

UMA ANÁLISE DISCURSIVA DO JOGO POKÉMON GO: REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E COMPORTAMENTOS DOS JOGADORES¹

Francisca Cordelia Oliveira da Silva²

Luciana Fauber Lima Amâncio³

1. INTRODUÇÃO

Com o avanço dos séculos, é inegável que a tecnologia tornou-se parte quase indispensável ao cotidiano do homem moderno no século XXI, uma vez que contribui com suas facilidades para o dia a dia, seja no que diz respeito ao conhecimento de notícias, seja no auxílio do estudo e do trabalho, seja em momentos de lazer.

O uso de *smartphones* e de *tablets* trouxe ao indivíduo novas possibilidades de conhecimento e de entretenimento, uma vez que tais ferramentas tornaram-se de suma importância ao promoverem a possibilidade de interação social por meio de mensagens de texto em aplicativos, chamadas de vídeo e acesso às redes sociais, diminuindo assim o espaço físico entre seus utilizadores.

Logo, a habitual interação social face a face foi modificada ao ter contato com a tecnologia, pois tornou-se uma prática comum ocorrer uma interação no meio virtual. Tal interação tem sido cada vez mais comum e mais necessária do que a própria interação física, pois uma vez que as relações passaram a ser construídas por meio de uma tela, o contato direto vê-se cada vez mais dispensável.

Os aplicativos em *smartphones* e *tablets* tornaram-se comuns com o passar do tempo, sendo tais aplicativos desenvolvidos com maior velocidade e variedade, como um facilitador da rotina moderna. Da mesma maneira surgiram jogos que são criados de uma forma cada vez mais complexa e interativa, proporcionando maior entretenimento aos seus utilizadores.

Assim, tal tecnologia trouxe aos indivíduos uma nova realidade composta pelo meio virtual no qual os indivíduos têm a possibilidade de interação com esse meio. Logo, surgem dois conceitos importantes: realidade virtual e realidade aumentada.

¹ Este trabalho vincula-se ao Projeto de Pesquisa "Discursos, Ideologias, Identidades e Representações: práticas discursivas e sociais de exclusão" desenvolvido pela professora orientadora no período de 2014 a 2018.

² Professora Orientadora do Trabalho de Conclusão de Curso, realizado na disciplina Seminário de Português, cursada no 2.2016. Professora Adjunta II do Departamento de Linguística, Português e Línguas Clássicas do Instituto de Letras da Universidade de Brasília (cordelia.prof@gmail.com).

³ Graduanda em Letras – Língua Portuguesa e Respectiva Literatura da Universidade de Brasília (UnB) (lucianafauber.unb@gmail.com).

Considerando esse novo contexto interativo e virtual, neste artigo, pretendo analisar o aplicativo *Pokémon Go*, o qual se tornou febre mundial ao utilizar-se de uma tecnologia que abrange o uso do GPS e da câmera do celular, exigindo a locomoção do jogador pelo mundo real para que haja a interação com o jogo. Dessa forma, pensa-se em como a realidade tem se moldado para atender o indivíduo de hoje, pois o limite entre o real e o virtual possui uma linha cada vez mais tênue e que se manifesta de forma preocupante.

Por conta da repercussão do jogo em todo o mundo, me propus a analisá-lo a partir da linha da Análise do Discurso Crítica (ADC), tentando responder aos seguintes questionamentos: como se dá a representação social do jogador no aplicativo? Ocorre uma idealização da identidade do jogador no mundo virtual? O jogo tem contribuído para uma mudança nas interações sociais dos indivíduos? E também, como as empresas têm usado do jogo para aumentar seus lucros ao atrair especificamente jogadores de *Pokémon Go* para suas lojas e restaurantes?

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A língua, de acordo com Saussure, pode ser variável dependendo do modo como os participantes de uma interação social relacionam-se, sendo também relevantes os tipos de eventos sociais e as suas variáveis. Logo, surge a Teoria Social do Discurso com Fairclough, o qual relata três dimensões a se pensar na teoria: Texto, Prática Discursiva e Prática Social.

Assim, torna-se necessário apresentar conceitos pertencentes à Análise do Discurso Crítica (ADC).

2.1. O que é a Análise de Discurso Crítica - ADC

Fairclough (2001, p. 90), em seu livro *Discurso e mudança social*, propõe "[...] considerar o uso da linguagem como forma de prática social e não como atividade puramente individual ou reflexo de variáveis situacionais." . Logo, surge o conceito de *discurso* como uma ação, um meio pelo qual os indivíduos são capazes de agir sobre os outros e sobre o mundo, além de ser uma forma de representação e de significação do mundo.

Em conformidade com Fairclough, Emília Ribeiro (1998) traz que a ADC tem como objetivo analisar um texto de uma forma mais profunda, não lidando apenas com a leitura superficial de significados. Portanto, trata-se de um estudo que envolve texto, discurso e

práticas sociais de uma sociedade, envolvendo não só o produto de determinado meio, mas de vários.

Segundo Vieira, (2006, p. 30), a *Prática Social* englobaria a questão da ideologia ao lidar com sentidos, pressuposições e metáforas, além de que o discurso seria um momento das práticas sociais. Assim, tal prática contribui para a construção de 'identidades sociais', de 'sujeitos' e de 'posições de sujeito' em uma estrutura social, uma vez que há uma interação dialética entre o discurso e a estrutura social. O discurso também contribui para a construção das relações sociais entre indivíduos e de sistemas de conhecimento e crença, podendo representar uma sociedade e contribuir para sua transformação, pensa-se assim em uma construção dialética.

Sobre a constituição discursiva na sociedade, Fairclough (2001, p. 93) diz que “[...] a constituição discursiva da sociedade não emana de um livre jogo de ideias nas cabeças das pessoas, mas de uma prática social que está firmemente enraizada em estruturas sociais materiais, concretas, orientando-se para elas.”.

Consequentemente, as ideologias estão presentes em uma sociedade, as quais desenvolvem relações ligadas ao *poder*. Assim, é possível que um indivíduo ou determinado grupo tenha certas atitudes ou siga determinado movimento simplesmente pelo fato de estar em uma posição a qual os impede de perceber que seguem determinadas crenças e discursos de poder, uma vez que o discurso tem poder o suficiente para a construção de identidades.

Vieira (2006, p. 31), sobre a construção de identidades, diz que:

A reflexividade da vida social moderna, por sua vez, refere-se à revisão intensa, por parte dos atores sociais, da maioria dos aspectos da atividade social, à luz de novos conhecimentos gerados pelos sistemas especialistas. Devido à relação entre esses conhecimentos e o monitoramento reflexivo da ação, Chouliaraki e Fairclough (1999) sugerem que a reflexividade inerente à ação humana foi 'externalizada' na modernidade, ou seja, as informações de que os atores sociais se valem para a reflexividade vêm 'de fora'.

Dessa forma, imagina-se que as ideologias presentes no discurso de fato têm a capacidade de influenciar e atingir diretamente os indivíduos em um meio social. Por conta da globalização presente na sociedade moderna, o discurso presente nesse contexto não equivale somente ao texto escrito de fato, mas também às imagens e às diversas construções sociais impostas de forma sutil ou violenta ao homem.

2.2. O que é realidade virtual e aumentada

O homem do século XXI vê-se familiarizado com a tecnologia usual do cotidiano, de tal forma que não percebe como a tela do computador ou dos *smartphones* propõe uma realidade diferente, a qual é composta por *pixels*, por cores e que pode ser usada para fins de trabalho, de entretenimento, de saúde e de educação. É comum pensarmos no virtual como algo inexistente e que não pertence à nossa realidade, porém, Lévy (1996) traz outra explicação:

O virtual é como o complexo problemático, o nó de tendências ou de forças que acompanha uma situação, um acontecimento, um objeto ou uma entidade qualquer, e que chama um processo de resolução: a atualização. (1996, p. 16)

É um conceito complexo ao levarmos em conta a questão da semântica da palavra real e da palavra realidade, todavia, torna-se algo relativamente mais fácil ao pensarmos que diversos fenômenos que ocorrem no dia a dia estão em algum lugar. Lévy utiliza-se do exemplo de uma ligação telefônica: onde se dá essa realidade onde a voz é produzida? De igual forma, podemos pensar em diferentes realidades para o computador, o celular, as transmissões de rádio etc.

Rodrigues e Porto (2013) trazem que "Pimentel (1995) afirma que a Realidade Virtual (RV) é o uso de alta tecnologia para convencer o usuário de que ele se encontra em outra realidade, provocando o seu envolvimento por completo."

Mesmo sendo uma obra de 1995, hoje é possível vermos esse "envolvimento completo" em qualquer lugar em que haja uma pessoa com uma tecnologia a sua disposição, pois não distinguimos mais uma realidade virtual da realidade de um lugar sem meios tecnológicos, por exemplo. A tecnologia cumpriu com excelência seu papel ao envolver o usuário com os meios atrativos que ela oferece, pois chegamos em um momento em que a ausência de tecnologia ou de uma rede social significa uma não existência.

Rodrigues e Porto ainda propõem que:

A RV é um 'espelho' da realidade física, na qual o indivíduo existe em três dimensões, tem a sensação do tempo real e a capacidade de interagir com o mundo ao seu redor. Os equipamentos de RV simulam essas condições, chegando ao ponto em que o usuário pode 'tocar' os objetos de um mundo virtual e fazer com que eles respondam, ou mudem, de acordo com suas ações (VON SCHWEBER, 1995). (RODRIGUES e PORTO, 2013)

O tridimensional sugere uma interação cada vez maior entre a RV e o usuário, principalmente quando envolve alguns sentidos: tato, audição, visão. A carga de

"realidade" possivelmente é atribuída aos meios tecnológicos por conta da sensação de tempo real e da interação proporcionada, pois é possível pensar que uma chamada de vídeo com alguém do outro lado do globo é tão real quanto um jogo em um aplicativo que interage com objetos e mapas.

A Realidade Aumentada (RA) seria outra tecnologia com os mesmos princípios, mas com um grau de interação maior. A RV e a RA diferem-se uma vez que segundo Campos, tratam-se de tecnologias análogas:

Uma vez que esta projeta objetos virtuais no meio físico, por exemplo: pôde-se projetar um vaso com flores em uma mesa real, em um ambiente físico [...] possível graças às melhorias dos sistemas computacionais que permitem a execução de objetos mais tangíveis e naturais [...] priorizando mais os equipamentos com um custo benefício mais acessível. [...] é imprescindível que haja uma webcam [...] as imagens que serão vistas no monitor são a junção do mundo real com um objeto virtual.(CAMPOS, 2010)

Tal tecnologia tem encontrado espaço por conta da grande acessibilidade a dispositivos eletrônicos que possuem câmeras e capacidade para operar algum programa que utilize a Realidade Aumentada. Os usos podem se estender da medicina ao ensino em escolas, em treinamentos e também como forma de entretenimento.

Assim, ambas as tecnologias podem ser usadas para objetos individuais ou coletivos, mas a vantagem da RA está no fato de que ao contrário da RV, seu uso pode ocorrer em locais abertos. (Campos, 2010)

Concluída essa apresentação dos conceitos de Realidade Virtual e de Realidade Aumentada, passamos ao conceito de Representação Social e, para tanto, iniciamos com uma breve contextualização da Psicologia Social.

2.3. O que é Psicologia Social

A psicologia social é uma área de estudo da psicologia que tem como foco analisar as relações humanas e os comportamentos, além das influências sociais as quais o indivíduo é submetido. É comum pensarmos que nossas ações são independentes de qualquer sistema, meio ou pessoas, porém o ser humano é um ser naturalmente sociável, o qual anseia por construir relacionamentos e por aceitação.

Consequentemente, o meio social exerce influência sobre o homem, pois equivale a pensar em atitudes, ideologias e papéis que influenciam as pessoas que compõem um meio social de diversas maneiras. Segundo Myers (2010, p. 21), "[...] 'As pessoas são, acima de tudo, maleáveis'. Em outras palavras, nos adaptamos ao nosso contexto social. *Nossas atitudes e comportamento são moldados por forças sociais externas.*".

A psicologia social propõe uma visão crítica, envolvendo comportamentos, atitudes e pensamentos que, muitas vezes, são tidos como normais e comuns, mas em muitos momentos suas motivações passam despercebidas por nós mesmos. Assim, é um estudo crítico que tem como objeto os seres humanos, suas relações e interferências em determinada sociedade.

Myers (2010, p. 21) propõe que além das *forças externas*, as quais seriam os poderes de influência exteriores, podemos pensar em *forças internas* que envolvem opiniões individuais acerca de determinados temas que, por exemplo, nos fazem aderir ou não a determinado comportamento ou ideologia. Tais concepções levantam a questão sobre o que diz respeito à visão de mundo a qual as pessoas possuem, pois, uma vez que possuímos personalidades diferentes, temos pensamentos e atitudes que estão intimamente ligados com valores culturais e sobre como interpretamos o mundo de acordo com a bagagem de experiência que cada um leva.

Assim, pode-se inferir que esse conjunto de fatores coopera para a construção identitária de um indivíduo, pois há a latente necessidade de agradarmos o grupo social ao qual pertencemos, necessidade a qual muitas vezes damos ouvido. Dessa forma, é possível pensar a identidade em um conjunto de opiniões, ideologias e pensamentos, mas também em um conjunto de influências que interfere sobre outros indivíduos.

Surge então o conceito de *self*, o qual, segundo Myers (2010, p. 52 - 53) seria o senso de identidade, o qual tem a capacidade de organizar pensamentos, sentimentos e ações. Tal senso pode ser influenciado dependendo do papel social desempenhado, da cultura, do julgamento de outras pessoas sobre nós, das comparações que fazemos com outras pessoas etc. Além disso, somos capazes de construir *selves*, os quais seriam "imagens do que sonhamos ou tememos nos tornar no futuro".

A cada dia há uma pressão cada vez maior na sociedade capitalista, uma vez que se exige sucesso profissional, financeiro e social. Vivemos em uma *sociedade líquida*, a qual possui relações cada vez mais instáveis. Sobre a questão de construção de uma imagem, Myers traz o conceito de *autoapresentação*, o qual segundo o autor:

[...] refere-se a desejar apresentar uma imagem desejada tanto para uma plateia externa (outras pessoas) como para uma plateia interna (nós mesmos). Trabalhamos para gerenciar as impressões que causamos. Damos desculpas, justificamos ou nos desculpamos conforme o necessário [...]. A interação social é um equilíbrio cuidadoso de parecer bom sem parecer bom demais. (MYERS, 2010, p. 78)

Assim, é comum o ser humano constituir diversas imagens sociais dependendo do local em que esteja, em um contexto familiar, diante de amigos ou no trabalho. Percebe-se certa tendência para a necessidade de agradar a outras pessoas e a nós mesmos, não só com a aparência física, mas em quesitos psicológicos que envolvem atitudes, posições diante de fatores políticos ou históricos, opiniões acerca de temas atuais ou preferências e gostos.

Myers ainda propõe algo mais complexo acerca da *autoapresentação*, explanando acerca de como as pessoas têm vivido com esse conceito como um modo de vida:

Para algumas pessoas, a autoapresentação consciente é um modo de vida. Elas monitoram constantemente seu próprio comportamento e observam como os outros reagem, adaptando, então seu desempenho social para obter o efeito desejado. [...] elas são mais propensas a sustentar atitudes que realmente não possuem [...] o *self* que elas conhecem muitas vezes difere do *self* que elas mostram.. (MYERS, 2010, p. 79)

Dessa forma, entende-se que a psicologia social estuda justamente tais fenômenos que têm influenciado o comportamento das pessoas, trazendo à tona a necessidade de adaptação dependendo do meio social em que estamos, mas muitas vezes possuímos sem perceber. O autor, ainda sobre a psicologia social, diz que "A lição mais importante da psicologia social se refere à influência de nosso ambiente social. A qualquer momento, nosso estado interno e, portanto, o que dizemos e fazemos depende da situação, bem como do que levamos a ela" (MYERS, 2010, p. 101).

2.4. Representações Sociais

Segundo Sêga (2000), "[...] as representações sociais se apresentam como uma maneira de interpretar e pensar a realidade cotidiana, uma forma de conhecimento da atividade mental desenvolvida pelos indivíduos e pelos grupos para fixar suas posições em relação a situações".

Assim, podemos pensar as representações sociais realmente como representações de um meio em que o indivíduo vive, porém, ainda segundo Sêga, a representação não implica necessariamente na cópia de um real ou de um ideal, mas sim no que estabelece a relação entre as coisas e o mundo. Logo, pensa-se no que já foi dito no tópico anterior, sobre Psicologia Social, acerca das influências de um meio social nas atitudes humanas.

A representação liga-se com a questão da posição que os indivíduos ocupam na sociedade, levando em conta que é possível haver diferentes tipos de representações sociais, uma vez que há a questão da bagagem cultural, dos valores e das ideologias presentes em uma sociedade e que se expressam na identidade dos indivíduos.

Surge, então, a questão de como a sociedade contribui para tais construções, contribuição a qual pode ser ressaltada por Jovchelovitch, ao abordar que "[...] o social geralmente têm sido as condições concretas da vida, que envolvem desde relações sociais de produção até mecanismos institucionais de várias ordens". A autora ainda aborda que o discurso torna-se necessário em parceria com a ação, pois, uma vez que não somos pessoas idênticas, há uma identidade social que precisa ser construída e esses dois são responsáveis por essa construção. Tal identidade não é construída apenas a partir do individual, mas também de um coletivo, uma vez que "[...] uma comunidade [...] evidencia um 'nós' necessário para a constituição de cada ser humano, que atesta que vidas privadas não surgem a partir de dentro, mas a partir de fora, isto é, do público". (JOVCHELOVITCH, 2010, p. 70).

Ao continuarmos a pensar na construção do eu, as representações possuem papel fundamental, uma vez que são também responsáveis por essa construção. Trata-se então, segundo Jovchelovitch, de construções particulares da realidade social do indivíduo. A autora ainda pensa em "atores sociais", ao dizer que "[...] as representações sociais são uma estratégia desenvolvida por atores sociais para enfrentar a diversidade e a mobilidade de um mundo que, embora pertença a todos, transcende a cada um individualmente". (JOVCHELOVITCH, 2003, p. 81).

Assim, podemos ter uma visão ampla acerca da sociedade ao nosso redor e também das representações sociais presentes no cotidiano, as quais manifestam-se de formas variadas nos indivíduos de determinado meio.

2.5. O que é *pokémon go*

Pokémon Go é um jogo disponível para dispositivos eletrônicos, utilizado principalmente em *smartphones* e *tablets*. O jogo surgiu em 2016, foi lançado aos poucos ao redor do mundo e trouxe uma tecnologia inovadora ao ter a Realidade Aumentada e serviços de localização trabalhando juntos.

O aplicativo bateu o recorde de *downloads* em seu primeiro mês, segundo o *Guinness Book*. Foi apenas em julho de 2016 que o aplicativo foi oficialmente lançado – por mais que algumas pessoas no Brasil jogassem há mais tempo ao burlarem o sistema de GPS com outros programas.



A fama do jogo se espalhou devido aos pequenos "problemas" que surgiram, uma vez que os jogadores passaram por eventos desagradáveis, desde sofrer algum ferimento por andarem nas ruas olhando para as telas, serem vítimas de assaltos e até mesmo protagonistas de acidentes de carro. O jogo também trouxe dor de cabeça para as autoridades na Austrália, uma vez que um dos pontos de parada para coleta de itens ficava em uma delegacia – foi emitido um pedido para que os jogadores não fossem até lá, além de diversos avisos e recomendações de cuidado enquanto jogavam.

2.5.1. Como Funciona O Jogo

A interface e a jogabilidade são simples e é possível crianças jogarem, uma vez que a classificação indicativa na *Apple Store* é 9+. Ao fazer o *download* do jogo, é necessário um cadastro no qual é possível efetuar o *login* utilizando um *e-mail* do Google. O idioma do jogo é totalmente em inglês, porém isso não inviabiliza o jogador, uma vez que os textos são relativamente de fácil compreensão.

2.5.2. O avatar

Uma vez cadastrado no jogo, cada participante precisa criar, então, um avatar, o qual seria a forma como o jogador se representa na realidade do jogo. Curiosamente, não é possível ainda visualizar o avatar de outros jogadores, pois durante o jogo somente ele próprio vê a imagem do avatar que customizou. Trata-se de um jovem ou uma jovem vestido(a) tipicamente como um "treinador de *pokémons*", o qual se refere diretamente a franquia de desenhos e animações. Não há muita variedade de roupas, mas há os típicos traços: o boné, a mochila, as luvas etc.

Há como escolher diferentes tons de pele e de cabelos, os quais podem ser coloridos, dependendo do gosto do usuário. É um pouco complicado combinar roupas, mas as escolhas criam uma representação que pode se aproximar com o "eu" do mundo real ou ser a criação de um alter ego.

2.5.3. Os times: azul, vermelho e amarelo

No jogo há três opções de times: azul, vermelho e amarelo. Os times seriam para estimular a competitividade e a rivalidade entre os jogadores, pois inicialmente os times batalham entre si pela posse de Ginásios, talvez futuramente sejam adicionadas outras opções.

2.5.4. Os ginásios

Os Ginásios são lugares específicos de batalha – podem estar localizados em uma praça, em uma estação de metrô, no pátio de uma escola etc. Geralmente, são lugares que possuem – ou passaram a ter depois do jogo, um fluxo mais constante de pessoas por conta dos eventos de batalhas. Os jogadores se desafiam e os *pokémons* se enfrentam, os que tiverem maior nível ou estratégia geralmente saem vitoriosos.



Os Ginásios possuem a opção de níveis – quanto maior o nível, mais defensores há e mais difícil é outro time conquistá-lo, uma vez que é necessário ganhar de todos os defensores. Na imagem, o Ginásio possui nível 10 e é uma Igreja, o que significa que dez jogadores aparecerão com seus *pokémons* para serem desafiados. O desafiante deve, então, derrotar seus donos para obter a posse do lugar, além de que é possível ter mais de um desafiante ao mesmo tempo.

Quando ocorre a conquista de um Ginásio, ele inicialmente é pintado com a cor cinza, significando que é um Ginásio neutro. Somente quando o jogador adiciona seu *pokémon* é pintado com a cor do time do ganhador ou ganhadores, se forem do mesmo time. Porém, é possível que outra pessoa adicione o próprio *pokémon* ao Ginásio nesse momento em que está neutro, sem um dono. Perde-se então por rapidez e atenção na hora da reivindicação do Ginásio.

Se, por exemplo, dois jogadores do time amarelo batalham contra um Ginásio azul, se os desafiantes ganharem e reivindicarem o Ginásio que encontra-se na coloração cinza, o Ginásio torna-se deles e ganha a colocação amarela. Pode ocorrer também de um jogador do time azul, por exemplo, batalhar pela posse de um Ginásio que já é azul, a cor mantém-se e mudam somente os donos. Assim que um Ginásio é ocupado, torna-se possível ver o avatar dos donos do Ginásio *Pokémon* e seus respectivos *pokémons* ao lado.

Para poder batalhar, é necessário que o jogador esteja próximo do local, ou aparecerá a mensagem: "*This Gym is too far away.*"

2.5.5. Os níveis

Há um sistema de níveis no jogo, tanto para o avatar do jogador como para os *pokémons*. O jogador inicia sua jornada no nível 1 e com o ganho de experiência há a evolução. Obtém-se experiência capturando *pokémons*, encubando ovos, visitando *PokéStops*, percorrendo distâncias, ganhando batalhas etc. Todavia, quanto maior for o nível do avatar, mais difícil torna-se capturar *pokémons* – o que proporciona mais trabalho, gastos de itens e de horas de jogo durante as caçadas.



2.5.6. O sistema de GPS

O jogo utiliza um sistema de GPS, o qual tem acesso ao mapa do local em que o jogador se encontra. É possível ter a visão do avatar andando no mapa de acordo com a movimentação do jogador por ruas e parques que podem ser identificados de forma bem próxima da exatidão. Há um círculo ao redor do personagem que seria o raio de alcance tanto para *pokéstops* como para *pokémons*. Há uma área específica na tela que mostra os *pokémons* que estão próximos, mas só é possível ocorrer a captura quando o Pokémon entra na área de alcance do círculo, o mesmo acontece com as *pokéstops* – só podem ser utilizadas quando entram no alcance.



2.5.7. As pokéstops

Uma *PokeStop* pode ser definida como um lugar de parada em que o jogador ganha itens para que possa continuar a jogar. Um fator interessante foi que muitas *pokéstops* são lugares aleatórios – igrejas, monumentos, esculturas, pinturas de grafite em uma parede, uma placa, uma loja. Quando se encontra uma *pokéstop* e a seleciona, aparece uma foto real do lugar e o jogador deve "girá-la" para ser contemplado com itens, os quais podem ser *pokébolas* vermelhas, uma vez que os itens são consumidos quando utilizados. Na imagem a seguir, há um ginásio em azul escuro e uma *PokeStop* em azul claro. Ao lado do jogador, há dois *pokémons* disponíveis para captura.

No canto inferior direito, mostra-se os *pokémons* que estão por perto, e, no canto esquerdo, há as informações acerca do nível do personagem e do nome do avatar. O botão vermelho e branco (assemelha-se a uma *pokébola*) é o menu principal do jogo, o qual dá acesso ao inventário do jogador etc.

2.5.8. A loja e o inventário do jogo

Como a maioria dos jogos, há uma loja que utiliza dinheiro real, sendo possível comprar itens que facilitam e que contribuem no avanço do jogo. Cada jogador possui um espaço denominado inventário ou "mochila", no qual guarda itens e *pokémons* que capturou, podendo ocorrer de a mochila ficar lotada.

2.5.9. Os itens especiais de lure

Um dos itens que é possível adquirir no jogo são os chamados itens de *incenso*, são itens que têm como função atrair *pokémons* para determinada localidade, em muitos momentos são utilizados próximos de *pokéstops* e de lugares movimentados. É comum a prática por grupos de jogadores que saem para caçar *pokémons*, pois há a possibilidade de quando o item se esgotar outra pessoa ativar outro incenso.



2.5.10. As pokébolas e suas variedades

As *pokébolas* são os instrumentos utilizados para a captura dos *pokémons*. São bolas de variadas cores e níveis que são lançadas contra os *pokémons*. Geralmente, as bolas de níveis mais altos são utilizados em *pokémons* que possuem maior dificuldade de

captura, pois, quanto maior o nível tanto do jogador como do Pokemon a ser capturado, maiores as chances de fuga. Por isso, é importante adquirir *pokébol*as melhores do que as tradicionais vermelhas.

2.5.11. A interação social

O jogo trouxe um novo tipo de interação social aos jogadores. Durante as primeiras semanas do lançamento, era comum ver diversas pessoas e grupos de pessoas andando pelas ruas ou parados em uma *pokéstop*. Parques, *shoppings*, praças e outros locais tornaram-se mais frequentados pelos jogadores por conta do jogo, uma vez que, ao contrário dos habituais jogos de RPG *online*, Pokémon Go traz a necessidade da locomoção em espaço e tempo real.

2.5.1.2. As caçadas aos *pokémons*



A graça do jogo está justamente em capturar *pokémons* e em evoluir tanto o avatar como os *pokémons*, para isso torna-se necessário sair de casa de acordo com o sistema de GPS. À medida que o jogador se locomove, os *pokémons* próximos aparecem em um canto da tela e o jogador pode dar a sorte de cruzar com algum deles pelo caminho. Curiosamente, *pokémons* aquáticos são encontrados com maior facilidade perto de lagos ou similares.

Na figura ao lado, no canto superior direito, há a opção que ativa a Realidade Aumentada, que, quando ativada, mostra a câmera do celular e a imagem do *pokémon*. Alguns jogadores preferem mantê-la desativada, pois proporciona menos gasto de bateria e diminui as chances do aplicativo fechar sozinho.

2.5.13. Os ovos e as incubadoras

Os ovos são itens que ao serem chocados geram um *pokémon*. Para isso, o jogador tem na mochila espaço para uma incubadora inicialmente, tendo a possibilidade

de mais tarde expandir o espaço com itens da loja. Para um ovo ser incubado, o jogador deve andar uma quilometragem, por exemplo, cinco quilômetros. Os ovos que necessitam de uma maior quantidade de quilômetros geralmente geram *pokémons* melhores.

2.5.14. O que são os *pokémons* e como evoluir

Os *pokémons* são os monstros do jogo que são domesticados pelo treinador, no caso o jogador. São seres que possuem *status* de habilidades e que são classificados em terrestres, aéreos e aquáticos. A evolução se dá de duas maneiras: quando o jogador escolhe um *pokémon* para andar ao seu lado e a quantidade de quilômetros percorrida conta como experiência tanto para o jogador como para o Pokémon que o acompanha ou por quantidade de doces adquirida na captura de um mesmo tipo de Pokémon.

Os doces são gerados com a captura de *pokémons*, os quais podem ser trocados por uma quantidade *x* de doces. Por exemplo, para um *Krabby* evoluir são necessários, hipoteticamente, 450 doces. Logo, é necessário capturar outros *Krabby* e efetuar a troca pelos doces até que haja o suficiente para a evolução. Porém, dependendo do grau de evolução e do Pokémon, pede-se uma quantidade grande de doces, o que acarreta em o jogador ter de sair em mais buscas e capturar mais *pokémons*.

3. METODOLOGIA

Uma pesquisa quantitativa foi realizada com 116 pessoas por meio de um formulário *on-line* divulgado em redes sociais, no qual havia 32 perguntas para serem respondidas com informações acerca da realidade do jogo e do mundo real. O questionário deveria ser respondido por pessoas que jogam ou que já jogaram *Pokémon Go* e que saberiam responder as perguntas feitas.

A seguir, mostra-se o questionário utilizado e as respostas que podiam ser marcadas:

1. Você joga *Pokémon Go*? Se você tiver parado, marque "Não, eu parei" e responda a questão 1.1, por favor. *Sim* *Não, eu parei*

1.1 Por que você parou de jogar? Marque a alternativa que você se identificar – pode ser mais de uma. Quem respondeu "sim" na questão 1, não marque opção e passe para a próxima questão. (Múltiplas escolhas)

Porque estava me tomando muito tempo

Porque meus pais mandaram

Porque enjoiei

Porque acho que é só uma modinha

Porque eu não quis gastar com os itens do jogo
novidade

Porque não teve mais nenhuma

Nessa parte são informações sobre VOCÊ de verdade, ok? Mundo real.

2. Sexo: *MasculinoFeminino*
3. Idade: *(Resposta aberta)*
4. Qual é a cor da sua pele no mundo real? *Branca PretaAmarelaParda*
5. Qual é a cor do seu cabelo no mundo real? Ele é colorido?*PretoCastanhoLoiroRuivoBranco (Só vale se você NÃO tiver pintado de branco) Colorido*
6. Seu cabelo, no mundo real, é: *LisoOnduladoCacheadoCrespo*
7. Seus olhos, no mundo real, são:*Azuis CastanhosVerdesPretos*

Começaram as perguntas sobre o seu personagem no jogo, ok?

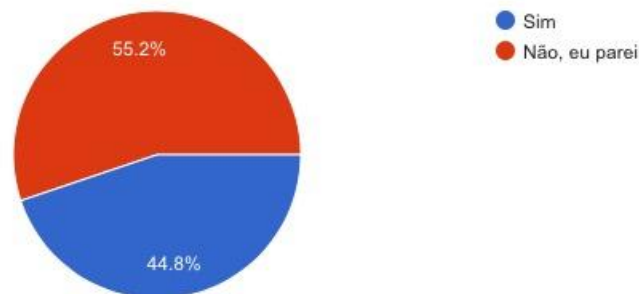
8. Qual o sexo do seu avatar em *Pokémon Go*? *MasculinoFeminino*
9. Qual é a cor do cabelo do seu avatar? É personalizado/colorido? *PretoCastanhoRuivoLoiroColorido/personalizado*
10. Qual é a cor dos olhos do avatar no jogo? *CastanhosAzuisVerdesPretosPersonalizados*
11. Qual é a cor predominante da roupa do avatar? *AzulVermelhoAmareloRosaLaranjaBrancoPreto*
12. Qual é a cor do seu time em *Pokémon Go*? *AzulVermelhoAmarelo*
13. Acha a Realidade Aumentada (o fato dos *pokémons* aparecerem na câmera do dispositivo eletrônico, você ter de andar pelos lugares com o GPS ligado) um atrativo? *Sim NãoNão, acho que é um jogo como qualquer outro.*
14. Você frequentaria lugares que tivessem algum item ativo que atraísse *pokémons*? (Logo, você teria de ficar naquele comércio, por exemplo, capturando os *pokémons* até o incenso acabar). *SimNão Isso não influencia no meu tipo de jogo.*
15. Você já foi em lugares não habituais simplesmente por serem uma *pokéstop* ou um ginásio? Supermercado, Hospital, delegacias, igrejas, *shoppings*, meio do mato no parque, estações de metrô, paradas de ônibus, esculturas ou pinturas em uma ponte ou em frente a um prédio/casa que você não more... *Sim Não*
16. Você já ficou jogando durante eventos ou situações que requeriam atenção? Aulas, palestras, durante o trabalho, no trânsito, atravessar ruas movimentadas etc. *Sim Não*
17. Depois de *Pokémon Go* você acha que você passou a ter uma interação social maior? (Levando em conta que é necessário locomover-se – sair de casa – para jogar e achar itens). *Sim Não Indiferente*
18. Você já saiu com amigos para caçar *pokémons* ou acumular itens? *Sim Não*
19. Você acha que o jogo o fez ter uma interação face a face com as pessoas? (Em um RPG *on-line*, por exemplo, a interação é por mensagens de texto ou por voz). *Sim Não Indiferente*
20. Você conheceu pessoas novas jogando *Pokémon Go*? (Tipo conhecer gente que joga também no meio da rua ou por causa de amigos em comum). *Sim Não Indiferente*

21. Em uma escala de a 1 a 10, você é uma pessoa que tem hábitos saudáveis? 1 – Nunca 5 – Mediano (mais ou menos) 10 – Fitness *1-10*
22. Acha que depois de *Pokémon Go* você se tornou uma pessoa relativamente saudável? (Levando em conta a quantidade de quilômetros andados para chocar ovos e aumentar níveis). *Sim Não Indiferente Eu já era saudável antes.*
23. Quantos quilômetros você acha que anda jogando *Pokémon* em um dia favorável? *Entre 1 e 2 quilômetros Entre 6 e 10 quilômetros Mais de 15 quilômetros Entre 3 e 5 quilômetros Entre 11 e 15 quilômetros*
24. Você está no mesmo time da maioria dos seus amigos? (Azul, vermelho ou amarelo). *Sim Não Indiferente*
25. Por que você joga *Pokémon Go*? *Gostei da proposta do jogo (Realidade Aumentada, por exemplo) Por curiosidade Por ser um jogo famoso Cresci assistindo Pokémon Influência da mídia (propagandas e cia.) Meus amigos estão jogando*
26. Se existisse a possibilidade de clãs [estilo RPG] (grupos de pessoas/amigos que se reúnem dentro de um jogo que muitas vezes têm os mesmos objetivos) você entraria em um? *Sim Não Indiferente*
27. Você já assistiu alguma das animações/desenhos de *Pokémon*? *Sim, ANTES de jogar Pokémon Não, nunca vi Sim, DEPOIS de jogar Pokémon Eu não sabia que existia algum desenho ou animação de Pokémon*
28. Você acha que o seu avatar em *Pokémon* representa você? *Sim Não Indiferente*
29. Você acha que o seu avatar em *Pokémon Go* representa você com FIDELIDADE? *Sim Não Mediano*
30. Você acha que o jogo o influencia a se parecer com o seu avatar no mundo real? *Sim Não Talvez*
31. Você acha que o avatar do jogo te representa, mesmo se tratando de um adolescente/jovem? Pode responder "sim" ou "não", mas eu adoraria alguma opinião sua ou algo que gostaria de acrescentar – tipo uma visão diferente. Muito obrigada por ter respondido a pesquisa. *(Resposta aberta)*

4. ANÁLISE DE DADOS

Assim, após a exposição da metodologia, seguem os dados obtidos com a pesquisa.

1. Você joga Pokémon Go? (116 responses)



A primeira pergunta foi "Você joga Pokémon Go?" com duas opções de respostas: *sim* e *não, eu parei*. Das respostas, 55.2% das pessoas relataram que pararam de jogar, enquanto 44.8% mantêm-se ativas no jogo.

É interessante notar que o jogo tornou-se popular com uma rapidez absurda após o lançamento, todavia, as pessoas pararam de jogar à medida que a "febre" passou. Nos primeiros dias, por exemplo, era comum diversos jogadores serem vistos em parques, ruas, *shoppings*, em outros lugares com *pokéstops* e com o aplicativo aberto no celular, mas logo o jogo deixou de ser novidade.

A pergunta seguinte era para o caso do jogador ter parado, ela questionava os motivos do jogador não jogar mais. Houve 67 respostas e 7 alternativas que podiam ser respondidas. A primeira alternativa dizia que era *porque estava tomando muito tempo*, teve 19 marcações (28.4%). A segunda dizia que era *porque meus pais mandaram* e teve 1 resposta (1.5%). A terceira, por sua vez, dizia que era *porque enjoiei* e obteve o maior número de respostas, com 52 (77.6%).

A próxima opção dizia que era *porque acho que é só uma modinha* e teve 8 respostas (11.9%). Quando a opção trouxe a questão sobre não querer ter gastos com itens no jogo, houve 7 marcações (10.4%). Em seguida, a opção dizia que era *porque não teve mais nenhuma novidade* no jogo, opção a qual ficou com 21 respostas (31.3%), sendo a segunda mais escolhida. A última opção relata uma questão que foi bem frisada por jornais, dizia que o jogador havia parado de jogar por ter se machucado jogando, totalizando 1 resposta (1.5%).

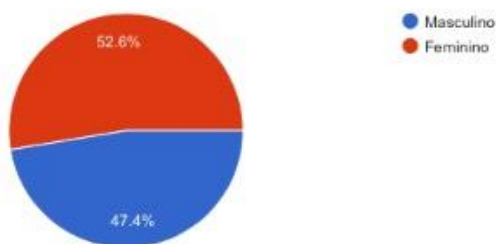
Tais resultados refletem a necessidade de inovações que a modernidade trouxe ao homem, uma vez que, a cada dia, a atenção torna-se algo cada vez disputado pelos

meios eletrônicos: um jogo, por exemplo, não mantém a atenção de alguém por muito tempo se não houver inovações e atrativos que mantenham o usuário jogando. Pode-se pensar no *tédio* como um desses fatores que cooperam para o descarte de jogos, aplicativos etc. que perdem a adesão de jogadores com o passar do tempo.

Em seguida, perguntou-se acerca do sexo do entrevistado. Com 116 respostas, 50.9% das pessoas pertencem ao sexo feminino e 49.1% pertencem ao sexo masculino. É um dado interessante, pois o comum é esperar que o público masculino seja maior, uma vez que é esperado que os garotos joguem mais, porém tal equilíbrio de respostas traz uma nova perspectiva: meninas também jogam Pokémon Go, talvez com igual força dos meninos.

A seguir, mostra-se o gráfico acerca do sexo do avatar do jogador na realidade de Pokémon Go:

8. Qual o sexo do seu avatar em Pokémon Go? (116 respostas)



52.6% dos avatares são do sexo feminino, enquanto que 47.4% são do sexo masculino. Ao contrário do esperado, alguns jogadores e seus avatares não correspondem ao mesmo sexo.

Tais dados revelam um fato interessante que ocorre na maioria dos jogos *online* – jogadores do sexo masculino, em alguns casos, representam-se com um avatar feminino por variados motivos, os quais podem ser tanto por acharem os avatares femininos mais bonitos ou por em outros RPGs os avatares femininos receberem certos privilégios e presentes de outros jogadores (itens, moedas etc.), porém isso é irrelevante em Pokémon Go, uma vez que não há um sistema de trocas entre os jogadores.

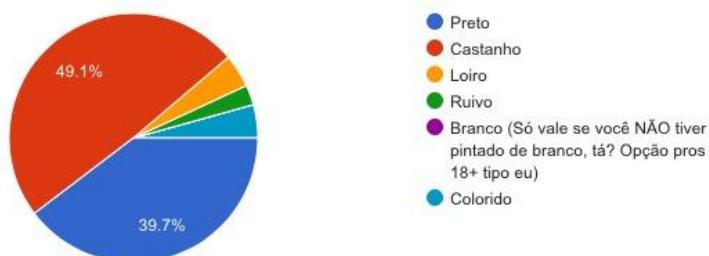
Sobre a faixa etária dos entrevistados, tratou-se de uma pergunta aberta em que as pessoas respondiam a idade exata. Com 116 respostas, mostrou-se uma faixa etária que foi dos 16 anos aos 40 anos, na qual 28 respostas foram de pessoas com 21 anos de idade. Houve somente uma pessoa com 40 anos, uma com 38 anos, uma com 35 anos, três pessoas com 32 anos e somente uma com 16 anos. Portanto, a maioria dos jogadores da pesquisa possui entre 17 e 29 anos.

Foi perguntado acerca das características físicas dos jogadores no mundo real, os dados gerados foram que 49.1% dos entrevistados possuem cabelos castanhos,

enquanto 39.7% possuem cabelos pretos. Cabelos ruivos mostraram-se com menor porcentagem que os cabelos loiros e coloridos.

Foi perguntado sobre como seria o cabelo do avatar e foi gerado o seguinte gráfico:

5. Qual é a cor do seu cabelo no mundo real? Ele é colorido? (116 responses)

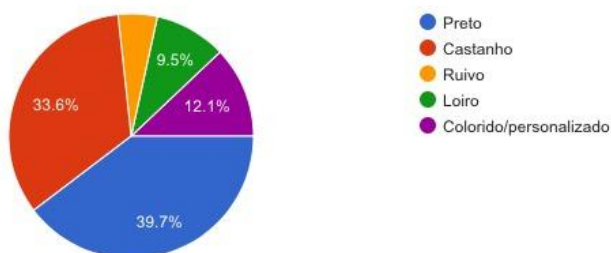


39.7% das respostas foram a opção *preto*, 33.6% dos entrevistados responderam *castanho* e 9.5% responderam a opção *loiro* enquanto 12.1% responderam *colorido/personalizado*. O restante, 5.1%, foram respostas para a opção *ruivo*.

É interessante notar que a opção *preto* manteve-se com 39.7%, enquanto ocorreu variação na cor *castanho*. A opção *colorido/personalizado* ganhou mais destaque do que a opção *loiro*, que teve algum aumento. No entanto, não é possível afirmar se todos os entrevistados que têm cabelo preto no mundo real mantiveram sua resposta.

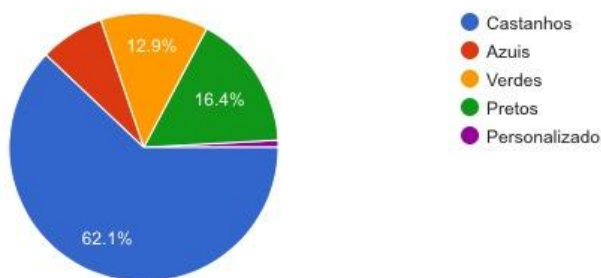
Quando perguntado sobre a cor dos olhos no mundo real, 75% dos entrevistados possuem olhos castanhos, 13.8% têm olhos pretos enquanto 8.6% possuem olhos verdes. O restante, 2.6%, possuem olhos azuis.

9. Qual é a cor do cabelo do seu avatar? É personalizado/colorido? (116 responses)



Sobre os olhos do avatar, o seguinte gráfico mostra dados interessantes:

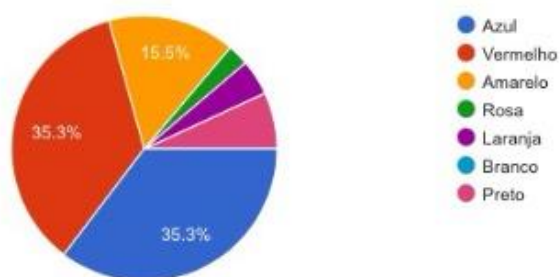
10. Qual é a cor dos olhos do avatar no jogo? (116 responses)



A maioria das respostas foi a opção *castanhos* com 62.1%, seguida pela opção *pretos* com 16.4% e, por fim, a opção *verdes* com 12.9%. A opção *azuis* veio em seguida e a opção *personalizado* teve a menor porcentagem. Comparando as duas questões, a opção *castanhos* continuou sendo a maioria das respostas.

Em seguida, foi perguntado acerca da cor das roupas do avatar e gerou-se o seguinte gráfico:

11. Qual é a cor predominante da roupa do avatar? (116 responses)



Houve um empate entre as opções *Azul* e *Vermelho* com 35.3%. A opção *Amarelo* veio em seguida com 15.5% e *Preto* com a quarta maior porcentagem.

Tais dados tornam-se relevantes com a próxima pergunta feita aos entrevistados acerca das escolhas dos times no jogo.

Há no jogo três times: azul, vermelho e amarelo. 53.4% das respostas foram *azul*, 31% foram *vermelho* e 15.5% foram *amarelo*. De acordo com os dados apresentados anteriormente, a cor amarela nas roupas (15.5%) combina com a porcentagem dos jogadores que escolheram o time amarelo (15.5%). Tais dados reforçam a ideia de que uma porcentagem dos jogadores escolhe suas roupas de acordo com a cor do time, sendo algo que ocorre com certa frequência. Logo, jogadores do time vermelho tendem a utilizar alguma roupa vermelha, enquanto os do time azul utilizam alguma peça de roupa de igual cor.

Quando perguntado sobre a Realidade Aumentada ser um atrativo aos jogadores, 87.1% do público afirmou que sim, que achava a RA um atrativo para o jogo, enquanto 8.6% afirmaram que não, viram Pokémon Go como qualquer outro jogo. As outras respostas, 4.3%, foram definitivamente *não*.

Deste ponto em diante, as perguntas se concentraram em fatores comportamentais dos jogadores e em sua interação com o jogo na RA e na realidade física. Foi perguntado se o jogador foi a lugares não habituais simplesmente por serem uma *pokéstop* ou um Ginásio e 81% das respostas foram *sim*, contra 19% sendo *não*.

Novamente, perguntou-se se o jogador iria a determinado lugar por ter um item que atraísse *pokémons*, proporcionando maior número de capturas. 86.2% das respostas foram sim, enquanto 8.6% das respostas foram "isso não influencia no meu tipo de jogo" e o restante foi "não".

É interessante pensar em como o jogo exerce influência nesse aspecto, pois o jogador passou a ter comportamentos não habituais por conta da dinâmica do jogo. Dessa forma, foi muito comum – no momento do lançamento do jogo e alguns dias depois, observar grande quantidade de jogadores, na maioria jovens, em lugares que normalmente não seria por eles frequentado.

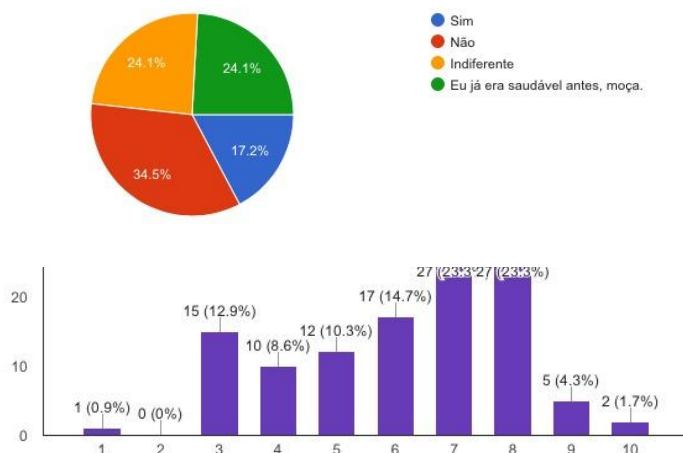
Quando perguntado se o jogador já havia utilizado o aplicativo em momentos que requeriam atenção, 60.3% das respostas foram *sim*, enquanto 39.7% foram *não*. Em seguida, perguntou-se se o jogador achava que a sua interação social tinha sido maior depois de começar a jogar, levantando em conta a necessidade de sair de casa e de, muitas vezes, sair em grupo com amigos para capturar *pokémons*. Das respostas, 29.3% foram *sim* e 26.7% foram *não*, enquanto o restante (44%) foi *indiferente*.

Em seguida, foi questionado se o jogador acreditava que o jogo lhe dava uma maior interação face a face com outros jogadores, uma vez que em RPGs é comum a interação se dar por mensagens de texto ou por chamadas de voz/vídeo. 46.6% dos jogadores afirmaram que sim e houve empate de 26.7% entre *não* e *indiferente*.

Também foi perguntado se o jogador já saiu com amigos para caçar *pokémons*, 77.6% afirmou que sim e 22.4% disse que não. É interessante notar que, mesmo que não haja interação virtual no jogo, houve grande interação no mundo real, uma vez que os jogadores reuniram-se pessoalmente com conhecidos para jogar e andar pela cidade em grupos.

Levando em conta tal interação, foi perguntado se o entrevistado havia conhecido pessoas novas jogando *Pokémon Go*, nisso 50.9% disse que não e 42.2% afirmou que

22. Acha que depois de Pokémon Go você se tornou uma pessoa relativamente saudável? (Levando em conta a quantidade de quilômetros andados para chocar ovos e aumentar níveis)
(116 responses)



sim. O restante (6.9%) foi indiferente. É interessante notar que houve casos em que o jogo proporcionou interação social e a possibilidade de conhecer outros jogadores.

Em seguida, foi perguntado acerca dos hábitos saudáveis dos jogadores, em uma escala de um a dez. A maior quantidade de respostas

concentrou-se no números 7 e 8, com um empate de 27 respostas. Em seguida, veio o número 6 com 17 respostas, seguido pelo número 3 com 15 respostas. Somente duas pessoas consideraram-se aptas para receber um 10 e somente uma pessoa optou pelo número 1.

Depois foi perguntado se o jogador acreditava se depois de *Pokémon Go* ele passou a ser uma pessoa com hábitos relativamente saudáveis e as respostas foram bem divididas, como se pode ver no gráfico.

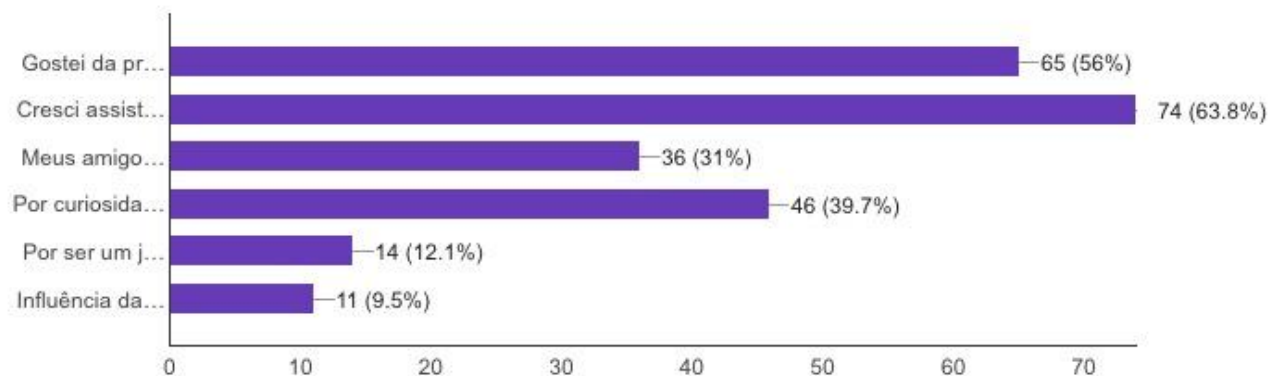
Somente 17.2% afirmou que sim, enquanto 34.5% disse que não. 24.1% dos jogadores já eram saudáveis antes de jogar *Pokémon Go* e a mesma porcentagem de jogadores foi indiferente.

Nota-se que mesmo uma quantidade razoável atribuiu ao jogo uma mudança comportamental por conta do que o jogo exige.

Levando em conta a quantidade de quilômetros exigida pelo jogo para um bom desempenho, perguntou-se quantos quilômetros o jogador andaria em um dia favorável. A alternativa *entre 1 e 2 quilômetros* foi a mais respondida, com 40.5% das respostas. Em seguida, a alternativa *entre 3 e 5 quilômetros* foi a segunda mais votada com 31% das respostas enquanto a alternativa *entre 6 e 10 quilômetros* teve 19.8% das respostas. As alternativas *entre 11 e quinze quilômetros* e *mais de 15 quilômetros* empataram, totalizando os 8.7% restantes.

Questionou-se em seguida se o jogador estava no mesmo time (azul, vermelho ou amarelo) que a maioria dos amigos. Das respostas, 47.4% foram *sim* e 31.9% foram *não*. O restante (20.7%) das respostas foi *indiferente*.

25. Por que você joga Pokémon Go? (116 responses)



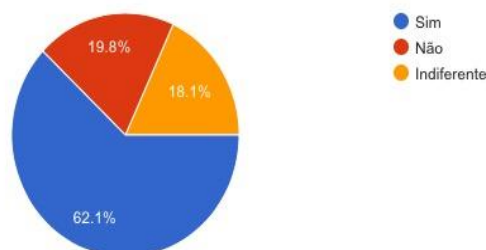
Os jogadores foram questionados sobre o porquê de jogarem Pokémon Go, com seis alternativas, foi gerado o seguinte gráfico:

A opção que teve maior quantidade de respostas foi a opção *Cresci assistindo Pokémon*, com 74 respostas (63.8%). Em seguida veio a opção *Gostei da proposta do jogo (RA, por exemplo)* com 65 respostas (56%). A terceira mais votada foi a opção *Por curiosidade* com 46 respostas (39.7%), seguida da opção *Meus amigos estão jogando* com 36 respostas (31%). A opção *Por ser um jogo famoso* teve 14 respostas (12.1%) e por último veio a opção *Influência da mídia (propaganda etc.)* com 11 respostas (9.5%).

Foi perguntado se os jogadores adeririam aos clãs – grupos de jogadores com mesmos objetivos e nomes de grupos diferentes. A maioria respondeu que *sim* (62.1%) enquanto 19.8% disse que *não* e 18.1% foi *indiferente*. Os clãs possibilitariam uma maior interação com jogadores próximos e facilitaria a captura de *pokémons* e também o avanço no jogo.

26. Se existisse a possibilidade de clãs [estilo RPG] (grupos de pessoas/amigos que se reúnem dentro de um jogo que muitas vezes têm os mesmos objetivos) você entraria em um?

(116 responses)



Foi perguntado também se o jogador já viu alguma animação de Pokémon, as alternativas foram divididas levando em conta o jogo. Dessa forma, a alternativa *Sim, antes de jogar Pokémon Go* ficou com a maior quantidade de respostas (87.9%) e 12.1% ficou dividido entre *Não, nunca vi* e *Sim, depois de jogar Pokémon Go*. Entre essas duas últimas alternativas, por pouca diferença, o número de pessoas que nunca viram Pokémon foi maior. Todavia, todos sabiam que existem animações de Pokémon, uma vez que ninguém marcou a alternativa *Eu não sabia que existia algum desenho ou animação de Pokémon*.

Levando em conta a questão da representação, foi perguntado ao jogador se ele achava que o avatar dele o representava no jogo. Das respostas, 51.7% foram *sim* e 28.4% foram *não*, enquanto 19.8% das respostas foram *indiferente*.

Em seguida, repetiu-se a pergunta, porém perguntou-se sobre uma representação com fidelidade. Dessa vez, 63.8% das respostas foram *não* e 21.1% foram *sim*, enquanto 24.1% das respostas foram *mediano*.

Logo, a menor porcentagem (21.1%) pertence a jogadores que acreditam que são representados fielmente no jogo, mesmo com a quantidade limitada de personalizações. Assim, é possível pensar em uma construção que não se assemelha ao físico real do jogador, mas que não deixa de ser real na realidade do jogo.

Em seguida, perguntou-se se o jogador achava que o jogo o influenciava a se parecer com o avatar criado no mundo real. A maioria (85.3%) acredita que não e 10.3% optou por responder *talvez*. Somente 4.4% respondeu que *sim*.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A representação dos jogadores na realidade de Pokémon ocorre de forma que o avatar, na maioria das vezes, tem semelhanças com o jogador no mundo real, porém, há em alguns casos, a utilização de personalizações típicas de jogos *on-line* no que diz respeito a cor do cabelo, por exemplo.

Não são todos os jogadores entrevistados que acreditam que o avatar os representam com fidelidade, uma vez que as opções de personalização são limitadas, mas ainda há uma porcentagem que se sente totalmente representada levando em conta que se trata de um jogo e o jogador pode optar por se representar ou por criar outro personagem – como no caso de ter tido uma diferença entre a quantidade do público feminino real e a quantidades de avatares feminino no jogo.

Os jogadores também mostraram uma tendência a escolher as cores das roupas dos avatares de acordo com os times, pois, como visto na pesquisa, as cores *azul*, *vermelho* e *amarelo* obtiveram as maiores porcentagens das respostas.

É possível que notar certa idealização da identidade do jogador no mundo virtual, pois uma parte das representações se dá de forma independente de como o jogador é de fato. Entende-se, portanto, que há em por parte dos jogadores essa idealização de personagem que pode ser entendida como um desejo de estar naquele desenho preferido e participar dele ativamente com o jogo, levando em conta que a maior porcentagem dos jogadores teve contato com as animações de Pokémon.

É possível também notar certa mudança nas interações sociais, uma vez que naturalmente a maioria dos jogadores tem interesse nessa interação, fato que pode ser visto na pergunta 26 sobre uma possível opção de criação de clãs no jogo. Foi interessante perceber que uma parte dos jogadores passou a ter maior interação social, uma vez que foi comum haver grupos de jogadores saindo juntos para caçar *pokémons*.

Também deve-se levar em conta que mais de 40% dos jogadores conheceram pessoas novas depois que passaram a jogar, trata-se de um fator positivo, pois uma vez que o jogo praticamente induz os jogadores a saírem de casa, as chances de um indivíduo ficar em casa em isolamento são menores. Inclusive, é possível concluir que mesmo uma pequena parte dos jogadores (17.2%) passou a ter hábitos saudáveis por conta do jogo.

No que diz respeito a comportamentos, é interessante notar que mais de 40% dos jogadores afirmaram que estavam nos mesmos times que os amigos, além de que cerca de 31% afirmaram que jogavam Pokémon porque os amigos estavam jogando. Retoma-se aqui alguns dos conceitos de Psicologia Social abordados no início do artigo, colaborando para a ideia de que, algumas vezes, agimos de acordo com a maioria.

Também é importante notar que o jogo contribuiu de forma consciente ou não para a questão financeira, pois uma vez que uma *pokéstop* encontra-se em um *shopping*, em uma loja ou em algum comércio, há um aumento de fluxo de pessoas considerável. Cerca de 80% dos entrevistados relataram ter ido a determinados lugares somente porque eram uma *pokéstop* ou um Ginásio, além de que cerca de 86% dos jogadores disse que iria a determinado lugar se nele houvesse algum item que atraísse *pokémons* e facilitasse a captura. Nota-se, então, que houve contribuição do jogo nesse aspecto, pois surge a necessidade de consumo não só na realidade do jogo, mas também no mundo real.

Acredito que o que mais chamou a atenção foi a questão de que mais da metade dos entrevistados (55.2%) parou de jogar. Tal aspecto nos leva a pensar sobre como é

difícil atualmente manter consumidores, no caso consumidores de um jogo, cada vez mais ativos. As empresas de aplicativos têm enfrentado um desafio constante de manter seus produtos sempre com novidades para que tenham a atenção das pessoas, porém tem sido cada vez mais difícil conseguir passar pelo obstáculo tédio, o qual é comum nos indivíduos.

Mais da metade dos jogadores (77.6%) relatou que parou de jogar simplesmente porque enjoou. Talvez o mundo acelerado e cheio no qual vivemos tenha contribuído para uma mentalidade na qual tudo é descartado com facilidade e a busca por novidades que são *realmente* novidades tem se tornado cada vez mais comum e urgente. Todavia, ainda há o desafio de manter o ser humano entretido por um período de tempo maior do que uma semana.

REFERÊNCIAS

CAMPOS, Itamar Albertino de. **Realidade virtual e aumentada – Conceitos, Tecnologias e Aplicações.** Disponível em: <http://www.ice.edu.br/TNX/encontrocomputacao/artigos-internos/aluno_itamar__albertino_realidade_virtual.pdf> Acesso em: 10 out. 2016.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e Prática Social.** Trad.: Izabel Magalhães. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 2001.

FILIPE, Daniel. **Pokémon GO: Jogo entra no Guinness Book devido a recordes quebrados.** Disponível em: <<http://www.tecnomasters.com.br/games/pokemon-go-jogo-entra-no-guinness-book-devido-recordes-quebrados/7563>> Acesso em: 30 nov. 2016.

GUARESCHI, P. A.; JOVCHELOVITCH, Sandra (Orgs.). **Textos em representações sociais** | prefácio Serge Moscovici | – 8. ed. – Petrópolis, RJ : Vozes, 1995.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual?** Trad. Paulo Neves. São Paulo: Ed.34, 1996.

MYERS, D. G. **Psicologia social.** Trad. : Daniel Bueno, Maria Cristina Monteiro, Roberto Cataldo Costa ; revisão técnica: Elaine Rabelo Neiva, Fabio Iglesias. – 10. ed. – Porto Alegre : AMGH, 2014. 567 p.

PEDRO, R. Emília. **Análise crítica do discurso:** uma perspectiva sociopolítica e funcional. Lisboa : Caminho, 1998, ©1997.

RAMALHO & RESENDE. Viviane. **Análise do discurso crítica.** – São Paulo : Contexto, 2006.

RODRIGUES, Gessica Palhares; PORTO, Cristiane Magalhães. Realidade virtual: conceitos, evolução, dispositivos e aplicações. **Interfaces Científicas**, Aracaju, v.01, n. 03, p. 97-109, junho. 2013.

SANTINO, Renato. **Pokémon Go leva jogadores a entrar em delegacia de polícia na Austrália.** Disponível em: <<http://olhardigital.uol.com.br/games-e-consoles/noticia/pokemon-go-leva-jogadores-a-entrar-em-delegacia-de-policia-na-australia/60034>>. Acesso em: 30 nov. 2016.

SÊGA, Rafael Augustus. O Conceito de Representação Social nas Obras de Denise Jo-delet e Serge Moscovici. **Anos 90**, Porto Alegre, n. 13, julho. 2000.