Pokemon Company* e desenvolvido pela própria *Niantic* liga-se aos smartphones através de uma conexão bluetooth e interage com o jogo mesmo que este esteja sendo executado em segundo plano ou o aparelho encontre-se em rest mode. Compatível com as plataformas *Android* e *iOS*, o dispositivo ascende, azul para *pokestops* e verde para *pokemon*, e vibra para informar a existência de um elemento interativo no mapa. Para interagir basta que o jogador carregue o botão. Além de diminuir o gasto de bateria do aparelho que executa o jogo, a pulseira é uma alternativa para aqueles treinadores que querem estender o tempo de jogo, principalmente em situações onde o porte de um aparelho telemóvel não seja recomendado. A título de exemplo, por conta da comodidade de cruzar grandes distâncias em menor tempo, muitos treinadores desenvolveram o hábito de jogar enquanto conduzem. Mesmo com a campanha de conscientização desenvolvida dentro do próprio jogo através de uma tela de alerta *pop-up* que dispara e bloqueia o jogo até ser desativada sempre sensor de movimento no telemóvel capta velocidades que ultrapassem em muito a velocidade média considerada para um portador que encontra-se a caminhar, muitos jogadores ainda assim tinham ou têm como costume jogar ao volante. Neste caso o acessório fez-se uma alternativa viável para também tentar diminuir o número de jogadores que aderiram a prática de caçar dirigindo e dividir a atenção entre a estrada e o dispositivo. Esmiuçando, o *Pokemon GO Plus* é, além de uma tecnologia vestível e conectável ao jogo, um acessório que expande a experiência do jogador, estimulando-o passar mais tempo ativo na aplicação, embora torne a interação com o espaço menos perceptível

levando em consideração que os protocolos do jogo, na situação da pulseira, atuam sem que o usuário se aperceba por completo.

Do mesmo jeito que se sucedeu com o aumento de vendas de *power banks*, por conta da necessidade de uma reserva de carga para manter a bateria do dispositivo por mais tempo carregada, a ânsia de poder jogar sem ter as atenções totalmente voltadas ao telemóvel, principalmente para os jogadores mais engajados, foi apercebida pelo mercado e com o lançamento do *Pokemon GO Plus*, outros acessórios semelhantes foram produzidos. De versões alternativas, como por exemplo as pulseiras da marca *Alloyseed*, até dispositivos com outras funcionalidades - A pulseira *Go-tcha!*, também uma versão alternativa à *Pokemon GO Plus*, tem a opção de interagir automaticamente com os elementos sem a necessidade de nenhum comando externo - os treinadores puderam, através desses dispositivos, se manterem mais tempo conectados mesmo sem estarem necessariamente imersos no círculo mágico do jogo, do qual Huizinga (2014) afirma ser impossível de dissociar-se no ato lúdico. O real e o jogo encontram-se ainda mais imbricados a medida que dispositivos conectados ao jogo oferecem a oportunidade do usuário jogar enquanto executa as atividades inerentes à sua rotina habitual. Dessa forma o jogo deixa de ser um escape do real para fazer parte do dia a dia do jogador.



Figura 3 A conexão entre os dispositivos entrelaça os media oferecendo uma experiência ainda mais profunda.

Retomando a discussão que envolve os wearables e dispositivos conectáveis a *Pokemon GO*, a fim de expandir ainda mais a experiência de jogo e adicionar novas funcionalidades à aplicação, a propriedade de associar-se com outros dispositivos foi também inserida na interação

permitida entre o telemóvel e a consola doméstica mais recente da *Nintendo*, a *Switch*. Com o lançamento da sétima geração da franquia, que nada mais é do que uma remasterização da primeira leva que consagrou *Pokemon* como um dos grandes títulos de seu segmento, para as consolas, uma opção adicionada tornou possível a comunicação entre *Pokemon GO* e *Pokemon Lets GO Eevee* e *Pokemon Lets GO Pikachu*, nomeadamente os mais recentes games. Nesta modalidade inserida na storyline do *game*, é possível transferir *pokemon* da aplicação para o jogo na consola, sendo o inverso, entretanto, impossível.

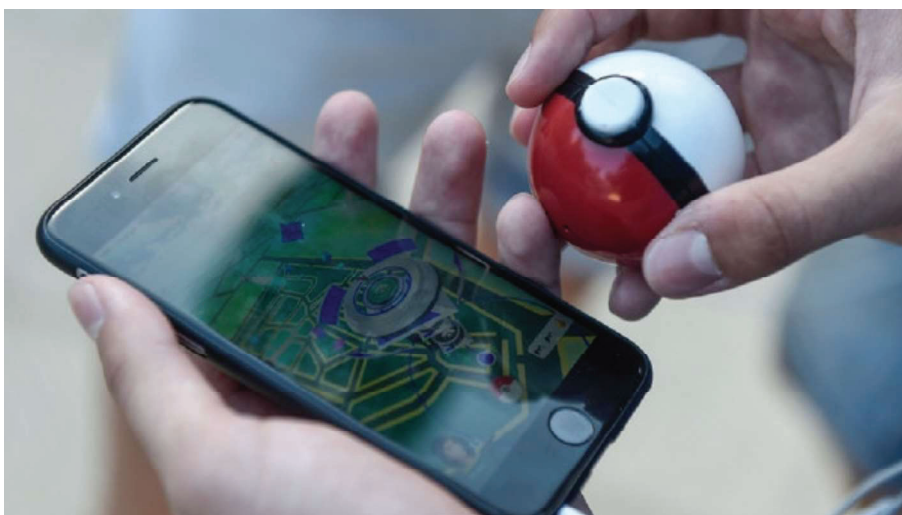


Figura 4: com função semelhante ao *Pokemon Go Plus*, o *Pokeball Plus* oferece os mesmos recursos contidos na pulseira e ainda pode ser utilizado como comando nos jogos para a *Nintendo Switch*

Na cidade de *Fuchsia*, sexto desafio no enredo dos jogos para a *Switch*, o jogador se depara com a chamada *Pokemon GO Park*, uma área especialmente dedicada a interação pretendida entre os dois artefactos. Nessa zona, o jogador tem a possibilidade de enviar de seu telemóvel para o jogo na consola qualquer *pokemon* da primeira geração da franquia. Ao fazer-lo, além de receber o personagem no jogo, o que facilita completar a coleção neste dispositivo uma vez que há monstros exclusivos tanto na versão *Eevee* quanto na versão *Pikachu*, o treinador ganha experiência no jogo móvel e também um item especial que o habilita a capturar um *pokemon* mítico, também na aplicação *Pokemon GO*. Tal como a pulseira *Pokemon GO Plus*, os novos jogos para *Switch* também conta com um acessório semelhante e que pode substituir a pulseira nas mesmas funcionalidades. O acessório *Pokeball Plus*, que funciona como um comando no jogo para consola, ao emparelhado via bluetooth com o dispositivo móvel que executa *Pokemon GO* tem as mesmas funcionalidades inerentes na pulseira desenvolvida pela *Niantic*. Há outras

funcionalidades específicas contidas na *Pokeball Plus*, entretanto estas estão destinadas exclusivamente as mecânicas dos jogos para a consola e que não nos reservam interesse para a presente pesquisa.

3.3.6. ELEMENTOS LÓGICOS E SOCIAIS

Neste documento são considerados como ingredientes lógicos todo tipo de aspecto ligado aos protocolos do jogo, suas regras, fundamentos e dialética envolvendo o ato de jogar. A medida que os elementos estruturais correspondem, basicamente, à interatividade e à forma do jogo, seus recursos e ferramentas, os elementos lógicos resumem-se como o raciocínio empregado no uso da interface da aplicação e seu significante consignado. Levando em consideração que o *Pokemon GO* é um jogo que convoca a interação entre seus usuários no âmbito social; para uns com os outros, e antropológico; em relação ao espaço, designamos também como elementos lógicos todos aqueles que encontram-se imbuídos de signos sociológicos.

a. Pokestops

Os *pokestops* (Anexo L), são pontos de relevância no mapa onde o jogador pode obter itens úteis para sua caçada. Estes são representados por totens geométricos. Ao gira-los, uma vez que a interação com estes elementos é representada pela rotação de um disco, o treinador recebe recursos aleatórios, que variam entre pokebolas e outros itens. Somando, o jogador recebe um bônus específico de itens e experiência por uma primeira interação diária com um *pokestop*. As interações diárias acumulam até sete e sofrem um reset depois de concluídas. A bonificação recebida, também, aumenta consonante a quantidade de interações seguidas, o que motiva o jogador a manter o sequência sem falhar.

Descriminados no radar da aplicação, os *pokestops* também funcionam como pontos de referência para encontrar as espécies captadas pelo mesmo. Na tela do recurso, ilustrada na figura 14, são mostrados os *pokemon* selvagens que descobertos na redondeza. Para guiar o

jogador em busca das espécies próximas, os *pokestops* são colocados como pontos de orientação, induzindo que os *pokemon* por ali estão. Sendo assim, os *pokestops* também guiam o jogador dentro do jogo, como pontos onde possivelmente existam *pokemon*.

No que diz respeito a apreensão do espaço, tendo em vista que consideramos estes elementos um dos fatores que maior contribuem para uma expansão da sensação de espaço promovida pelo ato de jogar, os *pokestops* chamam atenção para pontos que outrora passariam ou não despercebidos no espaço. Monumentos, artes urbanas, praças, dentre outros objetos da paisagem urbana, recebem maior destaque uma vez que estes são representados no jogo como elementos que dão suporte e fornecem recursos ao jogador. Interagindo, uma vez que o jogador é levado à tela que contém a imagem capturada e também uma breve descrição do ponto de referência representado como *pokestop*, podemos dizer que o jogo contribui para uma melhor percepção do espaço, munindo sutilmente o jogador de informações relevantes acerca da localidade. Em miúdos, os *pokestops* são circunscritos no urbano (LEMOS, 2004, 2007, 2007), adicionando conteúdo e ressignificando o espaço para o jogador (TUAN, 1983; AUGÉ, 2016), uma vez que o ponto em questão podia, para ele, ser um elemento irrelevante na paisagem do hodierno.

b. Quests

Outra característica importante e que mantém o espírito aventureiro do jogador é a possibilidade de obter tarefas específicas durante o jogo. As *quests*, como são popularmente chamadas, podem ser de duas castas diferentes: Especiais ou Diárias.

As *quests* diárias, como refere o próprio nome, são obtidas diariamente no girar de um *pokestop*. Cada *pokestop* fornece apenas uma missão única por por dia, daí a especificidade do termo adotado. Conforme o jogador completa as missões adquiridas ele recebe, além de um recompensa, um selo especial por dia e juntando seis desses selos também recebe uma recompensa especial diretamente do Professor Willow.

As missões especiais, tal qual a recompensa final enviada pelo professor Willow ao final de coletados os seis selos, são uma série de desafios mais complexos que levam o jogador, no final da aventura, ao encontro de um *pokemon* mítico. Essas missões são divididas em várias

partes, sendo cada uma novamente subdividida em três desafios diferentes. Cada subdesafio dá ao jogador uma quantidade relativa de experiência e cada etapa completada da missão uma série de recompensas específicas. Concluindo todas as etapas o jogador tem a oportunidade de capturar um *pokemon* especialíssimo.

Os desafios propostos em ambos os tipos de quests incitam o jogador a experienciar o jogo constantemente. Os desafios diários, menos complexos, são um artifício para manter o jogador ativo pelo menos até a aquisição do selo diário, ao ponto que as tarefas especiais são desafios mais longos que motivam o jogador a tentar atingir objetivos maiores e se manterem por mais tempo na aplicação. Por fim a premissa das missões casa muito bem com o conceito do jogo de convite a aventura na paisagem urbana, uma vez que torna-se necessário explorar as redondezas para concluir os desafios propostos.

c. **Ginásios**

Os ginásios, ou *gyms*, são pontos de relevância semelhantes aos *pokestops*. A diferença entre estes se faz em uma das características mais marcantes da franquia, as batalhas entre *pokemon*. Enquanto que nos *pokestops* o objetivo principal da interação é obter recursos, nos ginásios, apesar de também fornecerem itens essenciais, a finalidade da interação reside na possibilidade de liderar e defender estes em nome da facção escolhida pelo jogador. Ao aproximar-se e interagir com o ginásio, caso este esteja sendo defendido por uma equipa rival, os jogadores têm a possibilidade de combater com aqueles que ali fazem frente. Depois de derrotar todos os treinadores e seus *pokemon*, aquele que concluiu a tarefa pode ali colocar um de seus companheiros. Fazendo isso, os jogadores pertencentes à mesma equipa que o atual líder do ginásio - e que por perto passarem - estarão elegíveis a juntar-se para defender a localidade. Cada ginásio comporta até seis *pokemon* defensores únicos, ou seja: não podem haver espécies repetidas.

No que tange a obtenção de recursos, o jogador pode vir a receber bônus mediante a três condições diferentes: bônus de equipa, bônus por estar defendendo aquele ginásio, bônus por medalha. Os bônus de equipa, literalmente, são recompensas para aqueles que são da mesma equipa que os defensores do ginásio. Caso o jogador tenha ali um *pokemon*, ele também receberá

um bônus por estar defendendo aquele ponto. Já os bônus de medalhas são adquiridos através de um sistema de níveis, sendo preciso uma determinada quantidade de experiência de batalha no ginásio correspondente. O bônus aumenta de acordo com a medalha que o utilizador tem no ginásio em questão e o jogador pode adquirir experiência lutando ou alimenta os *pokemon* que ali estão com *berries*, uma vez que conforme passa o tempo estes vão enfraquecendo e tornando-se mais suscetíveis a um ataque rival. Cada ginásio tem uma *badge*, tal como nos jogos clássicos da franquia, e o jogador pode vê-las e coleciona-las numa aba em seu *profile*.

Junto aos *pokestops*, os ginásios tornam-se pontos de relevância para aqueles que experienciam o jogo. A ressignificação dos locais por conta da lógica do jogo acontece de forma semelhante com o que descrevemos anteriormente, contudo, o que os diferencia, mais uma vez, é a sua finalidade. Entretanto, tal qual a sensação de espaço e apreensão dos elementos do urbano promovida pelos *pokestops*, os *gyms* também promovem a reflexão da paisagem urbana dotando de importância objetos que por ventura não tinham destaque no cotidiano do usuário.

d. Facções

Ao atingir o vigésimo nível do jogo, o *player* é convidado a se unir a uma das três diferentes facções: *Myscitic*, *Instict* e *Valor*. Cada equipa é representada por um dos *pokemon* lendários da primeira geração do jogo e pela cor que simboliza seu elemento. O pássaro de fogo, *Moltres*, por exemplo, é o embaixador da equipa vermelha (*Valor*). *Articuno* (*Myscitic*), a ave lendária do gelo é o guardião dos jogadores da equipa azul. E, por último, *Zapdos* (*Instict*), e suas plumas radiantes que simbolizam o elemento do trovão, é o regente da casa amarela. Junto aos pássaros lendários que as representam, as equipas também têm líderes diferentes, sendo estes personagens tão importantes quanto o professor Willow na tarefa de tutorar e apresentar a extensa ecologia de *pokemon* que habitam o mundo.

A divisão por facções instiga os sentimentos de cooperação e competição nos jogadores da aplicação. Através de ferramentas externas ao jogo estes se organizam para participar de caçadas coletivas, conquistar ginásios, eventos dentre outras atividades possíveis através da lógica do jogo. Por intermédio das redes sociais, por exemplo, os integrantes das três diferentes

equipas criam grupos de discussão e chats com o objetivo de integrar e articular os jogadores que fazem parte da mesma facção.

e. Pokemon

No mundo fantástico de *Pokemon* existem diversas espécies de criaturas. Tal como na fauna e a flora do planeta, a ecologia de *pokemon*, na representação figurativa dos animais, insetos e plantas que coabitam o globo, é extensa e intrigante. Elemento principal do jogo, os *pokemon* são o elo entre o real e o ficcional na experiência pretendida pelo jogo. Como comentado, estes aparecem visíveis no mapa mediante a proximidade entre o raio de atuação do avatar e o local onde estão. Sendo assim, para atingir a meta de apanha-los todos é necessário alimentar o espírito aventureiro e ir literalmente a caça. Entretanto, com o intuito de desafiar o jogador e motiva-lo ainda mais no âmbito de desbravar e viver outras experiências, há *pokemon* que aparecem com maior constância em espaços específicos; *pokemon* do tipo água, por exemplo, tem maior probabilidade de serem encontrados próximos às regiões costeiras, rios, lagoas e riachos. Esta especificidade do jogo faz com que o aspirante a mestre *pokemon* precise sair da sua zona de conforto para capturar as diferentes espécies de *pokemon* existentes. Há, inclusive, monstros típicos de determinadas regiões e países. Tipificados como regionais, estes *pokemon* têm como habitat partes restritas do Globo. A título de exemplo, para capturar um *Tauros*, o utilizador precisa visitar a América do Norte, enquanto que para registrar o *Farfetch*, é necessário ir ao outro canto do mundo numa viagem ao Japão. Mais uma vez, esta especificidade, da qual determinadas tipologias de *pokemon* respondem a locais ou regiões específicas acentuam a experiência geolocalizada e o sentido de espaço, uma vez que se torna necessário explorar diferentes ambientes para completar a coleção. O facto de ter de explorar exige do jogador uma experiência mais profunda com o espaço e a própria aplicação, uma vez que executar o jogo nos percursos tradicionais seu do dia a dia diminuirá a chance de encontrar certos personagens.

f. Raids

Como um dos recursos sociais mais importantes do jogo, as *raids* são batalhas que ocorrem também nos ginásios. Porém, diferente dos embates entre treinadores de diferentes facções, as *raids* juntam todos os jogadores que nela se encontram, independente da equipa escolhida, em prol de um objetivo em comum, capturar um *pokemon* específico. Nas *raids* os jogadores são desafiados com versões ainda mais poderosas das criaturas comumente encontradas nas ruas e esquinas da urbe. Para participar o jogador precisa de um passe, que pode ser obtido pela primeira interação diária com um ginásio, neste caso limitado a apenas uma unidade, ou na loja do aplicativo em troca de 100 moedas. Divididas em cinco níveis de dificuldade, sendo o mais difícil destinado a *pokemon* míticos ou lendários, as batalhas em *raid* encorajam os jogadores a socializarem-se para realizarem as batalhas e capturar espécies de *pokemon* mais fortes. Quanto mais elevado é o nível da *raid* mais jogadores são necessários para completar o desafio e há *pokemon* que são tão duros de serem derrotados que são recomendados até vinte jogadores para vence-los.

Após o desafio, vitoriosos, os treinadores são bonificados com uma quantidade de experiência, itens e pokebolas especiais que só podem ser utilizadas para apanhar aquele *pokemon* e naquele momento. A quantidade de bolas adquiridas é influenciada por diversos fatores que incluem nível de amizade com os integrantes do grupo que faz a *raid*, equipa que lidera o ginásio que acontece a *raid*, dano causado pelo jogador e também pela sua equipa. Quanto mais bolas, maior é a probabilidade de capturar a espécie do desafio, por isso os aspectos que influenciam a quantidade de bolas adquiridas ao final da *raid* são muito relevantes para uma investida bem sucedida.

Existe um sistema de rotação que dispõe os *pokemon* ativos nas *raids*. No caso das batalhas de nível cinco, as *raids* lendárias, os *pokemon* tendem a aparecer com ainda menos constância que os desafios de menor calibre. Esta dinâmica que envolve os *pokemon* lendários e míticos os torna ainda mais cobiçados pela comunidade, que articula-se para conseguir concluir o maior número possível de *raids* dos mesmos. Através de canais alternativos, tais como *Facebook*, *WhatsApp* e *Slack*, este último tendo seu propósito subvertido uma vez que o mesmo foi desenvolvido para comunicação corporativa, os jogadores combinam encontros para enfrentar as espécies ranqueadas desafios cinco estrelas. Ainda sobre os *pokemon* mais poderosos do jogo, durante temporadas específicas, os *players* podem ser elegíveis a ganhar um

passa de *raids-ex*. Para ter a chance de ser presenteado com uma unidade do passe especial o jogador precisa realizar batalhas *raid* em ginásios que podem comportar uma *raid-ex* (na interface dos jogos esses ginásios costumam ser maiores que os casuais). Os passes de *raid-ex* tornam possível o embate com figuras ainda mais raras, poderosas e desejadas dentro da mitologia do jogo. Por se tratar de uma grande conquista para os jogadores, uma vez que as espécies disponíveis nestas *raids* são as mais raras e difíceis de se obter no jogo pois seu sistema de rotação ainda mais imprevisível do que os demais desafios de cinco estrelas, os jogadores agraciados com o passe especial podem convidar um amigo que se encontra no terceiro nível de amizade, *ultra friend*, para se juntar a batalha épica. No convite informações contendo a hora e o local da batalha para o grande embate são relevadas sendo preciso comparecer ao ginásio designado durante o intervalo de tempo em que a *raid-ex* estará disponível. Como nem todos os jogadores estão disponíveis para comparecer ao local no horário definido, muitas vezes os jogadores dividem seus dados de acesso com o amigo convidado ou algum outro jogador de confiança para conseguir apanhar o tão raro personagem.

Concluindo, as *raids* se fazem um dos elementos de sociabilização mais importantes do jogo por promoverem fruição de significante no espaço urbano. Sua dinâmica torna os espaços de deambulação arenas onde a comunidade se envolve para vencer desafios coletivos. Estes espaços, outrora desprovidos de antropologia, tal como postula Auge (2016) em sua reflexão sobre lugares e não-lugares, são enxertados de sentido, favorecem a interação e a sociabilização em localidades que outrora promoviam apenas o fluxo de peões e coisas.

g. Buddy, Eggs e Meta de Passos Semanal

Como colocamos em momentos supracitados, *Pokemon GO* propõe ao usuário duas experiências básicas e endossadas pela franquia que se baseia o jogo: vivenciar a ficção no mundo real e explorar a paisagem ao seu redor. Entretanto, também frisamos que a experiência pretendida exige que o jogador ponha-se a prova do desafio feito pelo Professor Willow e encare a tarefa de apanha-los todos. Para isso, seriam precisas dinâmicas que motivassem aqueles jogadores menos ativos e que se contentariam com o facto de terem acesso à uma *pokestop* ou um ginásio no conforto de seus lares; pode não parecer mas há jogadores mesmo sortudos que

podem jogar do sofá. Como forma de ativar os treinadores mais estáticos, o jogo traz consigo algumas recompensas e tarefas vinculadas ao monitoramento de movimento. Encontram-se nessa tipologia os recursos “*buddy*”, “*eggs*” e a meta semanal de passos.

Na vasta ecologia que compõe a mitologia de *Pokemon*, há, realmente, *pokemon* extremamente difíceis de se encontrar. Para que relembremos, há *pokemon* que só podem ser encontrados em regiões específicas do mundo. Existem também aqueles que costumam aparecer com maior frequência em locais com características particulares em sua composição. Ainda podemos contar com as espécies que só podem ser adquiridas em *raids* ou em eventos específicos do jogo. O sistema de *buddy* vem exatamente para facilitar a experiência do jogador que se vê na necessidade de adquirir *candies*, um recurso do jogo necessário para fortalecer os *pokemon*. As *candies* são adquiridas no momento em que o treinador captura o *pokemon*. Cada família de *pokemon* tem suas próprias *candies*, fazendo com que seja necessário a captura de muitos exemplares para melhorar *combat power* (CP) ou evoluí-los. A opção de escolher um *buddy* recompensa o jogador com uma *candy* para uma quantidade determinada de quilômetros computados ao lado do parceiro escolhido. As *candies* são um elemento muito importante do jogo uma vez que para completar a coleção é necessário evoluir as personagens para formas mais complexas e consequentemente poderosas. Quanto mais forte são os *pokemon* do jogador mais fácil se fazem conquistar outros objetivos dentro do jogo.

Percebe-se que fazer quilômetros não é uma tarefa secundária dentro do jogo. A importância de completar distâncias é extremamente importante dentro do jogo, principalmente quando há tipos específicos de *pokemon* que só podem ser obtidos através de ovos. Os o recurso de *pokemon eggs* recompensa o jogador depois que esse atinge uma meta específica de passos. Ao atingir uma quantidade determinada de quilômetros, o jogador choca um ovo. Existem quatro tipos diferentes de ovos, cada um com uma quantidade de quilômetros discriminada para serem chocados. Quanto maior a distância exigida para incubar o ovo, maior também a raridade da espécie que dali eclodirá. De modo consequente, há também espécies que só podem ser adquiridas através dessa dinâmica, o que torna o recurso crucial para aqueles que almejam apanha-los todos.

Alinhados aos recursos já postos, semanalmente, o jogador pode receber recompensas pela quantidade de quilômetros feitos enquanto joga. Essa dinâmica foi adicionada junto a

atualização que trouxe ao jogo a opção de *Adventure Sync*, que sincroniza o jogo com uma aplicação e ou um *wearable* de monitoramento de atividades.

Concluindo, pode-se dizer que os recursos vinculados a medição da distância percorrida pelo jogador através do artefacto motiva-o a encarar a tarefa de completar a coleção e explorar as paisagens do urbano. O facto de ser preciso efetuar distância para fortalecer seus *buddies*, registrar espécies que só podem ser adquiridas através de ovos ou obter recursos dentro do jogo faz com que o jogador realmente precise mover-se para progredir durante sua jornada. Inevitavelmente, por conta da exigência, há sempre jogadores que buscam formas alternativas de executar as tarefas do jogo através de meios que fogem a premissa inicial da aplicação. No *Youtube* há dezenas de vídeos ensinando os jogadores formas ortodoxas de atingir sua meta semanal de passos, chocar ovos e conseguir *candies* com seus *buddies*. Explorando a própria limitação dos dispositivos, os jogadores criam diferentes formas de burlarem o sistema de monitoramento de movimento nos dispositivos.

h. Lista de Amigos

A *Friend List*, recurso adicionado em uma das atualizações mais recentes do jogo, é uma opção que aproxima o jogo de suas origens e fornece uma experiência mais social, de forma a fomentar a interação entre os jogadores e também fortalecer a comunidade consolidada. Através do update realizado em junho de 2018, tornou-se possível adicionar amigos à uma lista através troca de *trainer codes* (remotamente) ou da leitura de um *QR code* que contém criptografado o código do treinador através da câmera acoplada no telemóvel ou em qualquer outro dispositivo móvel com suporte para o jogo (presencialmente). No entanto desde o lançamento de *Pokemon GO*, a interação entre os jogadores era um recurso esperado pelo público, uma vez que os jogos da franquia sempre tiveram meios de interação entre outros jogadores. Nas primeiras versões para consolas, por exemplo, utilizando-se de acessórios específicos ou conexão sem fio, era possível trocar “monstrinhos” ou testar as habilidades de *player* contra outros jogadores. A opção de adicionar amigos trouxe consigo aspectos sociais e facilitou a interação entre a comunidade. Além de bonificar as “caçadas” em grupos e batalhas por ginásio, os jogadores são

incentivados a adicionar mais amigos à sua lista através de um sistema de recompensas que oferece uma quantidade significativa de experiência e benefícios por nível de amizade.

Em cada geração da franquia, haviam *pokemon* restringidos por versão do *game*, sendo necessário uma trocar para conseguir registrar as espécies do jogo análogo. Através do sistema de amigos, os jogadores podem trocar seus *pokemon* com um colega a fim de completar sua coleção mais rápido ou adquirir versões mais poderosas de suas personagens favoritas.

A possibilidade de enfrentar outros jogadores, também uma função presente nos jogos pertencentes a ecologia da franquia e adicionada com a *friend list*, coloca a prova as habilidades de cada utilizador numa batalha. O convite para duelar pode ser enviado à distância, entretanto é preciso atingir uma certa quantidade de interações antes disso. Para aqueles que ainda estão nos princípios de uma “amizade” a opção só é possível caso os dois jogadores tenham os dispositivos que executam o jogo próximos.

Concluindo, podemos dizer que *Pokemon GO* precisava de interação e como representante oficial da franquia esta seria uma característica imprescindível para reproduzir uma experiência semelhante a dos outros games. Tendo isto posto, a *friend list* é um recurso que estimula a cooperação e a interação dentro da comunidade do jogo, fomentando as práticas sociais possíveis e inerentes ao ato de jogar.

i. Eventos

Interessados em fazer uma manutenção constante do jogo, no sentido de fornecer ao utilizador motivação suficiente para continuar sua aventura por mais tempo, a desenvolvedora do jogo investe em iniciativas e novidades para manter sua comunidade dedicada a missão de apanha-los todos. As ações promocionais acontecem no âmbito do jogo, porém, em determinadas iniciativas, há aspectos externos envolvidos em suas dinâmicas.

No que tange os eventos que operam exclusivamente através da lógica do jogo, tendo em vista que esse acontece no espaço urbano de forma ubíqua e se empoderado da paisagem da cidade, a desenvolvedora de *Pokemon GO* instiga a curiosidade dos jogadores através da vasta mitologia do jogo. As situações ocasionais podem ter duração prolongada, como no período entre 13 e 21 de fevereiro de 2019, onde os *pokemon* de cor rosa - junto a uma série de outras

circunstâncias especiais - passaram a aparecer com maior frequência por conta do dia de São Valentin, ou um dia específico, conforme o *Legendary Lunch Time* do dia 13 de março de 2019 em que todas as raids que aconteceram entre o intervalo das 12:00 p.m e 1:00 pm eram batalhas de nível cinco que protagonizavam o dragão lendário *Dialga*.

Em sincronia com as datas comemorativas, muitos dos eventos, tal como o que referenciou a data que homenageia os namorados em todo o mundo, parafraseiam datas culturalmente relevantes. Entretanto, os famigerados *Community Days*, data criada pela *Niantic* e dedicada a comunidade do jogo, são situações que vêm ocorrendo mensalmente desde janeiro de 2018 com o objetivo de integrar o público do jogo e fomentar o convívio entre treinadores, independente da equipa, nível ou bagagem de jogo. Em resumo, os Dias da Comunidade, tradução do termo para o português, são ocasiões de duração de três horas onde um *pokemon* específico, e que geralmente é mais raro de ser encontrado pelo mundo à fora, aparece com maior frequência no mapa. Fora isso, uma versão *shiny*, exemplar alternativo do *pokemon* que pode aparecer com baixíssimas probabilidades, é apresentada aos treinadores com uma chance muito maior de encontro durante o evento. No site do jogo o convite dedicado aos jogadores, neste caso para o *Community Day* que ocorreu dia 23 de março de 2019, os explica parcialmente sua mecânica e convida-os à uma experiência coletiva e social através do jogo: “*Get out and play together in your local community parks on Pokémon GO Community Day. For just a few hours each month, you can encounter a special Pokémon in the wild. During these hours, there’s a chance to learn a previously unavailable move for that Pokémon or its Evolution, as well as earn some Community Day bonuses. Celebrate what it means to be a part of the Pokémon GO community and make new friends along the way!*” (POKEMON GO LIVE, 2019). Para aqueles mais tímidos e que não conhecem assim tantos adeptos, a própria desenvolvedora reconhece a existência de canais alternativos onde a comunidade se articula e os indica como um meio mais fácil de se comunicar com outros jogadores: “*Are you looking for Community Day event details or other Pokémon GO-related meetups happening in your city? There are many websites and platforms that Pokémon GO players use to organize with their local communities. To connect with other Trainers near you, try searching for your city name in conjunction with Pokémon GO on your preferred search engine, or finding groups in your area on social media channels, apps, and websites such as Facebook, Discord, Slack, WhatsApp, and more! These groups are*

managed independently by players and are not sponsored by Niantic, but offer great opportunities to meet Trainers in your area". No Brasil, em datas próximas aos eventos da comunidade de *Pokemon GO*, a cidade de Suzano, localizada em São Paulo, foi palco de uma situação insuñada envolvendo estátuas de personagens da franquia. Na matéria de Claudio Prandoni (2018), colunista do site *The Enemy*, é possível ver algumas imagens das esculturas baseadas nos personagens da franquia.

Para aqueles que gostam de experiências ainda mais imersivas, semelhante ao dia mensal dedicado à comunidade, os eventos chamados de *Safari Zone*, uma apologia direta à uma localidade presente na maioria dos jogos da franquia. Nos jogos clássicos as Zonas de Safari eram áreas onde o jogador poderia capturar *pokemon* raros em uma espécie de Safari. O evento baseia-se nessa dinâmica para criar, em parceria com grandes centros comerciais, áreas onde o jogador encontrar com uma frequência muito maior personagens incomuns da franquia. No site oficial da edição que ocorreu na ilha resort de Sentosa (POKEMON GO LIVE, 2019), localizada no litoral sul de Singapura, a experiência foi descrita como: "*is a marketing event organised by the Sentosa Development Corporation free-of-charge to be enjoyed by all Pokémon GO trainers*". Como informado, o evento, que ocorreu entre 18 e 22 de abril de 2019 é gratuito, entretanto, para participar o treinador interessado deve registrar-se na página do *Sentosa's Safari Zone* para concorrer a um *ticket*. Os passes são limitados a um por pessoa, e as candidaturas - para requerer um passe é necessário registrar-se no site do evento - repetidas negadas instantemente. A organização do evento frisa que todos os gastos são de inteira e exclusiva obrigação do treinador e alerta para que o mesmo planeje a sua viagem com antecedência a fim de conseguir transporte e acomodação para participar do evento.

Os eventos realizados, oficiais ou não, tal como "caçadas" e *raids* organizadas independentemente pela comunidade através de outros canais de comunicação, são um ótimo momento para interagir com a comunidade, conhecer novas pessoas, viver experiências e, é claro, adicionar mais amigos ao jogo.

3.3.7. COMUNIDADE

Por se tratar de um jogo que vêm se desdobrando cada vez mais no campo social, a comunidade que joga e agencia o culto à franquia de *pokemon* pode ser considerada um elemento dentro da dinâmica do acto lúdico que envolve a lógica de *Pokemon GO*. Segundo observamos, acreditamos que os elementos lógicos e sociais do jogo, sobretudo aqueles que abrangem a participação e interação entre os jogadores, evocam uma antropologia em espaços desenvolvidos prioritariamente para a promover fluxo de pessoas, coisas e informação. Ao relacionarem-se através do aplicativo, os adeptos de *Pokemon GO* têm a oportunidade de conhecer-se uns aos outros, firmar laços e até desenvolver amizades, uma vez que aventurar-se mundo a fora também significa conviver. Seja para caçar em grupo nos eventos da comunidade ou para vencer uma raid lendária de cinco estrelas, interagir com outros jogadores é uma maneira mais divertida de experienciar e progredir dentro do jogo.

Compreendendo as vantagens de uma rede bem organizada, os jogadores articulam-se através de plataformas coletivas diversas a fim de agregar o maior número possível de indivíduos. Apropriando-se de ferramentas sociais externas ao jogo, tal como fóruns e sites de redes sociais, a comunidade se desenvolve no âmbito de sistematizar e coordenar os esforços dos jogadores. As iniciativas independentes de providenciar uma estrutura mais ordenada para organizar, diligenciar e aproximar os adeptos do *game*, tal como já mencionamos, são reconhecidas pela desenvolvedora do *game*, que, inclusive, as recomenda como canais efetivos de comunicação. A título de menção, podemos elencar como as principais plataformas de comunicação utilizadas pelo agregado social que se formou entorno do jogo, o *Facebook*, *WhatsApp*, *Slack*, *Discord* e o *Gohub*.

Tal como acontece em outras comunidades e nichos sociais, no *Facebook* os utilizadores costumam criar grupos, chats e listas de discussão. Estes ambientes são utilizadas, a priori, para a comunicação, no âmbito instantâneo quando se trata dos *chats* de mensagem, mas também costumam exercer a função de agenciamento, uma vez que nestes, principalmente nos grupos, é gerado um grande volume de conteúdo a respeito do jogo. Para os mais assíduos, a opção de produzir conteúdo independente por intermédio de páginas e perfis pessoais também encontra-se possibilidades de interagir com outros jogadores.

Quando se trata de comunicação instantânea e móvel, o *WhatsApp* ocupa uma posição de destaque ainda maior que a aplicação de mensagens em tempo real da aplicação do Facebook,

o *Messenger*. Apesar de também fazer parte do grupo que compõe a marca *Facebook*, o *WhatsApp* mostra-se mais eficiente pois, além de ser mais seguro (o *WhatsApp* tem criptografia integral, ou seja: protege os dados da comunicação entre duas partes e assegura que apenas o destinatário pretendido possa acessar a informação não criptografada), consome menos dados móveis que o *Messenger*. Uma vez que na maior parte do tempo os jogadores estão conectados ao jogo através de conexões 4G ou 3G, o uso do *WhatsApp* para comunicar-se com outros jogadores, principalmente enquanto executam o jogo, é uma maneira eficiente de poupar dados, evitando a necessidade de pagar por pacotes extras de telefonia móvel. Sendo assim, mesmo com os avanços inclusivos no que diz respeito ao acesso a gratuito a internet sem fio por meios públicos nas grandes urbes, poupar dados móveis é um benefício muito relevante para os adeptos do jogo que buscam uma maneira de manter o contato com outros jogadores mesmo no acto do jogo.

Entendendo a necessidade de uma boa logística para a execução de tarefas coletivas dentro do jogo, o *Slack* foi escolhido como uma ferramenta dedicada a comunicar e organizar os jogadores entorno das atividades sociais dentro do jogo. Desenvolvido com no intuito de ser uma plataforma coletiva para trabalho, O *Slack* é um aplicação para a comunicação corporativa. Dividida por canais, a interface da aplicação promete organizar seus usuários para facilitar o cumprimento de tarefas comuns. Para os jogadores, a aplicação serve como uma espécie de mural onde são colocadas informações relevantes para comunidade de jogadores de uma determinada localidade. No entanto, tal como o principal objetivo do *Slack*, seu uso se reserva principalmente às tarefas coletivas dentro do jogo. Na aplicação os membros, que precisam de um convite especial de um dos moderadores do grupo para fazer parte e aceder a informação nele contida, anunciam as *raids* ativas, discriminando o ginásio (neste caso o local), horário de abertura, *ranking* do desafio e a espécie a ser enfrentada. Nos anúncios, feitos em formato de tópico e que podem ser feitos por um usuário qualquer, os jogadores que encontram-se disponíveis para a execução da tarefa respondem e organizam-se para realiza-la. O *Slack* também é utilizado para evitar usuários voadores que ocultam sua posição através de um *spoof* e a simulam numa outra região. Com a possibilidade da criação de vários subcanais na aplicação, os jogadores também podem marcar caçadas em grupos, informar a existência de alguma

espécie rara numa dada localidade da urbe e até promover discussões acerca do jogo, mesmo não sendo este o local mais habitual para as mesmas.

Com uma função semelhante a do *Slack*, o *Discord*, plataforma habitualmente utilizada por jogadores de jogos nativos de consolas e computadores pessoais para a comunicação remota em *chats* de voz, é também uma plataforma que busca organizar a comunidade em torno das peculiaridades e elementos sociais inerentes a *Pokemon GO*. Tal como na aplicação corporativa, o *chat* de voz, que encontra-se disponível em versões tanto para aparelhos móveis como também para computadores portáteis e/ou de mesa, foca-se em articular os jogadores de uma determinada região em torno dos desafios coletivos e batalhas e *raid battles*. Para participar de um grupo no *Discord*, igualmente como ocorre também no *Slack*, é necessário um convite especial da moderação do canal. Sob nossa perspectiva, a comunicação por audio, apesar de consumir mais dados móveis e bateria do telemóvel, é uma opção mais ergonômica e prática, uma vez que o *Discord* continua funcionando mesmo estando em segundo plano.

As tradicionais lista de discussão também são utilizadas pelos jogadores no sentido de interagir e agenciar a comunidade no que diz respeito a assuntos relacionados ao jogo *mobile* da franquia japonesa. O fórum *GOHUB*, que em sua descrição autodenomina-se “*The Official Forum for Pokemon GO*” (*GOHUB*, 2019), é considerado como a maior lista de discussão dedicada ao jogo na internet. Com uma grande média de usuários ativos diariamente, o site conta com 9 milhões e 7 (25 de abril de 2019) mil participantes inscritos. Os tópicos publicados variam desde *insights* e discussões sobre a melhoria do jogo no que diz respeito à diversos aspectos (jogabilidade, funcionalidades, *design* e etc) até dicas de jogo. Há também espaços para os jogadores dividirem com a comunidade sua coleção e recentes conquistas. As publicações são divididas por categorias e podem ser filtradas na interface da página, o que facilita a navegação e o acesso a informação.

Mesmo sabendo que a formação da comunidade não é um elemento diretamente inerente à lógica ou a estrutura do jogo, sendo esta um movimento social promovido pelo ato lúdico em si e a já consolidada ecologia da franquia, a colocamos cá como um componente social de *Pokemon GO* pelo facto de ser uma parte muito importante no que tange os protocolos sociais desenvolvidos e pelos quais se desenrola o jogo. Sem uma comunidade ativa diversos elementos do jogo e atividades pretendidas no mesmo tornariam-se inviáveis, levando o mesmo ao seu

desuso. Portanto, considerando o agenciamento da comunidade um fator imprescindível na dinâmica e na manutenção do jogo, o grupo organizado e agregado ao redor do hábito de jogar *Pokemon GO* mostra-se um ingrediente relevante para o seu prolongamento e, por isso também, para nossa análise.

IV. BRAGA GO!

4.1. A CAPITAL DO MINHO SOB A ÓTICA DE POKEMON GO

Com uma população média de 126.710 habitantes e uma área total de 54 km², Braga é sede do município que também leva o mesmo nome. Composta de 11 freguesias, a cidade minhota tem uma paisagem urbana que mescla o contemporâneo com a sua ancestralidade, o que faz de si um destino turístico de renome internacional; tendo, inclusive o Santuário do Bom Jesus do Monte como candidato ao título de Patrimônio Cultural Mundial pela UNESCO. Em meio a edifícios antigos – dos quais destacam-se principalmente igrejas, ruínas romanas e casarões dos séculos XVI, XVII e XVIII – e construções de arquitetura mais moderna, as principais zonas da cidade se dispõem harmoniosamente entre o presente e o passado, a ponto de mal percebermos a mistura histórica que a compreende. Sua característica atemporalidade, junto aos seus principais espaços e monumentos históricos – que por sua vez encontram-se muito bem distribuídos ao longo da cidade – fazem da paisagem urbana de Braga um ótimo cenário de jogo para os treinadores que nela residem; uma vez que *Pokemon GO* converte sítios de interesse em elementos do jogo. Ubíqua, tendo seu espaço representado e mediado pela aplicação, Braga torna-se híbrida, um emaranhado de dados e conexões capazes de expandir o conhecimento geográfico daqueles que acedem a informação contida na experiência geolocalizada proposta por *Pokemon GO*.

Até então, os últimos capítulos trataram de construir bases sólidas para que, agora, pudéssemos nos defrontar com a questão magna que nos intriga a ponto juntarmos forças para propormos a tal reflexão: o efeito do jogo *Pokemon GO*, enquanto media geolocalativo, no que compete a sensação de espaço remetida pelos elementos urbanos da cidade de Braga representados sob sua óptica. O momento de agora, momento este que conclui a jornada iniciada

em torno das relações espaciais evocadas na contemporaneidade por conta da mediatização do cotidiano e suas práticas, traremos a tona nossas análises e reflexões, sobretudo no que diz respeito a percepção que os jogadores de *Pokemon GO* têm dos símbolos contidos na paisagem urbana da cidade e que, mutuamente, também fazem parte do cenário do jogo.

Para o recorte do jogo no âmbito da cidade de Braga, inicialmente, precisamos compreender e definir o perfil dos jogadores que nela percorrem os trajetos do jogo. Posto isso faz-se necessário saber “quem é”, “como joga” e “onde joga” o “treinador” bracarense, objetivando assim delinear seu perfil e sua rotina de jogo. Para isso, além de jogar e experienciar o jogo junto a comunidade, foi aplicado um questionário *online* dentro das principais comunidades do jogo na cidade, “*Pokemon GO Braga!*” (*Facebook*) e “*Pokewarriors*” (*Slack*). Através deste buscou-se compreender os hábitos e os arquétipos que compõe a comunidade de usuários que jogam, principalmente na cidade minhota – uma vez que conhecer e explorar outros sítios também é um ponto muito importante para conseguir progredir e completar a coleção no jogo.

Após definido quem é e como joga este usuário que relaciona-se com o espaço urbano de Braga através dos ecrãs móveis que reproduzem o jogo de *Pokemon* para plataformas móveis, poderemos definir os locais de jogo mais habituais para a comunidade. Nesta, que culmina respectivamente no segundo ato deste capítulo conclusivo, serão mapeadas as zonas de preferência da comunidade para as práticas do jogo; buscando entender desde a razão de escolha deste espaços até os principais aspectos que fazem destes bons locais para jogar. A fim de ilustrar de forma clara, foram feitas visitas nas zonas mais mencionadas por aqueles que representaram a comunidade local no inquérito *online*. Durante as visitas o jogo foi executado com o intento de mapear as principais características e pontos de interesse disposto nos cenários estipulados e suas representações digitais. Desta forma foi possível levantar os principais elementos contidos nestes espaço e que analogamente comportam-se como pontos de interesse dentro do jogo; neste caso os principais *pokestops* e ginásios nas localidades em pleito.

Como desfecho, o item final deste capítulo visa, através dos dados levantados e, juntamente, das discussões contidas nos capítulos anteriores, tecer reflexões a respeito da relação entre os usuários do jogo, Braga e os elementos que organizam e fazem parte de sua paisagem urbana, especificamente aqueles reconhecidos em pesquisa como os pontos de maior

relevância reproduzidos em *Pokemon GO*, através da mediação técnica que compreende o ato de jogar.

4.2. QUEM JOGA?

A fim de discriminar as principais características que prevalecem no perfil do usuário que via *Pokemon GO* relaciona-se com a paisagem urbana de Braga, foi elaborado um inquérito quantitativo *online* com o auxílio da plataforma *Google Drive* (Anexo O). Divulgado nas principais comunidades *online* referentes a atividade do jogo na cidade – “*Pokemon GO!Braga*” (*Facebook*) e “*Pokewarriors*” (*Slack*) -, o questionário investiga, sobretudo, questões relacionadas ao retrato do jogador bracarense, tal como nuances inerentes à sua experiência de jogo; sobretudo a apreciação e interação com espaço por intermédio da referida aplicação. A metodologia qualitativa, no presente documento, visa, a priori, alicerçar a pesquisa de campo, que desenrolou-se majoritariamente através de observações de cunho participativo durante a elaboração do estudo.

Entretanto, mesmo os enquadrando sob a ótica daqueles que fazem uso do aplicativo em Braga, sabemos da existência de diferentes tipos de usuários; uma vez que ao longo da pesquisa foi possível interagir com a comunidade local. Sendo assim, após de traçado o perfil aqui considerado como medular foram delineadas suas ramificações nervosas, neste caso possíveis personas que compõe a ecologia da comunidade de jogadores de Braga. A “taxonomia” proposta é uma tentativa de qualificar qualitativamente os dados recolhidos durante as observações de campo e contidas questionário, para assim reunir informações que permitam a compreensão do fenômeno investigado.

Por fim, a referida etapa faz-se necessária pois, para entender os efeitos do jogo sobre a paisagem urbana bracarense, primeiro, é preciso conhecer melhor quem é este jogador que faz uso da cidade de Braga, e os elementos que a competem, como principal cenário de jogo. Apresentados ao traçado perfil, redirecionaremos nossa atenção aos espaços em que estes jogadores escolhem como cenário de jogo para então analisarmos os efeitos da mediação do *game* no que comporta as relações de seus usuários e os elementos que constituem o espaço urbano da cidade de Braga.

4.2.1. USUÁRIO BRACARENSE

Como já discutido no capítulo anterior, a transmedia que endossa a franquia *Pokemon* começou em 1996 através de duas versões análogas para a consola portátil *Game Boy*. Nestes 23 anos de franquia, a *Pokemon Company*, coorporação responsável pela comercialização e licenciamento da franquia vinculada à *Nintendo*, investiu em textos alternativos capazes de expandir as pontes de acesso a *Pokemon* e consequentemente seu público alvo. Vide o esforço feito para a manutenção e revitalização das narrativas e produtos ligados a franquia de *pocket monsters*, percebe-se a aderência de diversas faixas etárias ao culto. No caso de Braga, de acordo com o questionário realizado, a grande maioria dos jogadores de *Pokemon GO* são portugueses com idade entre 15 e 45 anos e se dizem familiarizados com franquia desde a infância; estes contactos iniciais foram feitos sobretudo através dos videojogos e das séries de *TV*. Entretanto, como percebido e também da vivência de campo, há jogadores que fogem ao padrão do típico fã e que tiveram seu primeiro contacto com *Pokemon* através da aplicação. Jogadores com até 60 anos também fazem parte da comunidade de Braga, mesmo que em número reduzido se comparado a maioria. Grande parcela dos membros da comunidade tem ciência deste facto e em resposta sinalizam conhecer alguém que tornou-se adepto do universo de *Pokemon* por intermédio da aplicação móvel.

Em sua maioria homens, os jogadores membros da comunidade que usa o cenário urbano de Braga como ambiente de jogo reside na própria cidade. Ainda assim, para aqueles que encontram-se situados nas redondezas - Amares, Barcelos, Guimarães, Vila Real, Viana do Castelo, dentre outras mencionadas no inquérito - optam pela cidade pela grande densidade de pontos de interação e, também, jogadores. Mediante a isto, uma relevante porção de jogadores que respondeu ao inquérito salientou preferir jogar a pé e só fazer uso de um transporte pessoal, na maioria das vezes um carro, para se deslocar até os objetivos do jogo. Mesmo assim metade dos entrevistados apontaram que ter um meio de transporte mais rápido facilita a progressão dentro do jogo; principalmente em dias de tempo mais hostil onde um carro pode funcionar como abrigo.

Para comunicar-se com a comunidade local e acompanhar as informações sobre o jogo, o usuário de Braga tem o hábito de frequentar comunidades *online* e consultar as redes sociais, *Facebook* e *Instagram* principalmente. Existem grupos no *Messenger* e no próprio *Facebook* para diálogo e interação entre os membros da comunidade de jogadores local. A fim de articularem-se, os jogadores também optam pela plataforma *Slack* e lá costumam organizar “caçadas” coletivas, principalmente *raids* e *ex-raids*.

A maior parte dos membros da comunidade local joga *Pokemon GO* desde seu lançamento. Até o dado momento alguns acabaram perdendo a motivação para permanecer com a prática. Dentre os motivos mais regulares de desistência foram destacados a falta de atualizações e desafios nos primeiros meses do jogo, ausência de interação entre outros jogadores dentro da aplicação e questões relacionadas a ergonomia de jogo (consumo de bateria e requisitos mínimos para executar o jogo). Melhorias após melhorias, com os novos incrementos e funcionalidades adicionadas ao jogo, muitos daqueles que desistiram ao meio da jornada acabaram regressando a *Pokemon GO*. O desenvolvimento de dinâmicas que aprimoraram a qualidade da experiência do usuário, junto ao facto do aperfeiçoamento da tecnologia dos aparelhos de *smartphone*, foram indispensáveis para reconquistar antigos jogadores. Ainda assim, mesmo que generalidade de jogadores tenha iniciado suas coleções nos primeiros momentos do jogo, a aplicação móvel da franquia tem em Braga uma boa quantidade de jogadores recém chegados.

Quando analisado enquanto utilizador, o jogador de Braga revela optar por jogar em *smartphones* ao invés de outros tipos de dispositivos móveis. Alguns, ainda mais imersos na dinâmica do jogo, relatam jogar em mais de um dispositivo ao mesmo tempo. O sistema operacional preferencial dos jogadores costuma ser o *Android* devido a sua maior receptividade ao desenvolvimento de aplicações, neste caso ferramentas que funcionam juntamente ao jogo e adicionam funcionalidades ao mesmo; a mais popular é a aplicação *Poke Genie* para avaliação dos atributos de combate de cada personagem capturado pelo “treinador”. Ainda sob a ótica de utilizador, o jogador bracarense adere a acessórios e outros dispositivos para melhorar a ergonomia e experiência de jogo. As pulseiras *Pokemon GO Plus* e *GO-Tcha* são mencionadas por eles. Doravante, devido ao grande consumo de bateria, inclusive relatado como um dos principais motivos de desistência e desmotivação para aqueles que pararam e retornaram ao jogo

após as últimas atualizações, as baterias externas ou “*power banks*” é considerada uma aquisição essencial para jogadores que pretendem jogar com maior frequência.

Sobre sua rotina de jogo, o usuário bracarense de *Pokemon GO* costuma aceder à aplicação cotidianamente. Em posse de seu dispositivo móvel, o jogo pode ser executado em qualquer situação ordinária, mesmo que o objetivo seja apenas checar a existência de algum *pokestop* próximo de casa ou capturar um *pokemon* enquanto espera ser atendido na receção do dentista. A possibilidade de executar o jogo em qualquer localidade com sinal de rede móvel não anula o facto de que existam locais que ofereçam uma melhores condições de jogo. Segundo os jogadores de Braga, destacam-se como melhores cenários para usufruir da experiência de jogo a Avenida Central de Braga, o Parque São João da Ponte e o Campus de Gualtar da Universidade do Minho. Do conjunto de fatores que fazem destes espaços zonas com boas condições para o uso da aplicação foram aludidos a considerável concentração de *poke-stops*, *pokemon* e jogadores.

Finalmente, sob o âmbito societário, o usuário bracarense é, sobretudo, um jogador social, devido ao facto de preferir jogar em companhia. Em ocasiões de intensa atividade dentro do jogo, principalmente em eventos específicos, é comum encontrar grupos de jogadores perambulando pelos sítios que melhor se adaptam aos fundamentos de *Pokemon GO*. Por outro lado, no compasso costumeiro, os jogadores de Braga dizem tentar interagir tal-qualmente ao perceberem que há outros utilizadores próximos de si. Isso acontece porque, além de estimular o “movimento”, o jogo traz consigo a proposta do convívio, da interação, do divertimento coletivo. Os mecanismos sociais da aplicação, sobretudo o recurso “*friend list*” incitam o jogador a interagir com a comunidade em troca de recursos e recompensas de modo que este possa, eventualmente, criar novos laços e conhecer outros adeptos do jogo. Os eventos periódicos, igualmente, assumem o papel de aproximar os jogadores de sua comunidade local, estreitando gradualmente as relações entre os participantes da brincadeira ubíqua.

4.2.2. PERFIS DE JOGADOR DA COMUNIDADE LOCAL

Embora se possa agrupar o utilizador bracarense num grupo com características gerais, eventualmente durante a pesquisa reparou-se que a comunidade de jogadores de Braga agregava

diferentes perfis de jogador. Observando-os se apercebeu a existência de dois perfis de usuário, o “fã” e o “neófito”.

Estabelecem-se como “fãs” os jogadores entre 15 e 30 anos – ou seja: que cresceram acompanhando *Pokemon* e seus textos multimodais – e que já tinham uma relação mais profunda com a franquia. O consumo para estes é tão relevante que, ao se relacionarem com seus costumes, tornam-se tão íntimos de seus hábitos de consumo que criam, com estes, laços sólidos, similares a de uma verdadeira religião antiga (JENKINS, 1992). Desta forma, devido a extensão da mitologia que envolve as representações de *Pokemon*, torna-se fácil distinguir o fã de um jogador casual, uma vez que é preciso muito tempo dedicado para afixar o nome de todas as espécies de personagens, seus tipos, respectivas formas evoluídas, fraquezas, vantagens e habilidades. Não obstante de um letramento, o adjectivo “*pokemon master*” define muito bem os fãs mais assíduos e que estabelecem laços extremamente enraizados.

Em *Pokemon GO* os fãs foram os grandes causadores da agitação inicial do jogo, ou seja, foram também aqueles que começaram a jogar desde o princípio. Os adeptos de *Pokemon*, principalmente os que acompanharam a franquia em diferentes media desde a infância, são responsáveis por grande parte da agitação gerada envolta da aplicação em seu lançamento. Na cidade de Braga, a maior parcela dos jogadores aderiu ao *game* desde a estreia; ou começou ainda nos primeiros meses de jogo. Porém, conforme elucidado, muitos utilizadores optaram por parar de jogar devido a ausência de desafios, novidades e atualizações.

Doravante não excluimos a existência de novos seguidores que ingressaram o culto a franquia após o contacto com a aplicação. Os “neófitos”, ou, como deduz a palavra, novos fãs, foram também uma força motriz no que diz respeito a impulsão do jogo e sua popularização entre diferentes nichos de usuários de dispositivos móveis. Um exemplo vivo de que o jogo cativou novos perfis de indivíduos é um usuário de Taiwan que ficou muito popular devido à imagens suas publicadas em diversos sites de redes sociais e listas de discussão (YOUTUBE, 2018). Nestas imagens, um senior, que portava nove dispositivos simultaneamente para apanhar *pokemon*, mostrou que nunca é tarde demais para começar uma aventura. Chen San-yuan, o lendário treinador ancião das imagens, é um professor de Feng Shui de 69 anos que costuma passear pelas ruas de Taiwan com um aparato inusitado acoplado ao guidão de sua bicicleta. Incrivelmente, a estrutura criada por ele consegue comportar diversos telemóveis com o jogo

em execução e sem nenhum tipo interferência ergonômica aparente ligada ao acto de jogar. A prática de utilizar mais de um dispositivo com contas diferentes é usual para os jogadores mais dedicados, no entanto o referido supera as expectativas ao ter a sua disposição dezenas de aparelhos dedicados ao hobbie de apanhar pokémon. Apelidado pela comunidade de *Pokemon GO Grandpa* o simpático taiwanês transformou-se num ícone para os fãs e usuários do jogo, quebrando estereótipos e preceitos acerca da comunidade que costuma passar algumas horas do dia a caçar as tão famigeradas criaturinhas. Em Braga, os neófitos são igualmente importantes para o desenvolvimento da comunidade local. Majoritariamente representados por jovens com idade entre 9 e 15 anos ou indivíduos com mais de 30 anos, os neófitos são jogadores que começaram suas relações com a franquia recentemente. Enquanto que os mais novos, principalmente as crianças, são menos independentes e geralmente precisam de supervisão para jogar, os jogadores mais velhos buscam no jogo uma motivação para terem uma vida mais ativa.

A motivação é uma peculiaridade muito interessante no grupo dos neófitos. Os fãs optam por jogar devido a necessidade de reviver a experiência da franquia em outros media e representações. Já os neófitos acabam iniciando o culto convidados por pessoas mais próximas. No caso dos mais jovens, a necessidade de acompanhamento para sair de casa a procura de *pokémon* motiva os pais a jogarem com seus filhos. Para os mais velhos, o incentivo de um familiar, seja filho, neto ou sobrinho, os encoraja a iniciar suas atividades como utilizador do jogo. Obviamente, relacionado à experiência dos usuários mais velhos, a barreira da tecnologia muitas vezes acaba sendo um impecilho. Contudo, mesmo assim, o jogo tem um número considerável de jogadores seniores. Por sua vez, limitados devido outras circunstâncias, as crianças precisam de um responsável. Uma vez que os protocolos do real e do lúdico se imbricam criando situações que, por ventura, podem vir a colocar em risco a segurança de menores, o ato de jogar faz-se restrito a situações onde a criança esteja devidamente acompanhada.

4.3. CENÁRIOS DE JOGO HABITUAIS NA CIDADE DE BRAGA

Julgando que *Pokemon GO* é, além de todas suas especificidades sociais e culturais, uma aplicação geolocalizada que subscreve o espaço, mapeando e representando sua arrumação cotidiana através de pontos de interesse em um mapa interativo, se considera, sobretudo, como fator crucial para aproveitar a experiência proposta em sua lógica a escolha do local de jogo. Sendo assim, os espaços e paisagens urbanas que contenham em seu arranjo abundância de elementos classificados como sítios de relevância pelo jogo, ou seja, *pokestops* e *gyms*, terão mais interatividade disponível. E depois, consequente ao ajuntamento de zonas de importância representadas, a população de *pokemon* corresponde de maneira análoga à esta condensação de áreas de interesse, se equivalendo mais expressiva em locais onde a quantidade de paradas e ginásios têm maior frequência.

Como já foi apontado, Braga, por se tratar de uma cidade repleta de resquícios históricos, reúne em sua urbe condições propícias à lógica do jogo. Ruínas romana, monumentos e tributos são dos elementos urbanos da cidade que se encontram representados na aplicação móvel da franquia de *Pokemon*. Somado ao valor histórico contido na cidade, sua tradição religiosa, de cunho católica apóstolica romana¹³, constitui uma parcela notável de elementos transcritos na metáfora ubíqua de Braga em *Pokemon GO*. As principais igrejas, capelas, conventos e alminhas da cidade transformam-se em cenários de batalha entre *pokemon* e “treinadores”. Por fim, imersos neste cenário atemporal que concebe a cidade valor turístico, componentes da contemporaneidade, estruturas, edificações, grafítis e etc, mesclam-se com antigo em harmonia. Esta particularidade, muito evidente quando se está jogando *Pokemon GO*, confere à Capital do Minho sua condição de cenário ideal para aqueles que querem desfrutar do convite feito pelo jogo: *get up and GO!*

Mediante a necessidade de um espaço que tenha em sua paisagem referências consideradas relevantes dentro da dinâmica do jogo – após o level 40 os próprios usuários podem sugerir paradas e ginásios –, a comunidade local de Braga acaba optando por zonas que possam atender a estes parâmetros. Os jogadores apontam a quantidade de *pokestops* e *pokemon* como os aspectos mais importante para a escolha do ambiente de jogo. O fluxo de outros usuários comunga equilavalentemente como marca que distingue um espaço adequado aos

¹³ Braga é considerada a cidade dos Arcebispos

fundamentos do jogo. Observado que a maioria dos adeptos costuma jogar a pé ou geralmente usa meios de transporte para deslocar-se em situações especiais – para realizar objetivos em curto espaço de tempo ou ir até locais mais longeuquos – o ambiente de jogo escolhido deve reunir de modo igual condições estruturais para a prática do jogo; frisando que o jogador é constantemente alertado sobre possíveis circunstâncias de risco durante a brincadeira no intuito de promover a conscientização e hábitos saudáveis de jogo. Por isso, a acessibilidade e a condição urbanizada do ambiente de jogo são aspectos da mesma forma relevantes, mesmo que estes tenham sido pontos pouco recordados no inquérito.

Posto que, no jogo, centros históricos e parques costumam agrupar grande número de elementos urbanos de relevância, a Avenida Central de Braga, e redondezas, e o Parque São João da Ponte foram aludidos como espaços que atendem os parâmetros para uma experiência conveniente de jogo. Devido a evidência de larga atividade de jogadores na área, o campus de Gualtar da Universidade do Minho também reúne condições assertivas para aqueles que querem, sobretudo, completar desafios que exijam mais usuários.

A fim de averiguar e compreender os aspectos destacados pela comunidade, refletindo sobre sua importância no que foi considerado como uma experiência íntegra, a presente pesquisa foi a campo ¹⁴. Nas paisagens citadas, Avenida Central de Braga, Parque São João da Ponte e Campus Gualtar da Universidade do Minho, se teve a atenção aos aspectos apreciados pela comunidade, focando-se em analisá-los enquanto agentes que comungam em sincronia. Para tal fim, os ambientes foram analisados sob os aspectos apreciados como mais importantes, de forma a pensar trajetos lógicos (Anexo O) que preenchessem a condição de proporcionar uma experiência rica em interatividade e ao mesmo tempo ergonômica. Como parâmetros de análise, seguiu-se a regra da comunidade pensando rotas que pudessem aproveitar ao máximo a quantidade de símbolos interactivos contidos na paisagem urbana das localidades.

4.3.1. UNIVERSIDADE DO MINHO: CAMPUS GUALTAR

¹⁴ Registos fotográficos podem ser consultados no anexo N

No dia 14 de julho de 2019, um domingo de sol diga-se de passagem, foi feita a visita a Universidade do Minho: Campus Gualtar para a apreciação do espaço em detrimento da lógica que comporta o funcionamento da aplicação de *Pokemon GO*. Fundada em 1973, a Universidade do Minho tem suas instalações divididas pelas cidades de Braga e Guimarães. O Campus de Gualtar é o polo principal em Braga e é composto por variados institutos e núcleos de pesquisa. Além da zona acadêmica, encontram-se também no campi localizado na freguesia de Gualtar elementos históricos, monumentos, auditórios e pavilhões esportivos. No âmbito do jogo, reproduzido, o espaço do campi contém 27 elementos - dentre estes estão prédios, estátuas, tributos, elementos históricos, centros de desporto e institutos - categorizados como objetos de interesse dentro do jogo: 22 *pokestops* e cinco ginásios. A disposição destes elementos em seu entorno acaba por gerar um trajeto lógico que começa da entrada da universidade, onde encontram-se os *pokestops* “Marco Vias Augusta - XII” e “Via Romana XVII” e o ginásio “Entrada da Universidade do Minho”, que inclusive é um *EX raid gym*, e termina também na mesma localização. As outras 20 paradas ficam dispostas no entorno do campus, sendo alguns deles localizados em seu interior. A fim de perceber melhor como o jogo aciona o espaço através de sua dinâmica, que apesar de se tratar de uma instituição é também um espaço público e aberto para visita, as mediações da universidade foram percorridas no intuito de experienciar o jogo e o seu efeito sob os elementos urbanos ubiquamente representados em sua interface. O trajeto feito, em si, durou aproximadamente uma hora e consumiu 40% da bateria do telemóvel que executava o jogo, neste caso um *iPhone 6*; o telemóvel manteve-se com o jogo em primeiro plano por todo o percurso. Contudo, acreditamos que o tempo de jogo pode variar a depender do objetivo do jogador, pois na experiência apenas caminhou-se e se capturou *pokemon*. Por conseguinte, para o treinador que, além de “caçar” tem outros objetivos, tal como apanhar *pokemon shinies*, completar *quests*, fazer *raids* ou derrubar ginásios, o trajeto pode estender-se por mais tempo, recomendando-se o uso de uma *powerbank*.

A priori, sobre a experiência de jogo propriamente dita, percebeu-se que, tal como relatado no inquérito *online*, o Campus Gualtar da Universidade do Minho contém uma densidade relevante de *pokemon* em seu trajeto. Em mesmo grau, a quantidade de *pokestops* e ginásios bem localizados fornecem itens e *pokeballs* durante toda a “caçada”, sendo esse também um fator muito importante para a escolha do Campus Gualtar como cenário de jogo; é evidente que

o usuário precisará constantemente de recursos para prosseguir jogando. No que diz respeito a interação com outros jogadores, principalmente para completar os desafios coletivos da aplicação, em horários de maior atividade académica, o campus promove um grande fluxo de treinadores. Segundo as respostas do inquérito, uma vez que em conformidade com os perfis de usuários delineados também neste, muitos discentes e docentes reúnem características que pertencem à comunidade de jogadores de *Pokemon GO* em Braga. A título de exemplo, foi presenciado um desses momentos de convívio e atividade social promovido pelo jogo no espaço da Universidade do Minho no dia 29 de janeiro de 2019, onde foi feita uma *raid* de cinco estrelas em um dos ginásios localizados no Campus Gualtar. Organizado através de um anúncio na comunidade *Pokewarriors* no *Slack*, o desafio envolvendo o *pokemon* lendário *Groudon* reuniu dezenas de jogadores na entrada da universidade. A *raid*, que acontecia no ginásio “Prometeu”, estátua que representa o personagem da mitologia grega de mesmo nome, foi responsável por juntar um número considerável de jogadores, sendo necessário dividir os participantes do evento em grupos distintos para que todos pudessem ter a oportunidade de tentar capturar o lendário *pokemon*. No trajeto executado dia 14 de julho, por se tratar de um dia não útil, não foi possível experienciar nenhum contacto directo com outros jogadores.



Figure 1 Jogadores se preparando para uma raid no ginásio Prometeu

No que diz respeito a interação com os elementos que compõem a paisagem urbana da Universidade do Minho, através do jogo é possível relacionar-se com o espaço do campus de Gualtar. De antemão a localização do polo universitário é de fácil acesso. Se o jogador não possuir veículo próprio as linhas 2, 24 e 43 da *TUB* (Transportes Urbanos de Braga) são alternativas de transporte público. Caso o objetivo seja caminhar e aproveitar o caminho até a Universidade para já iniciar a “caçada” e também juntar recursos antecipadamente, a Via Pedonal é também uma opção viável; recordando que dentro do jogo há atividades ligadas às distâncias percorridas pelo usuário andante. Junto a boa localização e facilidade de acesso, a infraestrutura da Universidade promove uma experiência saudável de jogo; como já mencionado esse é um ponto muito recorrente no posicionamento da *Niantic*. Com espaço descriminado para trânsito de peões, grande oferta de estacionamento para viaturas, restaurantes e cafés com esplanada nas proximidades, áreas cobertas e fechadas para abrigo em caso de mau tempo, praças e bancos para repousar depois de muitas horas de jogo, o cenário urbano organizado se mostra muito atrativo para a comunidade local do *game*.

Contudo, apesar de todos os aspectos que proporcionam um bom ambiente de jogo, o campus de Gualtar da Universidade do Minho costuma receber mais jogadores durante a semana, em seu horário útil de funcionamento. Pressupondo, por conta do grande número de possíveis jogadores, uma vez que os universitários enquadram-se perfeitamente na faixa etária daqueles que cresceram jogando outros games da franquia e sobretudo *Pokemon GO*, e da concentração de ginásios muito próximos uns dos outros, dos cinco ginásios três (são eles os *gym* “Colunas das 3”, “Prometeu” e “Instituto Confúcio - Universidade do Minho”) estão há pouco passos de distância para a interação na *interface* do *game*, aferiu-se que o campi recebe muito mais jogadores interessados em fazer *raids* ao invés de caminhar nas redondezas à procura de *pokemon*, tornando suas mediações um leito farto para a cooperação e interação social entre a comunidade do jogo.

4.3.2. PARQUE SÃO JOÃO DA PONTE

O Parque São João da Ponte, popularmente conhecido e abreviado como “Parque da Ponte”, é também percebido pelos jogadores de *Pokemon GO* em Braga como uma das melhores

alternativas para a aventura urbana proposta na aplicação. Fundado em 1911, o parque recebeu em 2010 um grande investimento da câmara municipal no intuito de revitaliza-lo, sendo este um tópico importante para restaurar o interesse da população no que cabem o uso, a visitação e apreciação do local; neste caso a reforma também influenciou diretamente no valor simbólico do parque perante os moradores da cidade, uma vez que este, depois de reabilitado, tornou-se muito mais atrativo. Ademais, este parque urbano encontra-se muito bem situado no coração da cidade de Braga, especificamente ao final da Avenida da Liberdade e próximo ao antigo estádio do Sporting Clube de Braga (Estádio 1º de maio), facilitando assim também o seu acesso. Junto à Via Pedonal, do mesmo modo que o Campus de Gualtar, as características do parque fornecem ao jogador uma estrutura perfeita para caminhar e tirar o máximo proveito da experiência do jogo com segurança. Rodeado de área verde, o Parque da Ponte provem da mesma forma locais para descanso e convívio, bem como bancos e mesas ao ar livre; no centro do Parque ainda há uma lagoa e um restaurante (O Lago).

Julgando pelas características observadas para averiguar as condições de jogo favorecidas pela estrutura e localização do Parque São João da Ponte, executou-se *Pokemon GO* em seus arredores. Em seu mapa dentro do jogo estão destacados 21 pontos de interesse, alguns propriamente localizados no parque e outros nas redondezas e que podem ser acedidos enquanto se desfruta da experiência no trajeto sem sair do referido. Dentro deste conjunto de locais de interesse chamam atenção por sua importância os 3 *EX raid gym*: “Capela São João”, “*Statue with a Police Banner*” e “Arcada”. Há ainda um ginásio localizado literalmente em frente à Avenida da Liberdade, também muito importante devido ao seu posicionamento perante os principais pontos de jogo da cidade (“A Rapariga”). Estes ginásios são comumente sinalizados no *Slack* quando existem *raids* de cinco estrelas em curso, pois o Parque da Ponte encontra-se em um dos principais centros urbanos da cidade, a freguesia de São Lázaro. A grande densidade de jogadores nas redondezas faz com que o parque seja um espaço de intensa atividade social dentro do jogo. Seja por conta competição e rotatividade de equipas sob controlo de seus ginásios ou para capturar personagens lendários e míticos, as mediações do parque promovem um fluxo constante de interações entre jogadores. No dia em que o parque foi visitado, 14 de julho de 2019, alguns jogadores lá estavam. Reunidos próximos ao ginásio “Capela São João” os usuários pretendiam participar do evento “*Raid Day*” onde o *pokemon* lendário *Entei* estaria

disponível para batalha nos ginásios de todo o mundo durante 3 horas consecutivas. O evento foi uma espécie de recompensa aos desafios realizados durante o evento “*Pokemon GO Fest: Dortmund*”. Na oportunidade de interagir com os jogadores percebeu-se que estes encontravam-se inteiramente focados em fazer o máximo de *raids* possíveis até o final do evento, pois a *Niantic* havia disponibilizado *raid passes* diários ilimitados na ocasião. Na ocasião, organizados, os utilizadores tinham à sua disposição, inclusive, uma viatura para percorrer a maior quantidade de ginásios que pudessem.



Figure 2 Encontro inesperado com jogadores durante a visita ao Parque da Ponte

Durante o trajeto, deveras mais curto que o percurso feito na Universidade do Minho – este dura em média de 20 até 35 minutos dependendo do propósito pessoal do jogador – observou-se que os *pokestops*, 17 ao total, situam-se logicamente ao redor do parque, construindo um trajeto muito bem definido e intuitivo ao longo de sua área. Doravante, quatro dos pontos de interesse do parque encontram-se fora do circuito lógico. “Chafariz”, “*Weird Lion*

Graffiti”, “IPCA Braga” e “Centro de feiras e Congressos de Braga¹⁵”, ficam situados em um caminho alternativo, mas não distante o suficiente do jogador para que este deixe as redondezas do parque para acede-los. Desta forma o jogador pode optar por rodear o parque ou adicionar a visitação destes pontos sem distanciar-se muito do percurso original. Comparado com os outros dois cenários de jogo habituais da comunidade de Braga, o Parque da Ponte destaca-se principalmente pela elevada densidade de *pokestops*, ginásios e *pokemon* ao longo de sua extensão; o Parque da Ponte tem uma extensão relativamente menor se comparado com os trajetos do Centro da Cidade e do Campus de Gualtar.

Outra característica muito peculiar do trajeto e que o difere dos demais é a lagoa no ponto médio do parque. Como já mencionado, a lógica do jogo, influenciada pelo clima e geografia local, acaba priorizando determinados tipos de *pokemon* supostamente característicos às condições naturais da paisagem urbana em que encontra-se em curso sua dinâmica. Portanto, a lagoa do Parque São João da Ponte é o lugar ideal para aqueles treinadores que procuram aumentar sua coleção de *pokemon* da tipologia água.

Concluindo, o Parque da Ponte assume uma das pontas como sítio ideal de jogo pela estrutura física que propicia a deambulação e o trânsito de peões sem maiores conflitos. A área verde, principalmente no verão, é agradável e pode ser considerada mais um aspecto que conta a seu favor. A relevante quantidade de pontos de interação bem espaçados em sua extensão condiciona um trajeto favorável para a dinâmica de jogo. Entretanto, a localidade torna-se menos atrativa durante a noite, pela ausência de policiamento e pouca iluminação. Além disso, em dias de tempo mais austero, não há abrigo adequado, o que pode tornar a aventura demasiadamente perigosa; mais uma vez retoma-se a questão da segurança e os conflitos gerados pelo imbricamento entre o jogo e o real.

4.3.3. AVENIDA CENTRAL DE BRAGA

Situada meio ao centro histórico da cidade, a Avenida Central de Braga, ou antiga Avenida dos Combatentes, esta localizada na Freguesia de São Lázaro. Com extensão que supera a área

¹⁵ Atualmente designado como Fórum de Braga

útil da Avenida dos Aliados (Porto) e Terreiro do Paço (Lisboa), a Avenida Central de Braga é considerada a maior praça de Portugal e, conseqüentemente, uma das maiores da Europa. Em seu entorno, um amalgama de tempos, formas e sons, mesclam-se a história de Portugal, a arquitetura contemporânea e o ressoar dos sinos das principais igrejas da cidade. Em detrimento disto, fazem parte da sua paisagem urbana elementos de grande valor significativa. Destes, destacam-se por sua importância, principalmente, a Sé de Braga, Igreja dos Congregados, o Paço Arquiepiscopal, o Jardim de Santa Bárbara, o Theatro Circo, o *GNRation*, o Edifício da Camara Municipal e outros muitos. O facto de acomodar tantos edifícios e monumentos de relevância histórica concede-a interesse turístico, promovendo a visitação do espaço em detrimento da dimensão semântica abarcada por estes.

No que cabe a infraestrutura do local, seus longos e largos passadiços funcionam como grandes corredores que cruzam sua superfície e promovem o fluxo contínuo de transeuntes. Sua localização central facilita igualmente o acesso às suas dependências, seja por meio de transporte público ou particular. A condição urbanizada, com diversas praças e áreas verdes, e a segurança local – o edifício da Esquadra da *PSP* (Polícia de Segurança Pública) de Braga também fica localizado na Avenida Central da cidade – fazem do local um ambiente familiar. Sobretudo, o centro da cidade, engloba todas as condições necessárias para possibilitar o ato de jogar dentro da perspectiva esperada pelo jogador e, também, pela desenvolvedora do jogo.

Juntamente às condições favoráveis disponibilizadas pela arrumação urbana da antiga Avenida dos Combatentes existe também uma grande oferta de serviços de todos os tipos; da área da restauração, até moda e cultura. Sejam nas esplanadas do café A Brasileira, Astória e Vianna, ou observando as vitrines da *Hugo Boss*, *Rolex*, *Zara* e *Massimo Dutti*, aqueles optam por desfrutar do espaço da Avenida Central de Braga têm sempre uma agenda cultural diversificada e repleta de eventos e atrações interessantes durante todos os meses do ano. Desta forma o local é de modo igual uma opção acolhedora para aqueles que vêm à Braga a turismo e também querem jogar *Pokemon GO*.

Para os jogadores, a condição estrutural da Avenida Central de Braga, tal qual a coletânea de monumentos, igrejas, capelas e edifícios de valor simbólico e histórico, é um fator extremamente atrativo. Sabendo que o jogo circunscreve o espaço, representando pontos de interesse como elementos de sua lógica, o grande contingente de edificações e reminiscências ou

tributos históricos culmina numa quantidade relevante de *pokestops* e ginásios. Compreendendo que a densidade de sítios de relevância dentro do jogo influencia também na população de *pokemon* que aparecem na localidade, a Avenida Central de Braga é considerada pelos jogadores que costumam jogar na cidade como a zona com melhores condições de jogo. Com o objetivo de experienciar e comparar a vivência nos demais cenários de jogo mais habituais, executaram-se os protocolos do jogo sob o cenário do centro histórico de Braga. Entretanto, devido a sua grande extensão e quantidade de elementos interativos, o trajeto precisou ser dividido em três circuitos diferentes (Praça da Liberdade, Jardim de Santa Bárbara e Sra Branca). Com 46 itens interativos, 10 ginásios e 36 paradas, ao longo de seus percursos, não foram contabilizados os pontos de relevância que desprendiam muita energia do jogador para acede-los (tal como atravessar muitas ruas ou distanciar-se em demasia dos principais sítios do jogo na avenida). Doravante, o trajeto definido na pesquisa não anula o facto de que jogadores possam optar por visitar as localidades que consideradas menos acessíveis diante da própria disposição urbana da paisagem que compõe a Avenida Central de Braga. Partindo do que foi considerado a interceção entre os possíveis caminhos lógicos, o cruzamento onde se encontram os *pokestops* “A Brasileira Braga”, “Anjo Sentado” e “Faz” é percebido como o melhor local de Braga para capturar *pokemon* devido a possibilidade de interação simultânea com três *pokestops*. Sentados nas escadarias do Edifício do Castelo, que também fornece abrigo em dias de tempo menos convidativo à prática do jogo, os usuários podem se ater ao telemóvel em repouso e com segurança enquanto capturam *pokemon* e interagem com outros elementos do jogo. Aos que preferem gozar da experiência do jogo saboreando um gelado ou convivendo, a gelateria “Sabores Gelados” e o café “A Brasileira” – este último ainda é representado como ponto de interesse dentro do jogo – têm suas esplanadas bem dispostas entre os três *pokestops*. Além das circunstâncias supracitadas, a densidade de *pokemon* registrada supera em muito a maioria dos espaços mais habituais, o que acaba por atrair um grande número de jogadores. Isso favorece igualmente a atividade social dentro do jogo, sobretudo para aqueles que buscam completar objetivos coletivos; o movimento intenso de jogadores se deve igualmente pelo motivo de existirem muitas possibilidades de *raid* nas redondezas. Os 10 principais ginásios da avenida têm grande rotatividade de equipas devido o volume de jogadores que costuma visitar o Centro

de Braga, sendo este um local de intensa atividade no que tange a competição interna pela liderança dos ginásios.

Partindo do ponto inicial fronte ao Edifício do Castelo onde encontram-se as três principais paragens da Avenida Central de Braga, “A Brasileira Braga”, “Anjo Sentado” e “Faz”, o circuito “Avenida da Liberdade” segue descendo a rua São Marcos, onde localiza-se a Casa dos Crivos, um museu representado como *pokestop* no jogo. O trajeto em questão contorna o Shopping Santa Cruz, passando fronte a Igreja de Santa Cruz – sendo ambos também *pokestops* –, e termina quando o jogador volta ao início do trajeto, subindo o jardim da Praça da Liberdade. Este é o menor circuito dos três trajetos, entretanto nele existem 14 *pokestops*, sendo que, “Musas do Theatro Circo”, “Antigo Posto do CTT” e “Theatro Circo” são pontos extremamente próximos, que, tal como o ponto inicial do trajeto, aglomeram muitos *pokemon*. É comum ver jogadores sentados nas escadas do edifício do Theatro Circo enquanto capturam e interagem com os pontos ali representados¹⁶.



Figure 3 Reunião de jogadores nas escadarias do Edifício do Castelo durante o Community Day que aconteceu no dia 12 de fevereiro de 2019

¹⁶ Figura 12 no Anexo N

Dos três caminhos observados, o circuito a que intitulamos como “Senhora Branca” é o mais longo. Saindo, tal qual os demais, das escadarias do Edifício do Castelo, o circuito aqui referido se estende pelo Largo da Senhora Branca até a Igreja de Nossa Senhora-a-Branca; esta é representada no jogo como um ginásio. Chegando à igreja o jogador retorna no sentido contrário, pois há duas formas de fazer o trajeto. Levando em consideração que o início do percurso se dá exatamente do corriqueiro ponto de encontro, caso o jogador opte pela margem direita do largo, edifícios históricos como a Igreja dos Congregados, Memorial A. João Paulo II e Igreja da Penha estarão representados ao longo da trajetória. Já a rota da borda tem em seu retrato o Museu Nogueira da Silva e o Convento das Convertidas. Transcritos 27 pontos de interesse, as imediações do chafariz localizado no centro da praça da República são impreterivelmente uma das zonas de maior atividade coletiva do jogo. Com quatro ginásios muito próximos uns dos outros, “Maria Ondina Braga”, “Chafariz da Praça da República”, “Igreja da Lapa” e “Depósito de água Medieval”, esta é uma das zonas onde jogadores de todos os cantos da cidade costumam se encontrar para fazer raids. Em eventos semelhantes ao *Lunch Timer Hour* e as recentes recompensas inseridas nos eventos *GO Fest*, o trânsito de jogadores costuma aumentar significativamente nas redondezas. Já nos Eventos da Comunidade, como a avenida é preferencialmente a zona com melhores condições de jogo, dado a quantidade de *pokemon*, densidade de *pokestops* e infraestrutura urbana, os jogadores optam pela área em questão para batalhas em *raid* que precisem de um número considerável de jogadores para ser executada.

Totalizando 21 pontos de interação (17 paradas e 4 ginásios) o circuito “Jardim de Santa Bárbara” segue das escadarias do Edifício do Castelo em direção ao jardim que inspira seu nome, passando pelo Campo da Vinha e retornando à Avenida da Liberdade seguindo a rua Dom Diogo de Sousa. Considerado um dos sítios mais bonitos da cidade durante o dia, o Jardim de Santa Bárbara é um ótimo local para os jogadores que buscam aumentar sua coleção *pokemon* de tipos relacionados as condições do local, tal como insetos e plantas. Além do que é um local atracente, principalmente durante o dia, podendo ser explorado, inclusive, como fundo para fotos com a ferramenta de *AR* contida no jogo e capaz de capturar imagens dos personagens no cenário da urbe. Em direção ao Campo da Vinha o jogador depara-se com dois dos ginásios do circuito: “Rochedos” e “GNRation”. Sede de vários projetos culturais e *startups* o antigo prédio da GNR

foi palco de uma raid massiva no dia 8 de junho de 2019 durante um *Community Day* ¹⁷. Tal como os outros três ginásios do percurso - “Rochedos”, “Sé de Braga” e “Edifício das Loças” - o *GNRation* ocupa uma posição de destaque em relação aos outros ginásios da cidade, pois a Avenida Central de Braga, como já dito, tem um promove um fluxo muito maior de jogadores quando comparado com outras localidades. Sua posição central, tal como condições de jogo, fomentam a atividade nos ginásios tanto no âmbito de batalhas entre treinadores quanto no que diz respeito as raids. Por fim o jogador sobe a rua Dom Diogo de Sousa, cruzando com a Camara Municipal e a Sé de Braga, ambos também representados dentro do jogo.

V. CONCLUSÃO

Findado o processo de análise do fenômeno tangenciado pela mediação das relações entre os indivíduos que jogam *Pokemon GO* e o espaço urbano de Braga percebeu-se que a cidade, sob a ótica e lógica do *game*, recebe outras cargas semânticas conforme o uso da aplicação. Imbuídos de significados condicionados pelos objetivos e dinâmicas do jogo, os espaços de Braga e arredores passam a convocar novas antropologias. Destas destacam-se: a visitação e apreciação de locais e elementos urbanos não habituais, a interação social em espaços de fluxo e a adição de funções sociais aos espaços e objetos que os compõem.

Las tecnologías modifican la subjetividad relativa al tiempo y el espacio. La percepción de la distancia en el Imperio Romano era distinta a la del siglo XIX: cien kilómetros a caballo o a pie no son iguales que cien kilómetros en tren. Los medios de comunicación incrementaron esta condensación espacial gracias a las transmisiones que atraviesan el planeta cabalgando las ondas electromagnéticas. (SCOLARI 2001, pg. 274-275)

O episódio em que elementos e espaços da cidade de Braga são reinterpretados de acordo com a lógica de *Pokemon GO* é explicado pela atual predisposição dos media no que cabe a ressignificação dos signos cotidianos. Uma vez que nos tempos vigentes a técnica transcendeu a sua posição de utensílio, os significantes e práticas do ordinário foram condicionados por seus fundamentos. Deste modo conclui-se que o individuo do hoje se comunica e interage com a

¹⁷ Figura 4 no Anexo N

sociedade e os objetos do costumeiro hipermediados e remediados (SCOLARI, 2008; BOLTER & GRUSIN, 2000) por dispositivos e aparatos diversos. Por sua vez, estes aparatos – extensões do indivíduo (MCLUHAN, 1967) – interferem nas formas de encarar o ambiente; sua estrutura e respectivos símbolos. A condição mediatizada da sociedade (FAUSTO, 2008; HJARVAD, 2012; SGORLA 2009; SODRÉ 2002) faz dos aparatos e ferramentas baseadas em geolocalidade, tais como *Pokemon GO*, actantes que conflagram a reflexão do cotidiano e do espaço contemporâneo.

A mediatização reflete a nova condição da importância intensificada e em transformação da mídia na cultura e na sociedade. Ela denota os processos pelos quais a cultura e a sociedade tornam-se cada vez mais dependentes dos meios de comunicação e sua lógica como mídia integra-se em práticas culturais e sociais em vários níveis. (HJARVAD, 2014, p.26)

Com a gradativa evolução do meio técnico, muito mais volátil que na época em que Mumford e McLuhan teciam suas reflexões referentes a tecnização da sociedade e suas diferentes camadas, uma série de novas características foram acopladas aos dispositivos que participam do dia a dia do sujeito “moderno”. Sucessivamente, a presença dos media ganharam extrema importância no cotidiano. Necessários, os dispositivos fizeram-se portáteis através de modificações em sua forma.

Consequente ao intenso trânsito de aparatos no dia a dia, o acesso à informação também foi facilitado. Atualmente, as tecnologias *mobile*, ou seja: aquelas que não só são portáteis mas também são capazes de aceder informação em rede de forma remota (LE MOS, 2009; CAMPBELL, 2013; RAN WEI, 2013), ocupam uma posição decisiva para o entendimento da sociedade, suas funções e recorretes transformações. As relações mediadas e remediadas por estes dispositivos de carácter móvel são reconfiguradas de acordo com o próprio papel desempenhado por estas.

Posto isto, atualmente, pensar o espaço como um conceito hermético não é credível, muito menos cabível. A decodificação, apreensão e contemplação de sua estrutura e lógica é, na contemporaneidade, uma contrução simbólica coletiva onde atuam não só indivíduos, mas também objetos. As coisas, tão como Latour (1994) pontua em sua antropologia simétrica,

fazem parte da rede de atores que estabelecem e decifram as relações sociais em diferentes esferas nos tempos atuais.

Artefactos comunicacionais acentuam a mobilidade e aguçam a compreensão do nosso lugar no mundo e de nós mesmos. Isso se dá por tornar as informações acessíveis, seja por uma maior mobilidade física (transporte), seja por uma maior mobilidade informacional (mídia). Hoje, com as novas tecnologias, este processo de espacialização ganha contornos mais largos. (LEMOS, 2009, p.31)

A respeito dos efeitos da condição portátil e movente da tecnologia, a mobilidade dos dispositivos que executam *Pokemon GO* conjuntamente com a capacidade de situar e rastrear o usuário no espaço alicerçam as relações – de resignificação, percepção e apreensão mencionadas anteriormente – entre o próprio e a paisagem urbana outorgam à aplicação da *Niantic* a faculdade de ampliar as noções espaciais do usuário. Consequentemente, mediante a capacidade de gerar e agregar dados à representação digital do local de jogo, *Pokemon GO* reúne as especificidades apontadas por Lemos (2007) e Santaella (2008) em suas definições para o conceito “media locativos”. Portanto, tal qual os representantes da ecologia que acomoda os media de carácter geolocativos, percebemos que *Pokemon GO* contém em sua lógica artifícios que contribuem para a informacionalização (LEMOS, 2007) e resignificação, em detrimento da experiência espacial subjetiva (TUAN, 1983; SANTOS, 2006), em que atua. Trocando em miúdos, enquanto tecnologia baseada em lugares, a aplicação *mobile* da franquia de *Pokemon* adiciona à paisagem urbana informações que podem ser acedidas à qualquer momento; é necessário apenas um dispositivo com conexão móvel e suporte para o jogo.

Dado a reflexão, frente as observações e interações quais competem à relação e a experiência do utilizador que usa a cidade de Braga como cenário para a ativação dos fundamentos e mecanismos contidos em *Pokemon GO*, se inferiu que, mediante as funcionalidades e dinâmicas evocadas pelo jogo, os espaços feitos planos de fundo são resignificados de acordo com a lógica da aplicação. Representada ubiquamente, a paráfrase digital de Braga evoca novas camadas de significado ao se imbricar com o real. Logo, os elementos da urbe são simbolicamente reconfigurados em função de suas metáforas digitais (LEMOS, 2009; SANTAELLA, 2008; TUAN, 1983; SANTOS, 2006); suas finalidades dentro do jogo e também localização perante os objetivos da aplicação. Isso acontece devido a apropriação dos objetos urbanos pelo jogo. Analogamente, os sítios onde localizam-se estes

objetos sofrem adequações às necessidades do jogo. O Cruzeiro da rua Campo das Carvalheiras, por exemplo, quando transcrito em *Pokemon GO*, deixa de representar somente só sua razão de existir e passa a ser igualmente um lugar dentro do jogo; nesta circunstância o ginásio “Pináculo”. Para ilustrar, no dia 17 de Agosto de 2019, o ginásio do Cruzeiro da rua do Campos das Carvalheiras foi ponto de encontro para membros da comunidade local que iriam participar do evento especial protagonizado pelo *pokemon* lendário *Suicune* ¹⁸. Na ocasião, a forma análoga e especial do personagem havia sido revelada e estaria disponível para captura em *raids* de cinco estrelas. Começando do ponto de encontro, os jogadores percorreram os ginásios localizados na região central da cidade em busca de registrar a então nova versão da espécie lendária. O mesmo fenômeno acontece, também, com as mencionadas escadarias do Edifício do Castelo, onde, principalmente em situações extraordinárias destinadas à comunidade, jogadores costumam encontrar-se para jogar.

Ao ponto que para muitos usuários da aplicação, o Cruzeiro da rua Campo das Carvalheiras e seus arredores não passava de um espaço sem significado, devido as suas características – há ali uma praça onde os jogadores podem conviver e repousar enquanto jogam – e a posição estratégica do ginásio “Pináculo” em relação aos outros ginásios da Avenida da Liberdade, a localidade adquire uma nova função social; na conjuntura em questão: ponto de encontro para eventos especiais de *raid happy hour* e *lunch time hour*.

Em análise parecida, o circuito da Universidade do Minho conduz apropriações espaciais, derivadas da lógica do jogo, semelhantes às que acontecem nas escadarias do Edifício do Castelo e das redondezas do ginásio “Pináculo”. O campus de Gualtar, antes da mediação de *Pokemon GO*, era um espaço (TUAN 1983; SANTOS, 2006) para aqueles que não vivenciavam-o com maior frequência antes de começarem a jogar. A partir do momento em que o *game* convida estes indivíduos a interagirem com o recinto da universidade, tal como socializar com aqueles que lá já costumam estar, a lógica do jogo ressignifica sua a função social, outrora apenas mais uma das diversas localidades que compõem a paisagem urbana da Cidade de Braga. Mesmo para os íntimos, neste caso a comunidade académica do campus de Gualtar – que em diferentes graus já esta familiarizada com a paisagem urbana do campi e, de certa forma, encara a

¹⁸ Figura 14 no Anexo N

universidade e suas antropologias como um lugar de sentido – o jogo proporcionou a estes novas camadas de significado, uma vez que o espaço ali deixou de ser dedicado exclusivamente ao saber para também comportar os protocolos e dinâmicas de *Pokemon GO*. Tal como os recentes frequentadores, os discentes, docentes e profissionais da universidade, poderiam expandir suas noções espaciais através do jogo, uma vez que o mesmo estimula a visitação do campi e também traz consigo informações inscritas (LEMOS, 2004, 2007, 2007).

Ciente das funções sociais que emergem dos espaços e elementos que fazem parte de sua organização mediante a atuação de *Pokemon GO* enquanto media locativo, a presente pesquisa constatou que os espaços, neste caso os da cidade de Braga, tendem a se tornar lugares de sentido levando em consideração a vivência pessoal dos usuários. Na qualidade de conjunto de não-lugares (AUGE, 2012) e elementos não percebidos, os locais mais habituais de jogo, dantes, não ocupavam uma posição de importância na rotina dos jogadores. Ao se fazerem mais presentes em seu cotidiano como ambientes com melhores condições para o ato do jogo, estes, objetos e sítios da cidade, são enxertados de valor semântico. Apercebidos como tal, ao se mesclarem com os fundamentos de *Pokemon GO*, tornando-se mais relevantes no cotidiano da comunidades de jogadres, os ambientes que antes disso não contiam qualquer valor simbólico passaram a serem considerados lugares, mais especificamente “lugares de jogo”; ou *game loci* na perspectiva de Hjorth e Richardson (2016).

Through this augmented layering of the digital onto place, banal and familiar surroundings are transformed to become significant game loci. A Pokémon can be found and caught in one’s own bathroom, a gym or pokestop might be situated at the local library, cafe, or graveyard. The popularity of *Pokémon GO*—touted as the first ever *really* successful location-based game—has already been the subject of much criticism and celebration. As the ludified dust settles on the *Pokémon GO* phenomenon, it is clear that the game and its uptake is situated within historical, social, and cultural contexts. Far from coming out of nowhere, *Pokémon GO* has brought together decades of mobile media, locative arts, gaming, and Japanese culture. (HJORTH & RICHARDSON, 2016 pg. 4)

Apropriando-se da ideia de lugar discutida por Tuan (1983) e Santos (2006), a presente pesquisa conceitua como “lugar de jogo” todo e qualquer espaço que, antes da mediação e apropriação simbólica exercida por *Pokemon GO* não tinha grande relevância no dia a dia dos

usuários da aplicação. Desta forma, ao se fazerem lugares de jogo, os espaços e objetos que os integram, principalmente aqueles que estão referenciados na aplicação como pontos de interesse, desencadeiam os protocolos de *Pokemon GO* passando a desempenhar novas funções sociais; ou, em específico, funções de jogo. Evidentemente não exclui-se a possibilidade de que espaços que já ocupavam a posição de lugar na rotina dos jogadores vinhessem a ser, igualmente, lugares de jogo. Desta forma observam-se dois tipos de lugares de jogo: aqueles que já haviam sido banhados com fluído semântico e aqueles que portavam-se apenas como espaços.

Evidencia-se na fala do entrevistado 1 a transição simbólica do Parque da Ponte em detrimento de sua experiência com *Pokemon GO*. Segundo o usuário, antes do hábito de jogar, ele nunca havia ido até o Parque da Ponte. O entrevistado 1 ainda confessa que só descobriu o Parque São João da Ponte como um bom local de jogo “numa ocasião em que procurava um local para estacionar e ir resolver algumas coisas”. Ao abrir o jogo, despretenciosamente, como o mesmo diz sempre o fazer ao longo do dia, o entrevistado 1 achou que o parque se encaixava perfeitamente nos seus parâmetros de jogo. Hoje, ainda revisitando a entrevista do primeiro participante, o utilizador aponta o Parque São João da Ponte como um de seus principais lugares de jogo, sendo este, agora, um destino corriqueiro para si. Vale lembrar que o Parque São João da Ponte foi um dos lugares de jogo mais mencionados no inquérito *online* realizado nas principais comunidades locais de *Pokemon GO*. Os jogadores explicam a escolha, sobretudo, por conta da quantidade de elementos de interesse e população de *pokemon*. A estrutura física do local, suas zonas de convívio e repouso, estacionamento gratuito, paisagem acolhedora e proximidade do centro, são, também, quesitos identificados como cruciais na designação do parque recém revitalizado – a revitalização do parque foi um divisor de águas para reavivar o local e o interesse dos moradores da cidade – como lugar de jogo.

Sobre a resignificação da função social dos espaços mediante a lógica de *Pokemon GO* a pesquisa entende que, uma vez percebidos como lugares de jogo, seria preciso o desprender de muita energia para dissociar um local da vivência remediada. Apoderados de valor semântico, estes lugares, inevitavelmente, estariam marcados pela experiência subjetiva proporcionada por *Pokemon GO*. Mesmo que os jogadores que atrelaram significado a locais – pessoalmente

desimportantes no passado – em função do jogo deixassem de aceder a aplicação, os sítios designados para o ato ainda continuariam representar espaços com sentido; eles acionariam a imagem de memórias e vivências (ELIADE, 1991).

Outro efeito do uso de *Pokemon GO* como mediador de relações para com o espaço urbano constatado na reflexão de sua atuação sobre a cidade de Braga foi a sua capacidade de expandir as noções geográficas do usuário. Devido a necessidade de locomover-se pelo espaço e visitar locais específicos para concluir objetivos dentro do jogo, o usuário é estimulado a explorar seus entornos. A entrevistada 3, de 14 anos de idade, detalha sua experiência com a cidade após ter começado a jogar *Pokemon GO*. Conforme dito em entrevista, a utilizadora confirma que não tinha uma relação tão íntima com a cidade antes do hábito de jogar. Entretanto, hoje a utilizadora relata que já conhece melhor as localidades mais centrais de Braga. Semelhante a experiência da entrevistada 3, o entrevistado 2, residente da região de Amares, diz que utilizou o *GPS* como suporte para encontrar locais assinalados no jogo. Segundo o jogador, principalmente depois de repetir alguns trajetos e visitar os sítios onde os outros jogadores de sua região encontravam-se para fazer *raids* e jogar, ele acabou conhecendo melhor as redondezas de Amares. Mesmo não sendo este o objetivo principal do jogo, tal como mencionam os próprios entrevistados, o jogo pode vir a estimular sua comunidade a relacionar-se com a paisagem urbana. Por consequência da lógica de *Pokemon GO*, os utilizadores, essencialmente os mais ativos, acabam aumentando suas noções referentes ao espaço.

O facto de ser uma aplicação para dispositivos móveis também é um ponto importante a ser tocado quando se discute a capacidade do jogo no que corresponde a expansão do sentido de estar e pertencer do usuário. Devido a possibilidade de ser acessado há qualquer momento do dia, desde que haja suporte de conexão, ao viajar ou conhecer novos lugares, os jogadores de *Pokemon GO* são instigados a abrir a aplicação e averiguar as condições de jogo naquele determinado local. De acordo com o entrevistado 1 foi desta forma que ele descobriu, por acaso, o Parque São João da Ponte como um ponto com características favoráveis à lógica do jogo. No inquérito *online* 87,5% dos voluntários responderam que costumam jogar quando viajam, sendo esta, possivelmente, uma prática comum não só para a comunidade de *Pokemon GO* em Braga.

Ao examina-lo conforme uma eventual ferramenta de orientação geográfica, o jogo revela potenciais características que propoçiam à sua comunidade de usuários uma noção mais ampla

do espaço. Ao expandir a percepção dos arredores onde é executado, o jogo contribui para que seus utilizadores situem-se de maneira mais assertiva na cidade. Por meio de memórias acionadas decorrente de experiências medeadas pelo jogo, elementos presentes em sua transcrição da cidade e absorção de informação voluntária enquanto se despenha o ato de jogar, os usuários encontram na prática que envolve os protocolos inerentes de *Pokemon GO* mecanismos que facilitam o reconhecimento e a localização de locais representados dentro da aplicação.

Por consequência da aferência anterior se deduziu, conjuntamente, que o jogo pode vir a fortalecer o sentimento de pertencimento do usuário em relação a cidade de Braga. Verificou-se que jogador encontra na aplicação a oportunidade de enlarguessa seu repertório geográfico e simbólico, o que provém ampliando a sensações de pertencer a comunidade local (ANANT, 1966) e de estar (TUAN, 1983; SANTOS, 2006; BACHELARD, 1964; BUTTIMER, 1980). O vídeo publicado na rede dia 27 de maio de 2019 pelo usuário *Pandagameshow* é um bom exemplo para demonstrar o grau de envolvimento dos jogadores de Braga em relação a comunidade local de usuários. Neste, em tentativa de chamar a atenção da desenvolvedora de *Pokemon GO*, um grupo de utilizadores encontrou-se para informar que os jogadores de Braga iriam comparecer à reunião de adeptos do *game* no Parque da Cidade Porto. O evento, realizado no dia 30 de maio do mesmo ano, tinha como objetivo sugerir a cidade do Porto como uma possível sede para eventos oficiais do jogo, em específico uma *Safari Zone*.

Quer seja no âmbito de perceber minunciosidades de espaços já sabidos ou na adição de novas localidades ao repertório de locais já visitados, o jogo proporciona uma dinâmica de exploração onde o jogador pode vir a conhecer sítios que ainda não havia tido a oportunidade ou curiosidade de ver. Em detrimento de sua lógica, a aplicação pode funcionar como ferramenta de navegação, contudo, devido ao facto de que a mesma não foi projetada para esta finalidade, há, então, uma carência no que tangem os aspectos representacionais do mapa, principalmente na diferenciação da disposição e lógica da urbe. Entretanto, mesmo assim, o hábito de jogar *Pokemon GO* provém insumos para que haja uma maior familiarização com os espaços.

Enfim, o documento finda-se, no entanto a discussão aqui iniciada não encontra encerramento. Da mesma forma que *Pokemon GO* encorajou a produção desta dissertação, outras aplicações ou objetos podem, semelhantemente, convocar reflexões acerca da relação

entre o indivíduo, na posição de utilizador, e o espaço urbano da cidade de Braga. As remediações simbólicas presentes em outras aplicações locativas (*Trip Advisor, Circ, Google Maps, Uber*, etc) para plataformas *mobile* viriam a ser, assim como *Pokemon GO*, possíveis objetos de estudo para o entendimento do mesmo fenómeno aqui abordado. Logo, percebendo os abundante desdobramentos que constituem este debate, uma pesquisa mais ampla contemplando outras aplicações e, ou, objetos utilizados pelos indivíduos residente de Braga seria um provável próximo passo.

BIBLIOGRAFIA

AUGÉ, M. (2016). **Não-Lugares: Introdução a uma antropologia da Sobremodernidade**. Lisboa: Letra Livre

ANANT, S.S. (1966). **The need to belong**. *Cunoda's Mental Health*, 14, 21-21.

BACHELARD, G. (1964). **The Poetics of Space**. Boston: Beacon Press.

BARBOSA, S. (2013), **Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais**. In CANAVILHAS, J. (Ed.), *Notícias e Mobilidade. O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis*, pp-33-54.

BAUMAN, Z. 2004. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar

_____. 2004. **Amor Líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

_____. 2007. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

_____. 2007. **Tempos Líquidos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

_____. 2008. **Medo Líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

BLEECKER, J. & KNOWLTON, J. (2006) **Locative media: A brief bibliography and taxonomy of GPS-enabled locative media**. *Leonardo Electronic Almanac*, 14(3), 1-17.

BOLTER, J. D. & GRUSIN, R. (2000) **Remediation: Understanding New Media**. Cambridge:

MIT Press Ltd.

BRAGA, J.L. (2012). **Circuitos versus campus sociais**. In Mediação & Mediatização. Salvador: EDUFBA, pp. 31-52.

LATOUR, B. (1994). **Jamais fomos modernos**. São Paulo: Editora 34.

BUTTIMER, A. (1980). **Home, Reach, and the Sense of Place**. In: BUTTIMER, A. & SEAMON, D. (Eds.) **The Human Experience of Space and Place**. Nova York: St. Martin's Press, p.166-187.

CALLOIS, R. (2006) **"The Definition of Play and Classification of the Games"**, in SALEN & ZIMMERMAN (ed.) **The Game Design Reader: rules of play anthology**, pp. 122-155

CAMPBELL, J. (1989). **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento.

CAMPBELL S. W. (2013). **Mobile media and communication: A new field, or just a new journal?** Mobile Media & Communication 1(1) 8–13

CARONIA, L, & CARON, A. (2007). **Moving cultures: Mobile communication in everyday life**. Montreal: McGill Queens University Press

CARVALHO, V. D., BORGES, L. O. & RÊGO, D. P. (2010). **Interacionismo Simbólico: origens, pressupostos e contribuições aos estudos em Psicologia Social**. Psicologia ciência e profissão, 30(1), pp.146-161

CASEY, E. S. (2001). **Body, Self and Landscape**. In ADAMS, P. C., HIELSCHER, S. & TILL K. E. (eds.), **Textures of Place: Exploring Humanist Geographies** (pp. 403-425). Minneapolis: University of Minnesota Press.

CASTELLS, M. (1996) **The Rise of the Network Society. The Information Age. Economy, Society and Culture, Vol. I**. Oxford: Blackwell.

_____. (1999). **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra.

CENTER ON JAPANESE ECONOMY AND BUSINESS (2000). **Pokemania: Secrets behind the international phenomenon**. New York: Columbia Business School

CLINE. E. (2016) **Ready Player One**. Queluz de Baixo: Presença

- CONSTINE, J. (2017). **Pokémon GO reveals sponsors like McDonald's pay it up to \$0.50 per visitor**. Consultado 13/10/2017 em Techcrunch: <https://techcrunch.com/2017/05/31/pokemon-go-sponsorship-price/>
- COOPER, J. (2018) **Devon school "bans" floss dance because Fortnite moves are being used to intimidate pupils**. Consultado 10/10/2018 em: <https://www.devonlive.com/news/devon-news/fortnite-floss-dance-ban-school-1756122>
- COSTA, A. S. (2014) **Espaço e ciberespaço: entrecruzamentos entre internet e cotidiano na cidade**. A JANGADA DE PEDRA' – Geografias Ibero-Afro-Americanas, pp. 2185-2190
- CULLEN, G. (1983) **Paisagem urbana**. São Paulo: Martins Fontes, 1983.
- ELIADE, M. (1991). **Imagens e símbolos: ensaio sobre o simbolismo mágico-religioso**. São Paulo: Martins Fontes.
- FALCÃO, T. (2010). **Estruturas de Agenciamento em Mundos Virtuais: Mundos Ficcionalis como Vetores para o Comportamento Social In-Game**. In XIX Encontro da Compós, PUC-RJ, Rio de Janeiro, em junho de 2010.
- FAUSTO NETO, A. (2007). **Enunciação, auto-referencialidade e incompletude**. In: Revista Famecos, 34.
- FONSECA, P. (2016). **Kuantokusta: procura de Power Banks aumenta 200%**. Consultado 28/04/2018 em Leak: <https://www.leak.pt/kuantokusta-procura-power-banks-aumenta-200/>
- FRANK, A. (2016). **Pokemon GO isn't about catching 'em ALL — its about catching them together**. Consultado 13/10/2017 em <https://www.polygon.com/features/2016/6/28/12043932/pokemon-go-gameplay-preview-interview>
- GARCIA, A. D. (2011) **Nem tudo é mediatização: como entender, ver e analisar a complexidade dos processos comunicacionais sem banalizar**. Emancipação 11(2): 215-224.
- GELANI, F. (2018) **Relembre as principais conquistas de Fornite em 2018**. Consultado 6/02/2019 em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/12/relembre-as-principais-conquistas-de-fortnite-em-2018.ghtml>
- GIBSON, W. (2003) **Neuromancer**: Nova York: Penguin Putnam.
- GILYADOV, A. (2017) **Fortnite Hits 500,000 Digital Pre-Orders**. Consultado 3/02/2018 em <https://www.ign.com/articles/2017/07/26/fortnite-hits-500000-digital-pre-orders>

- GOHUB (2019). **Users**. Consultado 25/05/2019 em <http://forum.pokemongohub.net/users>
- GOMES, P. G. (2010). “**Sociedade em mediatização: saudade ou esperança?**”. In GOMES, P. G. & ROOS, R (2010). “Mediatização da Sociedade ou sociedade em mediatização?”. São Leopoldo: UNISINOS.
- GRANT. C. (2016). **Pokémon Go has been downloaded 500 million times**. Consultado 28/10/2017 em <https://www.polygon.com/pokemon-go/2016/9/7/12836898/pokemon-go-downloads-500-million>
- GROSSMAN. L. & VELLA. M (2014) **Never Offline**. Consultado 25/10/2017 em <https://time.com/3326576/never-offline/>
- KEEN, A. (2007). **O culto do amador: como blogs, MySpace, Youtube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores**. Nova York: The Doublebay Broadway Publishing Group Nova York.
- KEOGH, B. (2016). **Pokemon GO, the novelty of nostalgia, and the ubiquity of the smartphone**. Mobile Media & Communication, 5(1); pp. 38-41.
- KIM, C. & YAMAZAKI, M. (2016). **Nintendo shares soar as new Pokemon mobile game captures hearts**. Consultado 10/10/2017 em Reuters: <https://www.reuters.com/article/us-nintendo-stocks-idUSKCN0ZO059>
- HADJI, C. FERREIRA, J. L. & MEIRIEU, P. (1994) **A avaliação, regras do jogo: das intenções aos instrumentos**. Porto: Porto Editora
- HARVEY, D. (2012). **Rebel Cities: from the right to the city to the urban revolution**. Nova York: Verso Books.
- HJARVAD, S. (2012). **Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural**. MATRIZES, 5(2), pp. 105-134
- HJORTH, L. & RICHARDSON, I. (2017) **Pokémon GO: Mobile media play, place-making, and the digital wayfarer**: Mobile Media & Communication, 5(1); pp. 3-14.
- HORTON. J. (2012) **‘Got my shoes, got my Pokémon’: Everyday geographies of children’s popular culture**. Geoforum 43(1), pp. 4-13
- HUIZINGA, J. 2014. **Homo Ludens** 8. ed. São Paulo: Perspectiva.

HUMPHRIES, L. (2016). **Involvement shield or social catalyst: Thoughts on sociospatial practice of *Pokémon GO***. *Mobile Media & Communication*, 5(1); pp. 15-19.

INTERNATIONAL CARTOGRAPHIC ASSOCIATION (2003). **A strategic plan for the International Cartographic Association 2003-2011**. Consultado 17/06/2017 em: http://icaci.org/files/documents/reference_docs/ICA_Strategic_Plan_2003-2011.pdf>.

JENKINS, H. (2009). **Cultura da Convergência**. São Paulo, Aleph.

_____. (2006) **Fans, bloggers and gamers: exploring participatory culture**. Nova York: New York University.

_____. (1992). **Textual poachers: television fans & participatory culture**. Nova York: Routledge.

JENSEN, K. B. (2013) **What's mobile in mobile communication?**. *Mobile Media & Communication* 1(1) 26–31

JOHNSON, S. (2001) **Interface Culture: How New Technology Transforms the Way We Create and Communicate**. Nova York: Harper Collins.

JUHLIN, O. & WEILENMANN, A. (2013). **Making sense of screen mobility: dynamic maps and cartographic literacy in a highly mobile activity**. *Mobile HCI*, 372-381.

LAKOFF, G. & JOHNSON, M. (1980) **Metaphors We Live By**. Chicago: The University of Chicago Press.

LAKOFF, G. & TURNER, M. (1989) **More than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor**. Chicago: The University of Chicago Press.

LEFEBREV, H. (1986). **Le Retour de la Dialectique**. Paris: Messidor Éditions Sociales.

LEMOS, A. (2009). **Cultura da Mobilidade**. *Famecos*, 16(40); pp. 28-35

_____. **Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais**. *MATRIZES*, 1; pp. 121-138

_____. **Mídias Locativas e Territórios Informacionais**. *Galáxia*, 8; pp. 129-148.

_____. **Cidade-ciborgue: a cidade na cibercultura**. In ARANTES, P. & SANTAELLA, L. (eds). São Paulo: EDUC.

LEVY, P. (1999). **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34.

LICOPPE, C. (2006) **From Mogi to Pokémon GO: Continuities and change in location-aware collection games**. Mobile Media & Communication, 5(1); pp. 24-29.

LHARCO, F. (2014). **Pós-Sociedade**. Lisboa: INCM.

LIPOVETSKY, G. 2004. **Os Tempos Hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla.

MAFFEI, L. (2016). **Pokémon Go will soon get ads in the form of sponsored locations**. Consultado 13/10/2017 em Techcrunch: <https://techcrunch.com/2016/07/13/pokemon-go-will-soon-get-ads-in-the-form-of-sponsored-locations/>

MCLUHAN, M. (1969). **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. São Paulo: Cultrix.

MILLER, J.J. (2014). **The last million-selling comic book in North America? It's Batman vs. Pokémon for the title**. Consultado 29/04/2018 em Comichron: <https://blog.comichron.com/2014/05/batman-vs-pokemon-last-million-selling.html>

MORAN, C. & HAWISHER, G. E. (1998) **The rethorics and languages of electronic mail**. in SNYDER, I. (eds) Page to Screen. Nova Iorque: Editora Routledge.

NIROLAK (2018, Agosto 15). **Pokemon Go was the #1 top grossing mobile game in the US in July, #4 worldwide** [Msg 1]. Mensagem postada em: <http://www.sample-forum.com/forum/messages/01.html>

PALÁCIOS, M. & BARBOSA, S. & DA SILVA, F. & CUNHA, R. (2014). **Aplicativos jornalísticos vespertinos para tablets: cartografia do fenômeno ante o desafio de uma produção original e inovadora**. Sur le Journalisme. 3. 40-5

PARDAL, L. & LOPES, E. S. (2011). **Métodos e Técnicas de Investigação Social**. Porto: Areal Editores

PIAGET, J. (1999). **The construction of reality in the child**. New York: Psychology Press.

POKEMON GO LIVE (2019). **Community Day**. Consultado 23/03/2019 em <https://www.pokemongolive.com/events/community-day/>

POKEMON GO LIVE (2019). **Please join us for the Pokémon GO Safari Zone event in Sentosa, Singapore!**. Consultado 5/04/2019 em <https://pokemongolive.com/en/post/safarizone-sentosa/>

- PRADONI, C. (2018). **Veja todas as misteriosas estátuas Pokémon de Suzano**. Consultado 9/05/2018 em The Enemy. <https://www.theenemy.com.br/mobile/veja-todas-as-misteriosas-estatuas-pokemon-de-suzano>
- RECUERO, R (2005). **Redes Sociais no Ciberespaço: Uma proposta de Estudo**. In: XXVIII INTERCOM - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, em 2005.
- RENÒ. L. A. (2005). **Presence and Mediated Spaces: a review**. PsychNology Journal, v.3, n. 2, 181-199.
- RHEINGOLD, H (1996). **A Comunidade Virtual**. Lisboa: Gradiva.
- ROHRER, T. (2007). **“Embodiement and Experientialism”**, in GEERAETS, D. & CUYCKENS, H. (ed.) The Oxford handbook of cognitive linguistics, pp. 25-47. New York: Oxford University Press
- SACCOL A. Z. & REINHARD N. (2007) **Tecnologias de Informação Móveis, Sem Fio e Ubíquas: Definições, Estado-da-Arte e Oportunidades de Pesquisa**. RAC 11(4), pp. 175-198
- SALEN, T. K. (2016). **Afraid to roam: The unlevel playing field of Pokémon GO**. Mobile em Mobile Media & Communication, 5(1), 34-37.
- SALEN, K. & ZIMMERMAN, E. (2006) **The Game Design Reader: rules of play anthology**. Cambridge e Massachussets: The MIT Press.
- SANTAELLA, L. (2012). **Comunicação Ubíqua: Repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus.
- _____. (2010). **A ecologia pluralista da comunicação**. São Paulo: Paulus.
- _____. (2008). **A ecologia pluralista das mídias locativas- Novos Modos de Sentir**. Famecos, 15(37); pp. 20-24.
- _____. (2007). **Estéticas Tecnológicas - Novos Modos de Sentir**. São Paulo: EDUC.
- SANTOS, M. (2006). **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo
- SCOLARI, C. (2008) **Hipermeciaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva**. Barcelona: Gedisa.

- SGORLA, F. (2009). **Discutindo o “processo de mediatização”**. In: *Mediação* 8(9): 60-67.
- SICART, M. (2006) **Reality has always been augmented: Play and the promises of Pokémon GO**. *Mobile Media & Communication*, 5(1); pp. 30-33.
- SILVA, A.S. (2016). **Pokémon GO as an HRG: Mobility, sociability, and surveillance em hybrid spaces**. *Mobile Media & Communication*, 5(1); pp. 20-23
- SODRÉ, M. (2002) **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes.
- SOUZA A. A., HORODISKY G. S., MEDEIROS, M. L. (2016). **Realidade Aumenta no Turismo: um estudo do jogo Pokemon Go**. *Revista Hospitalidade*, 13, pp. 1-21.
- SWANSON, A. (2016). **7 totally normal things we used to say only immature young people did**. Consultado 10/10/2017 em The Washington Post: https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2016/07/18/kids-these-days-have-been-criticized-all-through-history/?utm_term=.d9b63b00547d
- SWATMAN, R. (2016) **Pokémon Go catches five new world records**. Consultado em 20/08/2017 em Guiness World Records: <https://www.guinnessworldrecords.com/news/2016/8/pokemon-go-catches-five-world-records-439327>
- THINK GAMING (2019). **Top grossing iPhone mobile gaming apps in the United States as of September 2019, ranked by daily revenue (in U.S. dollars)**. Consultado 8/10/2019 em <https://www.statista.com/statistics/263988/top-grossing-mobile-ios-gaming-apps-ranked-by-daily-revenue/>
- TUAN, Y. (1983) **Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência**. São Paulo: Difel.
- TURKLE, S. (1997). **A Vida no Ecrã, A Identidade na Era da Internet**. Lisboa: Relógio d'Água Editores.
- WEI. R. (2013) **Mobile media: Coming of age with a big splash**. *Mobile Media & Communication* 1(1) 50–56
- WILKIE, R. & ROBERSON, G. (2010). **Sense of Place**. *Encyclopedia of Geography*.

YIN, R. K. (2001). **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman.

YOUTUBE (2018, Junho 25). **The Granpa Who Uses Nine Phones to Play PokemonGO in Taiwan** [Arquivo em vídeo]. Retirado de: <https://www.youtube.com/watch?v=BuBckAfJsKk>.

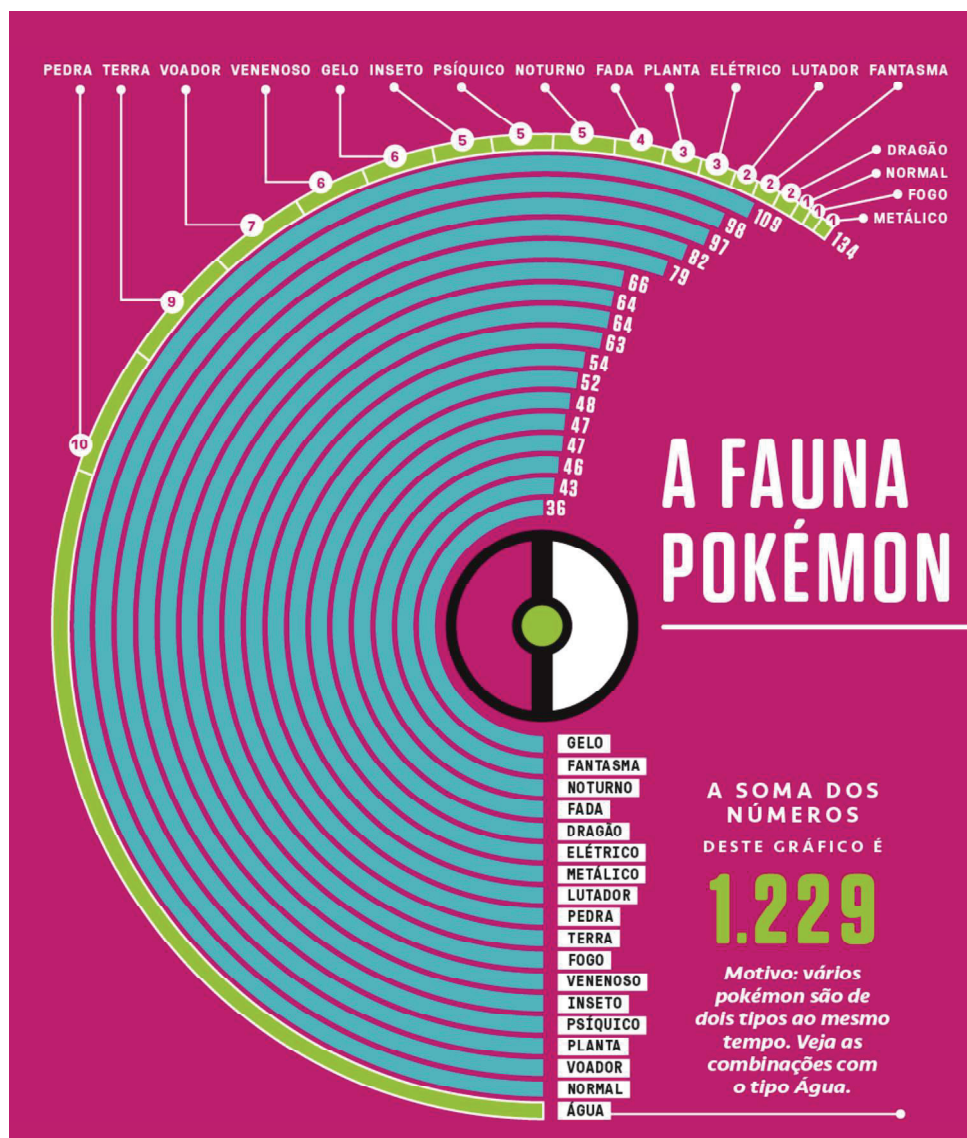
YOUTUBE (2016, Julho 25). **COMO JOGAR POKEMON GO NO PC** [Arquivo em vídeo]. Retirado de: <https://www.youtube.com/watch?v=S0U0nIKohTg>

_____. (2016, Julho 31). **Snap: COMO BAIXAR E JOGAR POKÉMON GO NO BRASIL||FLagGer** [Arquivo em vídeo]. Retirado de: <https://www.youtube.com/watch?v=lQHchagakyw>

_____. (2015, Setembro 9). **Discover Pokémon in the Real World with Pokémon GO!** [Arquivo em vídeo]. Retirado de: <https://www.youtube.com/watch?v=2sj2iQyBTQs&t=46s>

ANEXOS

Anexo A. Infográfico que ilustra a fauna da franquia Pokemon

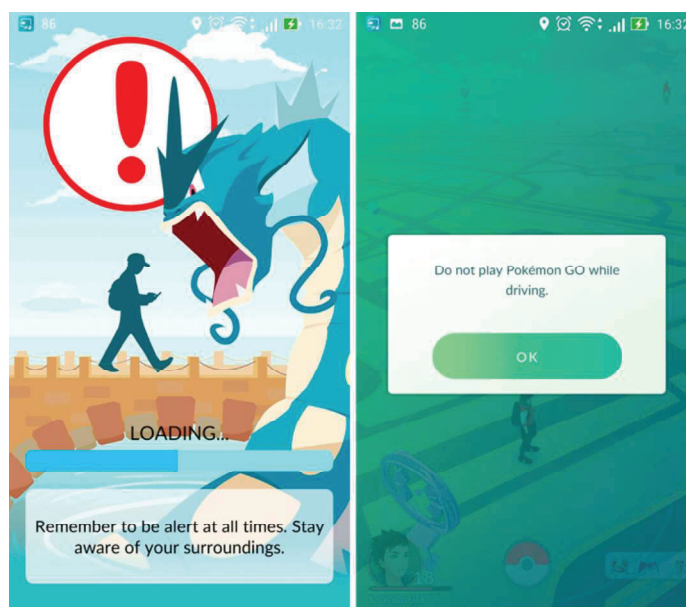


O conteúdo acima foi publicado na revista eletrônica “Superinteressante” < <https://super.abril.com.br/cultura/infografico-a-fauna-de-pokemon/> > em matéria sobre o filme Detetive Pikachu, que estreou em maio de 2019.

Anexo B. A franquia Pokemon, original das consolas portáteis da Nintendo, teve seu início em 1996 através das versões Green e Red



Anexo C. Como consequência dos imbricamentos entre o lúdico e o real, a realizadora do game precisou realçar a necessidade de precauções durante o ato de jogar



Anexo F. Publicação Feita na página oficial do Shopping durante o período de lançamento da aplicação



Anexo G. Postagem da referida campanha na página da agência



Anexo H. Foto publicada no grupo do *Facebook* “*Pokemon GO!* Braga” por um usuário no intuito de ilustrar seu comentário referente a grande quantidade de jogadores que compareceram ao evento no **CentrO Oberhausen.**



A foto faz parte de uma publicação feita em 16 de setembro de 2017 e disponível no *Facebook* < <https://www.facebook.com/groups/pokemongopt/permalink/1981322308780291> >

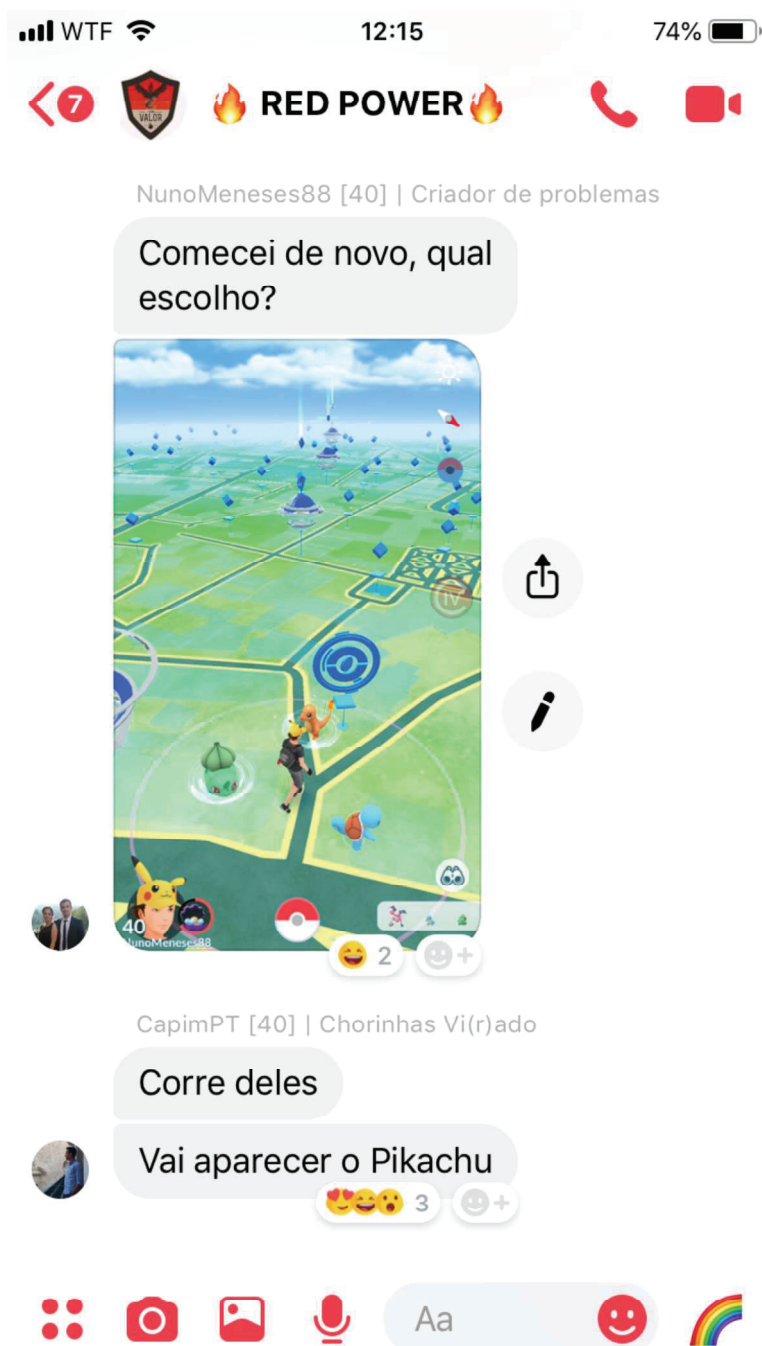
Anexo I. Publicidade da loja de eletrônicos MegaMamute no Facebook. O apelo ratifica a necessidade do item para uma melhor experiência de jogo.



Anexo J. Imagem do lançamento oficial do uniforme japonês para a Copa do Mundo de 2014.



Anexo K. Chat no Facebook criado por integrantes da Team Valor residentes de Braga



Anexo L. Imagens da Interface do jogo

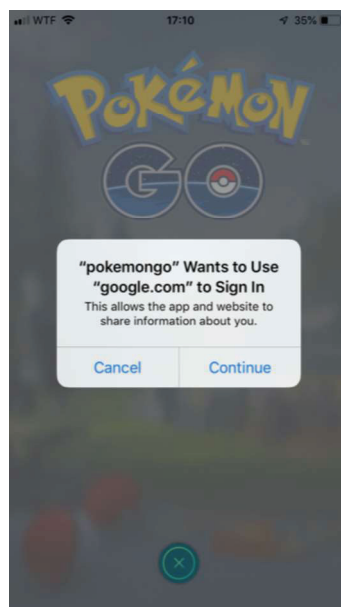


Figura 1. Para jogar é preciso declarar-se ciente de que o jogo irá aceder à informações pessoais do usuário

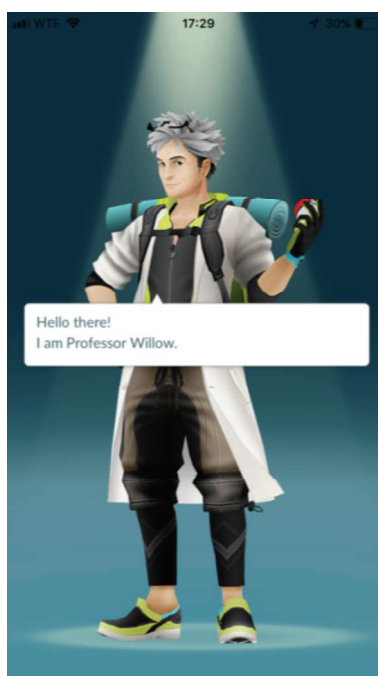


Figura 2. O professor Willow será responsável por tutorar o jogador durante sua jornada



Figura 3. Tela de customização inicial do avatar

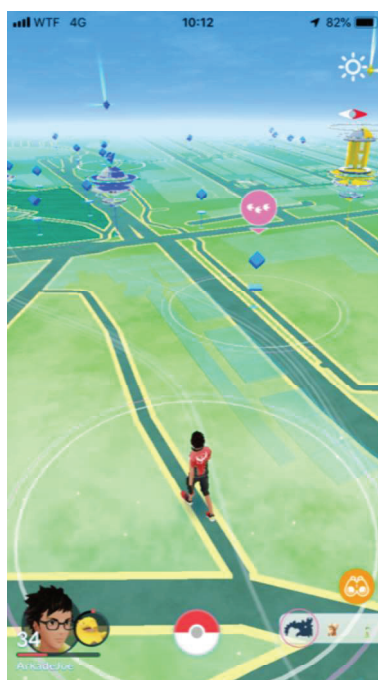


Figura 4. A partir do avatar o jogador interage com o espaço, juntamente com seus elementos, ubiquamente representado na aplicação.

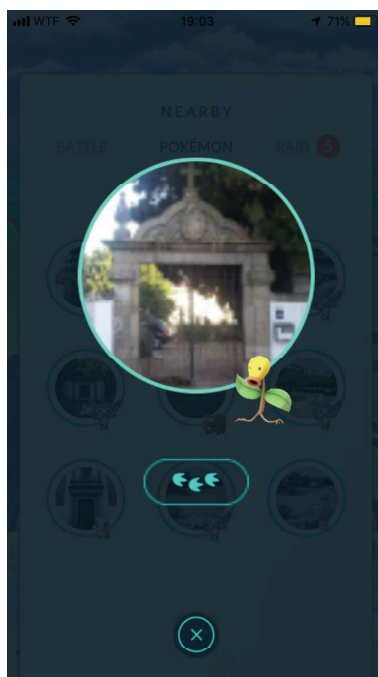


Figure 4. Através do radar o jogador pode procurar por pokemon específicos próximos de sua localização em um determinado momento

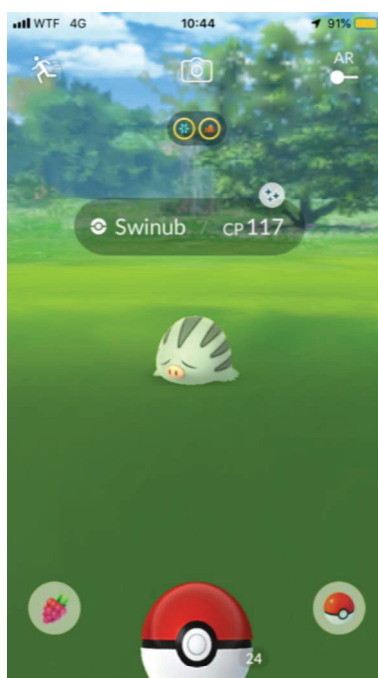


Figura 6. Tela de captura

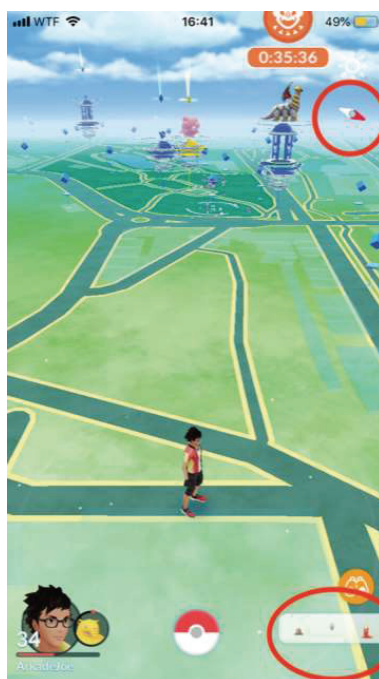


Figura 5. O radar e a bússola, como instrumentos de navegação, norteiam o jogador dentro do mapa a fim de facilitar a caçada

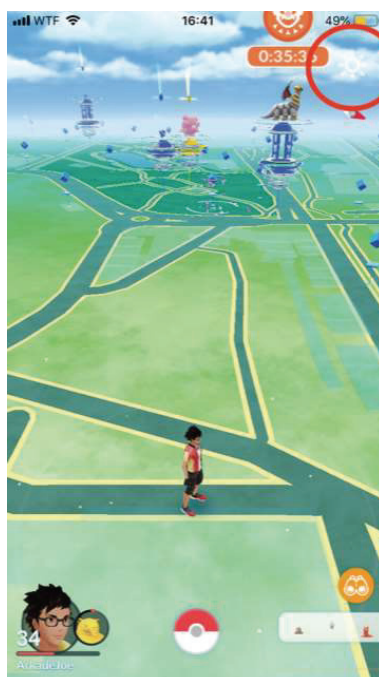


Figura 6. O clima influencia diretamente na dinâmica de jogo através do recurso Pokémon Weather

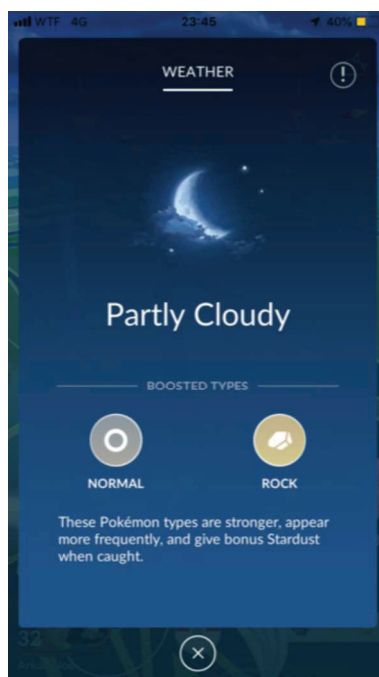


Figura 7. este recurso reduz as divisórias entre o jogo e o real ao reproduzir o estado climático do ambiente no jogo

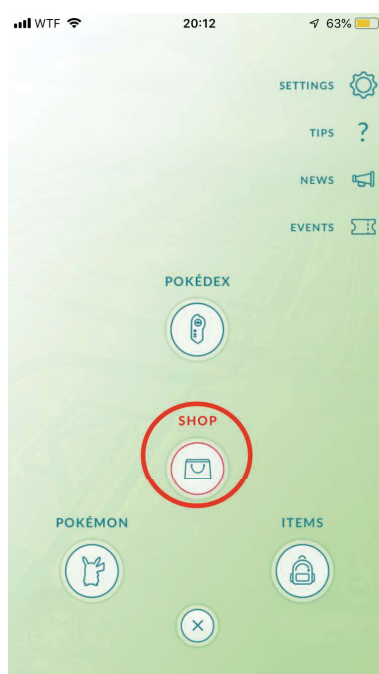


Figura 8. localizada na posição central do menu do jogo, a loja oferece uma série de recursos que auxiliam ou personalizam a sua aventura



Figura 9. tela principal da loja

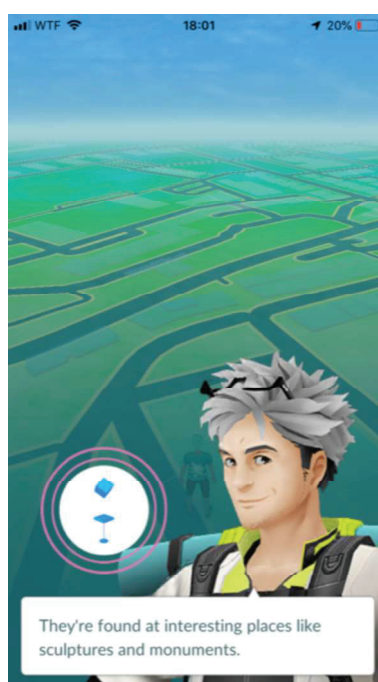


Figura 10. os pokéstops valorizam elementos do urbano que possivelmente podiam passar despercebidos. A ressignificação dos objetos do urbano através deste recurso é uma das mais evidentes formas de perceber o impacto do jogo sob o espaço.

Anexo M. Sátira produzida pela comunidade que ironiza a dificuldade de capturar algumas das espécies dentro do jogo



Anexo N. Registros fotográficos da observação participativa

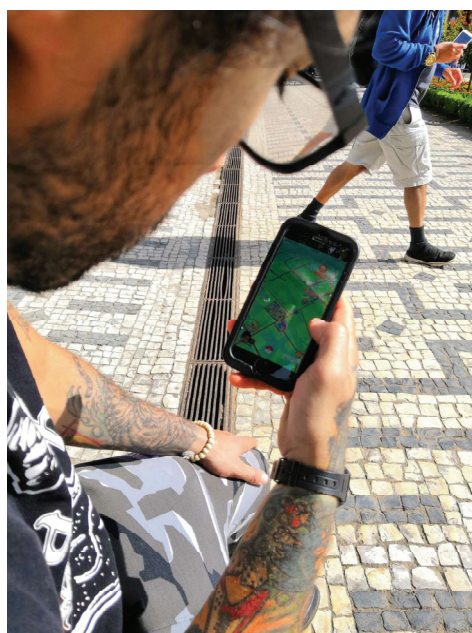


Figura 1. Experiência no Jardim de Santa Barbara



Figura 2. Troca de Friend Codes durante uma Raid

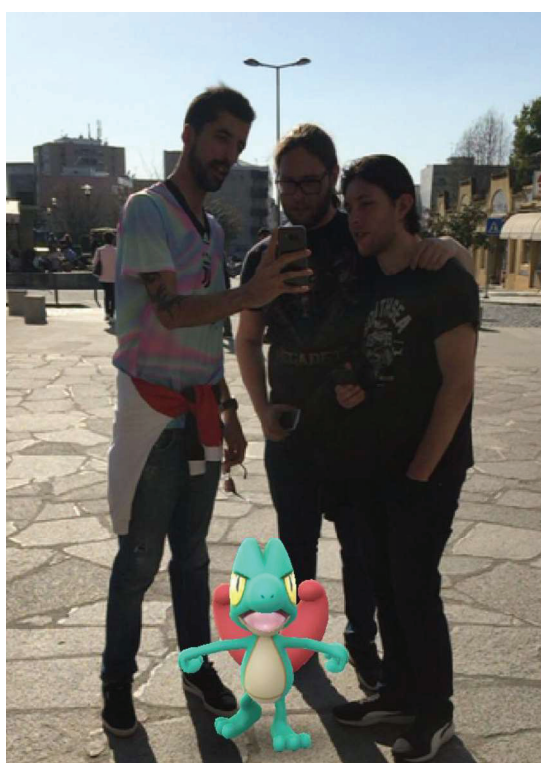


Figura 3. Foto tirada 23 de março de 2019 durante o Community Day do personagem Treecko



Figura 4. Raid de 5 estrelas no Generation



Figura 5. Raid no Chafariz da Avenida. Aqui pode-se perceber muito bem a diversidade etária da comunidade



Figura 6. Raid em curso



Figura 7. Jogador em posse de dois dispositivos para jogar



Figura 8. Raid de 5 estrelas no ginásio do Convento dos Congregados que reuniu vários jogadores durante o Community Day do dia 23 de março de 2019



Figura 9. Convívio no Café Chave de Ouro. Na oportunidade de fazer uma raid no local, pois o café é também um ginásio dentro do jogo, os usuário aproveitam para tomar o pequeno almoço



Figura 10. Reunião de jogadores no ginásio "Pináculo" para o evento Happy Hour do dia 8 de Outubro de 2019



Figura 11. Convívio na esplanada do café A Brasileira durante o community day de 13/04/2019



Figura 12. Jogadores usufruindo dos 3 pokestops localizados na escadaria do Teatro Circo



Figura 13. Visita de campo na Universidade do Minho e arredores



Figura 14. Encontro com jogadores durante a visita ao Parque São João da Ponte



Figura 15. Quando jogam, alguns jogadores aproveitam para levar seus cães para passear



Figura 16. Eventos são ocasiões muito oportunas para fazer raids e adicionar novos amigos no jogo

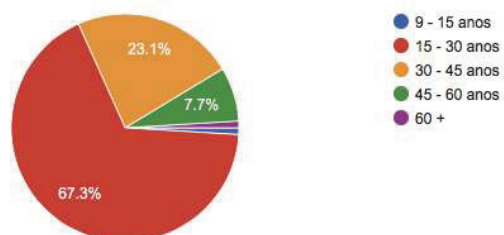


Figura 17. Visita de campo na Avenida da Liberdade

Anexo O. Inquérito Online realizado com membros da comunidade local

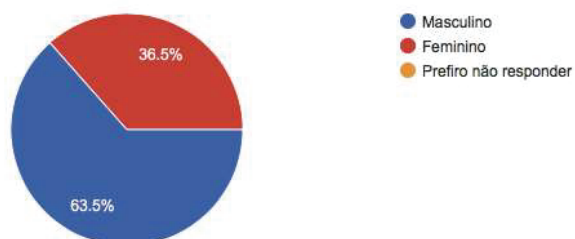
Idade:

104 responses



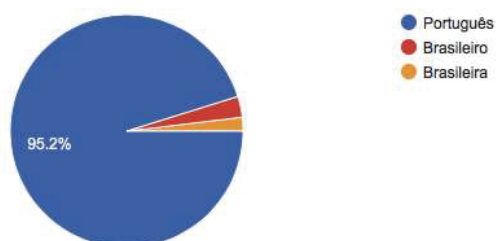
Sexo:

104 responses



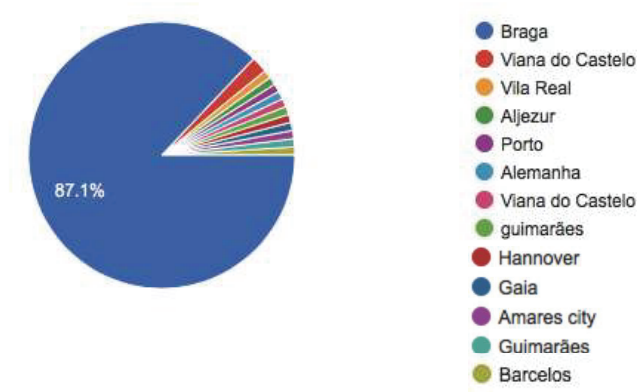
Nacionalidade:

104 responses



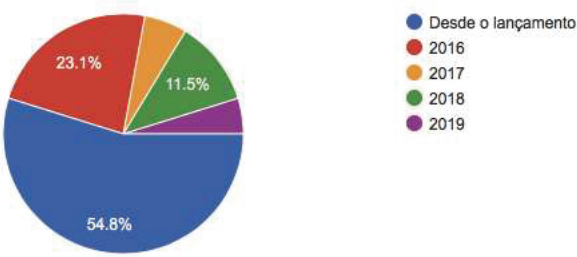
Reside em:

101 responses



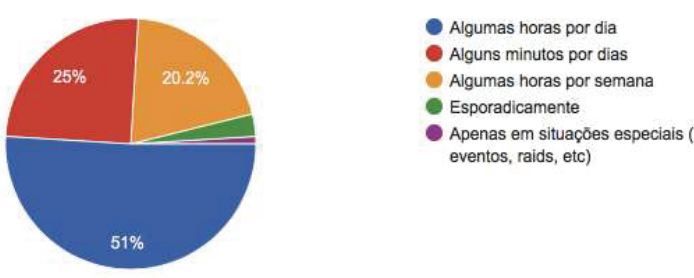
Quando começou a jogar:

104 responses



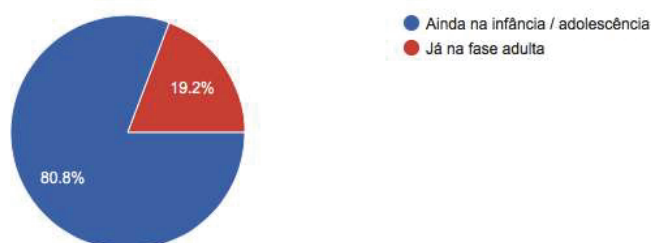
Frequência de jogo:

104 responses



Quando foi seu primeiro contacto com Pokemon?

104 responses



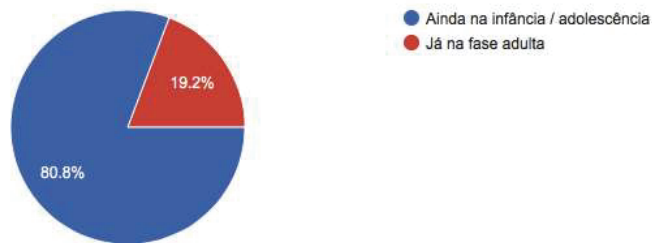
Se você já parou alguma vez, descreva em poucas palavras porque saiu e, em seguida, o que o motivou a voltar ao jogo.

1. Parei por falta de tempo e companhia para jogar. Depois das recentes atualizações, principalmente as que adicionaram os recursos de amizade, voltei ao jogo.
2. Amigos motivaram a jogar outra vez
3. Escola (estudos) e fartei-me no geral do jogo; voltei por causa de updates ao jogo, entre outras coisas
4. O jogo ser repetitivo é voltei porque arranjei mais pessoas a jogar comigo e arranjar outros objectivos no jogo
5. Falta de motivação, devido à falta de atualizações
6. Telemóvel não aguentar :')
8. Falta de tempo e falta de dispositivo compatível. Voltei a jogar pelas razões opostas que dei.
9. No final do Verão de 2016 parei porque o meu grupo parou, no verão passado voltamos, alguns já desistiram novamente, e com a existencia do slack eu continuei até hoje.
10. Parei por causa da escola e por não ter com quem jogar, voltei por causa das raids e ter amigos que voltaram pelo mesmo motivo
11. Falta de motivação para continuar regularmente
12. Primeiro parei porque o jogo parou de ser interessante, depois voltei porque o jogo ficou melhor eventualmente. Agora jogo com mais regularidade mas existe alguns períodos em que não jogo porque estou ocupado com outras coisas.
13. Parei porque o meu telemóvel deixou de suportar o jogo. Voltei quando comprei outro telemóvel.
14. Sai porque o jogo no início tornou-se aborrecido, mas após as mudanças uma amiga convenceu-me a voltar a jogar
15. Indisponibilidade
16. Já n me puxava para jogar, voltei pq gosto msm de Pokémon
17. Dar à luz. Diversão.

18. Falta de disponibilidade. Voltei pq agr tem mais gente a jogar.
19. Parei em 2017 quando o jogo se tornou pouco interessante, eram sempre os mesmos bichinhos, nada desafiante. Entretanto voltei quando introduziram vários eventos, desafios, novos Pokemon, novas roupas, entre outros. Voltou o desafio e eu voltei ao jogo!!
20. Parei porque estava farto, sempre a mesma coisa, agora há mais algumas coisas e comecei também por arrasto
21. Falta de amigos com quem jogar. Voltei para o jogo devido a familiares que também voltaram.
não
22. Saí porque o jogo tornou-se monótono e pouco desafiante. Regressei quando o jogo implementou novas features, como raids, quests e eventos.
23. Parei por falta de motivação. O jogo estava muito parado. Voltei em 2017, acabei parando de novo e agora regressei desde o final de 2018
24. Falta de tempo. Amigos a voltar a jogar
25. Perdi o interesse; voltou a ser interessante, agora com mais novos pokemon
26. Jogo pesado e gasto de muita bateria. Motivação para voltar foi novos desafios e gerações.
27. O jogo não estava muito apelativo e decidi voltar a jogar após algum tempo para rever os meus
28. pokémons e as novas funcionalidades do jogo
29. estragou o telemovel e depois quando comprei um novo voltei a usar
30. Parei enquanto não estava em Portugal. Voltei por causa de amigos e mais recentemente o pvp
31. Não sair muito para jogar
32. Falta de recompensa pelo esforço
33. Parei passado 3 meses do lançamento pela monotonia do jogo e voltei agora em 2019 por intermédio de amigos e pela mudança que o jogo teve..
34. Falta de tempo para jogar e voltei porque gosto muito do jogo
35. Não
36. Aborrecimento, não tenho pokestops/ginásios perto de casa, voltei por causa da nova dinâmica do jogo
37. Falta de novidades e interligação de jogadores foram as falhas iniciais que vi no jogo, voltei a jogar em 2018 quando reparei na maior adesão "real" que o jogo estava a ter.
38. Falta de conteúdo
39. Insistência do meu afilhado
40. Desinteresse inicial pelo jogo e voltei por influência de amigos.
41. Parei por falta de tempo para poder jogar. Voltei quando tive mais tempo disponível e para me pôr a par das novidades.
42. Falta de novos conteúdos no inicio do jogo.
43. Parei sim, as coisas começam a faltar e o mau tempo também não ajuda

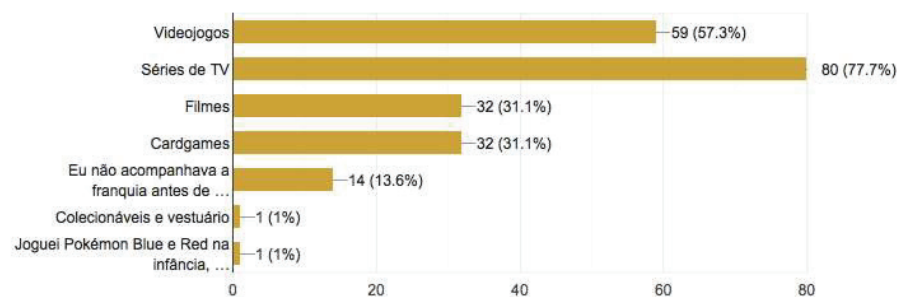
Quando foi seu primeiro contacto com Pokemon?

104 responses



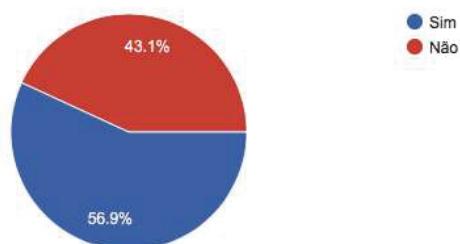
Através de quais produtos você já acompanhava a franquia?

103 responses



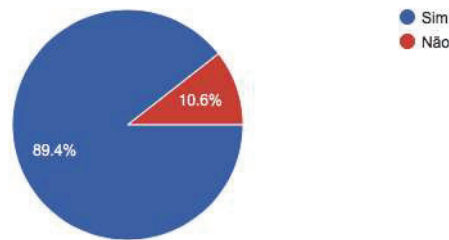
Você conhece alguém que teve Pokemon GO como o primeiro contacto direto com a franquia?

102 responses



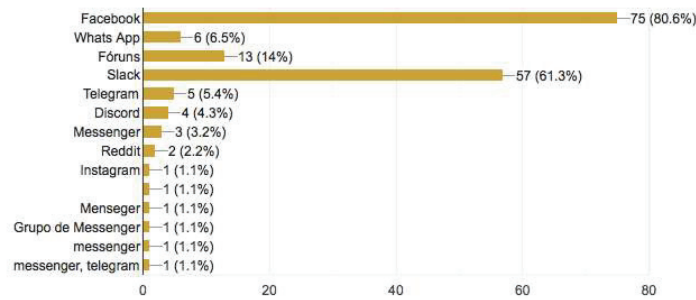
Você participa de algum grupo ou comunidade online sobre o jogo ou a própria franquia?

104 responses



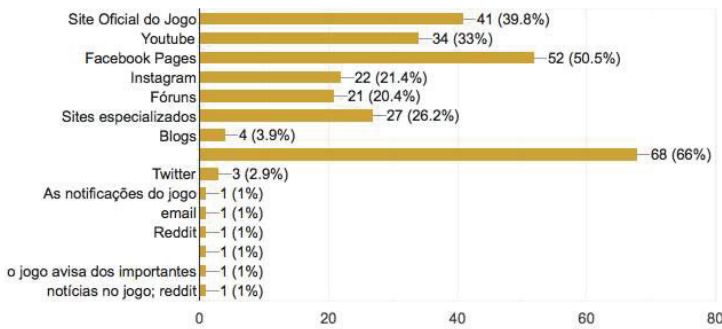
Se participa, indique em qual(ais) rede social ou aplicação comunica-se com outros jogadores e fãs.

93 responses



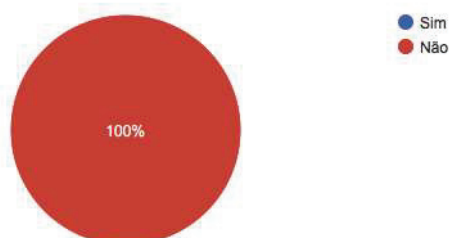
Onde você costuma acompanhar as novidades sobre o jogo?

103 responses



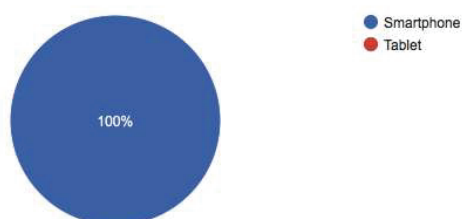
Você produz algum tipo de conteúdo online sobre o jogo ou a franquia?

104 responses



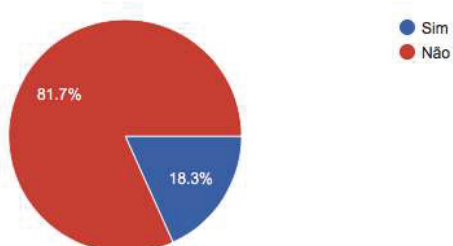
Em que tipo de dispositivo você costuma aceder ao jogo?

104 responses



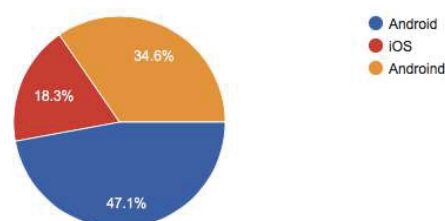
Você usa mais de um dispositivo para jogar?

104 responses



Qual é o sistema operacional do(s) dispositivo que você tem o hábito de jogar?

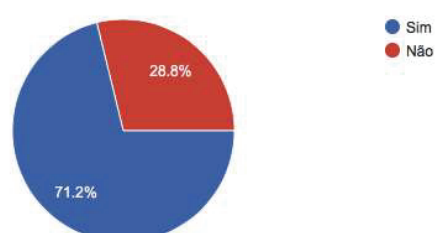
104 responses



19

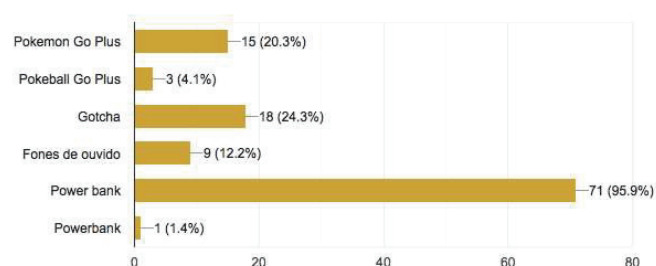
Você usa algum acessório (tal como power banks) ou tecnologia conectável (similar ao Pokemon Go Plus) ao jogo?

104 responses



Se você respondeu sim à pergunta anterior, indique abaixo qual(ais) são eles:

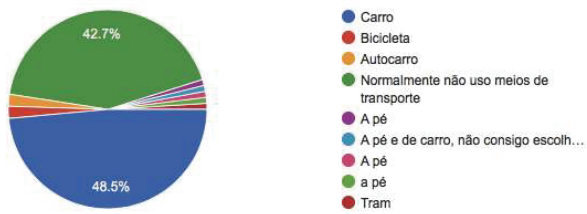
74 responses



¹⁹ Considerar “Androind” como “Android”

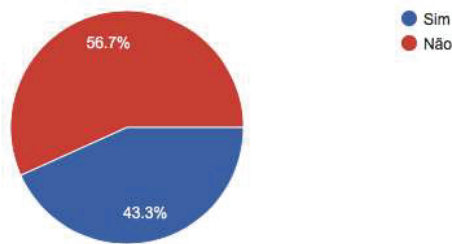
Qual(ais) dos meios de transporte abaixo você mais utiliza para locomover-se até os objetivos dentro do jogo:

103 responses



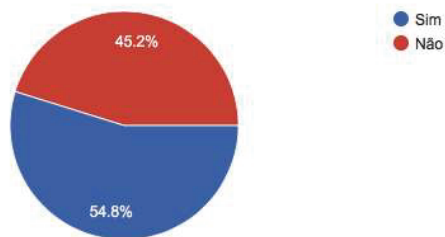
Você tem o hábito ou alguma vez já jogou enquanto conduzia algum tipo de veículo motorizado?

104 responses



Você acha que um meio de locomoção mais rápido, tal como um carro, facilita na progressão dentro do jogo?

104 responses



Em poucas palavras descreva como e quando você costuma utilizar um meio de transporte para jogar:

1. Quando chove
2. Ao sair do trabalho, muitas vezes, me reúno com alguns colegas que também jogo. A gente procura raids próximas e vamos todos no carro de alguém. Acho que um meio de transporte ajuda muito dentro do jogo, pois alguns objetivos acontecem num determinado horário e é necessário se organizar, principalmente quando você depende de outros jogadores.
3. Quando tenho de me deslocar até certos ginásios para raids
4. Autocarro
5. Geralmente quando preciso ir a um local afastado e tenho hora marcada, ou quando estou a ir fazer outra coisa que não tem relação com o jogo e aproveito para ir clicando a ver se sai shinies.
6. Chover; Reconquistar ginásios
7. Quando não apetece andar
8. Como moro longe do centro da cidade, uso o carro para me deslocar até lá, sendo que depois jogo a pé
9. Para rodar pokestop é tentar apanhar pokemon
10. Quando quero fazer uma raid que acaba por ser longe de casa se fosse a pé...
11. Raids se ficar a caminho do meu destino.
12. deslocação para raids
13. Ligando o jogo quando entro no carro para simplesmente contar kms
14. Quando vinha de alguma viagem e alguns ginásios ficavam a caminho de casa
15. Trabalho - Casa
16. Quando me desloco para raids ou community days.
17. Para chegar a ginásios mais distantes
18. Jogo sempre a pé
19. Só uso meio de transporte (carro próprio ou Uber) quando vou ao centro de Braga nos Community Days. Fora isso, costumo me deslocar a pé perto de casa para jogar porque não vejo tanta necessidade em afastar daqui, visto que há vários ginásios à disposição.
20. Carro para o local, depois a pé!
21. Para me deslocar para onde vou caçar
22. Ando mais a pé.
23. Desloco-me de carro até aos ginásios e eventos
24. Para me deslocar aos “centros” e esporadicamente em situações de trânsito, muitos semáforos etc.
25. Em viagem, como por exemplo de casa para o trabalho
26. deslocar para as pokestops (isto fora da cidade)

27. Para ir fazer raids (carro)
28. Vou de boleia: Quando ha evento de horas com a mesma raid lendaria em varios ginásios ao mesmo tempo.
29. Quando vou com amigos derrubar o major numero de ginásios, sempre que fazemos uma jantarada juntos.
30. Quando a ex raid é longe de onde estou.
31. Para me deslocar para o centro da cidade.
32. Para ir a raids ou eventos longe de casa
33. quando me desloco para vários locais na minha rotina costumo ir de autocarro, aproveito esse momento para jogar
34. Para fazer Raids tens de te deslocar a um “ginásio” num período de tempo curto.
35. Só em dias de eventos.
36. Uso carro para as raids fora do centro pedonal
37. Para fazer raids longe da minha casa
38. De carro para os "gyms"
39. Para ir de uma raid para outra
40. Quase nunca
41. apenas quando viajo de autocarro
42. Em lugar do passageiro, quando em velocidades baixas por causa dos pokestops
43. Em moro nos arredores de Braga, neste tem poucos locais onde me posso deslocar a pé e poder progredir. Portanto vou de carro até ao centro Braga, principalmente dias que há eventos.
44. Quando me desloco para o trabalho, se vir algum pokemon que me interessa, ou colocar em ginásios.
- pé
45. Para chegar às raids.
46. Nunca
47. Universidade a casa, paro nas pokestops locais
48. Apenas para me deslocar a algum lugar específico e participar dos Community Days
49. Quando saio do trabalho
50. Aceder a raids
51. Para raids
52. Para rodar stop
53. No carro, quando um familiar ou amigo vai a conduzir.
54. Quando vou á cidade tomar café
55. Na deslocação de um sitio para o outro para fazer os tipicos "shiny check".
56. Para me dirigir às Raids
57. Apenas para me deslocar entre pontos, ou para ir a uma zona de maior afluência
58. Quando vou trabalho/casa.
59. Quando me desloco para um raid

60. No autocarro quando saio do trabalho, (como existem muitas paragens), encontram-se muitos pokemon

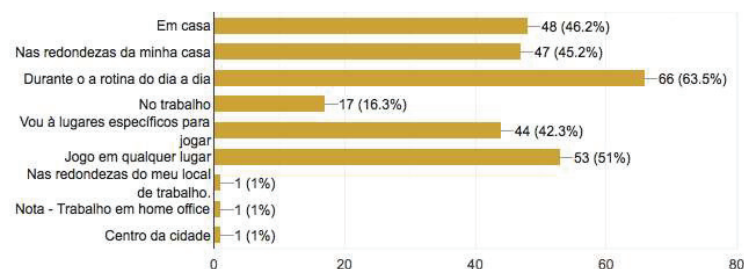
61. BICICLETA - COMMUNITY DAY

62. Para deslocar a raids e farmar de carro

63. Quando me desloco de e para o trabalho

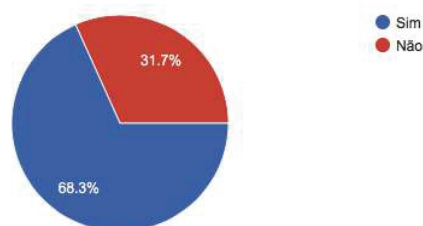
Onde você costuma aceder ao jogo e/ou jogar?

104 responses



Você tem algum local preferido para jogar ou que comumente vai no intuito de jogar?

104 responses



Caso tenha respondido que sim, diga-nos aonde costuma ir para jogar e porque opta por este lugar(es):

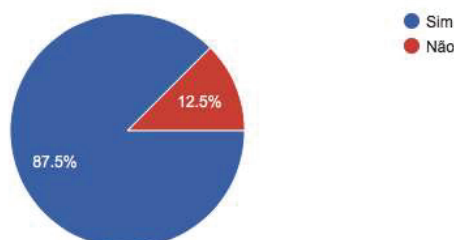
1. Parques
2. Centro da cidade
3. Centro da Cidade e Universidade
4. Costumo jogar em ambientes abertos, tal como parques e avenidas. Aqui em Braga gosto muito de jogar no Parque da Ponte e na Avenida da Liberdade. São espaços com muitos ginásios e pokestops. Dessa forma consigo apanhar muitos pokemon, pegar itens, fazer missões e também conquistar as moedas diárias.
5. Avenida central de braga
6. Centro de Braga porque há mais stops e pokémons.

7. Locais com densidade de poketops
8. Avenida Central, pois tem muitas Pokéstops e Ginásios
9. Centro da cidade, visto que tem muitos mais pokemon, ginásios, raids e pokestops
10. Brasileira
11. Quinta da Capela, Parque da Ponte, Avenida Central
12. Jogo perto de minha casa quando vou passear o cão
13. Avenida de Braga
14. Avenida, tem mais ações para fazer no jogo
15. Ginasio perto de casa
16. Porque tem muitos ginasios/pokestops
17. Universidade e o centro da cidade porque muitos jogadores juntam-se por vezes para fazer raids e por causa do grande número de pokestops
18. Avenida Central, muitas pokestops e gyms
19. Centro da cidade por ter mais ginasios / pokestops
20. Vou ao centro de Braga nos Community Days por causa do grande número de spawns.
21. Centro da cidade
22. Palácio de cristal, porque junto vários colegas.
23. centro de Braga
24. Centros históricos, pois tem mais pokes stops em menos espaço geográfico.
25. No centro de Braga, zona do café Brasileira
26. sempre que haja uma caminhada
27. Jardins Palacio Cristal - Porto
28. Centro de Braga porque tem muitas pokshop
29. Centro da cidade ou Sameiro, pela quantidade de pokestops e ambiente
29. No centro da cidade de Braga porque é onde ha mais stops, ginasios e pokemon perto uns dos outros, e da-se um passeio bonito. E também porque ha cafés em que se apanha pelo menos 3 stops e posso estar lá a relaxar e conviver enquanto jogo.
30. Centro da cidade de Braga, devido à ótima distribuição de pokestops e ginásios que proporcionam variedade e grande quantidade de Pokémon.
31. Centro da cidade, porque tem mais pokestops/gyms e há mais gente a jogar
32. Em Hannover, em List ou stadtpark. Em Braga na avenida. Ambos por causa do número de stops, pokes e ginásios.
33. Centro, porque tem muitas pokestops e spawns de pokemon
34. Avenida Central de Braga.
35. Parque e centro da cidade, têm mais stops e pokemon

36. Centro da Cidade, onde existe maior número de pokemon e desse modo alcançar mais rapidamente os desafios.
37. Centro Braga, tem muitos ginásios e pokéstop, desta forma também muitos pokemon e com maior variabilidade.
38. centro
39. Avenida central. Local bom para jogar e é possível dar passeios a pé
40. Avenida central, aparece mais pokémons lá e tem mais gente disponível para raids
41. centro da cidade
42. Amares, porque é civilizado
43. Pokestop perto
44. Centro histórico de Guimarães
45. Brasileira. LURES
46. Avenida , porque é o melhor sítio para farm
47. Centro da cidade de Braga
48. Centro da cidade. Facilidade em jogar a pé e grande número de pontos de interação do jogo
49. Centro da cidade e parques devido a ter maior quantidade de pokémons e pokestops.
50. Centro de Braga
51. Avenida central
52. Centro da cidade, existem vários pokestops e mais spawn de pokémons
53. Para o centro da minha Vila, ou centro de Braga. Pois tem mais pokestops e Pokémon.
54. Na zona da Avenida Central devido ao maior número de pokestops e pokemon a spawnar
55. Parque da Ponte
56. Centro de Braga porque tem muitos ginásios, pokestops e Pokémon.
57. PARQUE DE MERENDAS - PRÓXIMO DE CASA (ESPAÇO VERDE)
58. Pausa do almoço dá para dar uma volta
59. Centro de Braga, Parque da Ponte

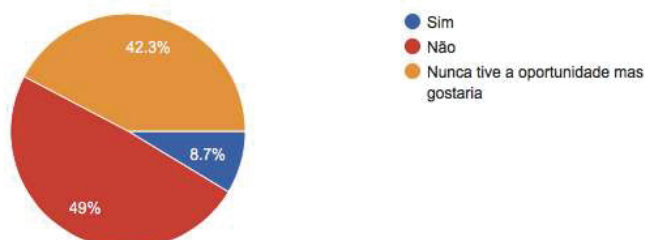
Você costuma jogar quando vai de viagem?

104 responses



Você já viajou exclusivamente para jogar ou participar de algum evento especial dentro do jogo?

104 responses



Se você respondeu sim ou sinalizou que gostaria se tivesse oportunidade, divida aqui a sua experiência ou indique para onde gostaria de ir e porquê:

1. Dortmund

2. Eu gostaria de ir a algum evento Safari Zone organizado pela Niantic

3. Qualquer sitio

4. Quando houve evento dos Unowns em Lisboa fui de propósito jogar. E gostava de um Go Fest ou 5. Safari Zone em Portugal. Fora de Portugal não acredito que iria para jogar.

6. Sendo de Braga, acho que seria interessante viajar a Lisboa, por exemplo, para participar num evento específico. Assim, teria uma justificação para ir lá.

7. USA porque pelo que sei, têm muitas mais pokestops, a comunidade é maior, ou seja, mais raids se conseguem fazer!

8. Um GoFest próximo se calhar

9. GO Fest ou Safariz Zone

10. Para um sitio onde tivesse um pokemon que eu não tivesse

11. O lugar seria indiferente. O porquê deve-se à experiência que teria. Conhecer jodores e as suas 12. opiniões, trocar pokemon, ir a raids, etc.

13. Gostava de participar num safari zone

14. Lisboa

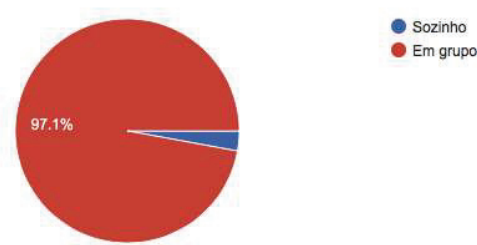
15. Havendo disponibilidade de tempo, eu iria para qualquer lugar. Como faz pouco tempo que moro em Portugal e conheço pouco da Europa, praticamente qualquer cidade europeia seria interessante para mim. Também não descarto a possibilidade de ir a algum evento nos EUA ou no Canadá, mas isso exigiria ainda mais tempo e planeamento prévio. Como o anúncio dos eventos e a garantia de participação neles não ocorrem com a antecedência adequada para o planeamento de uma viagem mais longa, acaba ficando mais difícil.

16. Qualquer encontro especial

17. Gostava de participar num safari.
 18. Para conhecer novas pessoas.
 19. nenhum local em especifico. o facto de viajar já é uma mais valia.
 20. A Madrid (aproveitando também para visitar a cidade)
 21. Qualquer sitio, o evento é que me parece muito bom.
 22. Qualquer evento relacionado com Pokémon GO Fest.
 23. conhecer novas pessoas
- Fui ao evento que ocorreu em Lisboa, fui ao Safari de Paris em 2017, Safari de Dortmund em 2018 e este ano vou ao Go Fest em Dortmund.
24. Go Fest e Safari Zone
 25. Locais com pokemon regionais
 26. Outra zona onde haja pokemon que não spawnam em Braga
 27. Sinceramente tanto faz. Adoro viajar e se puder conciliar com o jogo, melhor
 28. Eu quero apanhar todos os pokémons e há alguns que é são exclusivos e apenas aparecem em certas regiões seria nao so uma boa experiencia para ver outras comunidades mas tambem outros costumes do proprio pais
 29. Gostaria de participar de algum evento no Japão por ser o país de origem do jogo.
 30. Go fest ou safari ,porque estou a conhecer um país novo e ao mesmo tempo jogar o que gosto e conhecer pessoas que partilham o mesmo gosto
 31. A um go fest ou safari zone por ser uma experiência diferente ou correr o mundo para juntar todos os regionais.
 32. Indiferente
 33. Go fest, safari zone
 34. Califórnia
 35. Go Fest
36. EVENTOS EM CIDADES INTERNACIONAIS - CONVÍVIO COM COMUNIDADE
37. Safari Paris foi 5*, Safari em Dortmund foi 4* - tinha muita gente, Go Fest em Dortmund foi 4* - apanhei poucos shinies
 38. Todos os eventos de Pokemon Go pelo mundo! Got to catch them a

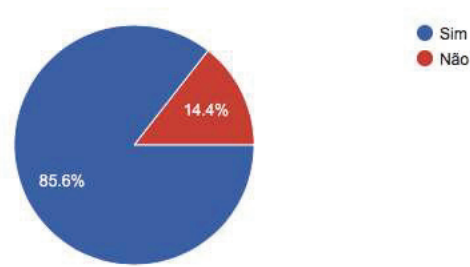
Na sua opinião, qual é a melhor forma de experienciar o jogo?

104 responses



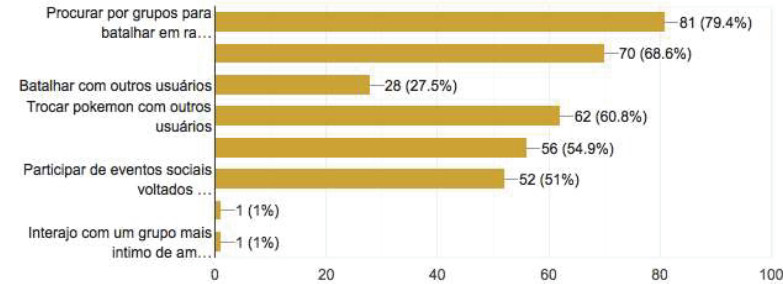
Você fez amigos e/ou conheceu pessoas jogando Pokemon GO?

104 responses



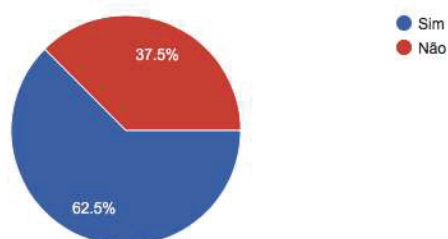
No que tange os aspectos sociais do jogo, você costuma:

102 responses



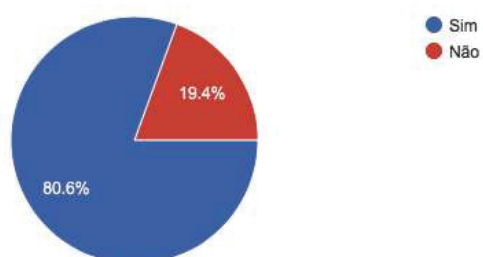
Quando percebe que há outros jogadores por perto, você costuma tentar interagir com eles?

104 responses



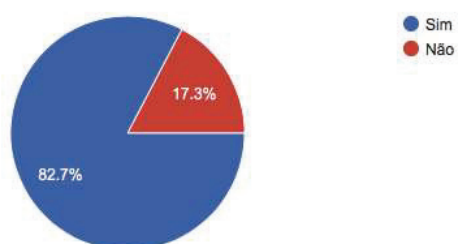
Através do jogo você aprendeu mais sobre Braga?

103 responses



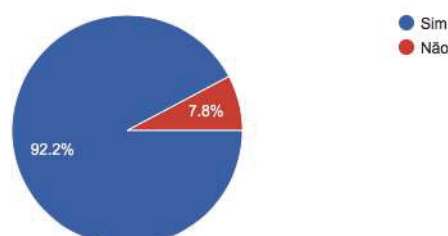
Depois de começar a jogar você conheceu novos lugares em Braga?

104 responses



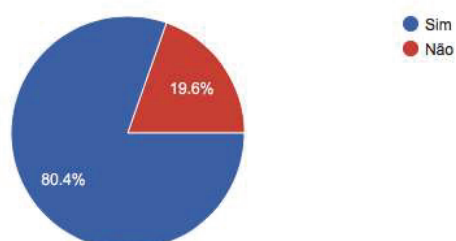
Você acha que o jogo ajuda, de alguma forma, seus usuários a se interessarem mais sobre a sua própria cidade, história, monumentos, outros espaços e elementos?

103 responses



Em Braga, há algum lugar, ou elemento urbano, que passava despercebido de você antes de começar a jogar?

102 responses



Indique aqui alguns desses lugares e qual é a sua relação com eles agora que joga:

1. Eu nunca havia caminhado no Parque da Ponte, mesmo tendo morado ao lado por quase dois anos. Depois de voltar ao jogo este se tornou um dos meus pontos favoritos para caminhar e apanhar alguns Pokemon. Antes de ir trabalhar e voltar do ginásio, sempre vou até lá derrubar alguns ginásios e girar pokestops. Também acompanha o Slack para ver as raids que lá vão acontecer, assim consigo usar meus passes diários sem ter de me deslocar muito.
2. São muitos difícil listar. Não há uma relação, apenas passei a conhecer novos pontos da cidade.
3. Parque S. João da Ponte, que agora visito frequentemente
4. Parque da ponte, por exemplo, era um lugar que nem conhecia e agora passo por la muitas vezes; Monumentos como igreja da penha, os Rochedos, e até cafés como a Brasileira

5. Havia muitos lugares na cidade que eu não conhecia, mas graças ao jogo passei a conhecer e no próprio quotidiano já precisei de ir a algum sitio onde me indicavam referências e graças ao nome das pokestops eu sabia onde era...

6. Alguns grafittis

7. Brasileira

8. A dama caída, alguns sitios na universidade como o tributo à escola de engenharia

9. fontes, igrejas, monumentos

10. Cravo, Pirâmides, entre outros.

11. Eu já jogava Pokémon GO quando me mudei do Rio para Braga. Respondi positivamente à pergunta anterior porque tenho certeza de que não teria notado diversas placas e monumentos se não fosse pelo jogo, e muito menos teria memorizado seus respectivos nomes. A minha esposa e eu não temos um conhecimento tão profundo da cidade, então é comum usarmos os ginásios e stops do jogo como ponto de referência (ex.: a loja fica perto do ginásio XYZ).

12. Chafariz central

13. Hoje quando marcam encontro entre amigos já sei onde fica o pináculo, Maria Ondina, as várias igrejas.

14. Algumas igrejas no centro da cidade.

15. Centro da cidade, fonte dos galos, parque da ponte, Sameiro- passei a andar muito mais a pé nesses locais e a visitá-los mais.

16. Eu não sou natural de Braga por isso conheci-a muito graças ao pokémon go, agora já percebo distâncias e tempo que demoro a ir a pé de um sitio a outro e também me sinto muito mais a vontade em zonas que nem me atrevia a ir à descoberta, se não fosse pelo jogo, como foi o caso do parque da ponte e toda a ciclovia do Rio Este.

17. Graças ao jogo não só descobri monumentos como também comecei a proteger a cidade, seja limpar o rio este como notificar a Agere sobre bebedouros que não paravam de correr água potável, etc.

Especialmente locais com street art ou estátuas, marcados como pokestops ou ginásios (Exemplo: "A Rapariga" e "Watchman").

18. vários

19. A Brasileira passou a ser um ponto de interesse

20. Monumentos, parques, difícil enumerar. Também passei a frequentar mais cafés na avenida por conta dos stops.

21. Não são tanto os lugares, mas os monumentos, estátuas, jardins, parques, etc

22. Estátuas ou placas históricas. Aprecio mais a história daqueles locais

23. Alguns edifícios antigos que nunca tinha reparado e com o jogo passaram a ser familiares.

24. A zona do rio este que passei a admirar mais. E alguns monumentos que passavam despercebidos e passei a reparar neles por causa do jogo

25. Aprendi algumas ruas por seguir o mapa onde nunca tinha passado, e mais importante aprendi a nome de vários sítios

26. Não conhecia locais como parque da ponte e monumentos

27. Algumas igrejas que não conhecia como Santa Eulália ou Cruzeiro de Tenões

28. Após mais de 20 anos a viver em Braga fiquei a conhecer os jardins do Museu Nogueira da Silva. Também conheci o aqueduto de Braga, local onde quero voltar com familiares pela sua beleza natural.

29. Alguma arte de rua passava despercebida antes da existência do jogo

30. Alminhas

31. Não conhecia parte da cidade, como a zona da Sé.

32. Oratórios, alminhas ...

33. Diversos pontos turísticos e marcos, que agora sei a que se referem

34. Algumas esculturas que me passavam despercebidas e passei a reparar.

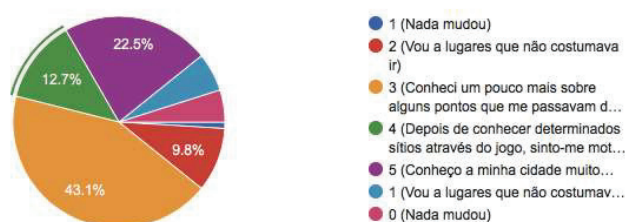
35. MONUMENTOS

36. 7 fontes

37. jardins interiores, estátuas, bustos

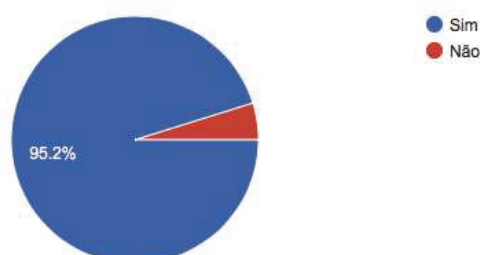
Numa escala de 1 até 5, como você avalia seu conhecimento sobre a cidade de Braga e o espaço ao seu redor depois de ter começado a jogar:

102 responses



Você mantém uma conduta segura enquanto joga?

104 responses

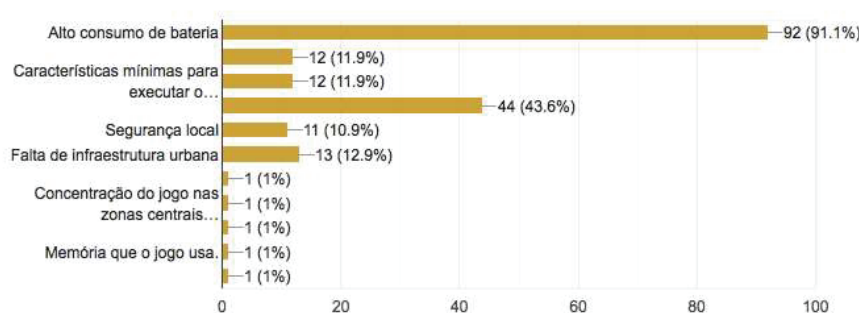


O que você faz e que não deveria fazer enquanto joga?

1. Acho que passo demasiadamente tempo olhando para o telemóvel e às vezes acabo tropeçando na rua, ou me esbarrando com outras pessoas ou objetos. Também acho que algumas vezes sou displicente quando atravesso as ruas.
2. Às vezes perco um pouco a atenção e isso é perigoso enquanto se conduz.
3. conduzir
4. Jogo enquanto conduzo
5. Conduzir e jogando

Sobre a ergonomia do jogo. Qual(ais) desses fatores você considera como elementos que influenciem negativamente na experiência do jogo.

101 responses



Em poucas palavras conte uma experiência inusitada que você vivenciou através ou por conta do jogo:

1. Certa noite, acordei por volta das 2 da manhã. Abri o jogo e vi que havia um Dragonite por perto, mais precisamente na igreja de Sra Branca. Fui até lá correndo para apanhá-lo, de pijamas e tudo mais. Ainda cheguei a tempo de encontrá-lo, mas infelizmente não consegui apanhá-lo.
2. Conhecer pessoas que nunca imaginaria que jogassem Pokémon GO.
3. Pessoas (non gamers) a tecerem comentários depreciativos por me verem a jogar
4. Em diversas ocasiões em que precisei fazer muito esforço para convencer a minha esposa a caminhar comigo, ela saía mal-humorada e quase não abria a boca. No entanto, bastava que ela encontrasse um shiny para mudar completamente de feitio. E depois eu que ficava com raiva por causa do shiny dela!
5. Ir jogar Pokémon para o enterro da gata
6. Não ter onde estacionar o carro para fazer uma raid
7. ser maltratado porque dei um ginásio abaixo

8. Ouvir um padre a explicar onde aparecem pokemon
9. Ja vi policias com um grupo de crianças, tipo visita de estudo, a andar na rua e a explicar "Este carro merecia multa porque..."
10. Deixar-me levar e entrar em zonas menos seguras a horas inapropriadas.
11. Conhecer pessoas muito mais velhas jogando
12. Ver praticamente 250-300 pessoas no centro de Braga por causa de um evento de Pokémon Go
13. Uma vez, para apanhar um snorlax, vários carros pararam numa rua sem saída, estava uma grande confusão.
14. O dono da última casa da rua ouviu o barulho e veio para a rua gritar com toda a gente.
15. Ameaças e discussões por causa de ginásios
16. Abordado por agentes da autoridade por jogar as 3 da manhã
17. GPS Nao funcional
18. Jogo bloqueou depois de uma atualização

Na sua opinião, qual aspecto do jogo é mais importante para para que o mesmo continue sendo atrativo para si?

1. As atualizações constantes e eventos.
2. mais shiny rate
3. Sempre haver novidades.
4. Possibilidade de ter Pokémon mais fortes
5. A conexão dele com o mundo real
6. Novos pokémons
7. Eventos como community day e, por exemplo, mais recentemente, o Detective Pikachu; Raids
8. Mais variedade de eventos e melhorar alguns modos de jogo
9. O facto de não sei igual para todos... Isso é o que traz piada ao jogo
10. Updates
11. Novos pokémons e raids
12. Raids
13. Diversidade de objetivos
14. Atualizações
15. Gps
16. O sistema de batalhas
17. A consecução de objetivos, como encher a pokedex.
18. Eventos
19. novos pokemon, novos eventos

20. Tudo na verdade

21. Sempre gostei de jogos (consoles e PC, não mobile), mas a minha esposa é justamente o oposto. Pokémon GO foi o primeiro jogo que ela quis jogar por conta própria, então é muito gratificante poder me divertir com ela. Ela não faz questão de se aprofundar nos "detalhes" do jogo (counters, ataques, IVs etc.), mas acho que vou continuar me divertindo com Pokémon GO enquanto ela se manter motivada.

22. O facto de ser Pokémon

23. Novidades.

24. Ter sempre novos pokemon a colecionar

25. Os dias da comunidade, o aparecimento de novos pokemon, de variantes shiny, reaparecimento de pokemon ha bastante desaparecidos.

26. As novidades e os eventos

27. Novidades e desafios

28. Mais jogabilidade

29. coisas novas. (eventos, shinys, personalizar a personagem, etc)

30. Facilidade de acesso

31. Fazer-me sair de casa

32. O mais importante sao os jogadores e como interagimos uns com os outros, só jogo mais quando estou com amigos que joguem e é essa a parte mais divertida e gratificam-te para mim.

33. A constante entrada de novos Pokémon das diversas gerações, Community Days, Raids e missões.

34. updates constantes

35. Continuar a inovar e introduzir coisas novas.

36. juntar o meu grupo de amigos

37. Mudança/evolução do jogo

38. Raids e eventos

39. o jogo permite-me jogar com a minha filha e outros familiares, independentemente da idade

40. O objetivo do jogo: apanhá-los todos

41. variação no tipo de pokemon que fazem spawn numa mesma região, ao longo do ano por exemplo; eventos; release de novos pokemon

42. Continuar com novos eventos e missões.

43. Novos pokemon

44. andar

45. Neste momento o PVP

46. Quero pokémons novos, fico semanas sem apanhar um novo neste momento

47. A franquia em si

48. Acessibilidade a pokemon diferentes

49. Novidades , coisas que nunca ninguém pensava que saíram e que causam "hype"

- 50. O facto de ser cooperativo é não competitivo.
- 51. Shiny hunting
- 52. Colecionar novos Pokémons para a Pokédex ou Shinys
- 53. Um aumento de spawns
- 54. Completar a pokedex
- 55. Novos Pokémons.
- 56. Introdução de novos pokemon
- 57. ATUALIZAÇÕES & EVENTOS
- 58. Amigos
- 59. Lendários/DPS; novas missões; nova gen 5
- 60. Ser jogado fora de casa, obrigar a caminhar

Se você pudesse mudar algo no jogo, a fim de melhorá-lo, o que seria?

- 1. Algum tipo de competição oficial, campeonatos, coisas que já aconteciam nos jogos tradicionais da franquia.
- 2. mais shiny rate
- 3. Baixar o consumo de energia
- 4. Não tenho nada em mente.
- 5. Sistema antigo de ginásios; melhor pvp
- 6. Reduzir o alto consumo de bateria
- 7. Só mesmo o consumo de bateria, que nem sei se é algo que poderá ser melhorado
- 8. Acabava com os eventos que são avisados à última da hora...
- 9. Não permitir o gasto de dinheiro (sei que é impossível) para não haver tamanha diferenciação dos jogadores
- 10. Friend List por equipas
- 11. multi bug fixes
- 12. Mais tipos de Pokébolas Batalhas entre treinadores distantes
- 13. Ver os jogadores online no mapa
- 14. Retirava certos limites no jogo como só poder ter 50 pokecoins por dia
- 15. Interação com os outros jogadores
- 16. Interação com os jogadores nossos amigos
- 17. Neste momento não mudava nada
- 18. Acho que o jogo carece de um pouco mais de complexidade na sua execução geral. Há muito tempo, tudo se resume a 1) escolher os counters certos e pressionar a tela como um louco nas raids; 2) encontrar shinies nos eventos; 3) reclamar do trilionésimo [INSERIR POKÉMON COMUM AQUI] que sai de um ovo de 10 km. Além disso, jogadores de zonas rurais ou de subúrbios com poucos locais marcantes praticamente não têm o que fazer.

19. Poderia haver uma forma de se criar "artificialmente" um ginásio ou stop a cada área de XYZ km se não houver nada relevante dentro dela.
20. Poder trocar Pokémons "de longe"
21. Rodar os regionais.
22. Haver mais shinny
23. Acho que Lucky Best Friends deveriam ter o direito de trocar pokemon ha distancia.
24. Loja mais barata
25. Ver o avatar dos outros players no jogo
penso que os ginásios deveriam de ter algo inovador, mesmo a nível de receber as 50coins diárias
26. Raid, é impossível executar sozinho, deveriam existir mini bosses.
27. Gostava que o jogo tivesse menos coisas com hora marcada (ex, ando aborrecida com os raids)
28. Não punha tantos eventos e shinies e o catano seguidos, as vezes é esgotante nao haver pausa porque quero sempre o novo shiny ou seja la o que for sobre o evento que esteja a decorrer.
29. A quantidade de XP necessária para chegar a nível 40.
30. sistema de trocas global
31. Sistema de limite de coins por defesa de ginásio.
32. as incubadoras começarem a chocar outro ovo depois de acabar um
33. Erros... acabava com os bugs todos. Fazia menos eventos
34. nada
35. Diminuição do consumo de bateria
36. Não sei.
37. mais pokestops
38. Permitir os jogadores de Pokémon Go adicionarem locais de interesse. E não obrigar a jogar outro jogo (Ingress) para adicionar esses locais de interesse dentro do jogo.
39. Mias que uma incubadora de ovos grátis de cada vez, não por limite na quantidade de presentes que posso transportar comigo de uma vez, função in-game de dizer "quero fazer este raid" e permitir falar com outros jogadores que também digam que querem fazer aquele raid.
40. Os Ginásios
41. Raids individuais ou oferecer melhores pokemon a jogadores novos
42. Recompensar o esforço e não obter recompensas aleatoriamente (shinies)
43. Gastasse menos bateria
44. Consumir menos bateria
45. Mais pokémons e pokestops em meio rural
46. Aumento de spawns em pokestops e ginásios
47. PvP
48. menos bugs, mais pokestops, melhor acesso à diversidade de pokemon

49. O SISTEMA DE CHARGE TMs!! Maior capacidade para armazenar presentes (20-25 já seria uma boa ajuda), ou mandar múltiplos presentes de uma vez! Podiam introduzir uma opção de nos colocarmos "READY" nas raids, se toda a gente estivesse "READY" a raid começava. Podiam manter uma forma simples de fazer "fast catch".

50. Menos eventos

51. Fim dos constantes bugs de cada atualização e um jogo mais acessível em termos monetários

Para finalizar, em poucas palavras diga-nos qual(ais) foram os efeitos do jogo na sua vida social, rotina e em sua relação para com a cidade de Braga:

1. Através do jogo conheci melhor a cidade. No meu caso, imigrante, a aplicação me fez interagir com o espaço de uma forma mais lúdica. O jogo me proporcionou uma experiência que, sem ele, seria muito mais complicada. Agora conheço diversos pontos de Braga e consigo me situar geograficamente muito melhor do que antes. Além disso, o jogo também me mostrou possíveis pontos de interesse na cidade, pontos estes que me passavam despercebidos sem Pokemon GO.

2. ganhei amigos

3. Conhecer sítios e pessoas

4. O jogo me fez ser uma pessoa bem mais ativa e modificou totalmente a rotina que teve que se adaptar ao jogo, conheci mais da minha cidade e muitas pessoas também.

5. Conhecer mais pessoas com os mesmos interesses; conhecer melhor a cidade

6. Saio mais vezes à rua e conheci gente nova

7. Poucos

8. Passei a, por exemplo, dar voltas ao centro da cidade antes de ir para casa, quando vou ter aulas; passei a ter justificação para ir para a Avenida, quando antes provavelmente deixava-me estar por casa

9. Comecei a sair mais vezes de casa

10. Conheci mais pessoas, fiz amigos, conheci partes da cidade onde nunca tinha passado, para além de agora fazer mais exercício e ser menos sedentário

11. Mais socialização e exercício físico

12. Não mudou quase nada

13. O jogo permitiu fortalecer certas amizades que já tinha assim como fazer novas. E de certa forma ajudou-me a conhecer novos locais em Braga.

14. Ando mais a pé.

15. Comecei a sair mais de casa

16. Faz-nos conviver com pessoal que não conhecemos. Ir a locais que não conhecemos, entreaajuda entre jogadores.

17. Melhor conhecimento de alguns locais da cidade

18. Foi uma boa maneira de me motivar a sair de casa e interagir com outras pessoas

19. Como tanto a minha esposa quanto eu somos novos em Braga, o Pokémon GO nos ajudou a conhecer vários outros moradores da cidade. Não conhecemos a maioria delas pelo nome real, mas é acolhedor ver e interagir sempre com as mesmas pessoas já há quase dois anos. Especialmente no meu caso, como trabalho em home office e quase não preciso sair de casa, a minha interação com os portugueses seria nula se não fosse pelo jogo. Breves comentários sobre a pesquisa: - Em uma das opções das primeiras páginas, há um erro de digitação (Androind, ou algo parecido); - Na parte de experiência de jogo, falta a opção 2 na escala de 0 a 5. Parabéns pela iniciativa!

20. Vou sair mais com amigos meus e utilizo isso para apanhar Pokémons

21. Hoje sou menos sedentária, promoveu mais caminhadas em família.

22. Percebi que pequenas coisas como um jogo consegue juntar centenas de pessoas numa area pequena, e consegue colocar essas pessoas a correr, a sorrir, a rir, a conversar, e a trocar impressoes. Adoro isso.

23. Vou mais vezes ao centro

24. passei mais tempo a passear por braga. aumenta a auto estima relativamente na interação com outras pessoas. vive-se emoções

25. Passei a andar mais a pé e conheci pessoas de todas as idades.

26. Conhecia 2 pessoas e passava o tempo todo em casa. Agora não paro, sinto-me bem a andar por ai, acho que é das cidades mais bonitas de Portugal e cheia de eventos e cultura, e fiz um grupo de amigos para a vida.

27. Antes era uma pessoa bastante tímida, não sabia como abordar grupos de raids pessoalmente e tinha vergonha.

28. Hoje em dia sinto-me mais livre e fiz amigos graças ao jogo.

29. nada mudou

30. Caminho mais pela cidade, tenho um hobby partilhado com o meu companheiro e conheço locais e pessoas novas.

31. começou a distrair me mais, mas a juntar mais o meu grupo da escola, a minha vida social aumentou um bocadinho, mas à coisas que talvez nao aproveite tanto porque estou a jogar e não a aproveitar o momento

32. Em Braga fiz bom amigos por causa do jogo, amigos com os quais falo todos os dias e com os quais me encontro sempre que vou a Braga (mesmo se forem apenas 2 dias)

33. Conheci melhor a cidade

34. conheci pessoas de Braga que dificilmente conheceria de outra forma, dada a diferença de idades, estratos sociais, interesses, etc

35. Passeio mais com amigos pela cidade, através dos locais estratégicos do jogo

36. Vou mais vezes até à cidade Braga.

37. Sair mais vezes

38. nenhuma

39. Todos os dias sair de casa para realizar pelo menos 1 raid

40. Quase zero, eu já ia a pé para todo o lado, agora apenas jogo enquanto ando de um sitio para outro

41. Frequento mais Braga

42. Melhorou

43. Faz me andar mais a pé, sair de casa , etc
44. Comecei a passear mais pela cidade e a frequentar o centro e parques quando antes pouco mais me limitava a rotina casa-trabalho-casa.
45. Fantástico
46. Agora caminho muito mais
47. Sem dúvida que por causa do pokémon saio mais de casa e passo mais tempo com os meus amigos
48. Noto que quando passeio, a pé, estou menos atenta ao que me rodeia e mais ao jogo. Embora tenha passado a conhecer mais pontos de interesse e a história subjacente, vou focada no telemóvel e "vejo" e "vivo" menos a cidade
49. Comecei a passear mais pela cidade.
50. Conheci mais a cidade e novas pessoas
51. Fiz alguns bons amigos
52. Conheci novas pessoas e fiz amigos e inclusive o meu namorado. Em relação à rotina, ter de andar a pé até ao centro de casa e regressar, porque para estacionar é caro e os condutores não respeitam as regras do trânsito. Cidade bonita, mas grande amplitude térmica, calor extremo no verão e frio extremo no inverno, não há condições para se jogar com essas temperaturas.
53. Braga: Melhor conhecimento da cidade que nos rodeia, vida social: interação com um grande grupo de pessoas (diferentes estratos sociais, diferentes idades, diferentes objetivos e perspectivas de vida), rotina: obriga a caminhar um pouco todos os dias

Anexo O. Trajetos

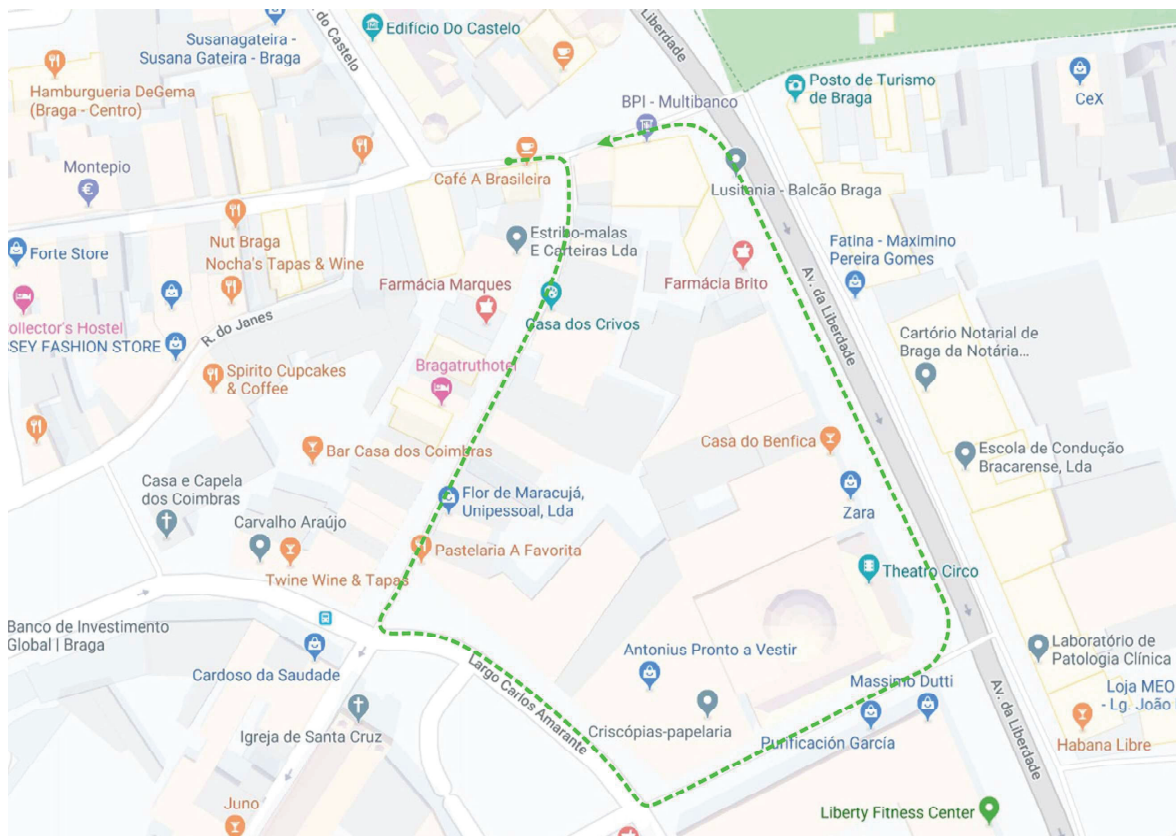


Figura 5. Trajeto "Praça da Liberdade"

Pontos de Interesse do Trajeto “Praça da Liberdade”: A Brasileira Braga, Anjo Sentado, Faz, Casa dos Crivos, Igreja de Santa Cruz, Shopping Santa Cruz, Igreja de São Marcos, Brasão, Capela São Bentinho, Musas do Teatro Circo, Antigo Posto CTT, Centenário da República, Teatro Circo, Farmácia Brito.

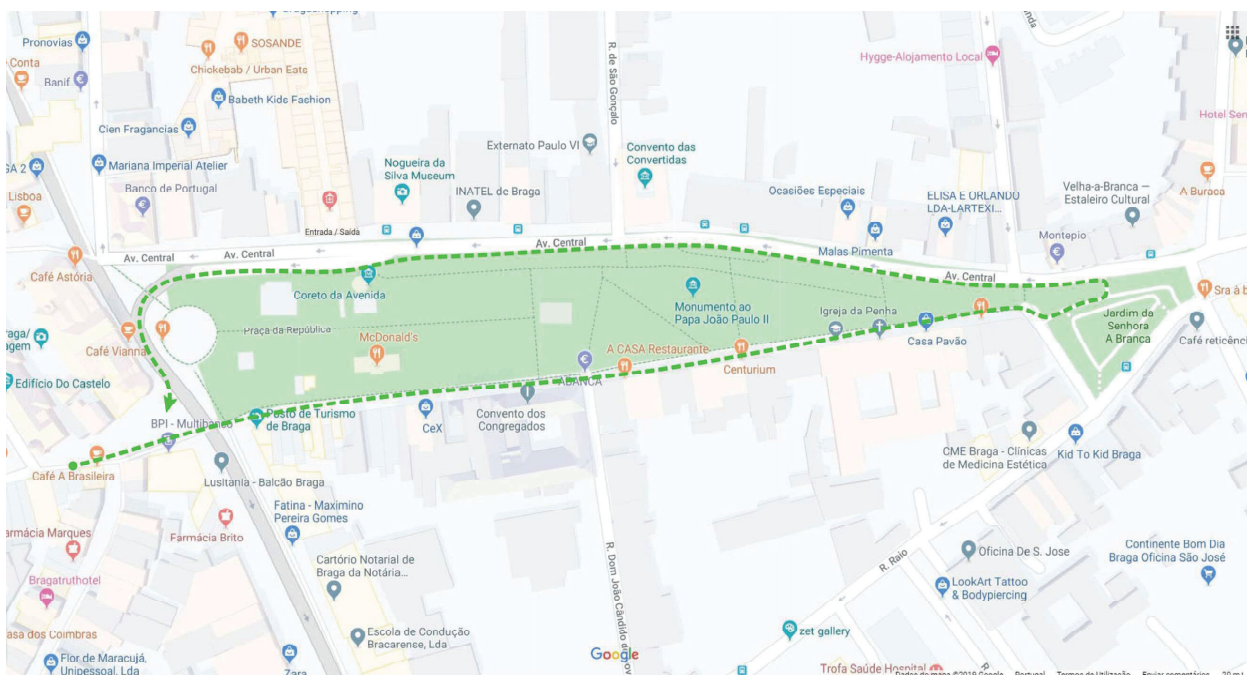


Figura 6. Trajeto "Sra. Branca"

Pontos de Interesse do Trajeto “Sra. Branca”: A Brasileira Braga, Anjo Sentado, Faz, Farmácia Brito, Depósito de Água Medieval (GYM), Igreja dos Congregados, Universidade do Minho Braga, Memorial a João Paulo II, Homenagem aos Mortos da Grande Guerra, Igreja da Penha (GYM), Homenagem a Elísio, Pequeno Lago, Jardim Senhora Branca, Busto de Alberto Cruz, Casa de Brasão na Senhora a Branca, Casa no Largo da Senhora a Branca, Igreja da Senhora Branca (GYM), Fonte da Rua da Restauração, Oratório da rua da Restauração, Convento das Convertidas, Musa das três virtudes, Museu Nogueira da Silva, Rapariga deitada, Maria Ondina Braga (GYM), Chafariz da Praça da República (GYM), Igreja da Lapa (GYM), Igreja das terceiras



Figura 7. Trajeto "Jardim de Santa Bárbara"

Pontos de Interesse do Trajeto “Jardim de Santa Bárbara”: A Brasileira Braga, Anjo Sentado, Faz, Igreja das terceiras, Fonte do Dragonete, Santa Bárbara Garden Arcada do Paço Arquiepiscopal Bracarense, Rochedos (GYM), Steel Sculptura, GNRation (GYM), Homenagem José Francisco Conde, Castelo, Biblioteca Pública de Braga, Brasão da Fachada Sul, Fonte do Pelicano, Câmara Municipal, Sé de Braga, Sé de Braga (GYM), Cruzeiro da Sé de Braga, Sé Catedral de Braga, Chafariz dos Castelos, Edifício das Loiças (GYM), Arcada

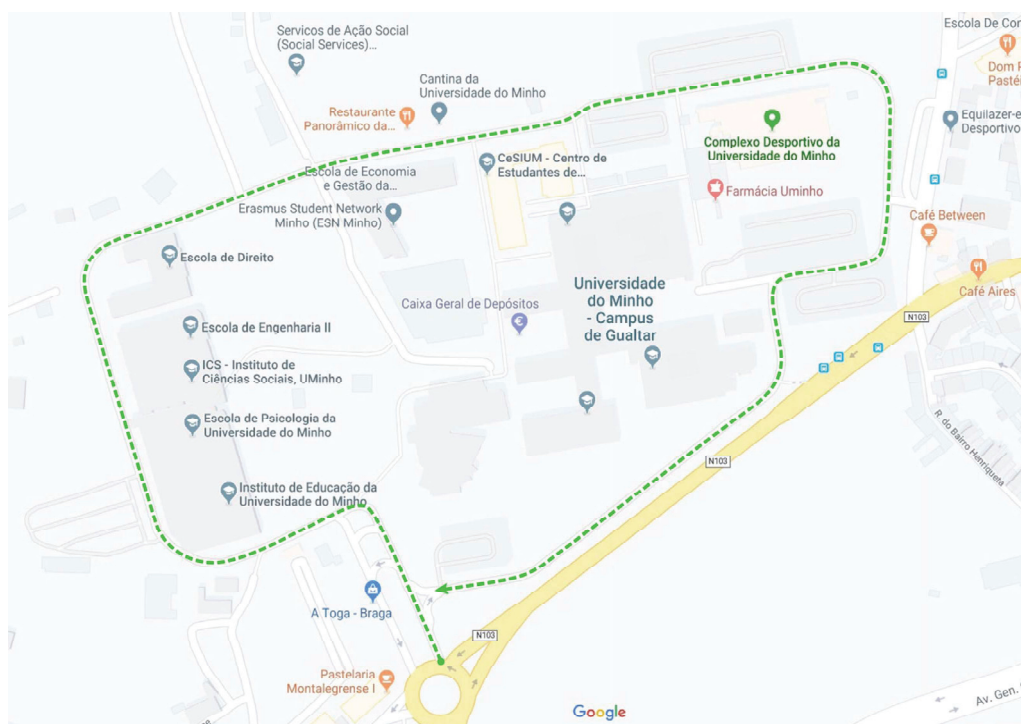


Figura 8. Trajeto “Universidade do Minho Campus Gualtar”

Pontos de Interesse do Trajeto “Universidade do Minho Campus Gualtar”: Marco Vias Augustas – XVII, Via Romada, Entrada da Universidade do Minho (GYM), Grupo Desportivo dos Peões, Instituto de Educação, Instituto de Ciências Sociais, Tributo à Escola de Engenharia, Tributo to XVIII Century Roman Archeduct, Escola de Direito, Bio Sudentability Institute, Tributo à Inauguração da Cantina, Cyclop, Tributo à Inauguração da Escola de Economia e Gestão, Exterior Amphitheatre, Auditorium CP3, Tribute to CP3, Colunas das 3 (GYM), Prometeu (GYM), Instituto Confúcio – Universidade do Minho, Icarus, Tribute to Computer Science, Tribute to the Inauguration of the ENG School, Cantina da UM, Escalada – UM (GYM), Pavilhão Desportivo Universitário, Campo de Vôlei da Universidade, School of Science Exterior Auditorium



Figura 9. Trajeto "Parque São João da Ponte"

Pontos de Interesse do Trajeto “Parque São João da Ponte”: Mão, A Rapariga (GYM), Anjo de guarda, Arcadas, Capela São João (GYM), Statue with a Police Banner (GYM), Cross in a Circle, Crown, Maidam Heroes Memorial, Chafariz, Pórtico Olímpico, Arcada (GYM), SCB Old Soccer Stadium, Piscina Municipal da Ponte São João, Rotary Internacional, Cross in the Garden, Chafariz, Weird Lion Graffiti, IPCA Braga, Centro de Feiras e Congressos de Braga.

Anexo P. Entrevistas

Entrevistador: Em que altura você começou a jogar Pokemon GO?

A : Eu comecei a jogar logo quando o jogo apareceu, em julho de 2016. Para ser sincero, nem me lembro muito de ter jogado aquilo. Fiz as primeiras etapas, o tutorial e um pouco mais. Joguei aquilo durante uma semana. Cheguei apenas ao nível 8. Aquilo era o jogo muito simples na altura, apanhava os pokemon e pouco mais fazias. Nem se quer cheguei a colocar pokemon em ginásios, acho eu. Eu nem se quer cheguei a descobrir o que era um ginásio na altura. Eu via que efetivamente aparecia lá umas mensagens sobre ginásio e tudo mais, mas nem se quer tive curiosidade porque o jogo estava sempre a ir abaixo. Na altura não era viável jogar aquilo. Depois recomecei em novembro de 2018. Nem me lembro ao certo, mas acho que havia recomeçado a ver a primeira temporada da série e acabei me lembrando do jogo; eu tenho a primeira temporada toda no computador, tenho os vídeos todos. Lembrei-me do jogo porque pensei que as pessoas já haviam deixado de jogar aquilo; nunca mais havia ouvido falar do jogo. Enfim, acabei voltando a jogar, conhecendo as coisas e voltei a achar piada no jogo.

B: Eu comecei a jogar mal o jogo foi lançado, mas não levei tão a sério e acabei parando. O jogo para mim ficou mais sério quando retornei em outubro do ano passado.

C: foi no verão de 2018. Quando o jogo foi lançado eu também joguei, mas acabei me fartando pois não havia muita coisa para se fazer. Meu tio João também me incentivou bastante, já que ele estava jogando.

Entrevistador: Já havia contacto com a mitologia de Pokemon? Através de quais produtos?

A: Nós cá em Portugal na minha geração principalmente, que foi a geração do final de 90, tínhamos nos Chipicao e Bollycao e produtos da Matutano tazos do Pokemon. Tivemos três ou

quatro séries diferentes de tazos. Tínhamos também, ao sábado de manhã na SIC um episódio de Pokemon; eu levantava-me as 6:00 da manhã de todos os sábados para assistir e depois voltava para cama. Jogos não cheguei a jogar tanto, pois não tinha a cassete. O meu primo por outro lado tinha todos os jogos Pokemon e ele me emprestava.

B: Sim, com bonecos, joguinhos e por aí à fora

C: Eu tenho um DvD com os primeiros episódios da série e já o vi tantas vezes que até decorei as falas. Na minha altura já não dava na televisão.

Entrevistador: No que cabe a sua rotina de jogo, qual é a frequência em que acede à aplicação e quanto tempo costuma jogar?

A: Eu sempre que jogo alguma coisa normalmente me dedico bastante e me esforço. Por isso, sempre que tenho um espaço aproveito para abrir a aplicação. A nível geral, sempre que quando saio de casa costumo ligar. Obviamente, depende dos dias, da inspiração, pois alguns dias estamos mais cansados. Contudo, me considero bastante ativo.

B: Eu jogo praticamente o dia todo. Confiro a aplicação sempre que posso.

C: Eu entro todos os dias. Às vezes canso e dou uma pausa, mas acabo voltando a jogar.

Entrevistador: Quando normalmente joga? Há alguma situação específica ou momento para o tal?

A: Quando saio para jogar costumo ficar entre uma e duas horas na aplicação. Tento fazer caminhadas para abrir ovos e apanhar os pokemon na rua. Gosto de jogar enquanto passeio minha cadela. Às vezes também saio sozinho.

B: No trabalho, por exemplo, em minhas pausas monitoro meus passos no Adventure Sync e troco pokémon com alguns colegas que também jogam. Quando vou andar com meu cão vou até a beira da minha casa, onde tem o parque infantil com duas pokéstops, e volto para a casa; isso é praticamente todo dia. Tem alturas que pego ele e levo-o para fazer raids, pois perto de casa há três ginásios. Mas imaginando que eu tenha uma manhã livre e que não me apetece estar em casa, eu levo a minha namorada ao trabalho e ao vir vou até o Parque da Ponte. E passo a manhã jogando. Passo uma manhã bem passada; em média de três horas a três horas e meia jogando.

C: Jogo mais no caminho da escola pois tem dois ginásios. Então sempre que estou no autocarro ligo o jogo. Fora isso em Community Days ou quando meu irmão pode me levar para jogar.

Entrevistador: Prefere jogar sozinho ou acompanhado?

A: Eu não me importo de jogar sozinho. É uma forma de...é tipo um escape. Quando vais até o Parque da Ponte...é muito tranquilo aquilo...tens os passarinhos...eu gosto do sossego também. Assim consegues fazer os percursos que tu queres, consegues jogar ao ritmo que tu queres...descansas um bocado a cabeça...faz parte pois a minha vida é rodeada de pessoas e às vezes jogo mesmo como uma forma de escape. Quando é para ir fazer raids é certo que combina-se sempre com o pessoal, mas quando vejo que tenho aquele espaço de tempo e não me apetece combinar nada não me importo, sinceramente, de jogar sozinho. Normalmente jogo acompanhado, com amigos e família, mas há certas alturas que jogo sozinho e não me importo.

B: Com alguém, como é óvio. Assim se aproveita para fazer raids e também socializa-se com pessoas. Mas jogo a maioria das vezes sozinho. Gostaria de jogar mais vezes acompanhado, mas nem sempre se tem oportunidade.

C: Com alguém é sempre mais divertido. Tem sempre aquela competição para ver quem pega um shiny ou algo assim.

Entrevistador: Em quais situações joga com outros usuário?

A: Com outras pessoas o obrigatório é em raids. Normalmente se tiver a oportunidade combino. Por exemplo: já tenho falado mais com um colega de trabalho, inclusive, tenho me dado bastante bem com ele agora. Fui fazer uma ou outra raid com ele; ele mora bem perto de mim. Nos Community Days já é uma coisa diferente, é uma coisa que convém estar com mais pessoas porque é algo mais social, mais competitivo até...uma coisa que não acontece todos os dias. Nestes dias costumo levar os meus irmãos e marcar de encontrar amigos. Normalmente, em raids e eventos em particular jogo com mais pessoas.

B: Para fazer raids ou mesmo para socializar.

C: Em Community Days ou quando vou até à avenida ou o Parque da Ponte com meu irmão. Às vezes aparecem algumas outras pessoas que já conheço

Entrevistador: Você conheceu pessoas através do jogo?

A: O caso mais concreto foi o do Luís, um colega de trabalho. Eu não tenho muita intimidade com ele, mas no jogo ele já me passa mensagens para fazer raids. Há relações que eu até melhorei, pessoas que eu já conhecia. Com meu tio, por exemplo, eu não tinha grande convivência. Sempre foi uma pessoa que eu sempre me dei bem, mas não tinha a convivência que eu tenho com ele agora; nem a frequência com que convivo agora com ele e com a minha tia e a família dele. Pessoas em concreto que eu conheci, que eu comecei a falar a partir do jogo acho que não há tantas, pois não sou assim de puxar conversa. Tem pessoas que conheço de vista e depois que já estou no jogo e quando vamos fazer as raids pelo Slack combinamos muitas vezes. Depois tu até vais conhecendo as pessoas em concreto e acaba gostando de fazer as raids, ajudando até quando não dá muito jeito de ir.

B: Conheci, e pessoas legais.

C: Conheci os amigos do meu irmão. Inclusive, me colocaram em um grupo no Facebook Messenger e lá costumamos conversar sobre o jogo e marcar as coisas.

Entrevistador: Usa mais de um telemóvel ou contas enquanto joga?

A: Eu desde que comprei meu telemóvel mais recente sempre que é necessário jogo com duas contas no mesmo telemóvel. Eu tenho a conta do meu irmão que já é quase a minha segunda conta e sempre que é realmente necessário. Quando vou fazer uma raid ou conquistar ginásios, sempre uso as duas contas. Nunca ando com mais de um telemóvel, mas desde que tenho esta oportunidade de fazer login com as duas contas costumo o fazer bastantes vezes.

B: Já usei mais, mas agora uso apenas um. Acho que jogar com dois telemóveis cansa muito e perde-se muito a eficiência jogando nos dois.

C: Já usei, mas hoje em dia foco-me mais na minha primeira conta. O que faço mais na segunda conta é mandar gifts e interagir com outros jogadores.

Entrevistador: Usa algum acessório para melhorar a experiência de jogo?

A: Até o momento não. Ainda não enveredei por este caminho. Meu tipo por exemplo, é certo e sabido, que ele adora jogar. Pokemon GO para ele já se tornou um hobby, já faz parte de seu quotidiano e ele por isso, também, como qualquer outra pessoa que tem um hobby, gasta dinheiro. Eu não gosto muito de investir porque nos jogos sempre fui uma pessoa que perde rápido o interesse. Realmente passo muito tempo do meu dia jogando Pokemon GO e admito que talvez fosse proveitoso comprar as pulseiras, mas acho que esses acessórios tiram um bocado do desafio do jogo.

B: Uso powerbanks. Pokemon é uma das aplicações que gasta mais bateria. Às vezes ando com mais de uma powerbank, principalmente se eu for jogar com dois telemóveis. Recentemente comprei a pulseira Gotcha. Dá muito jeito, pois nem sempre posso pegar no telemóvel.

C: Uso Powerbank porque a bateria do meu telemóvel é muito fraca. Não uso pulseiras porque acho que elas tiram um bocado da experiência do jogo.

Entrevistador: Onde costuma jogar? Tem algum lugar mais habitual?

A: Normalmente os locais próximos da minha casa. Tentar criar percursos próximos a minha casa para que eu possa jogar ao sair de casa e ao voltar também; pelo menos eu crio sempre esse tipo de estratégia. Depois, em dias mais especiais, como eu já havia dito, o Parque da Ponte é um bom lugar para jogar. Às vezes estaciono o carro à beira da Sé e vou pelos “Rochedos”, pela zona do jardim de Santa Bárbara. A Avenida da Liberdade para mim é a zona principal de jogo. Embora more lá ao lado, a zona da UM não costumo frequentar muito; com exceção de quando vou fazer raids. Há muitos ginásios lá, mas eu sou um jogador mais focado em pegar pokemon e caminhar. Basicamente costumo frequentar mais a avenida e o Parque da Ponte pois são as zonas com mais pokestops. Quando não tenho muito tempo fico apenas à beira de casa.

B: Costumo jogar em Amares, onde vivo, e em Braga, onde trabalho. Quando vou para fora tento registrar os ginásios e apanhar pokemon para trocar. Em Amares costumo jogar no Largo da Feira, no Largo de Amares e na Câmara. Em Braga gosto de jogar na avenida.

C: Às vezes em casa, porque tenho ali uma pokestop. Fora isso na Avenida Central e no Parque da Ponte, pois lá tem muitos pokestops.

Entrevistador: Você usa algum meio de transporte para se locomover entre os objetivos do jogo ou até os locais em que sinalizou como os mais corriqueiros de jogo?

A: Normalmente ou ando à pé ou ando de carro. Posso andar à boleia com outras pessoas, mas muito raramente, pois não conheci assim tantas pessoas no jogo. Há quem conheça, quem faça grupos de carro para passar o dia fazendo ginásios, fazendo raids. Há muitas pessoas que criam esquemas e quando há aqueles eventos de raids em horários específicos entram num carro e

tentam fazer o máximo de raids possíveis. Eu não, tudo que é sítio para ir em raid normalmente foi de carro; tirando aquelas na periferia de minha casa. Tirando o Parque da Ponte, vou de carro e estaciono por lá. Todo o resto faço a pé e tento evitar ao máximo andar de carro.

B: Quando saio do trabalho, por exemplo, como já conheço o região e a localização das pokestops, jogo enquanto conduzo. Mas geralmente vou de carro até os locais das Raids. Fora isso faço tudo caminhando.

C: Vou com meu irmão de carro. Já fui de autocarro até a avenida para jogar mas é bem raro.

Entrevistador: Você costuma participar dos eventos e ocasiões especiais do jogo?

A: Quando tenho disponibilidade realmente aproveito, porque não acho que nem todos os eventos costumam ser tão proveitosos como deveriam ser. E é nessas alturas que a Pokemon GO Plus e a GO-TCHA são proveitosas. Eu tenho o hábito de quando tempos esses eventos costumo ir ao Parque da Ponte no meu tempo livre.

B: Mais em Community Days e eventos especiais. Costumo me dedicar mais ao jogo nos períodos de eventos.

C: Costumo, meu irmão costuma me levar para jogar nos lugares mais habituais.

Entrevistador: Existe algum lugar em Braga que você não costumava ir com muita frequência mas que depois de começar a jogar se tornou um destino mais corriqueiro?

A: O Parque da Ponte, por exemplo. Eu nunca havia ido até o Parque da Ponte. Descobri o parque numa ocasião em que procurava um local para estacionar e ir resolver algumas coisas. Quando abri o jogo lá vi que era riquíssimo e que era um bom lugar para jogar.

B: Na Câmara de Amares eu apenas resolver problemas e agora estou lá quase todos os dias para jogar. Quando passeava a cadela geralmente ia apenas até Amares agora vou também a Cais pois lá tem dois ginásios. Aqui em Braga passei a frequentar mais a Sé, um local que nunca me chamou muita atenção pois moro longe.

C: O Jardim de Santa Bárbara por exemplo, eu já havia ido lá algumas poucas vezes com a minha mãe para tirar fotos. Agora costumo ir muito mais e também passei a ver aquilo e achar muito bonito.

Entrevistador: Você conheceu novos lugares na cidade através do jogo?

A: Imensos, não consigo contar a quantidade de lugares.

B: Muitas vezes tive que usar o GPS porque não sabia onde era o local e agora sei chegar facilmente por conta de já lá ter ido jogar. Eu não sabia onde eram as raids e agora já sei onde ficam as coisas.

C: Eu não conhecia nada da cidade. Depois que passei a jogar com meu irmão é que comecei a conhecer a cidade. Nunca tinha visto o Parque da Ponte, nem se quer ouvido falar, e hoje em dia conheço aquilo bem.

Entrevistador: Há alguma região da cidade que você visitou por conta do jogo e que sem ele provavelmente não o faria?

A: A nossa cidade não é assim tão grande e o Slack tem mais notificações para o centro da cidade. Tu nunca tens assim raids muito longe do centro da cidade. O perímetro máximo que percebi de anúncios de raid na comunidade foi até Real e a UM e essas regiões eu já conhecia bem. Há sempre alguma rua que você não conheça, mas com a ajuda do GPS é fácil se localizar.

B: Muitas vezes tive que usar o GPS porque não sabia onde era o local e agora sei chegar facilmente por conta de já lá ter ido jogar. Eu não sabia onde eram as raids e agora já sei onde ficam as coisas.

C: O Parque da Ponte, provavelmente.

Entrevistador: Havia algum elemento da cidade passavam despercebidos antes do jogo?

A: No Parque da Ponte tem a estátua da rapariga, que eu nunca tinha visto. Na zona da UM tem o Prometeu. As alminhas eu até vou decorando os nomes delas todas...são tantas alminhas. Tem o busto do Padre Domingos que é o único pokestop que eu consigo apanhar da minha casa e que eu nunca havia percebido e, depois de ler a sua descrição vi que, por coincidência o busto era uma homenagem a um padre com o mesmo nome do meu irmão. Tem também as igrejas no centro da avenida, que eu não sabia qual era qual e que agora já se vai sabendo. A estátua do Dom Pedro V eu não fazia a menor ideia de onde ficava e era bem perto. Vai se descobrindo muita coisa mesmo.

B: Muitos, não consigo citar assim de nome. O que me vem primeira à cabeça é a Estátua da Rapariga

C: O Busto do Padre Domingos que é a pokestop ao lado da minha casa. Nunca tinha parado para observar aquilo e quando comecei a jogar, sempre quando voltava da escola parava para ler aquilo. Tem um ginásio à beira da minha casa que eu comecei a ir à pé porque é o único ginásio próximo. Passei a reparar nas coisas por perto desse ginásio, principalmente na igreja que fica ali por perto. O Mosteiro de Tibães, eu só tinha ido uma vez numa visita da escola mas não me chamou muito atenção. Nunca tinha parado para ver mesmo aquilo e agora sempre que vou lá para caçar pokemon fico mais atenta. E na cidade mesmo também tem muitos monumentos que hoje em dia eu sei o nome porque eles estão no Pokemon GO.

Entrevistador: O jogo te ajudou de alguma forma a conhecer melhor o espaço da cidade e situar-se geograficamente nela?

A: Muito melhor. Eu faço majoritariamente os percursos a pé e tu fazendo os percursos dessa forma absorves muito mais informações, pois quando estas a conduzir precisa estar atento a um outro conjunto de fatores e acabas por se abster do ambiente que te rodeia. Quando estás a pé, mesmo atento ao telemóvel, vai sempre absorvendo e acaba por invariavelmente conhecendo muito melhor a cidade. Agora posso dizer que conheço o centro da cidade de “trás frente” e admito que ainda não conhecia assim tão bem, pois nunca fui muito de frequentar a região central da cidade.

B: Sim, conheço. Ruas, sítios, monumentos. Eu conhecia pouco e agora conheço bem mais. Já conheço até atalhos de estrada, monumentos, muita coisa mesmo.

C: Sim, haviam sítios que eu já havia ouvido falar mas nunca tinha ido propriamente. O Café a Brasileira, por exemplo, eu nunca tinha entrado lá. Como vou ao centro jogar acabei conhecendo o local.

Entrevistador: Você acha que o jogo contribui de alguma forma para que os usuários aprendam e se interessem mais sobre a cidade?

A: Acho que os jogadores não jogam com o intuito de aprender mais sobre a cidade, mas acho que acabam por. Na minha opinião as pessoas aprendem mais porque é uma coisa inerente ao jogo, pois é preciso conhecer a localização e o nome das coisas. Se calhar é um dos propósitos do jogo mas não acho que esta seja uma razão para que as pessoas se interessem pelo jogo

B: Sim, porque nos ginásios e pokestops tem a descrição e o nome do sítio. Se alguém me disser para ter até algum lugar e ele estiver registrado no jogo eu saberei como chegar. Dessa forma fica mais fácil de descobrir os sítios

C: Sim. Se interessar talvez não, mas acabam por aprender muito mais sobre a cidade. Para todos os efeitos, você pode não saber o nome de um certo monumento, mas através do jogo você acaba aprendendo mais sobre ele.