Os espaços urbanos midiatizados nos jogos eletrônicos para smartphone: o case Pokemon Go*1*.

Fabina Guerra[2]
Gênio Nascimento[3]
Universidade Anhembi Morumbi, SP

Resumo

Um novo panorama na cultura midiática surge com a possibilidade de utilização de smartphones e a criação de jogos que utilizam recursos de geolocalização e realidade aumentada, estimulando a utilização e a ocupação de espaços urbanos, e com isso um novo olhar para cidade, mediados pela tela do smartphone, surge um novo "lugar" para os antigos espaços, uma forma individualizada e midiatizada de se relacionar, uma experiência de interação digital com o físico, ampliando as possibilidades entre o real e o virtual. Neste cenário surge o jogo Pokemon Go, desenvolvido pela empresa Niantic em parceria com a Nintendo, utilizando recursos de câmera e GPS4 dos smartphones. O jogo permite a captura, treino e batalha entre criaturas que se misturam entre o mundo real e o virtual, a partir desse contexto o artigo irá analisar o produto cultural Pokemon Go e a experiência do jogar, a partir de uma sociabilidade midiatizada.

Palavras-chave: Jogos eletrônicos. Geolocalização. *Pokemon Go.* Midiatização. Realidade Aumentada.

Introdução

Hoje, o jogar vai além do simples entretenimento, ele faz parte de forma significativa da cultura contemporânea, como forma de expressão e de manifestação de novas tecnologias. Utilizamos a liberdade que os smartphones aliados a tecnologia de redes sem fio trazem, como uma forma de novas plataformas de jogos online e off-line, para ter novas experiências na forma de jogar e se relacionar. A conexão do homem com o jogo não é

[1] Jogo Eletrônico de Realidade Aumentada desenvolvido pela empresa *Niantic*, para Smartphones e lançado no Brasil em 2016.

[2] Mestranda em Comunicação Audiovisual pela Universidade Anhembi Morumbi. fabisveiga@gmail.com

[3]Mestrando em Comunicação Audiovisual pela Universidade Anhembi Morumbi. genionascimento@gmail.com

[4] É a sigla para Global Positioning System, que em português significa "Sistema de Posicionamento Global", e consiste em uma tecnologia de localização por satélite.

novidade, os jogos perpassam toda a história da humanidade, segundo Huizinga é mais antigo que a própria noção de cultura.

> Encontramos o jogo na cultura, como um elemento dado existente antes da própria cultura, acompanhando-a e marcando-a desde as mais distantes origens até a fase de civilização em que agora nos encontramos. Em toda a parte encontramos presente o jogo, como uma qualidade da ação bem determinada e distinta da vida "comum. (HUIZINGA, 2014, p.6)

Sempre houve espaços para o espetáculo, o homem sempre gostou de interpretar papéis, alcançar metas, seguir regras, conquistar, utilizando o lúdico como um espaço de fuga ou de busca. Para Huizinga, o mundo dos jogos é algo que se relaciona com o mundo real tendo como principal elemento, a conexão com a vida comum.
No cenário atual, midiatizado, os jogos eletrônicos potencializam as possibilidades dessa experiência, tornando a relação com esses elementos muito mais intensa.

> O ato de brincar tornou-se em grande medida uma atividade mental que envolve, entre outros processos, imaginação, planejamento, simulação, comunicação, representação de papéis... Os objetos são agora representações visuais em uma tela, manipulados por meio de mídias de interface: mouse, joystick, gamepad. (STIG, 2014, p.167)

Além dos elementos citados acima por Stig, temos novas tecnologias como a Realidade Virtual[5] e a Realidade Aumentada[6], que podem ser acessadas pelo toque.

[5] É uma tecnologia de interface capaz de enganar os sentidos de um usuário, por meio de um ambiente virtual, criado a partir de um sistema computacional.

[6] É a inserção de objetos virtuais no ambiente físico, mostrada ao usuário em tempo real com o apoio de algum dispositivo tecnológico.

A experiência do jogar em *Pokemon Go*, utiliza a tecnologia de Realidade Aumentada para capturar monstros virtuais no mundo real, e aspectos como competição, relacionamento dentro de equipes ou times e a conquista, estão fortemente presentes nos jogadores.

A cultura midiática e os smartphones

Os smartphones hoje constituem uma poderosa ferramenta híbrida, onde o usuário pode produzir conteúdo dos mais variados, além de acessar outros, ele pode criar e capturar imagens e vídeos, tocar, compartilhar e produzir músicas, pode navegar na internet, pode acessar aplicativos de realidade aumentada, utilizar o GPS para serviços de geolocalização7, além de ser uma plataforma para jogos eletrônicos online e off-line, podemos dizer que esses smartphones são uma poderosa ferramenta da convergência midiática.

Esses dispositivos portáteis integram várias possiblidades comunicativas, é como se reuníssemos várias funções de outros aparelhos em um único, como por exemplo, computador, máquina fotográfica, câmera de vídeo, dispositivos de leitura e redação de textos, GPS, além de estarem todos conectados em rede sem fio, por isso chama-lo de híbrido, mas além disso, um produto que reconfigura a forma de se comunicar, e a relação das pessoas com a comunicação e com os espaços. Podemos dizer que isso leva a uma ampliação dos espaços de conexão, dos vínculos comunicacionais e culturais.

Stig utiliza o termo midiatização para denotar a transformação estrutural e a larga escala das relações entre os meios de comunicação, a cultura e a sociedade, examina quando e como mudanças estruturais nos meios de comunicação influenciam, os fenômenos culturais e como estes podem modificar o imaginário e as interações humanas.

> Os estudos de midiatização enfocam o papel da mídia na transformação das relações sociais e culturais. A ênfase conceitual dada a influência dos meios de comunicação sobre a mudança social e cultural nos leva, contudo, a sugerir que o resultado mais importante da evolução da mídia seja sempre a mudança. (STIG, p. 19)

[7] É a identificação da localização geográfica de um objeto, como um telefone móvel ou terminal de computador.

O uso da câmera dos smartphones potencializa a midiatização de eventos cotidianos, permitindo a criação e distribuição de imagens e vídeos através da conectividade, as pessoas registram e compartilham os mais diversos momentos e espaços do seu dia-a-dia. Essa prática de registro, conectada ao fato do compartilhamento em rede, reconfigura as práticas sociais e comunicacionais, como por exemplo, a forma como a notícia de fatos pode ser transmitida em tempo real e através de pessoas comuns, como forma de testemunhos. Dentro da midiatização, podemos ver o uso da câmera dos smartphones como uma comunicação massiva, somos bombardeados de imagens geradas através desses dispositivos, tanto na geração de audiência e entretenimento, mas principalmente para reforçar redes de sociabilidade, onde o objetivo, é encontrar no outro algo em comum, criar conexões, ou simplesmente receber aprovação.

> [...] ordem social organizada de modo a satisfazer uma das mais consideráveis das demandas latentes da sociedade: a demanda por livre expressão interativa e pela criação autônoma, hoje distorcida pelo pensamento esclerosado dos meios de comunicação tradicionais (Castells, 2002, p.247).

As práticas sócias na cultura contemporânea estão ligadas a mobilidade, o fato de termos em nossas mãos um smartphone que permite nos comunicar e nos mostrar para o mundo, afeta as relações humanas. O usuário está sempre envolvido em múltiplas atividades e nem sempre correlacionadas, a velocidade de acesso e o tempo são alterados em função do consumo, produção e circulação de informação. André lemos destaca que a mobilidade pode se tornar reguladora:

> A mobilidade informacional-virtual tem impactos diretos sobre a mobilidade física e sobre o lugar e o espaço onde opera, e vice-versa. Não podemos dissociar comunicação, mobilidades, espaço e lugar. A comunicação é uma forma de “mover’ informação de um lugar para outro, produzindo

> sentido, subjetividade espacialização (Lemos, 2015, p. 171).

A cultura midiática e os smartphones

Os jogos de rua, coletivos, permitiam uma relação física das pessoas com o espaço urbano, experimentando e descobrindo novas formas de conexão. O surgimento dos jogos eletrônicos leva os indivíduos para o ambiente interno, as salas das casas, onde ó jogo ocorre mediado por um console e um aparelho de TV, nesse caso o coletivo assiste, muitas vezes, a experiência obtida de forma individual.

Com a midiatização dos espaços urbanos e o surgimento dos smartphones e as mídias locativas[8], o jogo invade os espaços externos novamente, porém, de forma híbrida, criando um novo sentido de "lugar".

> O produto dessas espacializações pode ser chamado de "lugar", que existe em três escalas temporais – longa duração (espaço concebido), curta duração (espaço percebido) e duração indeterminada (espaço vivido). (ADOLFO, 2015, p. 133)

Esse sentido de "lugar", pode ser atribuído a domínios simbólicos, espaços onde ocorre em maior ou menor escala e de forma mediada, relações sociais. No nosso caso, a mediação se faz pelo próprio jogo eletrônico e pelas tecnologias que ele utiliza, os indivíduos ao jogar, atuam nesses espaços, tornando-os, novos "lugares" alterando o sentido e a representação dos mesmos dentro do ideal lúdico do jogo.

O uso de mídias locativas contribui consideravelmente para criar essa representação citada acima, ela utiliza uma tecnologia de comunicação com informações de localização midiatizadas dos espaços físicos urbanos, são dispositivos ou aplicativos digitais onde o conteúdo está conectado com localidades. A forma de transmissão dessas informações

[8] É um conjunto de tecnologias e processos info-comunicacionais, cujo conteúdo da informação está diretamente associado a uma localidade virtual.

pode acontecer via Wi-Fi[9], 3G[10], GPS, Bluetooth[11], entre outras redes de conexão de dados móveis, e possuem funções de geolocalização, mapeamento, monitoramento, vigilância, informação, localização ou entretenimento no caso dos jogos eletrônicos para smartphones.

O jogo eletrônico *Pokemon Go*, foi desenvolvido para smartphones e utiliza a tecnologia de realidade aumentada, aliada aos recursos de mídias locativas e a câmera dos aparelhos para construir uma experiência, onde o jogador precisa capturar criaturas virtuais no mundo real, a mecânica do jogo é baseada em pontuação e batalhas entre equipes, os jogadores são estimulados pela competição e coleção de criaturas raras, o jogo foi lançado em Julho de 2016, e em pouco mais de uma semana tinha se tornado em um fenômeno da midiatização, milhares de pessoas fizeram o download e se encontravam em locais diversos das cidades com o intuito de caçar e colecionar as criaturas, uma legião de pessoas visualizando o mundo mediados pela câmera de seus smartphones, criavam um novo sentido para espaços antes utilizados para outras práticas, parques, praças, centros das cidades, se tornaram grandes pontos de encontro onde as pessoas não se importavam em se relacionar fisicamente ou apreciar a paisagem, mas sim em competir e conseguir mais pontos para evoluir no jogo.

> André Lemos entende que as mídias digitais atualizam um fenômeno percebido desde o século XIX, onde o homem experimentava o desejo da telecomunicação... O argumento defendido por Lemos sustenta que as mídias consistem em ferramentas para alterar o espaço e o tempo. (ADOLFO, 2015, p. 61)

O jogo funciona de forma bem simples e permite aos jogadores capturar, batalhar, e treinar criaturas virtuais, chamadas *Pokémons*, que aparecem nas telas dos smartphones

[9] É uma abreviação de "Wireless Fidelity", que significa fidelidade sem fio, em português. Wi-fi, ou wireless é uma tecnologia de comunicação que não faz uso de cabos.

[10] É uma família de padrões para comunicação sem fio definido pela União Internacional de Telecomunicações, usados para fornecer conectividade de internet sem fio usando frequências de telefonia móvel.

[11] É o nome dado à tecnologia de comunicação sem fio de que permite transmissão de dados e arquivos de maneira rápida e segura através de aparelhos de telefone celular, notebooks, câmeras digitais, consoles de videogame digitais, impressoras, teclados, mouses e até fones de ouvido, entre outros equipamentos.

como se estivessem presentes no mundo real. O jogador se localiza em um mapa virtual semelhante ao do Google Maps[12] e procura as criaturas ao longo da sua trajetória no mundo real, ou seja, enquanto se move, o aplicativo vibra para avisar sobre a presença da criatura virtual que aparece no caminho, tocando a tela do smartphone é possível visualizar o *Pokemón* no mesmo local onde o jogador está fisicamente, pois o jogo utiliza a câmera do próprio aparelho para projetar no ambiente real uma imagem de realidade virtual. Para capturar o *Pokemón*, o usuário utiliza uma ferramenta chamada de *Pokebola*, que permite prender a criatura

Fig. 1: Tela que mostra a câmera do celular mesclando as criaturas virtuais com o espaço físico do mundo real.

O jogo se desenvolve a partir da ideia de colecionar todos os mais de 150 *Pokémons (*depois do lançamento, foram adicionadas mais criaturas*)*, e passar de níveis, ao atingir o nível 5 do jogo é possível participar de batalhas com outros usuários e dominar os diversos ginásios espalhados pela cidade. Além dos campos de batalhas e centros de treinamento, existem pontos específicos onde é possível coletar itens e *Pokebolas*, esses locais são, geralmente, pontos mais importantes das cidades como parques, museus, praças, grafites, monumentos, etc. caso o usuário não colete itens os mesmos acabam, e ele não pode capturar mais as criaturas, existe também, a opção de obter esses itens comprando em uma loja virtual que pode ser acessada pelo próprio aplicativo do jogo.

[12] É um serviço de pesquisa e visualização de mapas e imagens de satélite da Terra gratuito na web fornecido e desenvolvido pela empresa Google.

Fig. 2: Tela que mostra itens capturados pelo jogador, como *Pokebolas* e Ovos, que encubados, após os usuários caminharem os quilômetros necessários, podem gerar criaturas raras.

Conclusão

O jogo *Pokemon Go*, faz parte de uma franquia e o mundo dessas criaturas é na verdade bem mais extenso que só o jogo para smartphone, o universo *Pokemon* foi criado por Satoshi Tajiri em parceria com o desenhista Ken Sugimori, vários produtos foram desenvolvidos, como séries, animes, quadrinhos, mangás, filmes, cartas e jogos para diversas plataformas, *Pokemon* é na verdade um produto da cultura pop e já vendeu milhões de copias em jogos bem antes do lançamento dessa versão, verificamos que nessa nova versão do jogo, os desenvolvedores utilizam uma estratégia de integração do mundo real com o universo *Pokemon*, aproximando o usuário ainda mais a narrativa proposta, ele cria uma camada onde a localização do jogador é capturada via GPS, e o usuário pode interagir com os arredores de forma direta, resignificando seu espaço físico cotidiano e integrando o seu dia-a-dia com a ficção, há uma clara tentativa de confundir as barreiras entre o real e o ficcional. Essa fusão de realidade e ludicidade do jogo, desafia os próprios limites definidos por Huizinga e gera uma experiência imersiva individual. Os elementos propostos no jogo são idênticos a outros da mesma franquia, colecionar personagens, treiná-los e coloca-los em batalhas, porém nesse jogo temos elementos novos, como o fato de diversos jogadores encontrarem as mesmas criaturas em dispositivos diferentes

em uma mesma localização, e o fato de poder fotografá-las e compartilhar nas redes sociais para que outros jogadores possam encontra-las, o uso das mídias locativas e da câmera dos smartphones traz esses novos elementos, utilizando os espaços urbanos já midiatizados como foco da interação onde o mundo do jogo acontece, proporcionando um "lugar" para o encontro da ficção e da realidade e uma nova forma de sociabilidade, onde as pessoas estão presentes fisicamente, mas se relacionando com o jogo ou através dele.

> Interação social consiste em comunicação e ação. As mídias, evidentemente, são meios de comunicação, isto é, constituem um intercâmbio de sentido entre duas ou mais partes. (Stig, 2014, p.52).

Podemos concluir que no caso de *Pokemon Go*, as pessoas não se comunicam ou agem entre si, mas sim se comunicam e agem em grandes grupos, porém com o jogo e com o espaço.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Luiz Adolfo de; **Realidade Sintética:** Jogos Eletrônicos, Comunicação e Experiência Social. São Paulo: Scortecci, 2012.

ANDRADE, Luiz Adolfo de; **Jogos Digitais, cidade e (trans)mídia:** a próxima fase Curitiba: Appris, 2015.

CASTELLS, Manuel; La Galaxie internet. Paris, 2002.

HJARVARD, Stig. A midiatização da cultura e da sociedade. Editora Unisinos, 2014.

HUIZINGA, Johan; Homo Ludens. São Paulo: Perspectiva, 2014.

RÜDIGER, Francisco; As teorias da cibercultura. São Paulo: Sulina, 2013.