

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
HABILITAÇÃO JORNALISMO

FILIPPE STRAZZER SANTIAGO

“VÁ COM CUIDADO”: O DISCURSO NEGATIVO SOBRE *POKÉMON GO* NOS
SITES DA FOLHA DE S. PAULO E ZERO HORA

PORTO ALEGRE

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
HABILITAÇÃO JORNALISMO

FILIPPE STRAZZER SANTIAGO

**“VÁ COM CUIDADO”: O DISCURSO NEGATIVO SOBRE *POKÉMON GO* NOS
SITES DA FOLHA DE S. PAULO E ZERO HORA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – habilitação Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Suely Dadalti Fragoso
Coorientador: Me. Breno Maciel Souza Reis

PORTO ALEGRE

2016

CIP - Catalogação na Publicação

Santiago, Filipe Strazzer

"Vá com cuidado": o discurso negativo sobre Pokémon GO nos sites da Folha de S. Paulo e Zero Hora / Filipe Strazzer Santiago. -- 2016. 120 f.

Orientadora: Suely Dadalti Fragoso.
Coorientador: Breno Maciel Souza Reis.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Comunicação Social: Jornalismo, Porto Alegre, BR-RS, 2016.

1. jogos digitais. 2. jornalismo. 3. estereótipos. 4. Pokémon GO. 5. discurso. I. Fragoso, Suely Dadalti, orient. II. Reis, Breno Maciel Souza, coorient. III. Título.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

AUTORIZAÇÃO

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC (Trabalho de Conclusão de Cursos) intitulado “VÁ COM CUIDADO”: O DISCURSO NEGATIVO SOBRE POKÉMON GO NOS SITES DA FOLHA DE S. PAULO E ZERO HORA de autoria de Filipe Strazzer Santiago, estudante do curso de Comunicação Social – habilitação Jornalismo, desenvolvido sob minha orientação.

Porto Alegre, 25 de novembro de 2016

Suely Dadalti Fragoso

Breno Maciel Souza Reis

FILIFE STRAZZER SANTIAGO

**“VÁ COM CUIDADO”: O DISCURSO NEGATIVO SOBRE *POKÉMON GO* NOS
SITES DA FOLHA DE S. PAULO E ZERO HORA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – habilitação Jornalismo.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Suely Dadalti Fragoso - UFRGS
Orientadora

Profa. Dra. Luciana Pellin Mielniczuk - UFRGS
Examinadora

Ma. Mariana Amaro Cruz
Examinadora

Me. Breno Maciel Souza Reis - UFRGS
Coorientador

Para tia Jane e vô Paulo, meus anjos da guarda.

(Muita) Saudade e obrigado por tudo.

AGRADECIMENTOS

A Deus.

Agradeço aos meus pais, Terezinha e Disneu, por todo apoio e por sempre acreditarem em mim e estarem comigo nos melhores momentos e nos mais difíceis. Agradeço à Luana, à minha irmã Carolina e à Luna. Às minhas avós Irene e Sônia e ao meu avô Disneu.

Agradeço à professora Suely e ao Breno, meus orientadores, que me ajudaram na construção deste (longo!) trabalho e na conclusão de um projeto que visa mostrar que os *games* sempre têm o seu valor na sociedade.

Obrigado aos meus grandes amigos da Galerinha, que levarei para toda a vida. Agradeço aos meus chefes e amigos Viviane e Ilgo; ao Roger e à Ana. Obrigado ao Satoshi Tajiri por ter criado os incríveis *Pokémons* e aos cinco operários de 1910.

Se por um acaso me esqueci de alguém que fez parte deste trabalho ou da minha vida acadêmica de algum modo e não coloquei aqui, *blame my head, not my heart*. Obrigado!

E como diria “The” Doctor: *Allons-y!*

“O jornal, literatura quotidiana, no dito de um publicista contemporâneo, é reprodução diária do espírito do povo, o espelho comum de todos os fatos e de todos os talentos, onde se reflete, não a ideia de, um homem, mas a ideia popular, esta fração da ideia humana”

(Machado de Assis)

RESUMO

Neste trabalho, desejamos estudar o discurso negativo que a imprensa possui com relação ao *Pokémon GO*, baseado na leitura e em um levantamento prévio da quantidade de notícias de cunho pejorativo acerca do jogo. Dessa forma, queremos entender, também, de que maneira esse discurso é feito e como ele aparece nos veículos selecionados, bem como a tendência de associar o *game* a situações perigosas. Assim, realizamos uma análise das notícias produzidas sobre o jogo nos sites dos jornais Folha de S. Paulo e Zero Hora durante o período compreendido entre os lançamentos mundial e nacional do *game*. Discutimos, de forma sucinta, teorias de jogos e o conceito do círculo-mágico, e também fazemos uma breve retomada histórica da evolução dos *games* digitais, para esclarecer o desenvolvimento dos jogos móveis locativos. Descrevemos, ainda, as origens da franquia *Pokémon* e do *Pokémon GO*, como forma de contextualização e explicação do objeto. Para a caracterização das notícias analisadas e metodologia, nos utilizamos dos conceitos de opinião pública e estereótipos, além de noções de análise e exclusão do discurso, bem como da influência da mídia. Assim, conseguimos desenvolver uma análise sobre o que está sendo dito de prejudicial e as associações que levam o discurso acerca do *Pokémon GO* ser negativo. Dessa forma, concluímos que, por meio dessas associações e do desenvolvimento de um discurso estereotipado, um jogo que deveria ser levado como entretenimento tem a sua imagem retratada de maneira negativa, perigosa e prejudicial na imprensa.

Palavras-chave: jogos digitais; jornalismo; discurso; estereótipos; *Pokémon GO*

ABSTRACT

In this work, we intend to study the negative discourse from the press towards Pokémon GO, based on the amount of derogatory news about the game. Along these lines, we also want to understand how this discourse is created and how it appears in the chosen newspapers, as well as the tendency to associate the game to dangerous situations. Thus, we analyzed news about the game produced by newspapers Folha de S. Paulo and Zero Hora, and conveyed through their websites, by the time of the game's international and national release. We succinctly discussed Game Theory and the concept of "magic circle". We also briefly described the historical evolution of digital games, to clarify the development of mobile location-based games. Moreover, we described the origins of the Pokémon franchise, and of Pokémon GO, as a means to contextualize and explain the object. In order to characterize the methodology and the news analyzed, we used the concepts of public opinion and stereotypes, in addition to views on discourse analysis and exclusion, as well as media influence. Along these lines, we were able to analyze whatever harmful is being said, and which associations make the address on Pokémon GO to be negative. Thus, we concluded that, through these associations and the development of a stereotyped discourse, a game that should be taken as entertainment is portrayed in a negative, dangerous, and detrimental way in the press.

Keywords: digital games; journalism; discourse; stereotypes; Pokémon GO

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Divisão dos jogos proposta por Caillois.....	21
Figura 2 – Caixa dos <i>Pokémon Red</i> e <i>Green</i> lançados no Japão.....	42
Figura 3 – Ash e <i>Pikachu</i>	44
Figura 4 – Batalha no game <i>Pokémon Crystal</i>	45
Figura 5 – Modo de realidade aumentada desativado e, em seguida, ativado.....	47

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	TEORIA DOS JOGOS.....	15
2.1	Breve recuperação da evolução dos jogos digitais: dos anos 1950 até a atualidade	22
2.2	Jogos locativos.....	27
3	OPINIÃO PÚBLICA.....	31
3.1	Os Pseudoambientes	31
3.2	Os Estereótipos	32
3.3	A Imprensa	37
4	O QUE SÃO <i>POKÉMONS</i> ?.....	42
4.1	<i>Pokémon GO</i>	46
4.2	Discurso e metodologias.....	49
4.3	Escolha dos jornais	54
5	ANÁLISE.....	58
5.1	Violência.....	58
5.2	Opinião	62
5.3	Comportamento	65
5.4	Trânsito.....	69
5.5	Tecnológico	71
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	74
	REFERÊNCIAS	78
	APÊNCICES	80
	ANEXOS.....	98

1 INTRODUÇÃO

O jogo é uma atividade que sempre fez parte da nossa sociedade, nas mais diferentes épocas históricas. Como afirma Huizinga (2000, pos. 63), o jogo é um fenômeno que antecede a própria cultura, que “ultrapassa os limites da atividade puramente física ou biológica”. Estamos falando de uma ação complexa, que atende até aos animais. Isto posto, o jogo evoluiu juntamente com a civilização humana, passando de atividades com bolas, cartas ou tabuleiros, para jogos digitais em computadores e celulares.

Segundo a Pesquisa Game Brasil 2016¹, 88,3% dos entrevistados afirmaram que jogam algum tipo de jogo, sendo que 74,7% jogam *games* eletrônicos. Assim, notamos que o jogo é uma atividade muito popular no Brasil, e principalmente entre as pessoas que estão na faixa entre 25 e 34 anos, que correspondem a 34,8% do *gamers*. Entretanto, a pesquisa também aponta uma grande abrangência de público em vários tipos de jogos digitais: o estudo conclui que há jogadores em todos os grupos etários, daqueles com 14 aos que têm mais de 54 anos.

Dessa maneira, qualquer notícia relacionada a jogos digitais veiculada na imprensa teria grande repercussão e público, afinal, além dos leitores habituais de um periódico, ao se falar de *games*, ganha-se ainda a atenção daqueles indivíduos que jogam, principalmente em veículos de ampla circulação. Dessa forma, o ponto de vista apresentado pelos jornais pode influenciar, de certa forma, a percepção de um grande número de pessoas acerca de um fato.

A ideia deste estudo surgiu, portanto, a partir do meu interesse por jogos digitais, e desde pequeno tenho com meus preferidos os da franquia *Pokémon* – pequenos monstros colecionáveis desenvolvidos pela nipônica Nintendo. No entanto, ao ler as primeiras notícias sobre o mais novo lançamento da franquia, o *Pokémon GO*, percebi que muitas delas enfatizavam aspectos negativos em relação a ele, imputando não só ao *Pokémon Go* – mas aos jogos digitais de forma geral – um caráter nocivo, relacionado a acidentes, assaltos e até mortes. Sempre enxerguei jogos como um entretenimento, algo (às vezes bem) sério, mas que nem por isso, deixavam de ser uma atividade agradável. Assim, passei a me questionar do porquê desses enunciados trazidos pela imprensa, da razão para colocar o *Pokémon GO* como algo ruim, quase ao ponto de ser evitado pelas pessoas em alguns textos. O próprio título

¹ Pesquisa realizada entre 15 e 26 de fevereiro, com 2.848 pessoas, de 14 a 84 anos.

deste trabalho, “vá com cuidado”, foi retirado de manchete de uma notícia sobre o *Pokémon GO*.

Em razão disso, desejamos estudar o discurso negativo que a imprensa possui com relação ao *Pokémon GO*, baseado na leitura e em um levantamento prévio da quantidade de notícias de cunho pejorativo acerca do jogo. Dessa forma, queremos entender, também, de que maneira esse discurso é feito e como ele aparece nos veículos selecionados, bem a tendência de associar o *game* a situações perigosas. Para isso, realizamos a análise de notícias sobre o jogo em pauta, veiculadas nos sites dos jornais Folha de S. Paulo e Zero Hora, que são os periódicos líderes em circulação nacional e regional², respectivamente; sendo, pois, de grande influência, e por também disponibilizarem um bom acervo para a pesquisa. Além disso, delimitamos como período de busca das matérias que constituem o corpus deste trabalho as publicações compreendidas entre os dias 6 de julho de 2016 – data do lançamento mundial do jogo – e 18 de agosto de 2016 – duas semanas após sua estreia do Brasil. Este período nos mostrou ser adequado tanto com relação à quantidade de matérias encontradas, quanto à qualidade para a análise dos discursos nos conteúdos encontrados.

Dessa forma, utilizaremos os conceitos associados à opinião pública, propostos por Walter Lippmann (2010), principalmente aqueles com relação aos estereótipos para discutirmos como é visto o jogo pela imprensa e leitores. Juntamente com isso, também trabalharemos com as considerações sobre poder, legitimidade e discurso, apresentadas por Michel Foucault (1999), aliando a isso o papel unificador discursivo que a imprensa possui, baseado nas discussões de Gregolin (2007) acerca das obras de Foucault.

No capítulo *Teoria dos Jogos* apresentaremos a ideia de jogo concebida por Johan Huizinga (2000), e principalmente o conceito de círculo mágico que o autor propõe para analisar e caracterizar os jogos. Além disso, trabalharemos com a caracterização dos jogos feita por Caillois (1990) a partir da discussão que o autor faz sobre o círculo mágico. Realizamos também uma breve recuperação histórica da evolução dos jogos digitais principalmente com base em Reis (2013), e explicamos o que são e como se caracterizam os jogos móveis locativos, com Montola (2005).

Desta maneira, a perspectiva trazida pelos autores acima citados situa este trabalho na perspectiva sociocultural em relação aos estudos de *games* digitais – uma das tendências nos

²Disponível em: <www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil> - Acesso em: 15 nov. 2016.

game studies brasileiros, conforme apontado por Fragoso *et. al* (2015). Além disso, o mapeamento realizado por estes autores permite entender que, tanto no que se refere à abordagem, quanto ao objeto de estudo, a área da Comunicação é a que tradicionalmente abriga estudos relacionados aos *games* no país. Desta maneira e considerando as estatísticas apontadas sobre o mercado nacional de jogos digitais, cremos ser de fundamental importância compreender como este tema vem sendo abordado e tratado pelos veículos de mídia citados, haja vista sua influência.

No terceiro capítulo trabalhamos com os conceitos propostos por Walter Lippmann (2010) no que tange à opinião pública; como ela se constrói, se constitui e as características que a torna influente. Aqui, nos dedicamos à ideia de pseudoambiente para caracterizar a influência da imprensa na opinião das pessoas e, principalmente, no conceito de estereótipos e como eles são importantes para entendermos os pontos de vista das pessoas e dos jornais perante os fatos e as situações reportadas pela mídia.

No capítulo *O que são Pokémons?* apresentamos um breve histórico sobre a franquia de *games Pokémon*, fornecendo assim subsídios para a compreensão quanto à sua origem, personagens, o funcionamento geral dos jogos e seus objetivos, para fins de contextualização. Da mesma forma, explicamos o *Pokémon GO* e sua mecânica de jogo, funções e finalidades. Ainda no mesmo capítulo, expomos a metodologia do trabalho, utilizando a discussão sobre o discurso proposta por Gregolin (2007) com base nas ideias de Michel Foucault, e também os próprios conceitos de Foucault (1999) sobre o discurso como forma de produção de verdade e legitimação – que pode, larga medida, influenciar a opinião pública de acordo com alguns dos pontos elencados por Lippmann (2010).

Ainda neste capítulo, finalizamos com a delimitação do porquê da escolha dos jornais Folha e Zero Hora, bem como foram realizados os procedimentos metodológicos para a construção do *corpus* sobre o qual nos debruçamos: a busca e seleção das notícias nas bases de dados dos dois sites, o período e a maneira com que procedemos à leitura e análise das mesmas, bem como propusemos a sua categorização – considerando os seus enunciados e discursos como definidores na seleção de possíveis associações negativas entre episódios que possuem em variados graus relação ao *Pokémon GO*.

Isso posto, em *Análise*, retomamos os conceitos colocados nos capítulos anteriores e analisamos o conteúdo e o discurso negativo das matérias selecionadas da Folha de S. Paulo e Zero Hora com relação ao *Pokémon GO*. Aqui, trabalhamos categoria por categoria de

notícias que desenvolvemos utilizando textos dos jornais como os objetos do estudo. Por meio disso, serão analisadas dentre as 159 matérias que apresentavam assuntos relacionados ao *game* em questão, apontamentos relacionando seus enunciados à produção midiática de pseudoambientes e reforço dos estereótipos, tensionando esses conceitos a partir de Lippmann (2010).

Ao final, serão apresentadas as considerações finais. Dessa maneira, acreditamos contribuir – tanto academicamente quanto na prática jornalística – na identificação do papel da mídia e sua influência na opinião pública, por meio da seleção de discursos que, não raramente, abordam a questão dos *games* digitais sob um viés estereotipado e que atribui aos mesmos sentidos nocivos, perigosos ou até mesmo prejudiciais. Acreditamos que, por meio desses tensionamentos acerca de como o *Pokémon GO* é visto pela imprensa e sua caracterização nas notícias dos sites analisados, é importante que tais discussões e reflexões sejam expostas até mesmo para que se considerem alguns discursos jornalísticos no tocante aos jogos digitais ou – pelo menos, para mostrar como vêm sendo aplicados os estereótipos e as falas sobre os *games*.

2 TEORIA DOS JOGOS

A ação de ligar o videogame para jogar qualquer jogo é mais do que uma questão tecnológica ou prazerosa; é, acima de tudo, um ato cultural e civilizatório característico de um determinado período histórico. Autores como o neerlandês Johan Huizinga e o francês Roger Caillois, defendem a importância do jogo para o homem na construção da nossa cultura e para o desenvolvimento das relações humanas em sociedade. Huizinga (2000), autor de *Homo Ludens* (primeira versão em 1938), por exemplo, coloca o jogo como um fenômeno cultural que perpassa o biológico pois, segundo ele, a fascinação, a excitação causada pelo jogo, não podem ser explicados pela biologia. Dessa forma, o autor considera o fenômeno como uma função significativa - ou seja, cujo sentido encerra-se a em si mesmo. Do mesmo modo, para Caillois (1990, p. 27), “o jogo não tem outro sentido senão enquanto jogo”.

Além disso, tratando-se de cultura, Huizinga afirma que “as grandes atividades arquetípicas da sociedade humana são, desde o início, inteiramente marcadas pelo jogo” (HUIZINGA, 2000, pos. 130) sendo assim, uma atividade que acompanha a cultura, marcando-a desde os tempos mais primórdios. Para o autor, a cultura surge sob a forma de jogo e que ela é, desde o começo, “como que ‘jogada’” (HUIZINGA, 2000, pos. 1012). Por este viés, atividades como a caça, o culto, o teatro, a guerra e até as relações internacionais, por exemplo, contêm seus elementos lúdicos e podem, como elementos da cultura, ser considerados como distintas manifestações do jogo, sob a perspectiva deste autor.

Para Huzinga (2000, pos. 210), o jogo “não é vida ‘corrente’ nem vida ‘real’”, é a evasão da vida cotidiana (real) para uma esfera temporária, em que a atividade lúdica possui orientação própria. “Todo jogo se processa e existe no interior de um campo previamente delimitado, de maneira material ou imaginária, deliberada ou espontânea” (HUIZINGA, 2000, pos. 250). Sendo assim, chegamos a um conceito-chave para entender o que Huizinga propõe: o círculo mágico.

Esse círculo é um espaço que pode ser tanto simbólico quanto material, com duração específica, no qual o jogador se insere para praticar a sua atividade – o ato de jogar – de maneira livre, isolada do cotidiano, com regras específicas e, muitas vezes, não aplicáveis ao mundo “real”. Seria uma espécie de “bolha”, na qual a pessoa pode se evadir da sua vida “regular”, jogar livremente, pelo tempo que desejar, sob unicamente os fundamentos e as regulamentações do jogo.

A construção desse conceito se baseia nas características fundamentais do jogo propostas por Huzinga. Para ele, o jogo deve ser livre, permitir a entrada e a saída do jogador a qualquer momento, sem obrigação. Além disso, como já falamos, a pessoa pratica a atividade para afastar da vida cotidiana, seus problemas, aflições, em momento de ócio. A fuga do “real” é um “intervalo na vida cotidiana”. Ressalta-se, também, a importância da ordem na atividade. O jogo é extremamente ordeiro, com regras próprias e específicas que, no ambiente do círculo, são mais relevantes e determinantes do que aquelas existentes no mundo exterior a esse espaço.

O que Huzinga quer nos dizer é que, por exemplo, naquele momento em que duas pessoas estão jogando xadrez, elas estariam inseridas num ambiente em que somente importam os movimentos de cada peça, o tempo de cada jogada e a reação do adversário. Aquele tabuleiro é o local sagrado do jogo; o jogador tem ali a liberdade de ir e vir, mas, também, a necessidade de seguir todas as regras implícitas à atividade. Há uma ordem, uma orientação, que somente nesse espaço tem valor – e que varia de acordo com a atividade desenvolvida.

Huizinga desenvolveu esse conceito a partir de seus estudos no início do século XX, sendo o círculo mágico apresentado na década de 1930. Desse modo, ele nos permite entender a dinâmica dos jogos, mas, principalmente, aqueles que existiam na época do autor. Sendo assim, Huizinga se baseia em jogos, brincadeiras infantis e esportes em fase ainda inicial ou semiprofissional, já que - para ele - o jogo “jamais é imposto pela necessidade física ou pelo dever moral, e nunca constitui uma tarefa, sendo sempre praticado nas ‘horas de ócio’” (HUIZINGA, 2000, pos. 206).

Não podemos nos esquecer, portanto, que na década de 1930, as principais atividades envolviam jogos de tabuleiro, lutas, corridas, brincadeiras de bonecas e trenzinhos. Além disso, esportes como o futebol estavam recém se profissionalizando. No Brasil, por exemplo, isso se deu somente em 1933 (UNZELTE, 2000). Assim, o conceito de círculo mágico proposto por Huizinga é coerente às práticas de jogo corriqueiras e inerentes ao seu contexto social, cultural e temporal - envolvendo essencialmente atividades que não eram obrigatórias, ou seja, prazerosas e fora de um contexto de trabalho.

Além disso, na época em que Huizinga fez seus estudos, os jogos majoritariamente precisavam de um espaço demarcado. Vide as arenas, os estádios, os ringues – até por isso a questão do jogo possuir um local delimitado - o círculo mágico – que, ainda que simbólico,

poderia ser representado por um ambiente físico. A sociedade se comportava de outra maneira. Por exemplo, o rádio se estabelecia como o principal meio de comunicação e informação do mundo e as pessoas, naquele tempo, se reuniam para ouvi-lo. O aparelho ocupava local de destaque nas residências e seu uso era como um ritual: os indivíduos sentavam-se ao redor do aparelho e escutavam as notícias, as músicas, os programas, reunidas no mesmo lugar. Não havia o dispositivo portátil, por exemplo. Isso nos diz bastante sobre o círculo mágico de Huizinga como fechado, isolado, num local específico.

Huizinga é certamente um pioneiro no estudo dos jogos. Pensar em características para qualifica-lo e no conceito do círculo mágico, que reúne importantes considerações acerca do modo de pensar e agir sobre o jogar, lançou as bases para a pesquisa no campo dos jogos. As limitações do seu pensamento, porém, começam a se delinear justamente no tocante à demarcação espacial do círculo. Como já dito neste trabalho, à época de Huizinga, havia a necessidade de estar num ambiente de jogo praticamente fechado. A sociedade e, conseqüentemente, a cultura e a tecnologia, se modificaram nos anos posteriores à sua obra, de modo que é pertinente pensar numa expansão desses conceitos, principalmente do círculo mágico. Não cabe a nós, vale destacar, questionar a pertinência ou mesmo a validade das afirmações de Huizinga; o que queremos discutir é que, atualmente, temos jogos que não precisam mais de um espaço fechado para se realizar. O próprio *Pokémon GO* usa o mundo como “tabuleiro”, já que o jogador precisa se locomover para caçar os monstros, pegar insumos³ e “chocar os ovos”⁴. Dessa forma, o que se propõe aqui é mais uma reflexão sobre a rigidez do conceito para Huizinga, bem como de que maneira podem ser articuladas flexibilizações da ideia de círculo mágico e suas características no tocante aos jogos existentes nos dias atuais.

Já para o sociólogo francês Caillois, o círculo mágico é um conceito tão válido que afirma que o domínio do jogo é “um universo reservado, fechado e protegido – um autêntico espaço” (CAILLOIS, 1990, p. 26), assim como sugere inicialmente Huizinga. Além disso, Caillois confirma as premissas expostas por Huizinga, ao dizer que o jogo deve ser uma atividade livre, sem obrigações e voluntária, com a finalidade da alegria e diversão, como o

³ Os insumos são itens virtuais do *Pokémon GO* que o jogador precisa durante o jogo. Os itens variam de *Poké Bolas* (usadas para capturar) a poções que curam os monstros após as batalhas entre eles, bem como o *Razz Berry* (fruta para facilitar a captura) e o Incenso (que atrai mais *Pokémons*). Esses itens podem ser coletados nas *PokéStops* – locais posicionados em pontos de referência reais das cidades, acessados através do mapa do jogo -, ou comprados via cartão de crédito no próprio aplicativo.

⁴ Existem duas formas de se ter um *Pokémon* no jogo. Além da captura, o jogador pode receber numa *PokéStop* um ovo virtual, no qual sairá um *Pokémon*. Para “chocá-lo”, o jogador precisa andar, na vida “real”, uma determinada distância que varia de 2 km, 5 km ou 10 km.

círculo mágico. As regras e leis do cotidiano, da nossa vida “real”, são substituídas no círculo mágico por “regras precisas, arbitrárias, irrecusáveis, que têm de se aceitar como tais e que presidem ao correto desenrolar da partida” (CAILLOIS, 1990, p. 27). Sendo assim, Caillois parece encaminhar suas reflexões de forma similar a Huizinga, especialmente quando pensa a formação e a regulamentação do círculo mágico.

Caillois percebe na obra de Huizinga uma importante contribuição ao estudo da importância do jogo para a sociedade e cultura; entretanto, reconhece as limitações e fragilidades presentes na obra pioneira daquele autor. Dessa maneira, Caillois parte desse ponto para avançar teoricamente em relação a Huizinga e desenvolver uma proposta de tipologia e categorização dos jogos por meio da necessidade, em maior ou menor grau, de regulamentação de cada jogo, o que evidencia a preocupação do sociólogo francês em contribuir com os conhecimentos sobre o jogo como objeto de estudo. Caillois desenvolve e explica os conceitos de Huizinga à luz de seu tempo – os anos de 1950 -, dando novas perspectivas e compreensões acerca do jogo.

Primeiramente, Caillois discorda da aceção de Huizinga de que o jogo não possui qualquer intenção voltada ao interesse material, ao ganho, como as apostas e os jogos de azar. Para o francês, mesmo sendo mais difícil pensar na riqueza cultural dos jogos de azar perante os de competição, excluir esse tipo de atividade da definição de jogo, como fez Huizinga, subentende-se um afastamento de qualquer interesse econômico, o que para ele não é verdade. Segundo Huizinga (2000, pos. 319), o jogo é uma atividade “desligada de todo e qualquer interesse material, com a qual não se pode obter qualquer lucro”. O que seriam, então, as apostas em cavalos, os cassinos, o carteador? Para Caillois, como o jogo começa e encerra em si mesmo, há transferência de material e não um ganho. A quantia que se coloca no início da aposta é a mesma que vai sobrar no término, a diferença é que alguém terá mais ou menos que quando começou a atividade.

Caillois parte do princípio de que os jogos não são em sua totalidade iguais, mas que possuem certas especificidades que os distinguem uns dos outros, não podendo juntá-los todos sob a mesma explicação ou categoria. Haveria diferenças entre eles principalmente na sua regulamentação. No primeiro capítulo de *Os Jogos e os Homens* (primeira edição em 1957), Caillois faz uma reverência aos estudos de Huizinga, mas critica-o justamente pela limitação de sua definição e classificação do jogo. Para o francês, a definição de jogo proposta por Huizinga é “demasiado ampla e demasiado restrita” (CAILLOIS, 1990, p. 24); isso se dá

porque o neerlandês faz na verdade, para Caillois (1990, p. 23), uma pesquisa sobre o “espírito que preside a uma determinada espécie de jogos – os jogos de competição regrada” e não acerca de toda a atividade.

Tendo em vista as críticas, mas também levando em consideração a concordância com o conceito do círculo mágico, Caillois (1990, p. 29) propõe seis princípios para classificar e entender os jogos diante de suas características, o que, para ele, era ausente no estudo de Huizinga. São eles:

a) A *liberdade* da atividade é crucial. A pessoa pode praticar ou não o jogo, de forma espontânea e sem obrigação - que, se ocorresse, tiraria a alegria e a diversão da ação;

b) A *delimitação* de um espaço e tempo próprios, ou seja, o círculo mágico na sua aceção espaço-tempo que os autores citados estabelecem para os jogos;

c) A *incerteza* com relação aos rumos que o jogo irá tomar, bem como seu desfecho. É o conceito de imprevisibilidade, uma vez que o resultado, se conhecido de antemão. Seria como começar uma partida de xadrez já sabendo qual dos dois jogadores será o vencedor, desestimulando qualquer prática e qualquer atratividade;

d) O jogo é uma atividade *improdutiva*, ao passo de que não gera bens, nenhuma riqueza ou qualquer elemento novo. O jogo, sendo uma atividade que começa e termina em si, tem a direção de encerrar-se em situação idêntica à inicial. Segundo Caillois (1990), as únicas alterações possíveis, assim, são as que ocorrem dentro do círculo mágico;

e) O jogo é uma atividade *regulamentada* que se sujeita a convenções próprias, que suspendem, pelo tempo em que é praticado, as legislações externas ao círculo mágico. São regras que podem, por exemplo, permitir até a violência – o que é socialmente condenável no mundo “real” -, como uma luta de boxe ou um duelo na esgrima. Logo, todo jogo possui regulamentos próprios aos quais os jogadores devem aceitar voluntariamente e submeter-se para jogar;

f) Por fim, Caillois (1990) entende que o jogo cria uma *realidade fictícia* que, devido às suas regras específicas e desenvolvimento no círculo mágico, não carece de verossimilhança com a vida cotidiana.

Considerando as características acima, Caillois proporá uma sistematização dos jogos em que se levam em conta os aspectos já descritos, e separando-os conforme o engajamento

da pessoa com relação à atividade. Como já vimos, para o autor, não podemos colocar todos os jogos juntos como se fossem iguais e tivessem a mesma forma de prática; assim, ele determinará quatro categorias, que serão chamadas de *agôn*, *alea*, *mimicry* e *ilinx*.

Na categoria *agôn* encontram-se os jogos de competição, em que a igualdade de oportunidade se constrói de forma artificial, assim, os jogadores teriam condições ideais de enfrentamento, sem que haja vantagem prévia entre as partes. “O *agôn* apresenta-se como a forma pura do mérito pessoal e serve para o manifestar” (CAILLOIS, 1990, p. 35). Estão inclusos, portanto, os esportes, do futebol ao xadrez.

Já *alea*, termo latino para um jogo de dados, são aqueles baseados na sorte, em completa oposição ao *agôn*, já que o resultado não depende exclusivamente do jogador. O componente sorte é fundamental para essa categoria, já que “se trata mais de vencer um destino do que um adversário” (CAILLOIS, 1990, p. 37). Na *alea*, os jogadores estão em uma igualdade natural, ninguém é superior, já que o que o resultado está condicionado à sorte. Para Caillois (1990), esta categoria é exclusivamente humana, já que os animais não conheceriam o próprio conceito de sorte ou o destino. Aqui, obviamente estão os jogos de azar, os carteados, as atividades de um cassino, por exemplo.

Na categoria *mimicry* – o mimetismo - estão os jogos que aceitam temporariamente uma ilusão ou, de certo modo, um universo fechado, convencional e imaginário. Ali, podem encarnar papéis, personagens e situações diferentes da sua vida “real”. Baseia-se no fato do jogador “jogar a crer, a fazer crer a si próprio ou a fazer crer aos outros que é outra pessoa” (CAILLOIS, 1990, p. 39). É a categoria da mímica, das encenações infantis, do teatro.

Por último, temos a categoria *ilinx*, que se caracteriza pelos jogos em que se busca a vertigem ou alguma perturbação da percepção espacial e sensorial dos jogadores, e até um certo grau de pânico. Aqui encontramos os brinquedos dos parques de diversão – montanha-russa, barco viking e tobogã -, bem como aquelas brincadeiras em que crianças giram em seu próprio eixo com o objetivo de perder o equilíbrio (REIS, 2013, p. 40) e até o ato de descer uma montanha num esqui ou dirigir um carro conversível.

Diante das características acima, Caillois procederá com uma segunda classificação dos jogos; referente à necessidade de regulamentação dos jogos. Dessa forma, a sua classificação se apoia em dois polos antagônicos: *paidia* e *ludus*. No primeiro tipo, o autor entende aqueles jogos regidos pelo princípio de diversão despreocupada, em que é possível a

flexibilização das regras. Na *paidia* se possibilita a intervenção própria do jogador, como o improviso, sendo jogos com estrutura menos regrada. São as piruetas infantis, as corridas desregradas, o gatinho com o novelo, a algazarra, as imitações. Já o *ludus* pressupõe o contrário do tipo anterior. Aqui vemos jogos que não permitem nenhuma flexibilização ou violação das regras, com a consequência de se quebrar o círculo mágico. São atividades em que a regulamentação é necessariamente rígida, como as competições esportivas. Por exemplo, num jogo de futebol o indivíduo não pode simplesmente cobrar o lateral com os pés porque quis fazê-lo, ou sair com a bola debaixo dos braços. Ou segue-se as regras do futebol, ou isso se transforma em *rugby* ou qualquer coisa não determinada que não seja o esporte bretão. No *ludus*, a graça do jogo é vencer o oponente justamente pela observação rígida das suas regras. Caillois esclarece, no entanto, que ambos os polos podem coexistir num mesmo jogo, e que

a paidia conjuga-se com o gosto pela dificuldade gratuita, a que proponho chamar ludus, e desemboca nos variados jogos a que pode ser atribuída, sem exagero, uma intenção civilizadora. Efectivamente, eles ilustram os valores morais e intelectuais de uma cultura, bem como contribuem para os determinar e desenvolver (CAILLOIS, 1990, p.48).

Figura 1 - divisão dos jogos proposta por Caillois (1990, p. 57)

	AGÔN <i>(Competição)</i>	ALEA <i>(Sorte)</i>	MIMICRY <i>(Simulacro)</i>	ILINX <i>(Vertigem)</i>
PAIDIA algazarra agitação risada papagaio solitário paciências palavras cruzadas LUDUS	corridas } não regulamentadas lutas } etc... } atletismo boxe bilhar esgrima damas futebol xadrez competições desportivas em geral	lengalengas cara ou coroa apostas roleta loterias simples, compostas ou transferidas	imitações infantis ilusionismo bonecas, brinquedos máscara disfarce teatro artes do espectáculo em geral	piruetas infantis carrocel balouço valsa volador atrações das feiras ski alpinismo acrobacias
N.B. - Em cada coluna vertical os jogos são classificados aproximadamente numa ordem tal que o elemento <i>paidia</i> é sempre decrescente, enquanto que o elemento <i>ludus</i> é sempre crescente.				

Fonte: Caillois (1990, p. 57)

Vemos assim que também é possível entender o estágio cultural de um período por meio dos jogos praticados nesses tempos. Com Huizinga, tínhamos uma época em que muitos dos esportes que conhecemos hoje estavam na fase entre o amador e o profissionalismo,

buscando, desse modo, uma afirmação regimental, criando e desenvolvendo regras. Além disso, por falar de um período quase centenário, para nós, as referências de Huizinga eram bem diferentes tanto daquelas colocadas por Caillois, quanto das que temos atualmente. Para ele, os jogos se resumiam, além das competições amadoras, aos jogos de tabuleiro e das brincadeiras infantis da época. Claro que isso influenciou, como já falamos ao discutir o círculo mágico, seus conceitos e ideias.

Do mesmo modo, podemos entender o porquê chamamos de avanço os pensamentos de Caillois. Falando a partir da década de 1960 – portanto, 30 anos depois do neerlandês - o sociólogo já tem como referência, além do próprio Huizinga, esportes devidamente regulamentados e evoluídos; o que trouxe certamente a Caillois um distanciamento e uma clara divisão do que seriam *paidia* e *ludus*. Ainda assim, corroborando a ideia do círculo mágico, ao passo de que os jogos do seu tempo continuariam tendo seu espaço delimitado, seu mundo próprio e a imersão (localizada) do jogador.

Falamos do rádio em Huizinga, mas a televisão, do mesmo modo, com local exclusivo, todos reunidos assistindo a mesma coisa, também demonstra que na época de Caillois a dinâmica social do ócio, do momento de lazer, era semelhante àquela apresentada por Huizinga em 1938. Por isso, manteve-se quase inalterada a noção de círculo mágico nos dois autores expostos. O que pretendemos a seguir é pensar, já no nosso tempo, como a tecnologia, o avanço da informática e da Internet se encaixam - ou não - nesse conceito tão caro a Huizinga e Caillois.

2.1 Breve recuperação da evolução dos jogos digitais: dos anos 1950 até a atualidade

Como recupera Reis (2013), a partir dos anos de 1960 percebemos a emergência de um novo tipo de jogos, os digitais. Com o rápido desenvolvimento da informática e, depois, da Internet, esse modelo de jogo passou a acompanhar e a mudar a sociedade conforme seus avanços. Já no início da década de 1960 surge o primeiro exemplar digital, o *Pong*, um jogo com sistemática bem simples e rudimentar que simulava uma partida de tênis de mesa, em que o jogador controla uma das duas barras laterais que rebatiam a bola. Depois disso, universidades e empresas passaram a produzir jogos, ou *games*, aliado ao avanço tecnológico de cada época.

Em 1972, a empresa Magnavox lança o primeiro console doméstico, o *Magnavox Odyssey*, versão comercial em larga escala de um pioneiro protótipo ligado à televisão criado

por Ralph Baer⁵. No mesmo ano, é fundada a Atari, que lançou – em 1975 - seu *console* chamado *Pong*. No ano seguinte, a Magnavox coloca no mercado o *Odyssey 100*. A partir desse ponto, começam a surgir mais *consoles* e outros *games* de sucesso, como o *Space Invaders* (1978) e o conhecidíssimo controle *joystick* da Atari com o formato de manche (1977) (REIS, 2013, p. 45-46, 48).

Não é coincidência, porém, que justamente nessa época de ebulição na criação de *games* se desenvolvem os primeiros computadores pessoais (REIS, 2013, p. 52). O tamanho reduzido e a velocidade de processamento cada vez maior tornaram essas máquinas populares e fez com que passassem a fazer parte da vida cotidiana e social das pessoas, seja em escolas, empresas e até nos domicílios. Diante desse quadro de efervescência, a Apple de Steve Jobs lança, num curto espaço de tempo, o Apple II (1977), o Apple III (1980) e o Lisa (1983), popularizando ainda mais os computadores pessoais (REIS, 2013, p. 52). A vida do sujeito e da sociedade em geral começa a mudar radicalmente a partir daí. Com o desenvolvimento acelerado de melhores processadores, memória e capacidade, algumas tarefas passam a ter lugar nos monitores ao invés dos cadernos. E esses avanços técnicos respingam, naturalmente, no desenvolvimento dos *games*.

Na década de 1980, a Nintendo lança o *console* NES, enquanto a Sega coloca no mercado o Master System, que viriam a ser os precursores dos grandes sucessos dessas companhias e símbolos dos jogos digitais dos anos 1980 e início dos anos 1990: o Super NES (Nintendo Entertainment System – ou simplesmente Super Nintendo) e o Mega Drive - ou Sega Genesis (REIS, 2013, p. 53). São *consoles* de maior capacidade gráfica e superior processamento em comparação aos anteriores. Além disso, na cultura popular, tanto o Super Nintendo como o Mega Drive trouxeram dois grandes protagonistas do universo dos jogos digitais: o Mario e o Sonic (REIS, 2013, p. 53).

Seja nas aulas nos colégios como nas operações de vendas de uma grande corporação, ou no controle do estoque de um armazém, os computadores são parte integrante da vida e do cotidiano. Do mesmo modo que, diante disso, os jogos digitais também adentram os lares de forma definitiva. Por exemplo, o NES vendeu 500 mil unidades em apenas dois meses no ano

⁵ Ralph Baer (1922 – 2014) foi um engenheiro alemão considerado o pai dos videogames por ter produzido em 1969 a primeira ideia de console de videogame doméstico, o *Magnavox Odyssey*. Além deste, Baer também é conhecido pela idealização de diversos aparelhos de entretenimento doméstico e brinquedos como o Simon, conhecido no Brasil como Genius, comercializado pela Estrela.

de 1985 (REIS, 2013, p. 53). O videogame passa a ser um sonho de consumo, juntamente com o computador pessoal.

Outro aspecto-chave para entendermos os jogos atuais e jogo tema do trabalho foi a popularização de dispositivos de videogame portáteis, sendo este, inclusive, um grande trunfo da empresa nipônica Nintendo – que, em 1989, dá um grande passo ao lançar o Game Boy, um console móvel, com tela monocromática e tamanho reduzido (REIS, 2013, p. 54). Seu sucessor, o Game Boy Color - em cores e menor que o anterior - teve enorme sucesso de vendas e abriu espaço para os *consoles* móveis e a produção de jogos digitais específicos a esses consoles, além de popularizar títulos como, por exemplo, o próprio *Pokémon*, que teve suas primeiras versões para Game Boy com os *Pokémon Red* e *Pokémon Blue*, simultaneamente em 1996.

A partir dos anos 1990, os computadores já estavam plenamente inseridos na vida cotidiana das pessoas. Esses dispositivos, cada vez mais potentes, dotados de grande capacidade de processamento e resolução gráfica aprimorada, e juntamente à popularização do acesso à Internet doméstica, promoveram um acelerado e crescente processo de digitalização da cultura e da sociedade (REIS, 2013, p. 55). Compras, vendas, portais, jogos, planilhas: tudo o que era “analógico” passa a ser operado por intermédio dos computadores, das apresentações de slide de colégio aos cálculos na bolsa de valores. Nesse ínterim surge também o CD-ROM, com maior capacidade interna de memória, possibilitando o armazenamento de múltiplas mídias e arquivos e, com isso, os videogames que utilizam esse meio. O principal é o Playstation, da Sony, em 1995. A Nintendo, porém, ainda conservou o cartucho com o Nintendo 64, em 1996 (REIS, 2013, p. 55).

A década de 1990 foi um grande avanço em termos tecnológicos para *games*, computadores e, conseqüentemente, sociedade. O Windows 95, por exemplo, trazia uma interface amigável, prática e instintiva para o computador pessoal, explodindo em vendas e consolidando a franquia como o principal sistema operacional até os dias atuais. Além disso, os telefones celulares foram um grande sucesso nos anos 1990. Ficaram menores e mais acessíveis financeiramente com relação aos seus predecessores dos anos 1980; ainda que fossem relativamente grandes se comparados aos aparelhos atuais eram mais portáteis e com baterias mais autônomas que os modelos anteriores.

Nos anos 2000, a nova tecnologia do DVD, que possui mais capacidade que os CDs, entra nas casas das pessoas. Já em 2003, a Nokia, fabricante de celulares, lança o N-Gage,

mistura de telefone celular, organizador pessoal, tocador de música e rádio, além de ser uma plataforma de jogos – semelhante aos *smartphones* atuais. A tentativa foi falha, mas abriu as portas para que pudéssemos ter os aparelhos celulares híbridos e multifuncionais que temos hoje (REIS, 2013, p. 59-60).

A maior disponibilidade e evolução tecnológicas permitem o desenvolvimento dos primeiros *smartphones*, o iPhone da Apple, em 2007 (REIS, 2013, p. 60). A partir dele, o mercado de telefones móveis e dos jogos mudou radicalmente. O celular passa a ser quase um computador portátil, que realiza inúmeras funções, desde um tocador de música e leitor de e-mails, a de um telefone. Os *smartphones* propiciaram, de fato, a emergência de uma cultura da mobilidade no que se refere ao acesso, produção e interação em redes digitais. Dessa forma, desprenderam a necessidade de terminais fixos para o acesso à Internet: o escritório, a escola, a diversão, por exemplo, passaram a estar à mão e nos bolsos dos sujeitos que portam esses dispositivos. Com os telefones móveis, o sujeito foi capaz de marcar reuniões, tirar fotos, assistir vídeos, criar apresentações e jogar uma enorme variedade de jogos – tudo, na maioria das vezes, gratuitamente, sendo necessário apenas um pacote de dados de Internet ou acesso a uma rede *Wi-Fi*. Isso tornou-se possível, entre outros fatores, devido à popularização da Internet, bem como de todos esses fatos anteriores, do Atari, Game Boy e até *Pong* – hoje, um aplicativo que pode ser baixado até nos *smartphones*. O mundo mudou, o sujeito agora caminha com a informação, seus compromissos, sua diversão, seu jogo nas mãos, e essa é uma tendência cada vez maior, como vemos nessa retomada histórica e atualmente.

Com a ampla presença desses *smartphones* e dispositivos portáteis na sociedade atual, os jogos passaram a ter, conseqüentemente, vários lugares, múltiplos espaços, ao invés de se restringirem, por exemplo, às salas das casas. Dessa forma, surgem jogos chamados de jogos móveis locativos, os quais são, de acordo com Lemos (2010, p. 58) “jogos urbanos que utilizam tecnologias e serviços baseados em localização nos quais o lugar é parte integrante das regras e das ações do jogo”. Desse modo, são aqueles que transformam a cidade – ou o próprio mundo - numa espécie de uma grande arena, onde o jogador se movimenta, interage, tanto com o jogo, com outros sujeitos, quanto com a vida cotidiana. Uma atividade em que, deliberadamente, “mistura a realidade do game com o mundo real” (MÄYRÄ, 2008, p. 146, tradução nossa)⁶, ao mesmo tempo, no mesmo lugar. São jogos que não demandam um local –

⁶ Mix game reality with the real world.

a sala de casa, por exemplo – e nem um tempo específico; simplesmente podem ser jogados em qualquer horário, pelo período que lhe for conveniente.

Em todas as esferas e processos da vida humana e social, a Internet se faz presente, em todos os momentos, e não só nos computadores e videogames, mas igualmente nos dispositivos móveis, como *smartphones* e *tablets* atuais, os quais contam com múltiplas funções, grande poder de processamento e velocidade de conexão à rede. Por causa desses dispositivos, principalmente, carregamos a Internet nos nossos bolsos e mãos, em qualquer lugar que estamos – passamos de uma lógica de acesso à rede para uma outra, de conexão constante (SANTAELLA, 2007) ou *always-on* (PELLANDA, 2005). Grande parte da população na atualidade se encontra conectada à Internet de forma constante – estejam elas operando seus dispositivos móveis ou não - mandando e-mails no trabalho, acessando sites de redes sociais em casa ou jogando enquanto espera uma consulta; seja onde for, a Internet liga as pessoas em nosso tempo. A informação parece estar a um toque dos dedos nas múltiplas telas que compõem o cenário infocomunicacional contemporâneo.

A conexão e os aparatos, dispositivos e tecnologias computacionais estão presentes, dessa maneira, de forma constante e ubíqua, ou seja, espalhadas e sua presença se torna cada vez mais difusa, graças à Internet móvel via redes *Wi-Fi* e de dados cada vez mais rápidas. A contemporaneidade é, assim, marcada por uma profunda aceleração e rapidez nos fluxos infocomunicacionais, além de ser marcada pela alta mobilidade tanto de sujeitos, redes e aparatos; logo, *smartphones* com acesso à Internet são ideais para acompanhar o sujeito contemporâneo nessa lógica durante o seu dia-a-dia – e nesse ínterim se desenvolvem os jogos móveis locativos.

Podemos, ao mesmo tempo, realizar nossas atividades cotidianas e jogar. Hoje, o sujeito tem a possibilidade de jogar no trabalho, no trânsito, esperando o ônibus chegar, simplesmente em qualquer lugar, basta ter um celular com o básico no que diz respeito à memória e ao processador. Os jogos refletem, larga medida, o modo com que uma sociedade se organiza, vive. Hoje, diferentemente do contexto histórico e cultural de Huizinga e de Caillois, estamos imersos em processos que nos permitem, por meio de dispositivos digitais portáteis, experimentar as relações com o mundo que nos cerca, tempos e espaços distintos de forma simultânea – o que implica novas relações também com o fenômeno do jogo; daí a relevância dos jogos móveis locativos para a cultura atual. Logo, tendo como pressuposto a existência do contexto informacional, digital, social e cultural exposto até aqui, consideramos

que tal os jogos móveis locativos têm sua existência admitida na sociedade atual devido ao avanço tecnológico, bem como à lógica de organização social em que vivemos na contemporaneidade.

2.2 Jogos locativos

Os jogos móveis locativos permitem, portanto, o surgimento de lógicas e culturas próprias, que se desenvolvem a partir da apropriação da cidade de forma lúdica pelas pessoas, baseada nas tecnologias móveis de geoposicionamento, encontrando apoio na mobilidade e na ubiquidade das conexões às redes de informação sem fio. Isso cria novas experiências para os jogos digitais, liberando a sua ocorrência – física e simbólica – da necessidade de consoles ou computadores para, literalmente, ocupar as cidades, as praças, as ruas.

Com base na bibliografia consultada, cremos que o jogo móvel locativo pode despertar uma nova percepção do espaço urbano em seus jogadores, para que ele seja redescoberto, passando ter significados que não são intrínsecos a ele tradicionalmente. No *Pokémon GO*, objeto de investigação deste trabalho, notamos que, para a obtenção de insumos e itens, o jogador deve caminhar até uma das *PokéStops* que estão espalhadas pela cidade - geralmente em locais públicos como monumentos, praças, parques e prédios históricos. O sujeito troca a maneira de jogar, da parada em frente à televisão ou ao computador, por outra mais dinâmica, que exige o deslocamento, fazendo-o até mesmo redescobrir a própria cidade nesse caminho.

Em face do exposto, percebemos que o conceito do círculo mágico proposto por Huizinga, e corroborado por Caillois, deve ser tomado com cautela quando aplicado ao cenário contemporâneo. Temos que pensar que o próprio espaço no qual os jogos móveis locativos se desenrolam, em geral, não é mais fixo, imutável, fechado; mas sim que pode ser o planeta todo. Podemos caçar *Pokémons*, por exemplo, em qualquer lugar que haja conexão com Internet, seja *Wi-Fi* ou de dados. Isso não quer dizer, contudo, que a ideia de círculo mágico esteja equivocada ou mesmo datada; mas sim que, devido a todo o avanço tecnológico e dos *games*, temos que flexibilizar o conceito e adequá-lo à atualidade.

Pensamos, assim, a necessidade de expansão de tal conceito, afinal a cidade é o tabuleiro do jogo, o espaço e o tempo do qual os jogos móveis locativos se apropriam – e não mais a televisão ou o computador. Expandimos as fronteiras do jogar. Montola (2005) classifica esse alargamento do círculo mágico em três perspectivas de expansão: a espacial, a temporal e a social.

A *expansão espacial* permite “jogar socialmente em muitos lugares simultaneamente, levando os jogos a lugares onde eles normalmente não estariam” (MONTOLA, 2005, p. 2, tradução nossa)⁷. Temos, por um lado, o avanço da Internet e de redes planetárias de informação, atingindo todos os cantos da Terra com altas velocidades de conexão; e do outro lado, o desenvolvimento de um sistema de transporte global baseado na rapidez do deslocamento e no acesso a qualquer parte do planeta. Desse modo, as pessoas podem levar consigo, para todos os lugares, seus jogos e jogá-los pelo mundo (REIS, 2013, p. 74). Desfaz-se assim a necessidade da conexão de consoles a aparelhos como televisores com entrada para os cabos do console; apenas, como já falamos, uma rede de Internet e o celular. Se uma pessoa na Europa desejar caçar *Pokémons* na Ásia, ele simplesmente pode pegar um avião em sua cidade e, chegando ao destino, ligar o aplicativo e sair andando na busca dos monstros. Isso porque esse tipo de jogo se apropria de lugares que são comuns em qualquer cidade, como shoppings, museus, praças e parques. A apropriação dos locais públicos não faz distinção, por isso podemos sair do Brasil e ir à Islândia que a dinâmica do *Pokémon GO* será a mesma, por exemplo.

Já por *expansão temporal* entendemos como a dilatação da duração do jogo. Diferentemente do que Huizinga afirmou, hoje, o jogo não necessita de um momento específico para a sua ocorrência, como por exemplo, momentos de ócio ou lazer específicos. Obviamente, o sujeito não fica jogando o tempo todo, mas o jogo faz parte do dia-a-dia dele em momentos nos quais tradicionalmente não seriam admitidos. “A expansão temporal oferece oportunidades para entrelaçar os jogos com a vida cotidiana” (MONTOLA, 2005, p. 2, tradução nossa)⁸. Como afirma Reis (2013, p. 75), “uma pessoa defronte a um televisor e a um console de um jogo eletrônico tem a noção exata do tempo despendido nessa atividade; ela pode irromper a qualquer momento o círculo mágico e reiniciá-lo posteriormente”.

Já nos jogos móveis locativos, esse tempo se dilui e torna-se imiscuído à vida cotidiana do sujeito, misturando o jogo com outras atividades sociais do mesmo. Não precisamos ficar olhando a tela do celular o tempo todo para jogar *Pokémon GO*. Podemos simplesmente deixar o seu aplicativo sendo executado no aparelho em segundo plano, sem que tenhamos que realizar ações ativamente; quando existir a necessidade de realizar qualquer interação com o sistema do jogo, o celular irá vibrar alertando a presença de algum

⁷ It allows social playing in many locations simultaneously, taking games to places where they are not usually supposed to be.

⁸ Temporal expansion offers opportunities for interlacing games with everyday life.

personagem, por exemplo – para só aí olharmos a tela para decidir se vale ou não a captura. Nesse tempo, podemos realizar qualquer outra atividade, sem que estejamos literalmente jogando ativamente. O jogo está lá, operando e conectado aos servidores do jogo; enquanto que nós, *nele e fora dele*, estamos de forma simultânea atravessando continuamente as bordas – difusas – do círculo mágico.

Por último, somando as duas características anteriores, Montola (2005, p. 2) destaca uma *expansão social*. Ora, enquanto em outros períodos sentávamos na sala em volta do rádio ou da televisão, numa atividade localizada, o engajamento social de hoje é diferente. Já que o celular é um aparelho que possui em sua gênese a ideia de mobilidade, podemos por meio dele interagir, competir e realizar trocas simbólicas entre os próprios jogadores e entre pessoas que inicialmente estariam alheias à atividade (REIS, 2013, p. 75). Como no caso dos jogos aqui tomados para estudo, é proporcionada uma apropriação dos espaços urbanos como local no qual o jogo se desenvolve, isso implica também em interação social – e até um certo grau de participação - com todos que estão à sua volta. “Em locais e tempos inesperados onde os jogos expandidos [locativos] são jogados, inesperadas pessoas fazem a diferença com relação à jogabilidade” (MONTOLA, 2005, p. 2, tradução nossa)⁹. A própria Internet, que possui como uma de suas características principais a interação social entre sujeitos, permite que tenhamos contato com muitas culturas e pessoas, por exemplo, por meio de sites de redes sociais como *Facebook*¹⁰, *Twitter*¹¹ e o *WhatsApp*¹². As tecnologias digitais e informacionais, quando absorvidas e apropriadas pela sociedade, promove mudanças de ordem social e cultural profundas, e os jogos locativos são parte integrante das mesmas.

O conceito de círculo mágico, como apresentado por Huizinga, com regras fixas e espaço-tempo determinados para a prática do jogo, parece hoje ser considerado tendo em vista a sua flexibilização, com suas fronteiras diluídas e o teor regimental suavizado para entender o fenômeno do jogo e suas distintas manifestações no nosso tempo. O espaço e o tempo já não são tão bem precisos como antigamente; a cultura digital permite com que joguemos em qualquer lugar e a qualquer momento. Os jogos locativos adentram a vida “real” das pessoas, se misturando e muitas vezes ultrapassando seu domínio para já fazer parte do cotidiano do sujeito. O jogo deixa de ser praticado apenas no ócio, mas sim passa a fazer parte da vida da

⁹ In the unexpected places and times where the expanded games are played, unexpected people make a difference regarding the gameplay.

¹⁰ <www.facebook.com> – Acesso em: 31 out. 2016.

¹¹ <www.twitter.com> – Acesso em: 31 out. 2016.

¹² <web.whatsapp.com> – Acesso em: 31 out. 2016.

pessoa ao passo que a acompanha em todos os momentos, estando a um toque. Temos que pensar que, hoje, o círculo mágico pode ser o planeta inteiro, já que podemos jogar o mesmo jogo em qualquer lugar da mesma maneira com o mesmo dispositivo.

3 OPINIÃO PÚBLICA

A expressão “opinião pública” pode evocar a imagem de uma certa sabedoria popular, pura, livre e democrática. Já para o jornalista e filósofo americano Walter Lippmann, essa opinião pública pode ser manipulada e moldada por grupos que detêm certo poder na sociedade, como a imprensa. Segundo ele, a mídia cria imagens estereotipadas da realidade e as entrega ao leitor. Esse leitor, se não se distanciar e questionar a notícia recebida, trabalhará com aquela informação claramente direcionada e, em grande escala, isso afetará a chamada opinião pública. A manutenção do estereótipo, para o autor, passa por opiniões pessoais e valores próprios, que são legitimados, relidos e veiculados pela imprensa de um modo geral.

Para este capítulo, portanto, nos basearemos na obra *Opinião Pública*, de Walter Lippmann, que, mesmo escrita em 1922, traz, para nós, discussões importantes e pertinentes para a pesquisa. Um texto quase centenário, mas que serve aos nossos objetivos neste trabalho, principalmente no que toca às questões da construção e manutenção de estereótipos e da relação da imprensa e sua influência na opinião do público. Cremos que, com as ideias de Lippmann, conseguimos fazer as discussões necessárias e obter o aporte teórico suficiente para esta monografia.

A guerra é um exemplo que Walter Lippmann recorre várias vezes na obra *Opinião Pública* para demonstrar como as informações podem ser colocadas para direcionar as opiniões do público. Ele cita os comunicados sobre as batalhas na Primeira Guerra Mundial emitidos pelos Altos Comandos franceses e alemães, que sempre diziam – para seu público – que a situação não estava tão ruim quanto parecia, ou que, mesmo o inimigo tendo vencido tal batalha, ele teve perdas terríveis. Só que, na verdade, os fatos foram alterados simplesmente para direcionar a opinião pública. Os inimigos podem não ter tido baixas, e nós podemos estar perdendo. Os militares “utilizaram seu poder para fazer os públicos aliados verem os fatos da forma que eles desejavam que fossem vistos” (LIPPMANN, 2010, p. 50). Para nosso trabalho, portanto, usaremos os conceitos descritos por Lippmann em *Opinião Pública* (2010) para caracterizar essa ideia e fazermos uma análise do objeto estudado à luz dessa compreensão.

3.1 Os Pseudoambientes

O que nos interessa aqui é que, conforme Lippmann (2010) afirma, a verdade colocada pelos militares criou o que ele chama de “pseudoambiente”. Nesse espaço, somente a realidade construída pelos comunicados era verdadeira. O que realmente estava acontecendo,

porém, só era sabido por aqueles militares. Logo, a veracidade dos fatos foi manipulada de forma a informar à imprensa e, conseqüentemente, à população, apenas o que era conveniente naquele período específico. Para isso, o “acesso ao ambiente real precisa ser limitado, antes que alguém crie um pseudoambiente que imagine ser mais adequado ou desejável” (LIPPMANN, 2010, p. 51). Assim, esse pseudoambiente é criado – tanto no exemplo acima pelos militares, quanto também pela imprensa – com o objetivo manter a narrativa que lhes seja favorável e atenda seus interesses. Para os altos generais franceses seria muito perigoso, por exemplo, se a população entrasse em pânico durante a guerra – cujas conseqüências poderiam ser a perda de confiança no Estado e, acreditava-se, o poder de resistência ao inimigo. E se o público pudesse observar diretamente o fato, estando fisicamente presente no acontecimento, uma outra verdade poderia ser construída, já que existiriam diversas versões, uma para cada observador, em oposição ao monopólio da informação vinda dos órgãos oficiais.

Assim como nós dissemos sobre uma barreira física que impediria nosso acesso à informação, Lippmann também afirma ser possível falar em barreiras sociais, de tempo, de linguagem e qualquer outro mecanismo que constringe, limita ou bloqueia nossas opiniões públicas.

Estas limitações sobre nosso acesso ao ambiente combinam com a obscuridade e a complexidade dos próprios fatos que impedem a clareza e a justa percepção, substituindo ficções enganosas por ideias aplicáveis, impedindo-nos de adequados exames dos que conscientemente se esforçam em enganar (LIPPMANN, 2010, p. 79).

Desse modo, não apenas a distância física, mas tantos outros fatores dificultariam o acesso a um ambiente no qual um dado fato estaria disposto sem a mediação dos discursos legítimos; de forma a tornar possível que o compreendêssemos e analisássemos conforme nosso julgamento próprio – e, claro, do público.

3.2 O Estereótipo

Ocorre que, para Lippmann, esse julgamento que poderia ser realizado diretamente pelo sujeito, não é puramente construído e definido por orientações apenas subjetivas. Qualquer situação nova é desconhecida para nós, ou seja, não teríamos opinião formada ou qualquer significado prévio ao qual fosse possível o acesso de modo a compreender de imediato tal situação. Assim, “pegamos o que nossa cultura já definiu para nós, e tendemos a

perceber aquilo que captamos na forma estereotipada para nós por nossa cultura” (LIPPMANN, 2010, p. 85).

Dessa maneira, quando nos deparamos com uma situação desconhecida, um fato novo, procuramos utilizar imagens mentais já pré-concebidas pelo nosso meio – ou por nós mesmos – para reconhecermos e entendermos, inicialmente, o que está acontecendo. Esses conceitos podem vir dos nossos pais, professores, de instituições como a Igreja, de amigos ou outros sujeitos e, em grande parte, da imprensa. Por isso, para o autor as pessoas e as instituições lançam mão de estereótipos o tempo todo. “Na maior parte dos casos nós não vemos em primeiro lugar, para então definir, nós definimos primeiro e então vemos” (LIPPMANN, 2010, p. 85).

Um exemplo corriqueiro seria o estereótipo de que um produto vindo do exterior é de melhor qualidade do que os nacionais. Muitas vezes, isso é verdade. Há alguns tipos de mercadorias que são, sim, de altíssima qualidade, como carros de luxo e perfumes, além de outros. Porém, em alguns casos é curioso perceber que existem muitos produtos importados que possuem outro estereótipo, mesmo vindo de fora do país. Uma mercadoria de origem paraguaia é classificada popularmente como falsificada, principalmente pela imagem que temos da fronteira entre nossos países; bem como produtos chineses, que recebem o estereótipo de serem de baixa qualidade. Não que não existam, de fato, produtos chineses de baixa qualidade e paraguaios falsificados, mas a imagem que temos tende a ser generalista. Todos os produtos chineses são ruins e paraguaios são cópias, mesmo sendo importados. É curioso, principalmente porque eletrônicos da companhia americana Apple, e sonho de consumo de milhões, são fabricados na China.

Além disso, a nossa vida corrida também reafirma o sentido do estereótipo e seu uso por nós para vermos os fatos e as pessoas. Para Lippmann, a pressa do dia-a-dia faz com que apenas nos atentemos a um “pequeno traço que marca um tipo muito conhecido, e o resto da imagem preenchemos com os estereótipos que carregamos em nossas cabeças” (LIPPMANN, 2010, p. 91). Isso ele afirma em 1922, quando o rádio apenas estava começando, os carros e os telefones eram luxo. Se transportarmos essa ideia para os dias atuais, parece-nos ainda muito mais evidente. Segundo o autor, não existe tempo para o conhecimento aprofundado entre as pessoas para, assim, haver menor impacto – ou nenhum - dos estereótipos. Se vemos uma pessoa na biblioteca consultando vários livros ao mesmo tempo, podemos na hora pensar que é estudiosa, inteligente. Mas, ao contrário, ela pode estar apenas desesperada para uma

prova que é no dia seguinte e não estudou a matéria. Parece uma colocação infantil e sem importância, mas muitas vezes nos detemos apenas em determinadas características físicas das pessoas ou suas origens e, por meio disso, determinamos o que ela é, sem que de fato a conheçamos.

Nos dias atuais, por exemplo, muitos muçulmanos são retratados como terroristas apenas por serem seguidores do Islã. Isso decorre de uma série de imagens estereotipadas que chegam a nós sobre homens-bombas, assassinatos e radicalismo que envolve alguns indivíduos com essas características. Uma referência a esse respeito pode ser o presidente-eleito dos Estados Unidos da América (EUA) em 2016, Donald J. Trump, que chegou a dizer durante sua campanha que iria barrar a entrada de todos os muçulmanos nos EUA¹³. Temos em mente o ataque às torres gêmeas do World Trade Center na cidade de Nova York, em 11 de setembro de 2001 – e de como aquele fato ainda é uma ferida aberta naquele país - mas neste curto exemplo é possível perceber como certas generalizações podem causar situações e opiniões como as proferidas por Trump.

E, ainda mais grave é que esses pensamentos parecem encontrar respaldo na opinião pública - já que ele foi eleito – e na própria imprensa daquele país. Trump claramente se apoia em diversos estereótipos divulgados - e até certo ponto comuns em boa parte dessa opinião pública, como o muçulmano terrorista, bem como das populações latinas que vivem nos EUA – para dar suas polêmicas declarações, sem que de fato exista o conhecimento das realidades e diversidades presentes entre as populações das quais ele fala.

Lippmann fala inclusive de uma economia de tempo. Para o autor, o cotidiano corrido nos impede de tentar ver todas as coisas detalhadamente, de uma nova maneira, porque isso seria “exaustivo” (LIPPMANN, 2010, p. 90) e fora de questão em assuntos mais complexos, pois demandaria mais tempo para reflexão, entendimento e observação, que são escassos na vida acelerada do dia-a-dia. Mesmo o autor falando de 1922, podemos, certamente, transportar para os dias atuais. Assim, se definimos antes de realmente vermos o que acontece, incorremos em maior ou menor grau em discursos carregados de preconceitos, e permitimos que nossa visão sobre as coisas seja claramente influenciada por essas imagens estereotipada – e por aqueles de quem recebemos primariamente a informação. Não nos cabe

¹³ Disponível em: <g1.globo.com/mundo/noticia/2015/12/donald-trump-quer-proibir-entrada-de-muculmanos-nos-eua.html> – Acesso em: 11 nov. 2016.

julgar aqui a conduta de Donald Trump, mas de usá-lo como exemplo da influência dos estereótipos na opinião pública.

Para Lippmann, além da economia de tempo, o sistema de estereótipo nos daria certa segurança e seria uma espécie de defesa da nossa condição, dos nossos valores e posição na sociedade. “É a garantia de nosso autorrespeito, é a projeção sobre o mundo de nosso sentido, do nosso próprio valor, nossa própria posição e nossos próprios direitos” (LIPPMANN, 2010, p. 97). Carregamos, portanto, sentimentos nos estereótipos, pois nossos gostos são afetados por eles, nossa visão de mundo, nossas opiniões, bem como a maneira com que vamos nos portar em relação a eles. Um técnico de futebol ou dirigente que culpa a arbitragem pela má fase da equipe incorre de um estereótipo de que grande parte dos árbitros de futebol chega mal-intencionada nas partidas – a opinião quase generalizada do “juiz ladrão” - e o faz para manter seus cargos e status nos clubes. A própria torcida, quando é anunciado no sistema de som do estádio o trio de arbitragem, já vaia com antecipação o juiz e seus auxiliares, mesmo sem saber o que vai acontecer durante a partida. É uma espécie de defesa que culpa o “juiz ladrão” pela derrota, ao invés da fragilidade e da incompetência dos onze jogadores de sua equipe e de toda a comissão técnica. Claro que o árbitro erra às vezes, mas creditá-lo como ladrão é um estereótipo pesado que a torcida, dirigentes, jogadores e técnicos usam para se eximir de qualquer responsabilidade quanto à falha ou deficiência do time. Deste modo, Lippmann defende que

o estereótipo não só poupa tempo numa vida ocupada e é uma defesa de nossa posição na sociedade, mas tende a preservar-nos de todo efeito desconcertante de tentar ver firmemente o mundo e vê-lo completamente (LIPPMANN, 2010, p. 111).

Como discute Lippmann, o nosso mundo estereotipado não é aquele que gostaríamos que fosse, mas sim aquele que esperamos que seja. Dessa forma, quando confrontados com opiniões diversas, tendemos a recebe-las de forma negativa, sentimo-nos ameaçados, já que nossos estereótipos estão sendo questionados. Isso é bastante perceptível quando temos contato com opiniões diferentes da nossa, quando compramos um jornal ou acessamos um site de linha editorial antagônica aos nossos pensamentos. Em situações assim, vemos nossa opinião colocada em xeque; ou, no mínimo, relativizada. A contradição provoca um certo temor. Segundo Lippmann, a experiência pode fazer com que mudemos nossas percepções sobre as coisas, que a novidade altere nossos estereótipos. Contudo, se a pessoa não for ponderada ou se “algum interesse poderoso torna altamente inconveniente reorganizar seus estereótipos” (LIPPMANN, 2010, p. 99) ela tende ao seu desprezo, diz que é uma exceção

que prova a regra, a elimina. O estereótipo constrange o que para ele (ou nós) é considerado errado. “Quando um sistema de estereótipos é bem fixado, nossa atenção é chamada para aqueles fatos que o apoiam, nos afastando daqueles que o contradizem” (LIPPMANN, 2010, p. 115).

Esse sistema, portanto, “seria uma série organizada de imagens para descrever o mundo não visto” (LIPPMANN, 2010, p. 115) e, além disso, para também julgar esse mundo. Por essa razão, continua o autor, que os estereótipos estão carregados de sentimentos, preferências, ligados aos nossos temores e gostos, aversão e afetos, por exemplo. O estereótipo julga, porque define-se a situação, a pessoa, antes de vê-la, de enxergá-la, entendê-la. Segundo esse raciocínio, julgamos *a priori* com a convicção de que a evidência, provavelmente, irá confirmar o que antevemos. Isso acontece, segundo o autor, também porque temos a tendência de visualizar as coisas que nos sejam familiares, que reconheçamos como tal, através de um complexo conjunto de imagens que nós já possuímos em nossas mentes. Os códigos e símbolos já conhecidos nos ajudam a construir representações das coisas que observamos; devido a isso temos a tendência de ler, de nos informar ou buscar referências condizentes àquelas as quais já estamos habituados – e, no caso específico do jornalismo, com uma linha editorial e de pensamento condizente com a nossa.

A opinião pública, dessa maneira, é influenciada diretamente pelas versões dos fatos, e dos códigos que enxergamos e que nos são fornecidos. Lippmann fala sobre uma teoria da opinião pública dele que é

primariamente uma versão moralizada e codificada dos fatos. Estou argumentando que o padrão dos estereótipos no centro de nossos códigos determina largamente que grupo dos fatos nós veremos, e sob que luz nós os enxergaremos (LIPPMANN, 2010, p. 120).

Isso porque, de acordo com todos os pontos elencados acima, cada um tem uma visão particular das coisas. Cada pessoa, com seu código moral, seus valores, suas crenças, possui inclinações que moldam aquilo que ela vê, bem como a forma como ela vê. Além disso, que estas visões múltiplas, compartilhadas socialmente, afetam a opinião pública já que ela se baseia nesses estereótipos. Se para nós uma coisa é verdadeira, iremos buscar qualquer elemento que traga a veracidade para isso, e a imprensa é um grande local de busca e reverberação para as verdades da opinião pública e dos estereótipos.

3.3 A Imprensa

Como dito, existe a tendência de as pessoas legitimarem discursos e veículos de imprensa que lhe tragam familiaridade em relação aos seus conteúdos e inclinações, ou seja, que possuam pensamentos próximos ao seu e que reproduza seus estereótipos e sua visão de mundo. Segundo Lippmann,

a política noticiosa de um jornal tende a apoiar sua política editorial, porque um capitalista vê um conjunto de fatos, e certos aspectos da natureza humana, literalmente os vê; seu oponente socialista vê outro conjunto e outros aspectos, e porque cada um considera o outro irracional ou perverso, quando a diferencial real entre eles é a diferença de percepção (LIPPMANN, 2010, p. 120).

Trata-se, primordialmente, da existência, aceitação ou negação da diferença de estereótipos. Como Lippmann (2010) exemplifica, se a pessoa se reconhece nos padrões editoriais de um jornal capitalista, ela enxergará muito bem os fatos que confirmam sua visão, e verá pouco do contrário, e vice-versa. Assim a sua moral - entendida como o conjunto de crenças, princípios e valores éticos - vai encontrar apoio nas versões dos fatos que eu acredito. Meus estereótipos serão corroborados e, logo, reproduzidos por aquele veículo ou publicação, gerando empatia e identificação.

Em 2010, um eleitor de José Serra para a presidência da República, se veria bem representado pelo jornal O Estado de S. Paulo que, em 25 de setembro daquele ano, publicou um editorial em apoio à candidatura do ex-senador paulista para o Planalto¹⁴. Do mesmo modo que um eleitor de Dilma Rousseff em 2014, teria a revista Carta Capital como referência, já que demonstrou, também em editorial, suporte à candidatura da petista¹⁵.

A imprensa é, portanto, uma criadora e mantenedora de estereótipos de várias ordens e tipos. Os veículos midiáticos, especialmente aqueles com alcance massivo, conseguem atingir milhões de pessoas em um país, e suas ideias transitam pelos mais diferentes tipos de indivíduos, grupos sociais e de linhas de pensamento.

Tomemos brevemente o objeto de estudo deste trabalho, que é o discurso jornalístico a respeito de jogos digitais. Se um jornal acredita que um determinado *game* é violento, milhares de leitores, às vezes mundo afora, terão a consciência – ou pelo menos a noção – da opinião do jornal acerca daquele jogo. Um editorial que trate de um determinado jogo como

¹⁴Disponível em: <www.estadao.com.br/noticias/geral,editorial-o-mal-a-evitar,615255> – Acesso em: 11 nov. 2016.

¹⁵Disponível em: <www.cartacapital.com.br/revista/807/por-que-escolhemos-dilma-rousseff-131.html> - Acesso em: 11 nov. 2016.

potencialmente responsável por um crime é capaz, assim, de influenciar não apenas a ideia sobre aquele *game* ou apenas corroborar seu estereótipo sobre o produto – mas também reverberar em suas taxas de vendas (tanto no seu crescimento quanto em seu declínio), em fomentar discussões e até mesmo propostas legislativas sobre a adequação e proibição de certos títulos a faixas etárias consideradas impróprias. O jornal possui poder e legitimidade socialmente construídos para transmitir histórias, notícias, editoriais e comentários; e por meio de seus discursos, também os estereótipos.

Quando imaginamos uma guerra, por exemplo, certamente evocam-nos imagens como a de morte, do fogo, da destruição, do sangue e de feridos. São figuras terríveis, tristes, de desolação. Porém, como chegamos a essas representações simbólicas se, presumindo, nunca estivemos numa guerra? Claro que se estuda nas escolas os conflitos, mortes; mas como, por exemplo, podemos dizer que a Síria hoje, em 2016, é um país perigoso e hostil? Não há nos livros, ainda, os registros da guerra civil que assola esta nação. Sabemos, sim, por meio da imprensa. Ela que nos dá a noção do presente, dos fatos que acontecem hoje. Os estereótipos da guerra chegam até nós por meio da mídia, pela televisão, rádio, impressos e Internet. E não só o conflito, mas também os atores deles. Assim, a opinião pública desenvolverá, a partir dessas imagens recebidas, os heróis e os bandidos, o bom e o ruim, por exemplo.

Além disso,

Todo jornal quando alcança o leitor é resultado de uma série completa de seleções sobre que itens e em que posição deve ser publicados, quanto espaço cada história deve ocupar, que ênfase deve ter (LIPPMANN, 2010, p. 301).

Isso porque cada jornal, com sua linha editorial e suas preferências, seleciona os fatos que julga imprescindíveis para o leitor tomar conhecimento, ou seja, o que para a instituição é importante naquela manhã. Entretanto, além da seleção dos fatos, é também definida a abordagem em relação aos mesmos. Os jornais não necessariamente precisam ter a mesma capa e a mesma manchete. Quantas vezes nos deparamos numa banca de jornal com publicações diárias com chamadas tão distintas quanto suas linhas editoriais. Isso é uma escolha de cada instituição, de cada empresa. Muitas vezes a mesma notícia estampa as capas dos jornais; mas a cobertura, a leitura dos acontecimentos é feita de forma bastante diferente.

Como argumenta Lippmann (2010), trata-se fundamentalmente de uma questão de julgamento do editor em relação a qual público ele quer atingir, de quem “dará ‘meia hora’ de atenção ao seu jornal” (LIPPMANN, 2010, p. 301). O editor precisa provocar um sentimento

no leitor, fazê-lo reconhecer, se identificar com aquela notícia, além de que ela desperte nele uma sensação que o motive a adquirir e ler o diário, ou assistir ao noticiário. Percebemos, dessa forma, uma direção reversa: a opinião pública também interfere na escolha dos editores.

Quando escolhemos, “esperamos que o jornal nos forneça a verdade, mesmo que ela nos seja desvantajosa” (LIPPMANN, 2010, p. 276). Esperamos que as notícias publicadas sejam fiéis aos fatos e façam uma leitura que julgamos correta e condizente com nossos estereótipos e sentimentos. Isso significa que, larga medida, se paga por isso pois esse serviço é tido como fundamental tanto para o sujeito quanto para a sociedade. Além disso, ao realizar a compra de um jornal por exemplo, não é apenas uma mercadoria simbólica que é adquirida (que é a notícia) – compra-se também uma forma de leitura e um conjunto de anúncios que estão incluídos no pacote. O anunciante vê a mídia como um local para atingir potenciais consumidores. Se o veículo, porém, desagradar seus leitores, de qualquer maneira que seja, essas pessoas podem parar de consumir e a arrecadação cai e fica difícil a sua existência.

Existe no Reino Unido, por exemplo, uma campanha popular chamada *Stop Funding Hate*¹⁶ (algo como *Pare de Financiar o Ódio*, em português), que tem como objetivo fazer com que empresas parem de patrocinar jornais que estejam promovendo o ódio e o preconceito. A pressão da campanha tanto funciona que a marca de brinquedos Lego terminou seu vínculo comercial com o diário britânico Daily Mail¹⁷, e escreveu em seu perfil no *Twitter*, para a *Stop Funding Hate* que não planeja mais nenhuma ação futura junto ao jornal¹⁸. Assim, a imprensa precisa seguir seus consumidores e seus valores.

Dessa forma,

Onde for que você encontre um jornal traindo seus leitores em nome de um anunciante, você pode estar razoavelmente certo de que ou o proprietário de jornal sinceramente partilha as visões do anunciante, ou que ele pensa, talvez de forma equivocada, que não pode contar com o apoio de seus leitores se abertamente resistir a uma imposição (LIPPMANN, 2010, p. 280).

Assim, o leitor que possui seus estereótipos sobre as coisas e sua visão de mundo – muitas das quais acredita serem compartilhadas por aquele veículo – a partir do momento que percebe incongruências entre essas esferas, ou seja, traindo as suas ideias, seja por um anunciante, seja por qualquer outra razão, ele irá parar de consumir esse produto. Porque,

¹⁶Disponível em: <www.facebook.com/stopfundinghate/> - Acesso em: 16 nov. 2016.

¹⁷Disponível em: <www.dinheirovivo.pt/buzz/lego-nao-quer-financiar-o-odio-deixou-de-fazer-anuncios-no-daily-mail/> - Acesso em: 16 nov. 2016.

¹⁸Disponível em: <twitter.com/LEGO_Group/status/797365156087001088?ref_src=twsrc%5Etfw> – Acesso em: 16 nov. 2016.

como afirma Lippmann (2010, p. 280), “é uma questão de se os leitores, que não pagam em dinheiro pelas notícias, pagarão a ele em lealdade”.

Como já vimos, a imprensa tem o poder e a capacidade de entrar nos lares e informar milhões de pessoas no mesmo dia. Entretanto, existem também diversos tipos de leitores, mesmo numa única publicação. A opinião desse público é, portanto, diversa, e o jornal deve se adaptar para poder atingir igualmente esse número de pessoas com a visão - estereótipos e pseudoambientes - do veículo. “Quanto mais mista for a audiência, maior será a variação na resposta” (LIPPMANN, 2010, p. 159). Isso se dá pois quanto maior o número de pessoas, menor será o compartilhamento de estereótipos e significados comuns entre eles, justamente porque cada pessoa tem sua própria bagagem, referências e vieses pelos quais enxerga as coisas – seja em razão do gênero, da escolaridade, religião ou orientações políticas, entre outros fatores. Como já falamos, o mesmo fato pode ser contado de maneiras diversas, porque os jornalistas também possuem essas características.

Assim, as reações das pessoas e da opinião pública podem ser diversas com relação aos fatos. Quando, por exemplo, um fato acontece longe do leitor ou do espectador, essa pessoa pode não ter o mesmo senso de realidade e evocar certas emoções que crê possuir – ou que deveria ter -, ou ainda que o jornalista queria que o público tivesse. Alguns estímulos, no entanto, podem trazer de volta esses sentimentos relacionados aos fatos. Conforme exemplifica Lippmann (2010), a ideia de uma criança faminta num país distante pode, para uma pessoa, carregar um sentimento tão forte e vívido, que seria como essa criança estivesse numa esquina próxima. Outro indivíduo, porém, não consegue se sensibilizar com a mesma situação. As pessoas possuem diferentes reações em relação a um mesmo assunto, e em níveis também distintos.

Porém, “dentro de limites que variam, a emoção é transferível tanto no que se refere ao estímulo como à resposta” (LIPPMANN, 2010, p. 186). Desse modo, podemos, num universo de emoções distintas e difusas, encontrar estímulos comuns, que unificariam a visão e a resposta a um determinado fato ou situação. O autor comenta sobre partidos políticos e jornais que apoiam a ideia do americanismo, um sentimento que seria comum a pessoas ou grupos que vivem em conflito ideológico, por exemplo. “Aquele que capturar os símbolos que contêm o sentimento público no momento, controla por seu intermédio as formulações da política pública” (LIPPMANN, 2010, p. 187). Podemos dizer então que quem consegue capturar esses símbolos comuns teria a capacidade de influenciar a opinião pública, numa

posição de liderança consolidada e legitimada, bem como faz a imprensa. Assim, essa liderança produziria por consequência um consenso, reproduzindo os estereótipos vigentes, mas também os daquela fonte de poder.

Diante dessa forma de poder legitimada e consolidada, os estereótipos circulam livremente na opinião pública, tendo respaldo da mesma e da imprensa. Isso porque “a tendência da mente casual é pegar ou achar por acaso uma amostra que confirme ou desafie seus preconceitos, e então fazê-la representativa de toda uma classe” (LIPPMANN, 2010, p. 141). Assim, se uma pessoa usa óculos e joga videogame, ela, somente por essa razão, já pode ser vista pela opinião pública como *nerd*, e carregará consigo todas as outras implicações estereotipadas que este tipo específico de indivíduo carrega: ser antissocial, viciado em jogos, que sabe tudo, não tem vida amorosa e apenas se relaciona por meio do computador. São estereótipos tão infundados quanto exagerados.

E vivemos numa sociedade na qual, como afirma Lippmann (2010, p. 122), ainda em 1922, “da oposição fazemos vilões conspiradores”. Isso se faz muito presente nas redes sociais, em que a pessoa simplesmente pode “excluir” alguém de sua vida só porque este indivíduo não concorda com suas opiniões, com seus estereótipos. A opinião pública, dessa forma, condicionada, tende a sempre se impor. E a imprensa tem papel fundamental na criação e reprodução de determinadas visões na sociedade.

Isto posto, podemos elaborar e ampliar para além dos chamados *nerds*, mas como de pessoas que sejam admiradoras de jogos digitais em geral, tema deste trabalho. Ou seja, como a opinião pública verá os jogos, como serão classificados, como serão expostos e relatados nas páginas dos jornais. A opinião pública, como vimos acima com Lippmann, é extremamente baseada em estereótipos. Como comenta Wainberg (2010, p. 13), no prefácio da obra *Opinião Pública*, que tanto falamos neste capítulo, são imagens “estereotipadas da realidade que controlam os afetos e rancores, e também determinam o humor do público”. Assim, como na década de 1920 de Lippmann, como nos grandes jornais e sites de redes sociais de hoje, a opinião pública, ao ser moldada por estereótipos e pseudoambientes, determina muito do modo como as pessoas vão perceber o mundo e suas histórias, e de como vamos nos portar diante disso.

4 O QUE SÃO POKÉMONS?

Pokémon é uma franquia da empresa nipônica Nintendo baseada em pequenos monstros colecionáveis, os *Pokémons* – junção das palavras em inglês *pocket* e *monsters*, que traduzidas livremente significam “monstros de bolso”. A ideia surgiu do designer japonês Satoshi Tajiri que, quando pequeno, adorava colecionar insetos. Já adulto, porém, percebeu que as crianças ficavam mais tempo em casa ao invés de compartilhar atividades como aquelas que ele fazia. Assim, decidiu criar os *Pokémons*¹⁹.

A estreia se deu no dia 27 de fevereiro de 1996 com os jogos para *Game Boy Pokémon Red* e *Pokémon Green*, exclusivos para o mercado japonês. O jogo era um RPG²⁰ que colocava crianças como personagens principais numa jornada por um mundo repleto dos monstros virtuais²¹. O objetivo principal do jogo é se tornar um mestre *Pokémon*, provando-se ser o melhor. Para isso, o jogador precisa explorar o mapa do *game*, capturando e treinando seus monstros para batalhar em ginásios - locais onde personagens chamados de líderes, que possuem *Pokémons* fortes, ficam. Desse modo, o jogador adquire insígnias que o permitirão, no final, duelar contra os membros do *Elite Four*, os quatro melhores líderes do jogo. Conseguindo vencê-los, o personagem torna-se um mestre *Pokémon*.

Figura 2 - Caixa dos *Pokémon Red* e *Green* lançados no Japão



Fonte: www.pokemon20.com (2016)

¹⁹ Disponível em: <www.omelete.uol.com.br/games/artigo/pokemon-especial/> - Acesso em: 01 nov. 2016

²⁰ *Role-Playing Games* (RPG) são os jogos de representação de papéis. “Uma modalidade de jogo no qual os jogadores assumem, temporariamente, as características de personagens fictícios, criando narrativas colaborativamente enquanto o jogo se desenrola” (REIS, 2013, p. 28). Nesse tipo de jogo, os jogadores têm certas liberdades para improvisar, dentro de um roteiro pré-definido e com regras do *game*. O jogador pode, por exemplo, andar pelo mapa e buscar *Pokémons* sempre que quiser e em qualquer direção. Não existe um caminho certo para o desfecho, o sujeito que constrói sua narrativa e seus trajetos.

²¹ Disponível em: <www.ign.com/articles/2006/09/27/pokemon-10-year-retrospective> - Acesso em: 02 nov. 2016

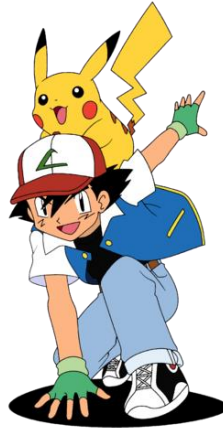
As versões iniciais da chamada primeira geração, *Red* e *Green*, surgiram, portanto, com 150 *Pokémons*²² para serem capturados e treinados pelos jogadores. Cada monstro tem pelo menos um *tipo* - fogo, água, normal, voador, venenoso, inseto, terra, fantasma, planta, psíquico, lutador, pedra, elétrico, fada, gelo ou dragão – que determinará suas características principais e seus poderes, além das vantagens e desvantagens com relação aos outros durante as batalhas. Por exemplo, um *Pokémon* de fogo possui vantagem contra um de planta, mas perde poder diante dos aquáticos.

Alguns *Pokémons*, no entanto, possuem evoluções – versões melhoradas e mais fortes de si. Para isso, é necessário treinar o monstro nas batalhas até que seu nível de força atinja o ponto de evolução. Já outros *Pokémons* precisam mais do que isso, devem ser trocados com outros jogadores para que haja a evolução. O *Game Boy* é extremamente prático nesse sentido. Ele permite que um jogador, por meio de um cabo, ligue-se com o *console* de outro jogador e, por meio desse procedimento, os dois podem efetuar a troca de *Pokémons* entre si. Nessa ação, certos exemplares de monstros evoluem.

No início do *game*, cada jogador deve escolher um *Pokémon* entre três para ser seu primeiro: *Charmander* (fogo), *Squirtle* (água) e *Bulbasaur* (planta). Já no *Pokémon Yellow: Special Pikachu Edition* (1998) o jogador começava com o monstro que se tornaria símbolo da franquia, o *Pikachu*, uma espécie de ratinho elétrico que ganhou fama por acompanhar fielmente o personagem Ash Ketchum no anime²³ da série, lançado em abril de 1997 no Japão.

²² Na verdade, o número de *Pokémons* é 151. O *Mew*, monstro considerado raro, só era obtido por meio de uma falha no sistema do jogo ou em eventos promocionais da Nintendo. Disponível em: omelete.uol.com.br/games/artigo/pokemon-especial/ - Acesso em: 02 nov. 2016.

²³ Desenho animado produzido no Japão, com estilo e características próprios.

Figura 3 - Ash e *Pikachu*

Fonte: pocketmonsters.wikia.com (2016)

Nos Estados Unidos da América, a franquia teve sua estreia no mercado em setembro de 1998 com as versões *Red* e *Blue*, para *Game Boy*. Ainda em setembro, foi a vez do lançamento do desenho animado nos EUA, com o episódio *Pokémon - I Choose You!*. Em um mês, a audiência do anime era de cerca de 1,5 milhão de pessoas²⁴.

A segunda geração para *Game Boy* estreia com os jogos *Pokémon Gold* e *Pokémon Silver* (1999), para a versão *Color* do *console*. Como novidade, os *games* apresentam 100 novos *Pokémons*, um novo mapa para explorar – com novas missões e ginásios -, dois tipos adicionais de monstros (aço e trevas) e a possibilidade de cruzamento entre eles, que agora possuem sexo. Além disso, essas versões contavam com *Pokémons* exclusivos, o *Ho-Oh* (*Gold*) e o *Lugia* (*Silver*). Decorrente dessa novidade, a troca de *Pokémons* entre jogadores foi ainda mais incentivada. Para que se pudesse ter a totalidade dos monstros, era necessário trocar com outros jogadores que tivessem o outro jogo. Na mesma geração ainda viria o *Pokémon Crystal* (2000), em que o jogador poderia escolher uma personagem mulher como protagonista²⁵.

²⁴ Disponível em: <www.pokemon20.com/en-us/timeline.html#1998> – Acesso em 2 nov. 2016.

²⁵ Disponível em: <omelete.uol.com.br/games/artigo/pokemon-especial/> - Acesso em 2 nov. 2016.

Figura 4 - Batalha no game *Pokémon Crystal*



Fonte: www.techtudo.com.br (2016)

Nesse ínterim, outros produtos são lançados, como os *games* para *Nintendo 64* *Pokémon Stadium* (1998) e *Pokémon Snap* (1999), além da segunda temporada do anime (1999) e o *Trading Card Game* (1999), que é um jogo de cartas que simula batalhas entre os *Pokémons*. Também é lançado nos cinemas, em 1998, o *Pokémon: The First Movie* (*Pokémon – O filme*, no Brasil), inédita película da franquia, e que foi a estreia de animação mais rentável da história à época de seu lançamento²⁶.

A cada nova geração de *games*, novas missões, personagens e monstros foram acrescentados; porém, a dinâmica do jogo permanece a mesma – com batalhas, capturas e ginásios. Os *Pokémon Ruby* e *Sapphire* (2001) foram os primeiros para *Game Boy Advance*. Com eles, o número de *Pokémons* chega a 386. Ainda na mesma geração, é lançado o *Pokémon Emerald* (2005). Em 2006 saíram os *Pokémon Diamond* e *Pearl*, para *Nintendo DS*, com a novidade de gráficos 3D; e no ano de 2008, estreia o *Pokémon Platinum*. Seguem os *Pokémon Black* e *White* (2010); os *Pokémon Black 2* e *White 2* (2012); os *Pokémon X* e *Y*, para *Nintendo 3DS*; e, no dia 18 de novembro de 2016, está programado o lançamento dos *Pokémon Sun* e *Moon*. Hoje, o número de monstros é de 720²⁷.

²⁶ Disponível em: <www.pokemon20.com/en-us/timeline.html#1999> – Acesso em: 2 nov. 2016.

²⁷ Disponível em: <www.pokemon.com/br/pokedex/> - Acesso em: 2 nov. 2016.

Atualmente, o anime está na 19ª temporada e 19 filmes já foram produzidos sobre a franquia; além disso, pelo menos 200 milhões de unidades do *game* vendidas pelo mundo²⁸, transformando os monstros em uma potência comercial. Além disso, a marca *Pokémon* fatura também com inúmeros produtos licenciados que vão além dos jogos, filmes e desenhos da série, como bonecos, brinquedos, chinelos, itens de vestuário, entre outros.

O último lançamento da franquia é o jogo para celular *Pokémon GO*, objeto de estudo deste trabalho. O *game*, uma criação da companhia norte-americana *Niantic Labs*, em parceria com a *The Pokémon Company*, estreou primeiramente numa versão beta, para apenas alguns usuários na Austrália e na América do Norte. Isso gerou grande expectativa na comunidade de jogadores, até porque, nessa fase beta, a *Niantic* chegou até a proibir que os usuários fizessem capturas da tela, criando um *buzz* maior ainda em torno de seu lançamento. O jogo estreou na Oceania e Estados Unidos da América, em 6 de julho. Na Europa chegou dia 13 de julho, e em 22 do mesmo mês, no Japão. Já no Brasil, o *Pokémon GO* estreou dia 3 de agosto.

4.1 *Pokémon GO*

O *Pokémon GO* é um jogo para dispositivos móveis – *smartphones* e *tablets* - desenvolvido pela companhia norte-americana *Niantic Labs*, em parceria com a *The Pokémon Company* e a Nintendo. O *game* foi lançado nas plataformas iOS (Apple) e Android (Google) no dia 6 de julho de 2016 para aparelhos da Austrália e América do Norte. Na Europa chegou dia 13 de julho, e em 22 do mesmo mês, no Japão. Já no Brasil, o *Pokémon GO* estreou dia 3 de agosto.

O objetivo do jogo é praticamente o mesmo daqueles primeiros *Pokémons* para *Game Boy*: ou seja, tornar-se um mestre. Neste, no entanto, ao invés de andar por mundos e mapas de lugares imaginários e virtuais, criados apenas para aquele propósito, no *Pokémon GO* o personagem se desloca por mapas de cidades reais, “guiados” pelo deslocamento do próprio jogador. Conforme a pessoa caminha pela cidade, seu personagem na tela do jogo faz o mesmo trajeto – pelas mesmas ruas e avenidas -, isso porque o *game* utiliza a geolocalização e o mapa da localidade do sujeito - além da câmera do celular e de uma conexão com a Internet. Será durante a caminhada que o personagem encontrará os *Pokémons*. O jogo, desse modo, promove a ocupação dos espaços urbanos, pois caminhar pela cidade em busca dos monstros,

²⁸ Dados do dia 29 de fevereiro de 2016, disponível em: <www.gamesindustry.biz/articles/2016-03-17-pokemon-franchise-crosses-200-million-units-sold> - Acesso em: 02 nov. 2016.

itens ou para chocar os ovos, faz com que o jogador explore o local em que vive e até conheça novos lugares. Os monstros estão espalhados pelo mapa, em qualquer lugar, bastando andar.

O *Pokémon GO* se utiliza do ambiente real colocando a imagem registrada pela câmera do dispositivo como paisagem ou plano de fundo para as ações de captura dos *Pokémons*. Assim, o sujeito estará pegando os monstros num cenário “real” da cidade, sendo o *Pokémon GO* um *game* de realidade aumentada²⁹. Com isso, o jogo consegue colocar os monstros na vida “real” e cotidiana das pessoas.

Figura 5 - Modo de realidade aumentada desativado e, em seguida, ativado



Fonte: o autor (2016)

O tipo do *Pokémon* pode variar conforme as características geográficas e espaciais da localização do jogador. Se o sujeito está próximo de fontes de água, por exemplo, aparecerão *Pokémons* aquáticos. Já em parques, há a predileção para os de planta ou terra, bem semelhante ao que é feito nos jogos de Game Boy da franquia. Como o objetivo do *game* é se tornar um mestre, tendo o maior número de monstros possíveis, cada *Pokémon* capturado é registrado na *Pokédex* – uma agenda eletrônica virtual que marca todos os monstros que o jogador possui. Nessa versão do jogo, a pessoa tem acesso aos monstros da primeira geração,

²⁹Jogos de realidade aumentada são aqueles que “usam tecnologias que permitem visualizar imagicamente camadas de informação vinculadas aos espaços físicos, seja através de telefones celulares, óculos especiais ou até mesmo capacetes, fornecendo novas experiências cognitivas através da imbricação entre a rede e a cidade” (REIS, 2013, p. 73).

146 monstros, já que *Mew*, *Mewtwo*, *Moltres*, *Articuno* e *Zapdos* – considerados lendários – não estão disponíveis.

Cada ação no jogo gera uma quantidade de pontos de experiência (XP), e esses pontos ajudarão o personagem a melhorar de nível; que trará vantagens como novos itens e facilidade para capturar certos monstros. Ao atingir o nível 5, cada jogador deve escolher um entre três times (*Valor*, *Instinct* e *Mystic*), que define contra quem serão as batalhas nos ginásios, locais onde se luta contra *Pokémons* de times rivais ou se treina seus monstros diante de jogadores da mesma equipe. O objetivo das equipes é dominar o maior número de ginásios possíveis. Assim, o “dono” desses locais pode mudar inúmeras vezes ao dia, dinamizando as batalhas e o treinamento. Cada *Pokémon*, assim como nos outros *games* da franquia, possui pontos de saúde (HP), de combate (CP) e determinados ataques, que o farão ser melhor ou pior sucedido nas batalhas. Quanto maior o CP, melhor é o *Pokémon*, e quanto mais HP, mais difícil será derrotá-lo. O CP pode ser aumentado com o uso do item *Stardust*, recebido apenas em capturas, ao chocar ovos e defesa de ginásios. A cada captura, o jogador também recebe *candies*, que são doces virtuais específicos de cada *Pokémon* que o ajudarão a ficar mais forte e a evolui-lo. Os *candies* são recebidos igualmente ao chocar ovos e na chamada “transferência para o Professor³⁰”, em que o jogador simplesmente descarta um de seus *Pokémons* em troca de *candies*.

O jogo também possui alguns itens, como as bolas para captura (*Poké Ball*, *Great Ball*, *Ultra Ball* e *Master Ball*); poções para melhorar a saúde/HP dos monstros (*Potion*, *Super Potion*, *Hyper Potion* e *Max Potion*); o *Revive*, para “ressuscitar” o *Pokémon* após uma batalha perdida; o Incenso, para atrair mais monstros; *Lucky Egg*, que dobra a quantidade de XP recolhida pelo jogador; *Lure*, que atrai *Pokémons* para uma *PokéStop*; Incubadoras, que ajudam a chocar os ovos; e o *Razz Berry*, frutinha virtual que aumenta as chances de captura quando dada a um monstro. Os itens estão disponíveis nas *PokéStops*, lugares no mapa em que o jogador, estando próximo, pode adquirir esses insumos. As *PokéStops* estão geralmente em pontos de referência, monumentos, parques e praças. Outra maneira de se obter os itens é comprando, com dinheiro real, no próprio aplicativo.

Como o jogo exige, de certo modo, que o jogador saia de casa, percorra a cidade, seja para caçar os *Pokémons*, seja para obter os insumos, o *Pokémon GO* permite a ocupação dos espaços urbanos, consegue colocar as pessoas em movimento e em deslocamento por lugares

³⁰ Refere-se ao Professor Willow, espécie de guia do jogador no *Pokémon GO*, principalmente no início do jogo.

até então desconhecidos. Mesmo a escolha de times pode gerar o senso de camaradagem, sendo comum grupos se reunirem para jogar. O cotidiano, do mesmo modo, é integrado à atividade. Há ginásios e *PokéStops* em shoppings, lojas, escolas e em muitos locais em que o jogo e a vida corrente se intersectam. Bem como pedem os jogos locativos, o *Pokémon GO* intervém na cidade, nos lugares e no cotidiano das pessoas.

A dinâmica do *Pokémon GO*, no entanto, não é inédita, mas sim baseada em outro jogo da própria *Niantic*, o *Ingress* (2013). Neste, o jogador faz parte de uma facção e precisa caminhar pela cidade para capturar portais – que estão em monumentos, prédios públicos, praças, etc. – para vinculá-los à sua facção e obter *Exotic Matter* (Matéria Exótica, ou XM) que emanam desses lugares (REIS, 2014). “Cada um desses portais é de domínio de uma ou de outra facção, e o papel dos jogadores é percorrer esses locais e atacá-los, buscando a sua posse” (REIS, 2014, P. 371). Com isso, percebemos a base do *Pokémon GO*: a introdução de equipes – coisa que não existe nos outros jogos da franquia – e a necessidade de se andar para buscar os *Pokémons* e os suprimentos. Além disso, as *PokéStops* estão nos mesmos lugares que os portais do *Ingress*. Quem joga o *Ingress* sabe exatamente onde encontrá-las. Esses *games*, portanto, só são possíveis graças às tecnologias do nosso tempo, como *smartphones* e *Internet wireless*.

4.2 Discurso e metodologias

O discurso está contido em qualquer demonstração escrita, falada, arquitetada, desenhada, assim, está sempre atrelado a qualquer manifestação humana. Para a realização da análise dos discursos e enunciados em relação ao jogo móvel locativo *Pokémon GO* pelos dois veículos objeto de estudo deste trabalho, lançaremos mão de alguns pontos relacionados ao discurso e o entendimento do filósofo francês Michel Foucault. A análise nesta monografia, portanto, será inspirada em três questões relativas à exclusão do discurso, propostas por Foucault: a *interdição*, a *separação* e *rejeição* e a *vontade de verdade*. A partir desses três pontos, conseguimos desenvolver nosso estudo e realizar essa análise do que está sendo dito negativamente na imprensa acerca do *Pokémon GO*.

Para o Foucault, além de se fazer presente em todos os espaços da sociedade, o discurso está intrinsecamente ligado ao poder, ao momento histórico e à forma com que esse poder se constitui e se impõe perante os sujeitos.

Gregolin (2007), ao analisar o livro de Foucault *A Arqueologia do saber*, discorre sobre alguns pontos sobre as formas a partir das quais o filósofo entende o discurso e como pode ser pensado. Segundo Gregolin (2007), para Foucault, o discurso viria de um conjunto de saberes de cada época e estaria articulado a práticas que não o envolvem. Assim, o saber que uma sociedade ou um grupo social tem, em um determinado tempo ou situação, permite a construção e o entendimento deste discurso. Por exemplo, se eu pertença a uma corrente de pensamento, esse fato fará com que eu absorva e entenda os discursos que chegarem a mim de uma forma ou outra. Mas, principalmente, também de como esses discursos chegarão ao meu grupo e como serão produzidos.

O saber é importante para definir, por exemplo, “o pertencimento a um grupo, pois é nele que se encontram os preceitos sob a forma de discursos pelos quais o sujeito será capturado” (FERNANDES, 2011, p. 11). Do mesmo modo que o discurso “é um jogo estratégico e polêmico, por meio do qual constituem-se os saberes de um momento histórico” (GREGOLIN, 2007, p. 14). Como falamos acima, os saberes de cada tempo determinarão, do mesmo modo, como será feito esse discurso, qual será o seu conteúdo e o poder que ele trará atrelado, como *locus* de influência e legitimidade.

Segundo Gregolin (2007, p. 14), os saberes são sustentados, da mesma maneira, por “formações discursivas” que também inserem os dizeres e os fazeres de cada discurso. Dessa forma, existem regras para como escrever, como fazer, como falar. Não se pode, por exemplo, expressar-se onde quiser, a hora que quiser; há regramentos impostos pelo momento histórico e por onde o poder se manifesta. Como falaremos adiante, essa é uma das características da exclusão de um discurso que Foucault coloca em *A Ordem do Discurso*. A chamada *interdição* não permite que falemos tudo, quando e onde quisermos.

Além disso, “o discurso é o espaço em que saber e poder se articulam” (GREGOLIN, 2007, p. 14), sendo importante aqui, a legitimidade da pessoa e do lugar de onde se fala. Legitimidade essa baseada em um “direito reconhecido institucionalmente” (GREGOLIN, 2007, p. 14) como, por exemplo, um juiz proferindo uma sentença, um médico dando um diagnóstico ou uma notícia em um jornal de grande circulação. O conhecimento que o médico adquiriu durante seus anos de estudos o coloca em uma posição de poder e de legitimidade no discurso em relação ao seu paciente. Quando é feito um diagnóstico de uma doença, por exemplo, se o paciente deseja questionar a fala do médico, ele procura outro profissional da medicina. O poder do discurso do diagnóstico está com o médico. A mesma coisa acontece em

várias situações da vida cotidiana, inclusive com o jornalismo. O jornalismo, como afirma Franciscato,

conquistou historicamente uma legitimidade social para produzir, para um público amplo, disperso e diferenciado, uma reconstrução discursiva do mundo com base em um sentido de fidelidade entre o relato jornalístico e as ocorrências cotidianas (FRANCISCATO, 2005, p.167 apud FRANZONI, 2011, p. 385).

Desse modo, o jornalista possuiria a credibilidade como um poder próprio, em que suas versões dos fatos e das histórias tendem a ser vistas como verdadeiras e fiéis ao ocorrido. Desse modo, a construção da legitimidade do discurso jornalístico em meio à sociedade na qual seus enunciados são proferidos é, justamente, o que fornece ao mesmo o seu poder.

Por último, Gregolin (2007, p. 15) coloca que qualquer discurso tem sua produção “controlada, selecionada, organizada e redistribuída”; ou seja, um enunciado não representa, por meio daquilo que é dito, a totalidade de possibilidades a serem proferidas mas, sim, aquilo que é permitido em um determinado período histórico e por quem tem o direito de fazê-lo. Assim, como uma espécie de censura, não se poderia falar o que quisesse a qualquer momento. O saber da época e suas instituições determinariam o que deve ser colocado, dito e visto.

Diante disso, Foucault (1999) se questiona, em *A Ordem do Discurso*, sobre o que seria perigoso num discurso que se proliferasse por muito tempo, em onde estaria o perigo na fala das pessoas. Assim, o autor coloca, como já dito acima, que a produção do discurso é controlada para que não se diga o que não pode ser dito; que existem processos de exclusão discursiva e de sujeitos, que permitem que nem tudo seja falado e que nem todos sejam ouvidos, servindo ao poder e aos saberes da época de um momento. Desse modo, Foucault (1999) dispõe três procedimentos de exclusão num discurso.

O primeiro é a *interdição*. Como falado acima neste capítulo, a interdição serve para que não se diga o que não pode ser dito em alguma situação ou lugar. Segundo Foucault (1999, p. 10), as interdições que atingem o discurso revelam “sua ligação com o desejo e com o poder”. O autor coloca como exemplo a sexualidade e a política, que seriam assuntos proibidos em certas ocasiões e lugares, e que não poderiam ser ditos por qualquer pessoa. Ainda por Foucault (1999), isso pode se acontecer porque determinados objetos de fala se configuram como tabus – a sexualidade, por exemplo –, ou porque a circunstância não permite e, até, porque o sujeito não teria a exclusividade e nem o direito de fazê-lo. Podemos entender, portanto, que o agente que interditará o discurso tem o poder e a legitimidade para

fazê-lo. Esse poder, porém, é mutável, já que o discurso “não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar” (FOUCAULT, 1999, p. 10). Desse modo, a posse do discurso é aquela do poder, sendo que quem tem o discurso detém o poder – tanto de falar, quanto de proibir quem quer falar ou tomar a voz.

Um outro princípio de exclusão é uma *separação* e uma *rejeição*. É uma característica que isola o discurso que é visto como impróprio, errado, para que dessa maneira, ele seja rejeitado, ignorado. Foucault (1999) usa como exemplo o louco, o qual segundo o autor, desde a Idade Média, tem sua fala considerada nula e não acatada pela sociedade. Mesmo que algumas vezes ela seja levada como verdade, essa verdade deve ser oculta, não podendo ser percebida, separada do resto. Foucault argumenta que, mesmo nos dias mais recentes, o que o louco fala, mesmo que ouvido, deve passar por uma espécie de mediador (um médico ou psicanalista); assim, seu discurso não é tomado como legítimo, sempre sendo atravessado pelo discurso médico que o sustenta.

Por último, Foucault (1999) fala da *vontade de verdade* como uma forma de exclusão discursiva. O autor discute que é difícil separar o que é verdadeiro do que é falso, e que determinar isso não é uma tarefa simples. A vontade de verdade é, porém, um sistema excludente porque, para Foucault, essa vontade atravessa os tempos, rege nossa vontade de saber, estando sempre atrelado a um sistema social, histórico e institucionalmente constrangedor.

Histórico porque a vontade de verdade muda conforme o momento em que se está, sejam nos discursos da Grécia Antiga, que eram considerados verdadeiros por sua força e poder de quem tinha o direito de fala; seja na Inglaterra dos séculos XVI e XVII, em que o momento histórico privilegiava a verdade da observação, da verificação dos objetos e das situações – exemplos colocados por Foucault (1999). Qualquer outra verdade era suprimida e, por meio de uma série de mecanismos de suspeição, tornada falaciosa ou inverídica.

Porém, a vontade de verdade segundo Foucault tende a exercer sobre outros discursos uma pressão e um poder de coerção, uma vez que se apoia sobre um suporte institucional. É reforçada e reconduzida por “todo um compacto conjunto de práticas como a pedagogia, é claro, como o sistema dos livros, da edição, das bibliotecas, como as sociedades de sábios outrora, os laboratórios hoje” (FOUCAULT, 1999, p. 17). Além disso, é também reconduzida

pelo modo como um saber é difundido pela sociedade deste tempo. Um exemplo prático, dado por Foucault, é de que se dizia na Grécia que

a aritmética pode bem ser o assunto das cidades democráticas, pois ela ensina as relações de igualdade, mas somente a geometria deve ser ensinada nas oligarquias, pois demonstra as proporções na desigualdade (FOUCAULT, 1999, p. 18).

Sendo assim, a vontade de verdade opera de modo a dar visibilidade aos discursos legítimos e àqueles que se deseja que sejam considerados verdades. Para as cidades democráticas, mantendo o exemplo, ensina-se apenas a aritmética, que mostra a igualdade. Já para as oligarquias, que detêm o poder e o discurso, mostra-se também como o mundo – nesse caso, a geometria – pode ser desigual. Pratica-se, portanto, uma exclusão do discurso que mostra as desigualdades, colocando para as massas somente a igualdade, a vontade de verdade daquela sociedade.

Gregolin (2007), comentando Foucault, afirma que é o dizer – o discurso - que criará os temas de um momento histórico, e que os efeitos de sentido desse discurso “materializam-se nos textos que circulam em uma sociedade” (GREGOLIN, 2007, p. 15). Cada pessoa, porém, pode interpretar o sentido de uma maneira própria e particular, não havendo, portanto, como o sujeito enxergar a totalidade desses sentidos. Sendo assim, Gregolin fala que a criação de uma unidade do sentido, em que todos vejam a mesma coisa, é presente nos textos da mídia, por meio de uma posição de mediadora legítima e socialmente reconhecida, entre a realidade e os leitores.

Voltando ao conceito de vontade de verdade e da importância da construção dos saberes e do momento histórico para a determinação de um discurso de Foucault, Gregolin (2007, p. 17) afirma que, nos tempos atuais, a mídia “é o principal dispositivo discursivo por meio do qual é construída uma ‘história do presente’ como um acontecimento que tensiona a memória e o esquecimento”. Desse modo, seria a mídia a principal responsável pela escrita da história do nosso tempo; assim, ela que determinaria o conjunto de saberes por meio do qual determinados discursos devem ser tomados como verdades ou legítimos. Além disso, como comenta a autora, é a mídia que modela a identidade histórica que nos liga ao passado e ao presente. A mídia, com sua credibilidade, sua vontade de verdade, seu papel de contar a história da atualidade, tem o poder de determinar o saber, de excluir e rejeitar os discursos que não devem ser lidos e, desse modo, influenciar seu público e a maneira com que ele enxerga certos fatos, personagens e situações.

4.3 Escolha dos jornais

No presente trabalho, serão analisadas notícias publicadas referentes ao jogo *Pokémon GO* veiculadas nos sites dos jornais Folha de S. Paulo³¹ e Zero Hora³². Para a definição do escopo das matérias a serem consideradas, decidimos por esses periódicos em razão de suas importâncias nacional e regional, respectivamente. A Folha de S. Paulo (Folha), jornal da cidade homônima, foi fundado em 1921 e é considerado um dos jornais mais influentes do país, sendo o periódico nacional de maior circulação no Brasil – ou figurando entre os principais - há pelo menos 14 anos, segundo a Associação Nacional de Jornais³³. Sendo assim, uma publicação influente e abrangente, com grande público.

Já a escolha pela porto-alegrense Zero Hora (ZH), fundada em 1964, foi feita por ser o principal jornal do Rio Grande do Sul, com vendagem em todo o estado e também em outras Unidades da Federação. Além disso, desde 2004, a ZH é o jornal do Sul do Brasil com maior circulação, segundo a Associação Nacional de Jornais³⁴; do mesmo modo que seu *site* tem, com frequência, batido a marca de 1 milhão de acessos diários³⁵.

A escolha por notícias veiculadas na Internet – ao invés de mídias impressas, como jornais e revistas – se deu por haver maior quantidade de material relacionado ao assunto nestes sites; além disso, por se tratar de um jogo digital, este se mostra como o meio mais próximo do objeto estudado. Por fim, pela facilidade no acesso em relação ao conteúdo a ser pesquisado, uma vez que estes sites contam com maior velocidade na publicação destes materiais e não possuem, de forma geral, restrições rígidas quanto ao espaço dedicado ao assunto.

Para a busca das matérias sobre o *Pokémon GO*, foram utilizados os próprios mecanismos de busca disponíveis nos sites dos dois jornais, o que facilita a coleta de dados e o acesso aos mesmos. Devido ao alto número de publicações existentes, delimitamos um período compreendido entre o dia 6 de julho de 2016 – data do lançamento mundial do *Pokémon GO* - ao dia 18 de agosto, ou seja, duas semanas após o lançamento no Brasil, que ocorreu no final da tarde do dia 3 de agosto deste mesmo ano. Tal período pareceu-nos adequado e mostrou-se também suficiente, tanto em relação à quantidade de matérias

³¹Disponível em: <www.folha.uol.com.br> – Acesso em: 15 nov. 2016.

³² Disponível em: <zh.clicrbs.com.br/rs> – Acesso em: 15 nov. 2016.

³³ Disponível em: <www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil> - Acesso em: 15 nov. 2016.

³⁴ Disponível em: <www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil> - Acesso em: 15 nov. 2016.

³⁵ Disponível em: <www.gruporbs.com.br/noticias/2015/11/20/zero-hora-digital-bate-novo-recorde-de-visitas-de-2015> - Acesso em: 16 nov. 2016.

encontradas – aspectos quantitativos desta pesquisa -, quanto qualitativamente para a análise dos discursos presentes nos conteúdos encontrados; além de ter sido possível construir, com base nas observações e análises realizadas, uma visão em relação às repercussões que o lançamento do *Pokémon GO* teve nos dois veículos já citados.

Neste processo, portanto, foram utilizadas as seguintes palavras-chave: *Pokémon GO* e *Pokémon*. O termo *Pokémon*, no entanto, foi descartado logo de início porque, ao realizarmos as primeiras buscas, grande parte das matérias encontradas com o uso deste termo não eram sobre o jogo *Pokémon GO*, mas acerca de produtos, outros jogos e fatos relacionados à franquia, que não são o objetivo deste trabalho; e as que tinham alguma relação foram igualmente encontradas quando procuramos com o nome do jogo como palavra-chave. Tendo isso definido, procedemos na busca direta em ambos os sites apenas o termo *Pokémon GO*.

O mecanismo da Folha de S. Paulo mostrou-se bastante eficiente e rápido na localização de matérias relacionadas ao assunto. Além de permitir a busca por meio de palavras-chave, é possível também definir um escopo de tempo a ser pesquisado, bem como em qual a publicação do Grupo Folha a busca deve ser realizada; ao final e a partir dos filtros desejados, são exibidas todas as matérias encontradas, organizadas em ordem cronológica. Após uma conferida breve, já pudemos ter a noção da quantidade de notícias e matérias acerca do jogo veiculadas no site do jornal e realizar a seleção delas.

Já o site do jornal Zero Hora apresentou complicações para a busca e obtenção das matérias relacionadas do jogo em sua base de dados – embora utilize como princípio do seu mecanismo de procura o mesmo da Folha. Inserimos o nome do jogo *Pokémon GO*, a exemplo do procedimento realizado no site do primeiro jornal; e também selecionamos, dentre os veículos do Grupo RBS, em quais a busca deveria ser feita.

De forma distinta ao mecanismo da Folha, no sistema da Zero Hora não há a possibilidade de definir um determinado período de tempo a ser procurado e, somado à essa impossibilidade, as matérias encontradas foram disponibilizadas pelo site sem qualquer organização cronológica. Então, procuramos primeiramente no mecanismo de busca geral do próprio Grupo RBS, que fica no topo do site do jornal. Dessa forma, escolhemos em qual publicação que queríamos fazer a pesquisa – a ZH – e buscamos pelo nome do jogo. Não totalmente satisfeitos com os resultados obtidos, porém, resolvemos pesquisar também por meio da *tag* “*Pokémon GO*” diretamente no site da Zero Hora, fora do mecanismo padrão do Grupo RBS, que, para nós, apresentou discrepâncias em algumas tentativas de busca. Como

previsto, por meio da *tag* conseguimos encontrar algumas notícias que não estavam na sondagem do mecanismo de busca oficial. Após isso, conferimos e já pudemos ter uma noção satisfatória da quantidade de matérias veiculadas sobre *Pokémon GO* na Zero Hora e realizarmos o estudo.

Esta fase de busca compreendeu também a coleta e sistematização dos resultados obtidos, os quais foram organizados em uma planilha para que fosse possível, posteriormente, realizar a classificação destas notícias a partir da leitura atenta das mesmas. O período de realização desta fase compreende dos dias 18 a 26 de setembro de 2016. Chegamos, portanto, a um total de 85 notícias na Folha e 74 na ZH.

Como nosso trabalho objetiva analisar as notícias de caráter negativo acerca do jogo *Pokémon GO* veiculadas nos jornais já citados, separamos, primeiramente as que consideramos de aspecto desfavorável ao jogo das que vemos como positivas ou pelo menos neutras. Para isso, criamos uma categorização das matérias de cunho negativo, assim, conseguiríamos distingui-las das positivas e também separá-las conforme cada assunto, já no grupo das desfavoráveis.

As categorias foram definidas primeiramente com relação às manchetes das matérias de cada jornal. Desse modo, contabilizamos 43 notícias negativas na Folha e 32 na Zero Hora. A partir daí, ao ler os enunciados – e fazendo já uma análise preliminar –, chegamos a cinco categorias de notícias desfavoráveis sobre o *Pokémon GO*: *violência, opinião, comportamento, trânsito e tecnológico*.

Em *violência* estão as matérias que colocam o *Pokémon GO* no centro de algum crime – seja roubo, briga, assassinato ou morte – e que citam o jogo como um dos responsáveis pela ação. São as histórias que culpam o jogo pelo ocorrido

Na *opinião*, colocamos as notícias que possuem o ponto de vista de uma pessoa ou de um grupo sobre o jogo, e que o faça de forma negativa, imputando ao *Pokémon GO* culpa ou acusação por alguma questão danosa às pessoas, ao seu comportamento ou à sociedade.

Já em *comportamento*, temos as notícias que falam da alteração psicológico-comportamental das pessoas por causa do jogo. Aqui estão as matérias que associam o jogo a manias e loucuras; que veem o *Pokémon GO* como uma febre ou algo próximo a um vício. Portanto, as notícias que enxergam o jogo de maneira prejudicial ao comportamento das pessoas.

Em *trânsito* colocamos as matérias que citam o *Pokémon GO* como causador de problemas no trânsito, como acidentes, multas ou qualquer outro delito ligado à direção.

Por último, temos a categoria *tecnológico*. Nesta, dispomos as notícias que, de alguma forma, atribuem ao *Pokémon GO* problemas técnicos e impactos negativos com relação aos celulares ou aos dispositivos, mas também aquelas que citam questões acerca da privacidade dos jogadores no aplicativo. Da mesma forma, nessa categoria estão as questões práticas de configuração e da disposição dos elementos do jogo no mapa. Assim, colocamos aqui as matérias que citam pedidos de retirada de *PokéStops* e ginásios de alguns lugares, bem como relatos de excessos de *Pokémons*. Desse modo, questões que envolve negativamente a mecânica do jogo, suas configurações e o aplicativo como *software*.

Já para enquadrar as notícias em cada uma das categorias, desse modo, realizamos o processo de leitura integral das matérias, com a finalidade de colocá-las em pelo menos um desses grupos citados anteriormente - podendo estar em mais de um ao mesmo tempo-, bem como para fazer a análise dessas notícias.

5 ANÁLISE

Para a realização da análise, fizemos a leitura completa de todas as matérias selecionadas durante o período delimitado para o corpus deste trabalho, conforme exposto no capítulo anterior. Desse modo, como foram encontradas 85 notícias no site da Folha – sendo 43 negativas – e 74 no da Zero Hora – com 32 negativas -, escolhemos analisar aqui algumas matérias que julgamos ser representativas de cada categoria citada no capítulo anterior.

Além disso, a delimitação de um escopo reduzido permite, ao mesmo tempo, a realização de alguns apontamentos a partir de características comuns à abordagem realizada por cada um dos veículos analisados - bem como a caracterização dessa investigação como um mapeamento inicial e mais abrangente no que se refere ao tratamento que geralmente os jogos digitais recebem da mídia tradicional. Logo, acreditamos que com essas notícias escolhidas a seguir seja possível a elaboração de um quadro bem amplo e significativo do conteúdo geral dos textos selecionados, lidos e analisados.

5.1 Violência

A primeira notícia que analisaremos nessa categoria é: “*Jovem que jogava 'Pokémon Go' leva tiro em roubo de celular em Santos*”³⁶, da Folha de S. Paulo, veiculada no dia 17 de agosto.

Classificamos essa matéria na categoria *violência*, primeiramente, por já no seu título o jornal associar o jogo a um ato violento. A jovem em questão que sofreu o tiro não estaria simplesmente com o celular na mão na hora do roubo, mas sim *jogando* o *Pokémon GO*. Assim, o ato de ter sido roubada e ferida não teria sido em razão de usar o aparelho, mas sim por estar caçando os monstros. Isso nos chama a atenção porque não é comum nas matérias que falam de roubos, serem citados outros aplicativos - como *Facebook* e *WhatsApp* – ou funções dos dispositivos, como ligação, e os colocando como responsáveis pelo ocorrido.

Dessa forma, notamos um deslocamento no tocante à responsabilidade sobre um problema que é relativo à insegurança pública para – literalmente – as mãos da pessoa que porta o aparelho, independente de qual seja a atividade que ela realiza. Além disso, a matéria, por conter um enunciado que diretamente vincula a agressão ocorrida pela jovem ao jogo

³⁶ Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2016/08/1803909-jovem-que-jogava-pokemon-leva-tiro-em-roubo-de-celular-em-santos-sp.shtml> - Acesso em: 18 nov. 2016.

Pokémon GO, remete à ideia e situa o jogo como um potencial causador da agressão sofrida pela vítima.

Qualquer um dos aplicativos supracitados exige a mesma atenção integral do sujeito e que ele se atente diretamente à tela, com o celular na mão e exposto. Como coloca Gregolin (2007, p. 15), porém, todo discurso tem sua produção “controlada, selecionada, organizada e redistribuída”; desse modo, como discutido em capítulo anterior deste trabalho, um enunciado não representa tudo aquilo que pode ser falado, mas sim expõe a predileção discursiva dentre aquelas permitidas em determinado momento histórico – e, além disso, as relações de poder exercidas por quem tem direito de fazer esse discurso, no nosso caso, a imprensa.

Vemos, então, que é uma *escolha* do jornal colocar o *Pokémon GO* no título, vinculando-o diretamente ao episódio como a causa do mesmo. Temos ciência que o jogo estava em evidência na época; entretanto, já havia se passado duas semanas de seu lançamento oficial no país - dia 3 de agosto -, portanto, o critério de noticiabilidade da novidade, do fato novo, estava em declínio. E, como afirma Lippmann,

todo jornal quando alcança o leitor é resultado de uma série completa de seleções sobre que itens e em que posição deve ser publicados, quanto espaço cada história deve ocupar, que ênfase deve ter (LIPPMANN, 2010, p. 301).

O conteúdo da matéria corrobora a ideia apresentada em seu *lead*. A informação é de que a moça estava com três amigos em um parque às 23h30 caçando os *Pokémons*, quando um casal se aproximou e exigiu os celulares. Um dos amigos reagiu e a jovem foi baleada de raspão. Ao olharmos as circunstâncias, portanto, o fato dela estar jogando ou não *Pokémon* não é determinante para o roubo e, principalmente, para o tiro. O que ocorreu é que eles estavam com seus celulares à mostra numa praça à noite – uma circunstância que poderia expô-los a uma série de riscos, dentre eles a subtração de seus aparelhos – e foram abordados por causa disso.

Como discute Lippmann (2010, p. 115), “quando um sistema de estereótipos é bem fixado, nossa atenção é chamada para aqueles fatos que o apoiam, nos afastando daqueles que o contradizem”. O que queremos dizer é que se criou um estereótipo, por meio de uma série de discursos repetidos e reiterados para o jogo, que ele, justamente por demandar que as pessoas caminhem com os celulares na mão e por lugares considerados “perigosos” – como lemos em várias das matérias analisadas para este trabalho -, seria um vetor para a violência;

ou seja, um chamariz para que se roubem celulares e que se machuquem as pessoas, de modo que há que se ter cautela, ou ir “com cuidado” em relação ao mesmo.

Desse modo, não se coloca na matéria em questão o fato de que tal ocorrência poderia ter acontecido com qualquer outra pessoa na mesma situação, se estivesse no meio de uma ligação, realizando fotografias ou mesmo checando seus aplicativos de redes sociais com o aparelho. Tampouco que o ocorrido é uma questão de segurança pública. Assim, articula-se um discurso que transpõe o risco para a vítima, além de advertir que é perigoso jogar o *Pokémon GO*. E essa circunstância é bem exemplificada pela fala de um dos socorristas que ajudou a mulher. Na matéria, que cita uma postagem do *Facebook*, o profissional é categórico: “*Acho que um jogo não vale uma vida! Ainda vai acontecer muita coisa por causa desse jogo*”.

Concordamos que um jogo não vale uma vida, mas a escolha do veículo em reproduzir a fala do socorrista mencionado e incorporá-la ao corpo do texto da matéria - de que muita coisa ainda vai acontecer por causa do *Pokémon GO* - deixa claro uma postura alarmista, bem como o reforço de um estereótipo em relação àqueles que se interessam por jogos digitais; o que é exposto também em muitas das frases que estamparam outras notícias, algumas das quais analisadas para este trabalho.

Por exemplo, no dia 30 de julho - portanto, antes do jogo ser lançado no Brasil - o site da Folha veiculou uma notícia com a manchete “*Jogadores de Pokémon GO são assaltados em parque de Londres*”³⁷; e, no curto conteúdo do texto, fala que “assaltos à mão armada são raros no Reino Unido”. Podemos inferir, desse modo, que jogar *Pokémon GO* na Inglaterra oferece um enorme risco à integridade física da pessoa, afinal, são raros os crimes envolvendo armas no país, e eles aconteceram justamente com quem estava jogando este *game*. Além disso, qual seria o interesse - e mais que isso, a relevância - de um assalto em Londres para a opinião pública brasileira?

Novamente, o jogo ainda não havia sido lançado no Brasil e já estava no mercado mundial há semanas, entretanto entre o público brasileiro existia um grande *frisson* em relação à sua disponibilização para jogadores no país. Portanto, seria uma matéria de alerta, claramente prescritiva sobre a futura adoção em massa do *game* entre os brasileiros, ou apenas

³⁷ Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/07/1797164-jogadores-de-pokemon-go-sao-assaltados-em-parque-de-londres.shtml> - Acesso em: 18 nov. 2016.

uma repetição de um estereótipo negativo sobre o *Pokémon GO* – e numa perspectiva mais abrangente, do comportamento dos jogadores de *games* digitais em geral?

Essa mensagem propagada pela imprensa chega às pessoas e se torna bastante difundida porque, como dissemos, os jornais têm respaldo da sociedade e legitimidade. Como alerta Lippmann (2010, p. 141), “a tendência da mente casual é pegar ou achar por acaso uma amostra que confirme ou desafie seus preconceitos, e então fazê-la representativa de toda uma classe”. Assim, por meio da utilização de uma ideia pré-formada acerca do jogo, questiona-se os riscos inerentes à pessoa estar jogando *Pokémon GO*, e não a própria falta de segurança no local. Atrela-se, portanto, o *game* à violência urbana, a assaltos e perigos.

O discurso estereotipado e difundido sobre o jogo pôde ser visto, da mesma forma, na série de matérias sobre a morte de um menino de nove anos em Imbé, no Rio Grande do Sul. Em “*Menino que morreu afogado em Imbé gostava de ajudar os outros e se preparava para ser escoteiro*”³⁸, publicado no site da Zero Hora em 8 de agosto de 2016, a abordagem faz referência a uma dúvida específica, possível causadora da fatalidade: se o menino estava ou não jogando *Pokémon GO* durante o ocorrido. Isso porque a primeira informação obtida sobre o fato era de que o garoto havia se afogado porque estava jogando com um amigo e entrou na água para caçar os monstros. A hipótese teria surgido dos moradores da região e, se confirmada – conforme o delegado do caso declarou – uma medida judicial seria acionada com vistas a proibir o jogo. “*O meu temor é que, se o jogo foi mesmo utilizado nesse caso, venha a causar outras mortes*”, disse o delegado.

Frases como essa, bem como as informações baseadas em hipóteses dos moradores – e publicadas pelo jornal Zero Hora na matéria em pauta – evidenciam alguns pontos em relação à imagem que o *Pokémon GO* adquiriu na opinião pública. A matéria citada é de 5 dias após o lançamento do jogo no país; portanto, já existiam, larga medida, fatos anteriores ocorridos internacionalmente e uma narrativa construída midiaticamente para atrelar uma ideia de perigo ao jogo – como vimos no caso de Londres.

Conforme discutimos no capítulo anterior deste trabalho, para Foucault (1999) a existência da vontade de verdade é o que dará visibilidade aos discursos legítimos e àqueles que se deseja que sejam considerados verdades. Portanto, mesmo depois que a perícia concluiu que o telefone celular do amigo do menino afogado não possuía as especificações

³⁸ Disponível em: <zh.clicrbs.com.br/rs/noticia/2016/08/menino-que-morreu-afogado-em-imbe-gostava-de-ajudar-os-outros-e-se-preparava-para-ser-escoteiro-7217470.html> - Acesso em: 18 nov. 2016.

técnicas mínimas (processador, memória, dimensão e resolução do display, entre outros) necessárias para a instalação do *Pokémon GO*³⁹, a “verdade” sobre do jogo já estava difundida tanto pela imprensa, quanto pela própria opinião pública – de tal forma que os próprios moradores levantaram a hipótese da morte da criança ter sido motivada pelo jogo, bem como pelo que também afirmou o delegado.

5.2 Opinião

Um exemplo dessa categoria entre as matérias analisadas é a notícia do dia 18 de agosto de 2016, veiculada no site da Zero Hora e intitulada “*Bispo italiano lança cruzada contra Pokémon Go*”⁴⁰.

Classificamos como conteúdo opinativo justamente por conter o ponto de vista de uma instituição ou sujeito – neste caso, o bispo da cidade italiana de Noto, monsenhor Antonio Stagliano. Segundo a matéria, o monsenhor ameaçou denunciar formalmente o jogo pois, segundo ele, o *Pokémon GO* seria uma “fábrica de cadáveres ambulantes”.

Novamente vemos a difusão de enunciados ligados ao *Pokémon GO* que se relacionam com morte, violência e tragédias. Segundo a notícia, o bispo ainda comparou o jogo ao “sistema totalitário nazista”. Assim, uma atividade que deveria ser divertida, fonte de entretenimento - afinal é um jogo – situada na mesma condição de regimes genocidas e totalitários como o nazismo. O uso do termo “cruzada” no título também indica uma forte conotação negativa ao jogo, já que o período das cruzadas na história está relacionado a mortes, guerra e destruição.

Como Gregolin comenta sobre Foucault, o discurso que cria os temas de um momento histórico - e seus efeitos - “materializam-se nos textos que circulam em uma sociedade” (GREGOLIN, 2007, p. 15). Assim, os discursos que circulam na mídia são também aqueles que corroboram, em maior ou menor grau, com a opinião pública, como vimos em Lippmann (2010). Desse modo, a fala do bispo está de acordo com um estereótipo vigente e com uma fala permitida, legitimada socialmente, pois está materializada nos textos e no entendimento do público.

³⁹Disponível em: <zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2016/08/celular-de-amigo-de-menino-morto-em-imbe-nao-tinha-memoria-suficiente-para-pokemon-go-conclui-pericia-7244892.html> - Acesso em: 19 nov. 2016.

⁴⁰Disponível em: <zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2016/08/bispo-italiano-lanca-cruzada-contra-pokemon-go-7294015.html> - Acesso em: 19 nov. 2016.

Embora, como afirma Gregolin (2007), cada pessoa possa interpretar de maneira particular os fatos, um dos papéis sociais da imprensa é o de justamente criar uma unidade nos sentidos, nos entendimentos – haja vista a sua autoridade discursiva. A mídia tem um papel de mediador legitimado e reconhecido entre a realidade e os leitores. Dessa forma, ela fornece ao seu público discursos que mantêm certa coerência editorial, seguindo as mesmas ideias.

Na própria matéria do bispo italiano, há, como exemplo, uma fala do diretor de cinema Oliver Stone que em julho afirmou que o *Pokémon GO* seria uma forma de totalitarismo “por ter um alto ‘nível de intrusão’ na intimidade das pessoas”. O que o jornal faz, neste caso, é reafirmar que não é somente o bispo que possui essa ideia – o que por si só, já embute um caráter diferenciado ao texto, por se tratar de um representante de uma instituição com considerável peso na opinião pública, especialmente seus fiéis; mas que outras pessoas, de certo modo influentes na sociedade, também compartilham a ideia de que o *Pokémon GO* e as práticas oriundas do mesmo são nocivas.

No mesmo mês da fala do cineasta Oliver Stone, a Zero Hora publicou uma matéria intitulada “*Maduro diz que ‘Pokemon Go’ promove a violência entre crianças*”⁴¹, em que descreve como o presidente venezuelano relaciona o jogo com um ataque em que um garoto de 18 anos matou nove pessoas e feriu dezenas de outras em Munique, na Alemanha, no mês de julho de 2016. Para Maduro, o capitalismo gera ‘realidades virtuais’ como o *Pokémon GO*, e essas realidades são vinculadas a “armas, à violência e à morte”. Portanto, mais uma vez um discurso que relaciona ao jogo questões globais de violência e terrorismo, já que o presidente compara toda essa situação do *game* com um atentado.

Isso é novamente o que foi discutido em Gregolin (2007): o discurso da periculosidade do *Pokémon GO* se materializa nos jornais e influencia a opinião pública. Além disso, a relevância jornalística da fala de Nicolás Maduro e do bispo italiano, por exemplo, para a sociedade brasileira no que tange a um jogo, no nosso entendimento, serve apenas para somar argumentos negativos acerca do *Pokémon GO*.

Em sua coluna do dia 16 de agosto de 2016 no site da Folha, a psicóloga e consultora em educação Rosely Sayão afirmou categoricamente que “*Pokemon Go’ não é destinado às*

⁴¹ Disponível em: <zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/mundo/noticia/2016/07/maduro-diz-que-pokemon-go-promove-a-violencia-entre-criancas-6918954.html> - Acesso em: 19 nov. 2016.

crianças”⁴², sendo este o título do seu texto. Nele, a psicóloga comenta que o jogo seria o “capricho” atual das crianças e que os pais deveriam tomar cuidado com o *game*. Isso porque “as características desse [jogo] em particular revelam que ele não é destinado às crianças”, pois segundo ela, os pais estão se comportando de tal maneira a atender os caprichos dos filhos para jogar *Pokémon GO*, como o pai que deixou a filha de 11 anos ir com as colegas até um lugar considerado perigoso para “ganhar um ovo virtual” ou o outro pai que pegou um táxi com o filho para ele caçar *Pokémons*.

A coluna em si se dedica a orientar os pais para como lidar com os pedidos (“caprichos”) das crianças para jogar *Pokémon GO*, que ela descreve como uma “febre social”. Mas, já nos primeiros parágrafos e nas frases colocadas aqui até agora, a imagem que um pai ou uma mãe terão sobre o jogo é claramente negativa. Já no título, a colunista dispara que crianças não podem jogar *Pokémon GO*; e, dessa forma, com todos os outros discursos que temos comentado e analisado neste trabalho, pode-se consolidar junto a um público específico – pais cujos filhos pretendem ou jogam o *game* – o caráter negativo do jogo.

Ao longo do texto, a colunista argumenta principalmente no tocante à organização do tempo da criança, do número de atividades que ela deve – segundo a psicóloga – realizar, e do poder do “basta” que os pais devem ter, não falando mais nada especificamente sobre o *Pokémon GO*. Entretanto, a recomendação de uma conhecida especialista em educação – ou seja, também embutido de legitimação social - já foi feita no título e nos primeiros parágrafos, e adquire ainda mais potência quando publicado por um grande veículo de mídia como a Folha. Assim, a explicação de como encarar os caprichos dos filhos passa a ser uma questão universal da educação das crianças, e não mais apenas do *game*.

Isso para nós evidencia que, de início, a colunista já expõe sobre o que seu texto se refere: não deixe seu filho jogar. As características elencadas por ela revelam que o jogo não serve para crianças, como apresentada nos exemplos acima – pegar um taxi para capturar e ir a um lugar para obter o ovo. Ou seja, a característica perigosa, pelo nosso entendimento, seria a de ter que andar para jogar. A colunista pergunta “quantas delas [crianças] saem para o espaço público desacompanhadas de um adulto na ‘vida real?’”, como forma de validar a periculosidade do jogo. Para nós, é uma pergunta que pode ser usada em várias outras situações cotidianas, como ir ao cinema sozinho ou pegar um ônibus. E, por mais que para

⁴² Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/colunas/roselysayao/2016/08/1803351-pokemon-go-nao-e-destinado-as-criancas.shtml> - Acesso em: 19 nov. 2016.

realizar grande parte dos objetivos do jogo, seja necessário o deslocamento físico e espacial do jogador, no caso em pauta de crianças é possível caçar os *Pokémons* dentro de casa ou no shopping com a família, por exemplo.

Entendemos que a educação de uma criança é uma tarefa difícil e que exige cuidados; contudo, da maneira como foi exposta e com a afirmação de que não se trata de um jogo desejável para os filhos, é possível que alguns pais passem a perceber o *Pokémon GO* de outra maneira, como perigoso e somente para adultos, visto o título da coluna – sedimentando ainda mais um estereótipo que pode ser estendido aos jogos digitais em geral.

Desse modo, todas essas opiniões passam a se refletir no pensamento do público, pois “aquele que capturar os símbolos que contêm o sentimento público no momento, controla por seu intermédio as formulações da política pública” (LIPPMANN, 2010, p. 187). Portanto, ao mesmo tempo em que incute um desproporcional temor relacionado ao jogo, a própria imprensa lança mão dessas mesmas construções discursivas que ligam o *Pokémon GO* e solidificam uma abordagem parcial baseada em episódios negativos envolvendo o *game*.

Além disso, ao embutir discursos e vozes de outros sujeitos que, com maior ou menor grau, possuem influência social, a situação se agrava ainda mais. Desse modo, percebe-se um crescimento nas ênfases dos aspectos potencialmente prejudiciais e nocivos, tanto do *Pokémon GO* quanto daqueles que o jogam. A imprensa então, sendo mediadora e tendo a unidade do discurso, repete essas afirmações, descrevendo o *game* como perigoso ou arriscado.

5.3 Comportamento

Nessa categoria analisamos as matérias que enxergam de forma negativa o comportamento dos jogadores de *Pokémon GO* e suas condutas com relação ao jogo. Aqui pudemos observar uma repetição de termos como “loucura”, “febre” e “vício”, tanto nos enunciados como no conteúdo dos textos. Em “*A loucura de Pokémon Go toma conta do mundo*”⁴³, da Zero Hora do dia 12 de julho de 2016 - portanto, na semana seguinte ao lançamento mundial - já observamos a associação do *game* a uma suposta alteração comportamental dos jogadores.

⁴³ Disponível em: <zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2016/07/a-loucura-de-pokemon-go-toma-conta-do-mundo-6567072.html> - Acesso em: 19 nov. 2016.

Essa foi a primeira matéria da Zero Hora sobre *Pokémon GO* que encontramos. Assim, o contato inicial do jornal com seus leitores já se deu a partir de adjetivos como loucura, de que o jogo irá transformar as vidas das pessoas de alguma maneira. Loucura, como sabemos, não possui geralmente um bom sentido; em geral indicando alguma desordem cognitiva, comportamental e, muitas vezes, demandando intervenção psiquiátrica. Portanto, aquela unidade de sentido que a imprensa promove, descrita por Gregolin (2007) e discutida anteriormente neste capítulo, começa a ser construída por estereótipos e falas como essa, já que, no primeiro contato que muitas pessoas terão com o jogo – por meio dessa notícia – a imagem do *Pokémon GO* será associada com uma loucura.

Já em seu conteúdo, a matéria fala em “‘caçadores’ com o rosto grudado nas telas de seus smartphones”, portanto, indivíduos que não prestariam atenção em mais nada além dos próprios celulares e *Pokémons*. Para exemplificar a alegada loucura, a notícia descreve situações em que pessoas se arriscam em áreas privadas, ou de jogadores que perseguem os monstros em hospitais pelo mundo. Além disso, como está no *lead*: “a febre de Pokémon Go (...) invade o mundo”. Sendo assim, conforme o jogo fosse lançado em mais países – nessa época estava disponível apenas nos Estados Unidos, Austrália e Nova Zelândia -, podemos inferir que mais e mais loucos seriam infectados por essa “febre”.

Além do cenário atemorizante descrito – invasão, febre, loucura, rosto grudado -, o jogo certamente causaria problemas futuros, já que “incidentes aumentaram nos EUA”, sendo que as autoridades tiveram que fazer alertas à população, pedindo para que os jogadores “não invadam propriedades ou ultrapassem zonas cercadas” para caçar os *Pokémons*. O jogo, desse modo, transforma as pessoas, faz com que elas cometam delitos e transgressões, como pudemos ler.

A partir dessa descrição, podemos observar que se constrói um discurso (e um estereótipo, por consequência) de que o *Pokémon GO* provoca em seus jogadores um tipo de desordem que pode beirar a loucura. Sendo assim, o discurso que começa a vigorar – já que é a matéria foi escrita nos primeiros dias do jogo – por meio das impressões iniciais, é a de que o jogo carrega um aspecto negativo. Como Foucault (1999) descreve, é o princípio da exclusão por separação e rejeição. O próprio autor francês exemplifica essa exclusão com o discurso do louco, que é visto como impróprio e, posteriormente, ignorado. Assim, atrelando a imagem de loucura aos jogadores, a futura fala dessas pessoas já será lida de outra maneira; que por mais que ela esteja dizendo uma “verdade”, essa afirmação deve ser ocultada ou

separada, tendo que passar pela análise de um mediador, como discute Foucault em *A Ordem do Discurso* (1999).

Desse modo, surgem mais histórias de jogadores “loucos” pela “febre do *Pokémon GO*”. Em “*Deixava a namorada dormindo e ia jogar, diz brasileiro que capturou 142 pokémons*”⁴⁴ – Folha, dia 27 de julho de 2016 -, o título diz por si só. O jogador abandonava sua vida pessoal, sua namorada, o conforto de sua cama, para caçar os *Pokémons* na rua. Esse enunciado corrobora com a ideia de que os jogadores largam tudo para capturar os monstros, que são loucos. Somente o título já pode nos dar essa impressão, de que as pessoas chegam a largar seus entes queridos (dormindo!) para, escondidos, irem jogar.

No seu conteúdo, a matéria explica um pouco de como o brasileiro chegou a capturar tão rápido os 142 *Pokémons*, principalmente andando pela cidade de Nova York – já que o jogo ainda não havia sido lançado no Brasil. O jogador afirma que conseguiu esse número de monstros em tão pouco tempo caminhando e com a ajuda de grupos no *Facebook*. “Eu perguntava onde um deles aparecia e ia ficar lá perto esperando. É viciante”, e mais além na matéria o brasileiro afirma, de novo, que está “um pouco viciado”.

Vício é uma palavra forte, que indica doença, nos remete às drogas e ao álcool. Portanto, o uso desse termo pelo próprio jogador – e replicado na notícia – nos leva a crer que, além da loucura, o jogo vicia como uma droga. Somando-se a isso, no texto ainda se fala dos sacrifícios que a namorada teve que fazer para que ele continuasse jogando. “Acordava cedo, deixava ela dormindo e ia para a rua jogar. Ela não acreditava”, conta o jogador. Assim, podemos inferir que o jogo além de ser viciante, faz com que as pessoas próximas a quem joga tenham que passar por situações preocupantes e renúncias – como dormir juntos.

O discurso deste jogador, bem como o enfoque da matéria, nos leva a crer que o *Pokémon GO* vicia, afasta as pessoas do convívio social com seus queridos e exige sacrifícios, inclusive de terceiros que nada tem a ver com o jogo. O *Pokémon GO* seria uma má influência. Não temos como saber o real intuito da matéria, mas com a repetição de termos e situações extremamente negativas, percebemos a manutenção de um estereótipo ligado ao jogo. É uma coisa viciante que leva à loucura e ao abandono da sua vida normal. Como afirma Lippmann (2010, p. 115), “quando um sistema de estereótipos é bem fixado, nossa atenção é chamada para aqueles fatos que o apoiam, nos afastando daqueles que o contradizem”

⁴⁴ Disponível em: <blogdetec.blogfolha.uol.com.br/2016/07/27/deixava-a-namorada-dormindo-e-ia-jogar-diz-brasileiro-que-capturou-142-pokemons/> - Acesso em: 19 nov. 2016.

Além do mais, o comportamento “louco” e “viciado” do jogador de *Pokémon GO* pode leva-lo a ser demitido, conforme a notícia do dia 5 de agosto de 2016, em Zero Hora, intitulada “*Febre do Pokémon Go pode levar a demissão, advertem especialistas*”⁴⁵. Portanto, caçar *Pokémons*, além de ser perigoso, viciante, louco, pode também tirar seu emprego.

O que discutimos aqui não é que deva ser permitido jogar durante as horas de trabalho, mas que qualquer outra atividade não relacionada ao emprego da pessoa pode fazê-la ser demitida. O *Pokémon GO* é apenas uma dela, e não a única. Além disso, não seria somente o jogo que resultaria nisso; mas sim a “febre” relacionada a ele. E febre nos remete a doença, a infecções, e não a um jogo. Devemos então, pelo o que lemos apenas no enunciado, tomar cuidado para não sermos infectados por essa “febre” no trabalho, para não nos tornarmos doentes por causa do *Pokémon GO*.

Aliás, a matéria além de começar relacionando o jogo à condição febril - “a febre do Pokémon Go, que chegou ao Brasil na última quarta-feira, pode virar dor de cabeça” -, coloca mais um “sintoma” à doença: a dor de cabeça de perder o emprego. Portanto, o cenário posto até aqui é assustador para quem joga. O texto simplesmente coloca que quem joga no trabalho é infectado por uma febre, e pode fazer com que a caça aos *Pokémons* se transforme numa “perseguição a um novo posto de trabalho real”. Ora, assim, o *Pokémon GO*, além de tudo, é perigoso ao seu emprego.

Nós temos a consciência de que no expediente deve-se trabalhar, exercer sua função e que, não o fazendo, corre-se o risco de demissão. O que nos chama a atenção, no entanto, é que se transformou o *Pokémon GO* numa febre que demite as pessoas, que as infecta e as fazem perder seus empregos. Para nós, é mais um sintoma do estereótipo negativo que vem sendo colocado acerca do jogo. Isso porque o uso do *Facebook* no expediente também pode causar demissão, bem como o *WhatsApp* ou qualquer outro site ou programa que a empresa julgue ser uma distração. A repetição do termo febre, no entanto, coloca o *Pokémon GO* num estágio pior do que os outros produtos citados acima. Falou-se em febre, em dor de cabeça e caça por emprego.

Isso vem sendo construído desde as primeiras matérias que colocamos, pelos estereótipos. Assim, “pegamos o que nossa cultura já definiu para nós, e tendemos a perceber

⁴⁵ Disponível em: <zh.clicrbs.com.br/rs/opiniao/noticia/2016/08/febre-do-pokemongo-pode-levar-a-demissao-advertem-especialistas-7182109.html> - Acesso em 19 nov. 2016.

aquilo que captamos na forma estereotipada para nós por nossa cultura” (LIPPMANN, 2010, p. 85). Desse jeito, a opinião pública prender-se-á aos termos negativos e irá relacioná-los ao jogar, ao *Pokémon GO* e seus jogadores. O homem largou sua namorada, por exemplo, para caçar; ou o jogo leva as pessoas à loucura e à demissão. Essas imagens serão recorrentes no pensamento público e na opinião dos sujeitos. Isso porque “na maior parte dos casos nós não vemos em primeiro lugar, para então definir, nós definimos primeiro e então vemos” (LIPPMANN, 2010, p. 85). Como diz Lippmann (2010), as pessoas vão olhar o jogador de *Pokémon GO* e, em suas mentes e opiniões, já o enxergarão com os olhos do estereótipo posto aqui: vício, febre, doença, demissão e loucura. O *Pokémon GO*, de divertido, como vemos nessas matérias, não teria nada.

5.4 Trânsito

Além de todas as questões envolvendo segurança pública, violência e comportamento das pessoas, algumas matérias analisadas para este trabalho, mostraram uma preocupação da imprensa sobre os “riscos” que o *Pokémon GO* traria ao trânsito das cidades mundo afora. Aqui, não só falamos da movimentação dos automóveis, mas também da circulação de pedestres e pessoas utilizando qualquer meio de transporte.

Esses riscos estão bem evidenciados numa matéria da Folha, em 12 de julho de 2016 – semanas antes do lançamento no Brasil -, que possui um enunciado que sugere certa periculosidade relacionada ao jogo: “Assaltos, cadáver e apps falsos: o que deu errado com o ‘Pokémon Go’”⁴⁶. Essa foi uma das primeiras notícias sobre o jogo publicadas pela Folha, e como já discutimos acima, também inicia com um enunciado baseado em um estereótipo extremamente negativo sobre o *game*. O que deu errado, ao invés do que deu certo. Isso já atrai a atenção do público para apenas as negatividades do jogo.

Além de citar assaltos, crimes e outras questões que já discutimos acima neste capítulo, a matéria traz um subtítulo chamado “distraídos e feridos” para se referir aos incidentes de trânsito ligados ao jogo. O texto diz que, mesmo com vários alertas das autoridades, as pessoas colocaram sua integridade física em risco e acidentes já haviam acontecido por causa do *Pokémon GO*.

⁴⁶ Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/tec/2016/07/1791065-assaltos-cadaver-e-apps-falsos-o-que-deu-errado-com-o-pokemon-go.shtml> - Acesso em: 19 nov. 2016.

A matéria cita alguns pequenos exemplos, como o de uma *webdesigner* que torceu o tornozelo após o celular ter vibrado em razão da proximidade de um *Pokémon*. Segundo ela, “quando o telefone vibrou, levantei a vista e caí num buraco”; e de um jovem americano que sofreu uma queda enquanto andava de patinete e jogava *Pokémon GO*, tendo cortado a mão. A matéria coloca esses fatos como acidentes causados pelo jogo, mas um buraco na calçada não deveria existir, primeiramente – por questões de mobilidade e, justamente, segurança. Além disso, a queda poderia ter sido causada por qualquer outra distração.

Assim, qual o intuito de mostrar que um jovem cortou a mão quando caiu do patinete enquanto jogava *Pokémon GO*, por exemplo? Pequenos acidentes em patinetes e bicicletas acontecem todos os dias, em todos os lugares, mas não chamam a atenção. Claro que o jogo estava em evidência, mas um mero corte de mão nos Estados Unidos não tem a noticiabilidade necessária para se chegar no Brasil. Já os “perigos” do *Pokémon GO*, ao que parece, sim. O rapaz poderia ter caído do patinete ao se distrair com um pássaro, um cachorro, uma ligação no celular, que não chamaria a atenção - e nenhum jornal provavelmente colocaria que um jovem se feriu ao observar um beija-flor, por exemplo. Esse tipo de acidente é banal, corriqueiro, não deveria ter atenção da imprensa, nem quando relacionado ao *Pokémon GO*. Assim como uma jovem torcendo o tornozelo ao andar na calçada. Como no caso da violência, transfere-se a responsabilidade de um aspecto relacionado à infraestrutura urbana pública para o jogador alegadamente distraído por conta do *Pokémon GO*. Como afirma Lippmann (2010, p. 120), “o padrão dos estereótipos no centro de nossos códigos determina largamente que grupo dos fatos nós veremos, e sob que luz nós os enxergaremos”. A opinião pública enxergará a culpa no jogo, não na distração da pessoa ou na falta de manutenção das vias. O jogo seria ruim, ele seria o causador do sofrimento.

O jornal, ao colocar esses incidentes junto com casos de assaltos e outras situações perigosas, mostra como a imprensa cria e divulga um “pseudoambiente” sobre o *Pokémon GO* para o público brasileiro - já que o jogo não tinha ainda, na época, previsão para ser lançado no país. Portanto, o ambiente real do fato precisa, segundo Lippmann (2010), estar longe fisicamente do seu público para que o pseudoambiente seja construído e tenha sucesso na maneira com que a verdade dele, os seus fatos, sejam expostos. Assim, chega até nós o discurso de que as pessoas se ferem jogando: seja com atos violentos, seja em acidentes de trânsito, e que isso pode se repetir no Brasil. Colocar esses incidentes juntos com casos violentos cria uma associação natural de que por onde quer que olhemos, há perigos em jogar.

Também podemos exemplificar a questão do trânsito pela matéria da Folha, em 4 de agosto de 2016 – ou seja, no dia seguinte do lançamento no Brasil –, que tem como manchete “*Após acidente, Detran alerta sobre captura de pokémons no trânsito*”⁴⁷, relatando que depois de que um jovem foi atropelado no Paraná enquanto jogava *Pokémon GO*, o Detran de São Paulo resolveu criar uma campanha para alertar os jogadores. A notícia diz que isso se deu, da mesma forma, porque existiam vários relatos de acidentes, atropelamentos e batidas nos Estados Unidos e Austrália, afirmando ainda que, por estar jogando enquanto transitava em vias públicas, um jovem de 22 anos morreu.

É importante alertar as pessoas sobre o uso de celulares ao volante ou durante a circulação em vias, mas o jogo mal havia sido lançado no Brasil e já estava sendo atrelado ao mesmo uma noção de perigoso, de termos que ir com cuidado. Nesses casos, além de tudo, o sistema de estereótipos sobre o *Pokémon GO* seria também “uma série organizada de imagens para descrever o mundo não visto” (LIPPMANN, 2010, p. 115), já que o jogo tinha apenas um dia de Brasil nesta última notícia e alguns dias no mundo, caso da primeira.

5.5 Tecnológico

Nessa categoria, temos as notícias que envolvem a maneira com que o jogo impacta nos dispositivos móveis e de que forma a disposição dos *Pokémons*, ginásios e *PokéStops* também é vista de forma negativa, de como é percebido o sistema do jogo.

Nos chamou bastante a atenção que havia muitas matérias que discutiam, negativamente, a disposição dos *Pokémons* nas cidades. No próprio dia de lançamento do jogo no Brasil – 3 de agosto de 2016 –, cerca de duas horas depois de ser disponibilizado no país, a Folha publicou em seu site a notícia “‘*Pokémon Go*’ tem criaturas espalhadas pela região da *cracolândia*”⁴⁸. A chamada *cracolândia* é uma região na zona central da cidade de São Paulo conhecida por ser frequentada por centenas de usuários de crack e outras drogas, a qualquer hora do dia e no meio da rua.

O que a matéria quis mostrar era que os *Pokémons* estariam disponíveis em todos os lugares da cidade, *inclusive* na *cracolândia*. O título, porém, ao associar o *Pokémon GO* a essa região considerada insegura, mostra que o jogo pode trazer perigos aos jogadores, já que eles

⁴⁷Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/08/1799062-apos-acidente-detran-alerta-sobre-captura-de-pokemon-no-transito.shtml> - Acesso em: 19 nov. 2016.

⁴⁸Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2016/08/1798661-pokemon-go-tem-criaturas-espalhadas-pela-regiao-da-cracolandia.shtml> - Acesso em: 19 nov. 2016.

podem, por estarem “loucos” ou com “a febre”, adentrar lugares em que não há garantias de proteção – além da questão do “vício”, principalmente quando se fala em cracolândia. A matéria fala de *PokéStops* presentes na região em que “durante o dia são cerca de 250 usuários e traficantes. À noite, até 500”, portanto, podemos entender que jogador estaria correndo perigo se quisesse “avançar no jogo”, como diz o texto. A inserção da quantidade de usuários e traficantes na matéria dá mais ainda um tom de periculosidade ao ato de sair para caçar os *Pokémons* pela cidade.

O jogador, na verdade, não é obrigado a ir até a cracolândia, por exemplo, para avançar no jogo ou conseguir seus insumos nas *PokéStops*. Vale lembrar que, mesmo que não seja o objetivo principal do jogo, é possível caçar *Pokémons* ou chocar os ovos em casa, ou em shoppings, faculdades e outros lugares que podem oferecer menos riscos à integridade física da pessoa. Os monstros estão em todos os lugares; então, também vai da pessoa seguir sua vontade. Se ela quiser ir até a cracolândia, por exemplo, ela o faz sabendo dos possíveis riscos, caçando ou não *Pokémons*, como em qualquer espaço público.

O que vemos neste capítulo – e em muitas matérias, inclusive nesta última, sobre a cracolândia – é que elas foram veiculadas logo após o lançamento do jogo (mundial ou nacional), com poucos dias – ou horas - de experiência dos jogadores. E, mesmo assim, carregam consigo um aspecto negativo e com preconceitos, que nos leva aos estereótipos. Dessa maneira, sendo algumas as primeiras matérias sobre o jogo nos veículos trabalhados, o público passa a ter a primeira impressão negativa, que o jogo é ruim ou que é perigoso. Bem como explicou Lippmann (2010), já que a partir dessas informações, a opinião pública pode passar a definir o jogo (ou o jogador) nestes termos, para depois ver do que realmente se trata.

É mais uma repetição do discurso da periculosidade do *game*. Alguém que lê apenas o título da matéria, já pode inferir que para jogar o *Pokémon GO*, a pessoa terá que ir até a cracolândia e correr riscos. Afinal, como discute Lippmann (2010), o cotidiano é tão rápido que apenas lemos o que nos interessa; passamos os olhos numa manchete e, não raramente, não realizamos um exercício crítico em relação a ela – apenas absorvemos as poucas palavras ali expostas e acionamos nossos estereótipos acerca do assunto: *Pokémon GO* e cracolândia juntos.

Outro “perigo” levantado pela imprensa e opinião pública foi a questão do gasto de bateria nos *smartphones*. Em “*Prepare-se: saiba se jogar Pokémon Go gasta muita bateria e*

dados”⁴⁹, Zero Hora – 20 de julho de 2016 -, aprendemos que com *Pokémon GO*, a bateria dos celulares irá descarregar 50% mais rápido do que quando usamos o *YouTube* ou o *Facebook*, por exemplo. Portanto, mesmo já sendo sabido que as baterias de *smartphones* duram pouco, com *Pokémon GO* elas serão praticamente drenadas; assim, devemos estar preparados, como informa o título da notícia, para ficar descarregados a qualquer momento.

⁴⁹ Disponível em: <zh.clicrbs.com.br/rs/vida-e-estilo/noticia/2016/07/prepare-se-saiba-se-jogar-pokemon-go-gasta-muita-bateria-e-dados-6744124.html> - Acesso em: 19 nov. 2016.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entendemos que os jogos digitais, mesmo que sejam considerados trabalho e fonte de renda para milhares de pessoas no mundo, são primeiramente fonte de diversão e o resultado de uma evolução constante do ato de jogar, que surgiu, como vimos em Huizinga (2000), até antes da cultura. Desse modo, foi um exercício de pesquisa bastante interessante e revelador verificar o quanto de estereótipos ruins e negativos carregam um jogo como o *Pokémon GO* nas notícias analisadas.

Nosso objetivo, portanto, foi mostrar, pela análise dos discursos das matérias sobre *Pokémon GO* dos sites da Folha de S. Paulo e Zero Hora, que o conteúdo dessas notícias teria um claro teor negativo com relação a esse jogo, associando-o a situações perigosas e a termos pejorativos. Dessa forma, após pesquisa nas páginas da Internet de ambos os periódicos, chegamos a um número de 85 notícias na Folha e 74 na Zero Hora. No entanto, o que nos chamou a atenção e corroborou com a nossa ideia inicial da ampla existência do discurso negativo, foi que, somando-se os dois jornais, encontramos um índice de 47% de notícias classificadas por nós como pejorativas. Na ZH, o índice é de aproximadamente 43%; já na Folha, o número chega a 50,5%, ou seja, mais da metade.

Assim, como pudemos observar na leitura das matérias e no capítulo *Análise*, um jogo, que deveria ser fonte de diversão e entretenimento, foi amplamente tratado como algo ruim, ou associado a termos e situações perigosas ou pejorativas. “Loucura”, “febre”, “vício” foram algumas das palavras repetidas inúmeras vezes nos textos sobre o *Pokémon GO*. Mesmo que esses termos possam ter algum outro significado, eles carregam consigo cenários desagradáveis e prejudiciais. Além disso, algumas notícias simplesmente careciam de noticiabilidade, mas, mesmo assim, tinham um discurso negativo com relação ao jogo, vide a “cruzada” do bispo italiano ou a fala de Nicolás Maduro. O grande número de matérias negativas e a repetição de estereótipos também se destacou durante o trabalho.

A análise realizada e os consequentes resultados obtidos nos permitem enxergar algumas pistas para interpretar as razões as quais as matérias possuem este teor negativo e o porquê que os veículos os fazem. Para nós, haveria uma incompreensão do jornalismo com relação aos efeitos dos círculos mágicos do jogo na vida cotidiana das pessoas. Por exemplo: como um indivíduo estaria trabalhando e jogando ao mesmo tempo? No momento em que seu celular vibra com a presença de um *Pokémon*, se instalaria imediatamente um círculo mágico instantâneo no lugar, em que o jogador estaria inserido até a captura do monstro. Da mesma

forma, é curioso enxergar dezenas de pessoas correndo atrás de um *Pokémon* ao mesmo tempo num parque. Para nós, esses círculos mágicos instantâneos que se instalam nas vidas das pessoas, nos breves momentos de jogo, entre as atividades cotidianas, não são bem compreendidas pela opinião pública e, conseqüentemente, pela imprensa. Talvez por isso haja um grande número de matérias negativas. Afinal, a pessoa está deixando o trabalho para jogar ou não? Interpretamos como uma dificuldade de se enxergar que as atividades são camadas que se sobrepõe e se intersectam, podendo ser concomitantes ou não. Daí, sim, observa-se que o jogador pode desempenhar suas tarefas diárias *ao mesmo tempo* em que joga, isso é possível e bem realizável.

Além disso, notamos muitas vezes o discurso de que o jogo não seria uma atividade de adulto, que é coisa de criança. Termos como “monstrinhos” e associações com atividades infantis estiveram presentes em muitas notícias analisadas. Como vimos na Pesquisa Game Brasil, no entanto, jogar é para todas as idades. Desse modo, também podemos interpretar essa reação da imprensa com as matérias negativas como uma incapacidade não só de enxergar as camadas, os círculos mágicos do cotidiano, mas, da mesma maneira, o fato de que o jogo, o ato de jogar *Pokémon GO* – no nosso caso – é coisa de adulto, de gente “séria” que trabalha, estuda, sustenta família, entre outras coisas. Isso são pistas, hipóteses, que nós podemos interpretar e apreender depois de realizar a análise das notícias e da bibliografia estudada.

Do mesmo modo, a base teórica bibliográfica utilizada neste trabalho serviu muito bem aos nossos interesses de entender melhor o problema, de se chegar a uma conclusão e de alcançarmos os objetivos propostos.

Com as discussões de Huizinga (2000) e Caillois (1990) acerca do círculo mágico, no segundo capítulo, conseguimos, através de suas respectivas teorias sobre os jogos, chegar a um entendimento sobre o papel dos jogos na sociedade, de sua importância e da relação com nossas atividades culturais, além da maneira com que o jogo e nós interagimos. Junto com isso, ao realizarmos uma breve retomada histórica da evolução dos jogos digitais, conseguimos observar e entender em qual contexto social e tecnológico poderia surgir um jogo como o *Pokémon GO*. Assim, perceber que um *game* como o que analisamos neste trabalho não emergiria do nada, mas que é um produto de um progresso da tecnologia e da sociedade que vem desde os anos de 1950, com o surgimento dos primeiros jogos digitais.

O entendimento dos conceitos do círculo mágico e das teorias de Huizinga e Caillois, junto com retrospecto evolutivo dos jogos digitais, nos forneceu a base para chegarmos aos jogos móveis locativos, como o *Pokémon GO*. A partir desse conceito, com Reis (2013) e Montola (2005), conhecemos melhor o tipo de jogo que estamos trabalhando, suas características e a promoção da interatividade entre o jogador e o meio em que ele vive. Isso foi importante para que pudéssemos criar um quadro sobre o próprio *Pokémon GO* e o seu desenvolvimento neste momento histórico em específico.

As teorias de opinião pública, de Walter Lippmann (2010), foram de fundamental importância para o desenvolvimento deste trabalho. No nosso caso, vale destacar o conceito de estereótipo, muito utilizado nesta monografia para entender o conteúdo dos discursos, os textos pejorativos, a inserção e repetição desses estereótipos. Como explica Lippmann (2010), a noção de definir antes e para enxergar depois.

Assim, pudemos observar que muitas notícias já colocavam seu julgamento, sua visão acerca do *Pokémon GO*, antes mesmo do lançamento do jogo no Brasil – quer dizer, antes do público desses jornais terem acesso ao jogo. Para nós, a construção e adoção desses estereótipos desenvolveu uma imagem negativa sobre o *game*, e foi contínua durante o período pesquisado, como pudemos analisar. Assim, como observado no trabalho e na bibliografia, os jornais mantiveram seu papel, como diz Lippmann (2010), em manter, divulgar e propor esses estereótipos e sua visão, além de influenciar a opinião pública para o que deveria ser visto – com os “pseudoambientes” - ou pensado sobre o assunto.

Já no quarto capítulo, cremos que foi importante termos feito uma recuperação histórica acerca da franquia *Pokémon*, para que fosse melhor entendida a dinâmica e as características do *Pokémon GO*, com o objetivo de, na análise, compreendêssemos as particularidades do jogo e, assim, construirmos nossa argumentação contra estereótipos criados, e assim sendo feito, com bom aproveitamento.

Além disso, com a recuperação dos conceitos de discurso de Gregolin (2007), conseguimos perceber a unidade do saber e da fala midiática acerca do jogo, e como os jornais expunham as ideias e os estereótipos sobre o *Pokémon GO* para seu público, unificando o discurso. Vimos, por exemplo que, em ambos os periódicos, houve a repetição das palavras “febre”, e associação do jogo com crimes. Identificar isso, também, só foi possível com as ideias da exclusão do discurso propostas por Michel Foucault (1999), que

utilizamos para entender, da mesma forma, de que modo a estereotipagem dos jogadores e do próprio jogo serviu para determinar a concepção negativa acerca do *game*.

Creemos, assim, que conseguimos atingir nossos objetivos e que pudemos discutir nessa monografia a visão que muitas notícias e veículos produzem sobre os *games*, e como algo que deveria servir, a princípio, ao entretenimento pode ser colocado como negativo e, assim, prejudicando sua imagem na opinião pública.

REFERÊNCIAS

- CAILLOIS, Roger. **Os Jogos e os Homens: A máscara e a vertigem**. Lisboa: Cotovia, 1990.
- FERNANDES, Cleudemar Alves. **Discurso e Produção de Subjetividade em Michel Foucault**. 2011. Disponível em: <www.foucault.ileel.ufu.br/ledif/publicacoes/discurso-e-producao-de-subjetividade-em-michel-foucault>. Acesso em: 23 nov. 2016.
- FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.
- FRAGOSO, Suely et al. Um panorama dos estudos de games na área da Comunicação nos últimos 15 anos. **XXXVIII Intercom - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2015. Rio de Janeiro.
- FRANZONI, Sabrina. O Discurso do Ombudsman: O jornalismo como espaço de legitimação de sentidos. In: Seminário Internacional de Texto, Enunciação e Discurso, 1., 2010, Porto Alegre. **Anais do SITED**. Porto Alegre: Edipucrs, 2011. p. 383 - 389.
- GREGOLIN, Maria do Rosario. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 4, n. 11, p.11-25, nov. 2007.
- HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura**. 4. ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2000. Kindle Version.
- LEMOS, André. Jogos móveis locativos: Cibercultura, espaço urbano e mídia locativa. **Revista USP**, São Paulo, v. 86, n. 1, p.54-65, jun. 2010.
- LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.
- MÄYRÄ, Frans. **An Introduction to Game Studies: Games and Culture**. Londres: Sage Publications, 2008.
- MONTOLA, Markus. Exploring the Edge of the Magic Circle: Defining Pervasive Games. In: DAC 2005, 6., 2005, Copenhagen. **DAC 2005 Conference**. Copenhagen: IT University of Copenhagen, 2005. p. 1 - 4.
- PELLANDA, Eduardo C. **Internet móvel: novas relações na cibercultura derivadas da mobilidade na comunicação**. Tese de Doutorado. PUCRS, 2005.
- REIS, Breno Maciel Souza. **A cidade como tabuleiro: um estudo das dinâmicas de jogo na rede social móvel foursquare**. 2013. 246 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação Social, PUCRS, Porto Alegre, 2013.
- REIS, Breno Maciel Souza. A experiência urbana e apropriação espacial a partir do jogo de realidade aumentada (ARG) Ingress. **Illuminuras**, Porto Alegre, v. 16, n. 36, p.360-378, ago/dez. 2014.
- SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

UNZELTE, Celso Dario. **Almanaque do Timão**. São Paulo: Editora Abril, 2000.

**APÊNDICE A – NOTÍCIAS CLASSIFICADAS COMO NEGATIVAS COLOCADAS
NA CATEGORIA VIOLÊNCIA – FOLHA DE S. PAULO**

12/07 - *Assaltos, cadáver e apps falsos: o que deu errado com o 'Pokémon Go'*

15/07 - *Pokemon Go pode matar – um caso similar no Brasil*

25/07 - *Jovens canadenses são detidos após cruzar a fronteira dos EUA jogando 'Pokémon GO'*

30/07 - *Jogadores de Pokémon GO são assaltados em parque de Londres*

01/08 - *Favelas do Rio sem Pokémons expõem tipo inovador de desigualdade social*

03/08 - *'Pokémon Go' tem criaturas espalhadas pela região da cracolândia*

04/08 - *Datena classifica game 'Pokémon Go' como 'imbecilidade' no 'Brasil Urgente'*

04/08 - *Museus e cemitérios pedem para ser excluídos de 'Pokémon Go'*

17/08 - *Jovem que jogava 'Pokémon Go' leva tiro em roubo de celular em Santos*

**APÊNDICE B – NOTÍCIAS CLASSIFICADAS COMO NEGATIVAS COLOCADAS
NA CATEGORIA VIOLÊNCIA - ZERO HORA**

20/07 - *BM acompanha chegada do Pokémon Go e estuda lançar dicas de segurança aos jogadores*

21/07 - *Jogadores do mundo inteiro ficam viciados em Pokémon Go*

21/07 - *Japão publica instruções de segurança para lançamento de Pokémon Go*

01/08 - *Molestadores sexuais são proibidos de jogar Pokémon Go em Nova York*

05/08 - *Confira dicas para jogar Pokémon Go em segurança*

06/08 - *Já caçou seu Pokémon hoje? Vá, mas vá com cuidado!*

08/08 - *Jovem é assaltado ao jogar Pokémon Go em Rio Grande*

08/08 - *Menino que morreu afogado em Imbé gostava de ajudar os outros e se preparava para ser escoteiro*

09/08 - *Informação de que menino afogado em Imbé estaria jogando Pokémon Go partiu de moradores*

09/08 - *Celular que estava com amigo de menino afogado em Imbé não tem Pokémon Go*

09/08 - *Mãe nega que menino afogado em Imbé estivesse jogando Pokémon Go*

09/08 - *Jogar Pokémon Go não precisa ser perigoso. Veja por quê*

11/08 - *Celular de amigo de menino morto em Imbé não tinha memória suficiente para Pokémon Go, conclui perícia*

**APÊNDICE C – NOTÍCIAS CLASSIFICADAS COMO NEGATIVAS COLOCADAS
NA CATEGORIA OPINIÃO – FOLHA DE S. PAULO**

- 12/07 - *'Pokémon Go' não revive atmosfera de game original*
- 13/07 - *Pokémon Go gera dúvidas sobre a privacidade dos jogadores*
- 15/07 - *Pokemon Go pode matar – um caso similar no Brasil*
- 22/07 - *Oliver Stone diz que 'Pokémon Go' é parte de 'capitalismo de vigilância'*
- 22/07 - *Homer Simpson aparece viciado em 'Pokémon GO' em vídeo; assista*
- 23/07 - *Pokémon Go ainda nem chegou ao Brasil, mas já é um fenômeno por aqui*
- 26/07 - *Com livros de colorir e 'Pokémon Go', o mundo é dos adultos infantis*
- 27/07 - *Maduro diz que game Pokémon Go promove violência entre crianças*
- 29/07 - *'Buzz' e espera ajudam a divulgar 'Pokémon Go', mas podem prejudicá-lo*
- 29/07 - *Pokémon podia ser arma contra terror no Rio*
- 01/08 - *Favelas do Rio sem Pokémons expõem tipo inovador de desigualdade social*
- 03/08 - *Pokémons inundam Congresso, Palácio do Planalto e Praça dos Três Poderes*
- 04/08 - *Datena classifica game 'Pokémon Go' como 'imbecilidade' no 'Brasil Urgente'*
- 04/08 - *'Pokémon Go' é divertimento banal que nos move, diz Pondé*
- 05/08 - *"Pokémon Go" é uma experiência rasa e alimentada pela nostalgia*
- 16/08 - *'Pokemon Go' não é destinado às crianças*

**APÊNDICE D – NOTÍCIAS CLASSIFICADAS COMO NEGATIVAS COLOCADAS
NA CATEGORIA OPINIÃO - ZERO HORA**

21/07 - Jogadores do mundo inteiro ficam viciados em Pokémon Go

21/07 - Oliver Stone alerta sobre 'totalitarismo' do Pokemon Go

22/07 - Campanha usa Pokémon Go para chamar a atenção para a situação das crianças na Síria

25/07 - Atleta francês lamenta ausência de Pokémon Go na Vila Olímpica

27/07 - Maduro diz que "Pokemon Go" promove a violência entre crianças

10/08 - Sobreviventes do Khmer Vermelho indignados com Pokémon Go

18/08 - Bispo italiano ameaça fazer denúncia formal contra Pokémon Go

18/08 - Bispo italiano lança cruzada contra Pokémon Go

**APÊNDICE E – NOTÍCIAS CLASSIFICADAS COMO NEGATIVAS COLOCADAS
NA CATEGORIA COMPORTAMENTO – FOLHA DE S. PAULO**

- 12/07 - *Assaltos, cadáver e apps falsos: o que deu errado com o 'Pokémon Go'*
- 13/07 - *Memorial do Holocausto pede que visitantes parem de caçar Pokémons*
- 13/07 - *Ellen Degeneres tira selfie com Bulbassauo antes de capturá-lo; veja mais famosos viciados no 'Pokémon GO'*
- 15/07 - *Pokemon Go pode matar – um caso similar no Brasil*
- 19/07 - *Justin Bieber sai para jogar 'Pokémon GO' e é ignorado por multidão*
- 19/07 - *Bloqueio do WhatsApp no país? Internautas só querem saber de 'Pokémon Go'*
- 20/07 - *Ações da Nintendo desabam com atraso do 'Pokémon Go' no Japão*
- 21/07 - *Espera por 'Pokémon Go' apavora (e cansa) internautas brasileiros*
- 21/07 - *Polícia dá bronca em irlandês que entrou em via para 'pegar' Pokémon*
- 21/07 - *Com febre de game, hotel no Japão cria circuito de Pokémon*
- 22/07 - *Repórter é pego jogando 'Pokémon Go' em coletiva no Departamento de Estado dos EUA*
- 23/07 - *Pokémon Go ainda nem chegou ao Brasil, mas já é um fenômeno por aqui*
- 24/07 - *Não quero ninguém jogando Pokémon Go no meu show, alfineta Rihanna*
- 25/07 - *Jovens canadenses são detidos após cruzar a fronteira dos EUA jogando 'Pokémon GO'*
- 27/07 - *Deixava a namorada dormindo e ia jogar, diz brasileiro que capturou 142 pokémons*
- 29/07 - *'Buzz' e espera ajudam a divulgar 'Pokémon Go', mas podem prejudicá-lo*
- 29/07 - *Pokémon podia ser arma contra terror no Rio*
- 01/08 - *Hackers invadem Twitter de CEO da Niantic por demora do 'Pokémon Go' no Brasil*
- 03/08 - *Cão pintado como Pikachu provoca polêmica nas redes sociais*

03/08 - *Lançamento de 'Pokémon Go' no Brasil ofusca Olimpíada e leva internet à loucura; veja memes*

04/08 - *Museus e cemitérios pedem para ser excluídos de 'Pokémon Go'*

04/08 - *'Pokémon Go' chega ao Brasil após um mês; jogadores vão à caça na Paulista*

04/08 - *Estreia de 'Pokémon Go' tem passeio de casal e divisão de carregador*

05/08 - *'Pokémon Go' leva jogadores à caça em cemitérios e igrejas no Brasil*

10/08 - *Alunos de faculdade em SP fazem campanha para local virar 'pokéstop'*

**APÊNDICE F – NOTÍCIAS CLASSIFICADAS COMO NEGATIVAS COLOCADAS
NA CATEGORIA COMPORTAMENTO - ZERO HORA**

- 12/07 - *A loucura de Pokémon Go toma conta do mundo*
- 12/07 - *Por que você ainda vai baixar (e jogar) "Pokémon Go"*
- 13/07 - *Febre de Pokémon Go toma conta do mundo*
- 13/07 - *Auschwitz diz não a Pokémon Go*
- 13/07 - *Administradores de Auschwitz proíbem uso do aplicativo Pokémon Go no campo de concentração*
- 20/07 - *Chorando, internauta pede que Pokémon Go chegue logo ao Brasil*
- 20/07 - *BM acompanha chegada do Pokémon Go e estuda lançar dicas de segurança aos jogadores*
- 20/07 - *Indonésia proíbe policiais e militares de jogar Pokémon Go*
- 21/07 - *Jogadores do mundo inteiro ficam viciados em Pokémon Go*
- 21/07 - *Japão publica instruções de segurança para lançamento de Pokémon Go*
- 22/07 - *Campanha usa Pokémon Go para chamar a atenção para a situação das crianças na Síria*
- 01/08 - *Molestadores sexuais são proibidos de jogar Pokémon Go em Nova York*
- 03/08 - *Pokémon Go é lançado no Brasil*
- 05/08 - *Febre do Pokémon Go pode levar a demissão, advertem especialistas*
- 06/08 - *Já caçou seu Pokémon hoje? Vá, mas vá com cuidado!*
- 09/08 - *Jogar Pokémon Go não precisa ser perigoso. Veja por quê*
- 10/08 - *Sobreviventes do Khmer Vermelho indignados com Pokémon Go*
- 12/08 - *Pentágono proíbe funcionários de baixar Pokémon Go em celular funcional*
- 18/08 - *Bispo italiano ameaça fazer denúncia formal contra Pokémon Go*

18/08 - *Bispo italiano lança cruzada contra Pokémon Go*

**APÊNDICE G – NOTÍCIAS CLASSIFICADAS COMO NEGATIVAS COLOCADAS
NA CATEGORIA TRÂNSITO – FOLHA DE S. PAULO**

12/07 - *Assaltos, cadáver e apps falsos: o que deu errado com o 'Pokémon Go'*

21/07 - *Polícia dá bronca em irlandês que entrou em via para 'pegar' Pokémon*

04/08 - *Após acidente, Detran alerta sobre captura de pokémons no trânsito*

**APÊNDICE H – NOTÍCIAS CLASSIFICADAS COMO NEGATIVAS COLOCADAS
NA CATEGORIA TRÂNSITO - ZERO HORA**

21/07 - *Jogadores do mundo inteiro ficam viciados em Pokémon Go*

21/07 - *Japão publica instruções de segurança para lançamento de Pokémon Go*

06/08 - *Já caçou seu Pokémon hoje? Vá, mas vá com cuidado!*

09/08 - *Jogar Pokémon Go não precisa ser perigoso. Veja por quê*

**APÊNDICE I – NOTÍCIAS CLASSIFICADAS COMO NEGATIVAS COLOCADAS
NA CATEGORIA TECNOLÓGICO – FOLHA DE S. PAULO**

13/07 - *Pokémon Go gera dúvidas sobre a privacidade dos jogadores*

13/07 - *Febre do Pokémon testa limites para jogos nos celulares*

20/07 - *Ações da Nintendo desabam com atraso do 'Pokémon Go' no Japão*

21/07 - *Polícia dá bronca em irlandês que entrou em via para 'pegar' Pokémon*

29/07 - *'Buzz' e espera ajudam a divulgar 'Pokémon Go', mas podem prejudicá-lo*

03/08 - *Pokémons inundam Congresso, Palácio do Planalto e Praça dos Três Poderes*

03/08 - *'Pokémon Go' tem criaturas espalhadas pela região da cracolândia*

04/08 - *Museus e cemitérios pedem para ser excluídos de 'Pokémon Go'*

05/08 - *Alvo de polêmica, 'Pokémon Go' pede menos dados que Facebook*

**APÊNDICE J – NOTÍCIAS CLASSIFICADAS COMO NEGATIVAS COLOCADAS
NA CATEGORIA TECNOLÓGICO - ZERO HORA**

13/07 - *Auschwitz diz não a Pokémon Go*

13/07 - *Administradores de Auschwitz proíbem uso do aplicativo Pokémon Go no campo de concentração*

20/07 - *Prepare-se: saiba se jogar Pokémon Go gasta muita bateria e dados*

21/07 - *Jogadores do mundo inteiro ficam viciados em Pokémon Go*

11/08 - *Preocupado com a privacidade de Pokémon Go? Então reveja as configurações dos seus aplicativos*

APÊNDICE K – NOTÍCIAS CLASSIFICADAS COMO POSITIVAS - FOLHA DE S. PAULO

- 14/07 - *Pokémon Go pode ser nova ferramenta de marketing para varejistas*
- 15/07 - *Criadora de Pokémon Go quer lançar game em 200 mercados em breve*
- 19/07 - *Nintendo supera Sony na Bolsa de Tóquio com ajuda de Pokémon Go*
- 19/07 - *Abrigo nos EUA usa “Pokémon Go” para incentivar passeio com cães*
- 20/07 - *Prefeitura se inspira em Pokémon e lança Catioro Go para incentivar adoções*
- 20/07 - *'Pokémon Go' pode gerar US\$ 3 bilhões em receita para Apple*
- 21/07 - *Ação do McDonald's no Japão dispara após acordo com 'Pokémon Go'*
- 21/07 - *Jogadores oferecem contas avançadas de 'Pokémon Go' por mais de R\$ 4.000*
- 21/07 - *'Pokemon Go' chega ao Japão após dias de espera*
- 24/07 - *'Pokemon Go' bate recorde de downloads em uma semana*
- 25/07 - *6 coisas que você pode fazer com a câmera do celular (além de tirar fotos)* 26/07
Japoneses inventam aparato que segura celular para jogar 'Pokémon GO' quase sem as mãos
- 27/07 - *Antes de Pokémon Go, Nintendo registra perdas no primeiro trimestre*
- 31/07 - *Lasanha de Danielle Winits, youtuber vaiada e falhas em 'Velho Chico' marcaram a semana; veja TOP 5*
- 01/08 - *Mesmo sem Pokémon Go, busca por produtos da marca aumenta no Brasil*
- 01/08 - *Denúncia de Lula à ONU contra Moro divide advogados ligados ao petista*
- 03/08 - *Jamaica chega à Vila Olímpica, e Bolt é tietado por fãs e atletas*
- 03/08 - *'Pokémon Go' chega ao Brasil após um mês; veja dicas de como jogar*
- 03/08 - *Capturou um Pokémon? Conte para a Folha como e onde foi*
- 03/08 - *Confira famosos que começaram a jogar 'Pokémon Go' no Brasil*

- 04/08 - *Fã dos monstros, motoboy oferece serviço para caçar Pokémon em Fortaleza por R\$ 25 por hora*
- 04/08 - *Quinta tem cinema ao ar livre e uma cidade inteira para caçar Pokémons*
- 04/08 - *Veja dicas de como jogar 'Pokémon Go'*
- 04/08 - *O som do "Pokémon Go"*
- 04/08 - *Fantasiado de Pikachu, grupo sai jogando pokebola gigante nas pessoas em pegadinha; assista*
- 04/08 - *Perguntamos aos nossos leitores como foi a captura dos primeiros Pokémons; veja os melhores relatos*
- 04/08 - *No Facebook, MEC diz que Enem é mais importante que 'Pokémon Go'*
- 04/08 - *Jazigos de cemitérios viram lojas de pokebolas (a Prefeitura de SP acha a ideia boa)*
- 05/08 - *Veja como economizar a bateria do celular jogando 'Pokémon Go'*
- 05/08 - *Pikachu se 'vinga' e caça jogadores de 'Pokemon Go' na Suíça*
- 05/08 - *Afinal, quem escolhe os nomes das 'pokestops'?*
- 06/08 - *Editoras disputam livro sobre 'Pokémon Go'*
- 06/08 - *Jogar 'Pokémon Go' no ônibus é opção para pegar criaturas mais rápido*
- 08/08 - *Agências contratam guias e vendem pacotes com base em 'Pokémon Go'*
- 09/08 - *Empresa lança jogo-paródia do 'Pokémon Go' com atrizes pornô*
- 09/08 - *Pokémon Go: diversão entre uma transa e outra*
- 10/08 - *Dilma pretende passar oito meses fora do Brasil após impeachment*
- 11/08 - *'Pokémon Go' ajuda a esquecer problemas, diz criador do game*
- 13/08 - *Inspirado em 'Pokémon', cantor Falcão lança aplicativo chamado Corno Go*
- 14/08 - *Bronca em Galvão, sungas e casamento de Isabeli Fontana marcaram a semana; veja TOP 5*

15/08 - *'Pokémon Go' esquentando a venda de produtos da série em lojas 'geek'*

17/08 - *Cães vestidos de 'pokémon' poderão ser adotados em evento de Luisa Mell*

APÊNDICE L – NOTÍCIAS CLASSIFICADAS COMO POSITIVAS – ZERO HORA

06/07 - *"Pokémon GO" chega de surpresa*

13/07 - *Aprenda a jogar Pokémon Go*

14/07 - *Ação da Nintendo dispara 16% com Pokemon Go*

14/07 - *Ação da Nintendo dispara quase 16% com o efeito Pokemon Go*

15/07 - *Pokémon Go faz ação da Nintendo subir 93% em Tóquio em 7 sessões*

19/07 - *Brasil já está na lista de servidores do Pokémon Go, que pode ser lançado no país nos próximos dias*

19/07 - *Nintendo supera Sony na Bolsa de Tóquio graças ao Pokémon Go*

19/07 - *Os Simpsons entram na onda de "Pokémon Go"*

19/07 - *Vaivém do WhatsApp, eleições nos EUA e Pokémon Go mais perto do Brasil: veja os destaques do dia*

19/07 - *Prefeitura de Esteio cria a campanha Catiuro Go! para estimular adoção de cães abandonados*

20/07 - *Veja se o seu celular ou tablet é compatível com o Pokémon Go*

20/07 - *Sem confirmação de data para lançamento de Pokémon Go no país, fãs se unem em busca de novidades*

20/07 - *Pokémon Go faz Nintendo quebrar recordes na bolsa de valores japonesa*

20/07 - *Pokémon Go faz Nintendo quebrar recordes na bolsa de valores japonesa*

21/07 - *Data de lançamento do jogo Pokémon Go no Brasil ainda é incerta*

21/07 - *VÍDEO: fomos ao Parque da Redenção mostrar como funciona o Pokémon Go*

21/07 - *Pokémon Go dá a McDonald's recorde na bolsa do Japão*

21/07 - *Enquanto Pokémon GO não chega, brasileiros ficam com os memes do twitter*

22/07 - *O que explica o sucesso do Pokémon Go*

22/07 - *Pokémon Go* chega ao Japão

25/07 - *Três coisas que você não pode dormir sem ver nesta segunda, 25 de julho*

25/07 - *"Os Simpsons" deve fazer crossover com "Hora de aventura" e ter episódio com Pokémon GO*

25/07 - *QUIZ: na onda do Pokémon Go, de qual criatura você seria mestre?*

25/07 - *Ação da Nintendo cai quase 18%*

01/08 - *Bourbon Shopping cria aplicativo inspirado no Pokémon Go*

01/08 - *Pokémon Go, a nova arma de Hillary e Trump para captar eleitores*

02/08 - *Pokémon Go lança comunicado citando o Brasil, mas não especifica data de lançamento no país*

03/08 - *Jogadores se reúnem no Parque Moinhos de Vento após lançamento oficial de Pokémon Go*

04/08 - *Pokémon Go da zoeira: veja os melhores memes sobre a chegada do game no Brasil*

04/08 - *Cinco lugares de Porto Alegre que você vai conhecer por causa das pokéstops*

04/08 - *Motoboy cria serviço para ajudar jogadores a caçar pokémons*

04/08 - *Leitores de ZH relatam as primeiras experiências com o Pokémon Go*

07/08 - *'Desfile Pikachu' reúne fãs japoneses de Pokémon em Tóquio*

08/08 - *Confira cinco verdades ou mitos sobre Pokémon Go*

08/08 - *Agências espanholas investem em pacotes de turismo 'Pokémon Go'*

09/08 - *Por que entre tanto sucesso, Pokémon Go é amado ou odiado*

10/08 - *Ônibus de Florianópolis fará passeio com 50% de desconto a jogadores de Pokémon GO neste sábado*

11/08 - *O que empreendedores podem aprender com Pokémon Go*

13/08 - *"Pokémon Go" supera Dia dos Pais em campanhas de shoppings*

15/08 - *Pokémon Go* alavanca procura por carregadores de bateria portáteis

17/08 - *Estudante fatura com ponto móvel para carregar celulares de jogadores de Pokémon Go em Porto Alegre*

17/08 - *Estudante fatura com ponto móvel para carregar celulares de jogadores de Pokémon Go em Porto Alegre*

**ANEXO A - Jovem que jogava 'Pokémon Go' leva tiro em roubo de celular em Santos
(Folha de S. Paulo, 18/08/2016).**

Uma jovem de 22 anos que jogava "Pokémon Go" foi baleada de raspão no rosto em um assalto em Santos (a 72 km de São Paulo). O crime ocorreu por volta das 23h30 do último dia 4, no Parque Municipal Roberto Mário Santini (conhecido como Emissário Submarino), onde ela e outros três amigos procuravam monstros do jogo com o celular.

Segundo o delegado Alexandre Aranha, titular do 7º DP de Santos, onde o caso está sendo investigado, o grupo de jovens procurava os monstros quando um casal se aproximou e exigiu que entregassem os celulares.

O delegado contou que um dos rapazes do grupo reagiu e foi para cima do homem, que estava armado. Ele disparou e acertou a jovem de raspão no rosto. O casal de criminosos conseguiu fugir com o celular das vítimas.

A jovem foi socorrida pelo Samu para um hospital da região e depois foi transferida para São Bernardo (Grande São Paulo). Um dos socorristas do Samu, Emerson Bento da Silva, comentou a ocorrência na rede social Facebook.

"Por sorte, o projétil pegou apenas de raspão e ela ficou sem o celular e sem os Pokémons". E fez um alerta. "Galera, vamos prestar atenção. Acho que um jogo não vale uma vida! Ainda vai acontecer muita coisa por causa desse jogo", escreveu Silva.

A reportagem entrou em contato com o socorrista, mas ele não respondeu. O delegado disse que vai analisar câmeras de segurança para identificar o casal e ver a sua rota de fuga.

Uma das vítimas já prestou depoimento. Com base nas informações, a polícia fez um retrato falado do casal. Quem tiver informação sobre os bandidos deve ligar nos telefones (13) 3284-3086 ou 3228-6400.

ANEXO B - Jogadores de Pokémon GO são assaltados em parque de Londres (Folha de S. Paulo, 30/07/2016)

Três adolescentes que jogavam Pokémon GO foram assaltados à mão armada em um parque no norte de Londres e forçados a entregar seus telefones móveis, disse a polícia britânica neste sábado (30).

Assaltos à mão armada são raros no Reino Unido e a polícia disse que eles estavam procurando três suspeitos com idade em torno de 16 ou 17 anos em relação ao incidente na terça-feira (26) à noite.

Enquanto um suspeito exigiu que os três adolescentes entregassem seus celulares, um segundo mostrou, segundo a polícia, uma arma da cintura. Os três adolescentes entregaram seus telefones e foram liberados sem ferimentos.

O Pokémon GO da Nintendo tornou-se o sucesso inesperado do ano, com os jogadores olhando para suas telas de telefones móveis para encontrar personagens virtuais Pokémon que estão aparecendo em escritórios, restaurantes, museus, parques e outros locais através da tecnologia de realidade aumentada.

ANEXO C - Menino que morreu afogado em Imbé gostava de ajudar os outros e se preparava para ser escoteiro (Zero Hora, 08/08/2016)

Investigação dirá se o caso tem alguma relação com o jogo de smartphone Pokémon Go. Conforme rumores que circularam entre moradores, Artur e um amigo teriam entrado na água para caçar os bichinhos

Uma perícia no celular do amigo que acompanhava Artur Bobsin Ferreira, nove anos, que morreu afogado em Imbé, na segunda-feira, deverá esclarecer se o caso tem qualquer ligação com o jogo de realidade aumentada Pokémon Go, sucesso mundial lançado no Brasil na semana passada. Os rumores, negados pelas famílias das duas crianças, surgiram entre os populares que se aglomeraram às margens de um canal ligado ao Rio Tramandaí, no bairro Courhasa, local do acidente, enquanto eram realizadas as buscas por Artur. O smartphone de João Pedro Azzi, também de nove anos, com acesso à internet e plano de dados, não continha o aplicativo no momento em que foi recolhido pela Polícia Civil. Artur não tinha celular.

Segundo o delegado Antonio Carlos Ractz, da Delegacia de Imbé, a avaliação do aparelho Alcatel One Touch vai determinar se o aplicativo chegou a ser instalado no aparelho anteriormente.

– Agora (*na manhã de terça*) o celular não tem o aplicativo do Pokémon Go, o que não descarta a hipótese de que eles pudessem estar jogando. De qualquer forma, não vou responsabilizar ninguém, não tem crime algum. Foi um acidente, uma brincadeira de criança – afirma Ractz.

Caso a investigação confirme a relação entre o uso do aplicativo e a morte de Artur, o delegado pretende entrar com uma medida judicial para que o jogo seja proibido.

– O meu temor é que, se o jogo foi mesmo utilizado nesse caso, venha a causar outras mortes. Se eles estavam jogando e o jogo levou à morte, isso é gravíssimo. É um aplicativo gratuito, as crianças não têm discernimento – acrescenta.

Por volta das 15h de segunda, os garotos jogavam bola e pulavam corda na Rua Torres quando resolveram levar dois barcos de fibra, de propriedade de pescadores locais, até a água, algo que nunca haviam feito antes. João Pedro contou que tentava saltar para o caíque de Artur quando se desequilibrou e caiu.

– Socorro! Me ajuda, Artur! – gritou.

Mesmo sem saber nadar, Artur pulou na água para tentar resgatar o amigo. Conseguiu se manter na superfície por poucos segundos e submergiu. João Pedro, com poucas noções de nado, conseguiu dar algumas braçadas de costas, segurando uma garrafa pet e uma de suas chuteiras como boias improvisadas, até alcançar a margem.

Acionados, os bombeiros encerraram as buscas no final da tarde, com a intenção de retomá-las na manhã seguinte. O corpo foi localizado em torno das 20h, por mergulhadores profissionais de uma empresa que presta serviços à Transpetro – um deles é amigo da família e se prontificou a ajudar quando soube do ocorrido. Em meio à multidão que assistia aos esforços de resgate, o padrasto de Artur, o funcionário público Edvandro Zambarda, 46 anos, ouviu comentários sobre o jogo de celular.

– Alguém disse: "No mínimo estavam pegando Pokémon" – recorda Zambarda. – Um tempo depois, começou a aparecer notícia associando a fatalidade com o jogo.

Durante o velório, na tarde desta terça, a mãe de Artur, a estudante Marcia Bobsin, 28 anos, relembrou a disposição constante do caçula para ajudar idosos, moradores de rua e animais abandonados – às vezes, na ânsia de prestar algum auxílio, recolhia até cães e gatos que tinham dono. Como *çlobinhoç* de um grupo de escoteiros da cidade, Artur vivia repetindo o lema de todo dia fazer uma boa ação. No caixão, ele vestia a farda azul que ficara pronta havia poucos dias e seria usada pela primeira vez em uma cerimônia prevista para este mês – "sempre alerta", dizia a inscrição no lenço verde e vermelho. O desejo do menino era um dia se tornar astronauta, bombeiro ou policial.

– Não é porque é meu filho, mas ele seria um grande homem – diz Marcia. - O que me confortou foi saber que ele tentou salvar o amigo.

João Pedro, chorando, compareceu ao velório do colega de aula da 3ª série da Escola Municipal de Ensino Fundamental Manoel Mendes, que teve as atividades suspensas nesta

terça-feira em sinal de luto. À mãe, a vendedora Márcia Azzi, 37 anos, o menino, sentindo-se culpado, questionou várias vezes:

– E se eu não tivesse ido lá na casa dele?

Pai de João Pedro, Márcio Fernandes, 33 anos, consultor de vendas, conta que a família trocou Porto Alegre por Imbé no início deste ano, procurando fugir dos altos índices de criminalidade e querendo realizar o sonho de morar na praia. Agora, com a situação traumática vivenciada pelo filho, a ideia é se transferir para Charqueadas, onde residem familiares.

Pokémon Go

O Pokémon Go é um jogo de realidade aumentada feito para smartphones. Por meio dele, os jogadores apontam a câmera do telefone para diversos locais e, na tela, aparecem os "monstrinhos".

O objetivo é caçar o maior número de bichos, que ficam espalhados por diversos locais de cidades.

ANEXO D - Bispo italiano lança cruzada contra Pokémon Go (Zero Hora, 18/08/2016)

O bispo da cidade italiana de Noto, na Sicília, monsenhor Antonio Stagliano, ameaçou apresentar uma denúncia formal contra o jogo Pokémon Go, que classificou de "fábrica de cadáveres ambulantes", informou nesta quinta-feira a imprensa italiana.

O bispo disse que tem prontas uma série de "ações legais" para que o jogo, que se tornou um fenômeno mundial, seja proibido.

O jogo de realidade virtual foi lançado no dia 6 de julho e se converteu rapidamente na sensação do ano.

O passatempo recebeu uma chuva de críticas em todo o mundo porque pede ao usuário, entre outras coisas, o acesso ao Google e aos seus e-mails.

O diretor de cinema americano Oliver Stone condenou duramente no fim de julho este jogo, já que considera que fomenta uma forma de "totalitarismo" por ter um alto "nível de intrusão" na intimidade das pessoas.

Monsenhor Stagliano já havia se pronunciado contra o Pokémon Go por criar uma forte dependência entre seus usuários e "alienar milhares e milhares de jovens".

O religioso não hesitou em comparar o jogo ao "sistema totalitário nazista".

Conhecido pelos meios de comunicação italianos, o bispo de Noto já havia se destacado por interpretar canções de Noemi e Mengoli durante a missa, dois cantores de rock famosos na Itália.

* *AFP*

ANEXO E - Maduro diz que "Pokemon Go" promove a violência entre crianças (Zero Hora, 27/07/2016)

O presidente da Venezuela relacionou esta "cultura da violência" ao tiroteio ocorrido em Munique

O presidente da Venezuela, Nicolás Maduro, disse nesta terça-feira que o Pokemon Go – o jogo que tem provocado furor em todo o mundo –, faz parte de uma cultura que promove a violência entre crianças e jovens.

Segundo Maduro, o capitalismo "gera realidades virtuais, todas vinculadas a armas, à violência e à morte".

— Realidades virtuais como este novo jogo que hoje está aí, Pokemon Go, vocês conhecem?! Milhares de jovens, milhares de pessoas, terminam vivendo nesta realidade virtual —, disse o presidente em um programa de TV.

Maduro relacionou esta "cultura da violência" ao tiroteio protagonizado na semana passada, em Munique, por David Ali Sonboly, um alemão de origem iraniana de 18 anos, que deixou nove mortos e 35 feridos.

— Um jovem de 18 anos, submetido a toda uma cultura de violência desde a infância, submetido à discriminação de uma sociedade. Isto produz um monstro —, disse.

Pokemon Go, que está disponível para dispositivos móveis em 40 países, ainda não chegou à Venezuela.

ANEXO F - 'Pokemon Go' não é destinado às crianças (Folha de S. Paulo, 16/08/2016)

Muitos pais se afetam tanto com os caprichos dos filhos. O capricho atual é jogar "Pokemon Go". Então vamos enfrentar a fera, já que inúmeros pais querem saber se deixam o filho ter o jogo, qual a idade para começar, se pode prejudicar, se pode beneficiar, qual o tempo que se deve permitir que a criança se dedique ao jogo, como fazer para ela aceitar o limite de tempo etc.

Um pai pegou um táxi só para que o filho conseguisse caçar uma determinada criatura do jogo, outro deixou a filha de 11 anos ir até um lugar que considera perigoso porque ela estava acompanhada de outras colegas e "precisava" muito ganhar um ovo virtual. O pai ficou preocupado, mas permitiu. Assim fica difícil!

Meus caros pais, um jogo é um jogo, apenas isso. As características desse em particular revelam que ele não é destinado às crianças. Quantas delas saem para o espaço público desacompanhadas de um adulto na "vida real"? Como nossas crianças são jovens desde os primeiros anos de vida, porém, foram capturadas pela sensação do momento. Mas os pais devem ter suas referências, e não abdicar delas só porque a atividade virou febre social.

O primeiro passo é conhecer o jogo: como funciona, quais as metas, o que o filho deve fazer para alcançá-las. Se, para a família, ele não é inconveniente, não transgride os princípios priorizados, não apresenta imagens ou atos que ela não aceite, ela pode permitir que o filho brinque. Não é preciso aprender a jogar ou apreciar, mas é necessário conhecer os princípios básicos do aplicativo antes de permiti-lo.

O segundo passo é avaliar o tempo que o filho tem em seu cotidiano para ajudá-lo a administrar isso entre todas as atividades e ainda ter tempo para ficar sem fazer nada. Como há crianças mais rápidas e outras que dedicam mais tempo a cada atividade, não é possível determinar um tempo padrão. Aqueles que fazem tudo mais rapidamente não podem dedicar tanto tempo ao jogo; os que fazem tudo mais tranquilamente, porém, podem brincar mais, por exemplo.

Uma coisa é certa: a criança e o jovem têm muito o que fazer e pensar, por isso não podem se limitar a uma atividade específica. Caros pais, observem o tamanho e a complexidade do mundo que eles precisam conhecer!

Quando uma criança ou jovem gosta muito de algo, seja por iniciativa pessoal ou por adesão do grupo, é fácil para ele ficar horas e horas só naquilo, prejudicando todo o resto. Os pais não devem permitir. Para tanto, devem fazer valer sua autoridade, dizendo "agora chega". Isso vale para tudo, porque os mais novos ainda não têm ou estão desenvolvendo seu índice de saciedade. E o "agora chega" dos pais ajuda muito a estabelecer esse limite.

Os filhos vão reclamar, choramingar, brigar, implorar, insistir, tentar negociar, seduzir, propor trocas, chantagear. São as estratégias que têm para alcançar o que querem. E são, portanto, legítimas.

Os pais precisam bancar tudo isso e firmar sua decisão, mesmo que seja para aguentar cara feia. Aliás, os filhos sabem muito bem que isso costuma funcionar. Mas cara feia passa, lembram disso?

Por fim, é importante ensinar, nas entrelinhas, que não é bom se tornar escravo de um capricho, de um gosto, de uma diversão. É muito melhor prepará-los para que sejam autônomos e livres, não é?

ANEXO G - A loucura de Pokémon Go toma conta do mundo (Zero Hora, 12/07/2016)

Pessoas perseguindo Pikachu e Bulbassuros em um hospital de Amsterdã, desafios de Pokémon em Sidney, jovens que se arriscam em áreas privadas nos Estados Unidos: a febre de Pokémon Go, o jogo de realidade aumentada que permite capturar essas criaturas, invade o mundo.

Em parques, estações de metrô, cafeterias, em todas as partes pode-se ver a mesma cena: "caçadores" com o rosto grudado nas telas de seus smartphones tentam capturar esses pequenos personagens da ficção, escondidos - graças à tecnologia - no mundo real.

Desde a semana passada, a versão gratuita de Pokémon Go, baseada na tecnologia de realidade aumentada que acrescenta elementos virtuais às imagens do mundo real focadas pelas câmeras dos celulares, está disponível nos Estados Unidos, Austrália e Nova Zelândia.

O aplicativo utiliza a localização para que os usuários possam capturar Pokémons, as pequenas criaturas que se popularizaram há quase duas décadas.

O sucesso do jogo, baixado até essa data mais de sete milhões de vezes, se baseia na combinação entre real e virtual.

"É muito legal ter um jogo que realmente te obrigue a caminhar ao invés de ficar sentado na frente de uma tela de televisão com um controle na mão", conta Lucas García, californiano de 17 anos.

Quase uma semana depois de seu lançamento, Pokémon Go já conquistou números positivos nas plataformas da Google e da Apple onde os aplicativos são baixados.

Pokémon Go já gerou milhões de dólares e na segunda-feira ajudou a ação da Nintendo aumentar em 25%.

O inusitado sucesso do jogo, que em algum momento foi visto com exclusivo para os pré-adolescentes, se converteu em uma loucura quase generalizada.

Os incidentes aumentaram nos EUA até o ponto de as autoridades pedirem que os jogadores não invadam propriedades ou ultrapassem zonas cercadas apenas para capturar um Pokémon.

O jogo ainda não está disponível em todos os países. A Niantic, a start-up da Google que criou Pokémon Go junto com a Nintendo e a The Pokémon Company, tem retardado até agora o lançamento mundial.

ANEXO H - Deixava a namorada dormindo e ia jogar, diz brasileiro que capturou 142 pokémons (Folha de S. Paulo, 27/07/2016)

Você está furo com a Nintendo, a Niantic ou quem quer que seja por não poder jogar “Pokémon Go” no Brasil? Pois inveje o arquiteto brasileiro Pedro Crescenti Gonzalez, 27, que está passando uma temporada em Nova York e diz já ter capturado 142 pokémons diferentes – todos os supostamente disponíveis nos Estados Unidos.

“Tem que andar, tem que sair jogando, ir atrás do bicho”, ele me contou sobre a façanha, não exatamente inédita: nesta semana, o americano Nick Johnson, que também mora na cidade de “Sex and the City”, anunciou ter conseguido chegar a este número. Johnson inclusive vai fazer viagens patrocinadas pela rede de hotéis Marriott para pegar as outras criaturas que estão disponíveis apenas em regiões específicas, na Europa, no Japão e na Austrália.

Gonzalez, que está fazendo um curso de fotografia, diz que chegar a esse nível envolve caminhar muito com o celular na mão, por diferentes regiões — os pokémons disponíveis costumam ser diferentes de acordo com a região da cidade (se um parque ou uma avenida cheia de concreto e prédios). “Tem vários grupos sobre Pokémon no Facebook. Eu perguntava onde um deles aparecia e ia ficar lá perto esperando. É viciante”, conta ele. “Você vai andando, o telefone vibra e aparece na telinha aquele bicho colorido.”

A captura de um deles envolveu ficar dando voltas no Museu de História Natural de Nova York (o museu inclusive entrou na onda e estimulou os internautas a contarem sobre os pokémons encontrados no local).

O esforço físico é uma exigência do jogo: para encontrar espécies raras, muitas vezes é preciso “chocar” ovos (eles são encontrados em locais identificados como “Pokestops”, onde os usuários podem recolher itens virtuais no jogo). Para ver a casca rachar e de lá surgir um belo e raro Pokémon, é preciso andar por 2 km, 5 km, 10 km...

“Você não sabe qual vai ser e cada vez tem que andar mais”, diz o brasileiro

A saga do arquiteto envolveu também alguns sacrifícios — da namorada, no caso. “Acordava cedo, deixava ela dormindo e ia para a rua jogar. Ela não acreditava”, conta ele. A amada também tem de zelar pela integridade física do amado: “Várias vezes senti minha camiseta sendo puxada por ela, e ela me dando bronca: ‘Olhe por onde você anda!’”

Ele admite que está “um pouco viciado”, mas jura “saber dividir as coisas”. “Eu almoço, como, depois paro, fotografo a cidade.”

ANEXO I - Febre do Pokémon Go pode levar a demissão, advertem especialistas (Zero Hora, 05/08/2016)

Advogados focados em legislação do trabalho alertam para uso do aplicativo durante o expediente, por risco de dispensa por justa causa

A febre do Pokémon Go, que chegou ao Brasil na última quarta-feira, pode virar dor de cabeça. E faz especialistas em comportamento corporativo advertirem que a caça às criaturinhas virtuais corre o risco de ter de ser substituída por perseguição a um novo posto de trabalho real, por considerar que o uso do game durante o expediente é, em tese, passível de punições. Embora companhias mais arejadas considerem o jogo uma experiência interessante – segundo colegas caçadores, aqui na minha mesa tem um monte de Pokémons –, ambientes de trabalho mais sisudos exigem comportamento condizente.

Conforme o advogado Rafael Colônia, muitas empresas manifestaram queixas de funcionários que perderam produtividade após o aplicativo mobilizar fãs e curiosos brasileiros.

— Esses trabalhadores podem ser punidos e, inclusive, demitidos por justa causa. Isso porque a própria CLT prevê que a queda do desempenho do empregado poderá gerar esse tipo de ação — explica Colônia, especialista em Direito do Trabalho.

O também advogado Renato Falchet faz leitura semelhante sobre os riscos que o jogo, aparentemente inofensivo, pode causar. Conforme o especialista em Direito Eletrônico e Digital, as empresas podem restringir o uso de celulares dentro do ambiente de trabalho, seja por normas da própria companhia ou por acordos coletivos de trabalho.

— O empregado que ignorar a proibição poderá levar advertência e até mesmo ser demitido por justa causa, em virtude de insubordinação — observa.

ANEXO J - Assaltos, cadáver e apps falsos: o que deu errado com o 'Pokémon Go'
(Folha de S. Paulo, 12/07/2016)

Desde o início do mês, um novo jogo para celular tem se transformado em um fenômeno nos países onde é lançado —mas também em motivo de polêmica.

O aplicativo "Pokémon Go" atualiza a franquia de videogame lançada pela Nintendo há 20 anos. A novidade da nova versão é que ela leva jogadores a procurar monstros nas ruas, museus, parques, dentro de casa e até mesmo no carro.

Até o momento, usuários de Estados Unidos, Austrália e Nova Zelândia já podem fazer o download. Europa e Japão serão os próximos —não há uma data de lançamento no Brasil.

O sucesso é estrondoso. Segundo a companhia de análise de dados Similar Web, o jogo já foi instalado em 5,16% de todos os smartphones com o sistema operacional Android nos Estados Unidos.

"Para se ter uma ideia, isso é mais do que o app de encontros Tinder. Na verdade, é o dobro", explica David Lee, correspondente de tecnologia da BBC nos EUA.

A Similar Web estima que o "Pokémon Go" vai superar o Twitter em número de usuários no Android até o fim desta semana.

Mas a popularidade do jogo também tem virado caso de polícia.

ARMADILHA DE ASSALTANTES

Uma vez nos smartphones, o "Pokémon Go" se espalha pelo "mundo real".

Os jogadores são treinadores que saem caçando os pokémons - criaturas com habilidades especiais que "moram" em bolas especiais, as pokebolas.

A média de tempo que os fãs passam no aplicativo é de cerca de 43 minutos por dia, superando WhatsApp, Instagram, Snapchat e Facebook Messenger, de acordo com Lee.

Segundo ele, embora esse tempo possa diminuir um pouco com o passar dos dias, trata-se de uma marca respeitável.

Mas o fato de o jogo colocar as pessoas para andar nas ruas também tem se refletido em alguns riscos.

Um dos problemas ocorreu no Estado americano do Missouri. A polícia local alertou que ladrões armados estavam atacando os jogadores.

"Acredita-se que esses suspeitos alcançaram as vítimas através do aplicativo "Pokémon Go". Aparentemente eles estavam usando o app para localizar pessoas paradas no meio de um estacionamento ou em qualquer outro lugar", informou a polícia em sua página no Facebook.

"Com a função de geolocalização do 'Pokémon Go', os ladrões conseguiram antecipar o lugar e o nível de isolamento das vítimas."

A polícia acredita que os bandidos dispararam um sinalizador (um sinal de que o lugar teria pokémons) para atrair mais jogadores - e, logo, vítimas.

O jogo permite que jogadores deixem um módulo de atração para atrair outros jogadores para aquele local por 30 minutos - dispositivo que tem sido usado por empresas e comerciantes para atrair pessoas para suas lojas, por exemplo.

A polícia deteve quatro suspeitos por roubo e ação criminosa armada.

CADÁVER NO CAMINHO

E essa não foi a única ocorrência policial já registrada.

Ao seguir as instruções do jogo, a americana Shayla Wiggins, de 19 anos, foi parar no rio Big Wind, no Wyoming.

"Eu estava tentando pegar um Pokémon de água", disse a jovem à rede de TV CNN.

Ao descer perto de uma ponte, porém, ela acabou encontrando um cadáver.

"Provavelmente eu nunca teria ido até lá se não fosse pelo jogo", afirmou Wiggins.

Apesar da descoberta bizarra, ela afirmou que continuará jogando.

A The Pokémon Company International e a Niantic, responsáveis pelo app, declararam que estão cientes dos incidentes com os jogadores.

"Encorajamos todas as pessoas que estão jogando o Pokémon Go a prestar atenção no ambiente e jogar com os amigos quando forem para lugares novos ou desconhecidos. Por favor, lembrem-se de ficar seguros e alertas o tempo todo."

DISTRAÍDOS E FERIDOS

Desde o lançamento, especialistas e autoridades previram a possibilidade de os jogadores saírem feridos ou pior, colocarem suas vidas em risco durante suas "caçadas".

No norte da Austrália, uma delegacia alertou fãs do app para não se esquecerem de olhar para os dois lados antes de atravessar a rua.

A polícia do Estado americano de Washington também divulgou um alerta de trânsito: "Não procure pokémons atrás do volante", informou em seu Twitter.

Mesmo assim, já ocorreram alguns acidentes.

O estudante nova-iorquino Mike Shultz, de 21 anos, caiu do patinete enquanto procurava Pikachu e seus colegas. Ele sofreu um corte na mão.

A webdesigner Kyrie Tompkins, por sua vez, torceu o tornozelo ao cair depois de receber uma notificação de que havia um pokémon por perto.

"Quando o telefone vibrou, levantei a vista e caí num buraco", disse.

Esse tipo de ocorrência tem animado os mais empreendedores. Um exemplo é Keith Green, da Carolina do Sul, que está se oferecendo para dirigir enquanto outras pessoas jogam.

"Pelo preço baixo de US\$ 10 (quase R\$ 33) por hora, eu posso ser seu motorista em um safári Pokémon. Desta forma você pode ficar 100% concentrado em pegar aqueles monstros e não se transformar em um perigo para outras pessoas na rua! Fale a palavra 'Charizar' e eu freio", disse.

APPS FALSOS

Nos países onde o app ainda não está disponível, fãs ansiosos estão caindo na armadilha de instalar versões falsas.

Segundo o blog da ProofPoint, uma companhia de segurança, começou a circular um aplicativo que supostamente leva ao jogo, mas na verdade "dá ao responsável pelo ataque o controle total do telefone da vítima".

Esse programa tem uma ferramenta chamada DroidJack, que dá acesso a todas as informações do smartphone.

Além disso, o aplicativo verdadeiro também tem levantado algumas preocupações relativas à privacidade.

O app demanda muitas permissões - ele precisa acessar a localização, a câmera e outras informações.

Quase que da noite para dia, a Niantic, desenvolvedora do jogo, conseguiu uma quantidade enorme de dados - e as pessoas já estão pressionando para saber o que a empresa vai fazer com essas informações.

ANEXO K - Após acidente, Detran alerta sobre captura de pokémons no trânsito (Folha de S. Paulo, 04/04/2016)

Depois de um jovem ser atropelado enquanto jogava "Pokémon Go" em Curitiba, no Paraná, na manhã desta quinta-feira (4), o Detran iniciou uma campanha para alertar motoristas e pedestres sobre os perigos de tentar capturar criaturas enquanto dirige ou atravessa a rua.

O jogo de realidade aumentada foi lançado no Brasil na última quarta (3). Nele, os jogadores saem andando de olho na tela do celular em busca das criaturas para capturar. O Detran teme que a desatenção provoque um aumento no número de acidentes.

Nas últimas semanas, Austrália e Estados Unidos foram alguns dos países que noticiaram batidas e atropelamentos envolvendo a caça aos pokémons. Um deles ocasionou a morte de uma garota de 22 anos.

Segundo o Detran, colisões e choques são os tipos de acidentes mais frequentes no trânsito, muitos deles graves ou até mesmo fatais. E a distração é um dos principais motivos para essas batidas.

Pesquisas mostram que usar o celular enquanto dirige prejudica tanto nossa capacidade de perceber e evitar perigos no trânsito como dirigir alcoolizado.

O Detran ressalta que a preocupação com a distração vale também para os pedestres. No Estado de São Paulo, um em cada quatro mortos por acidente de trânsito são pedestres, segundo dados do Observatório Paulista de Trânsito. No Brasil, a proporção é de um em cada cinco.

ALTERNATIVAS

Para oferecer uma alternativa mais segura, empresas de transporte de passageiros como táxis têm oferecido serviços especiais para que jogadores possam caçar criaturas no trânsito sem se preocupar.

No Nordeste, um motoboy oferece seus serviços para rodar pela cidade com os jogadores na busca por monstros.

ANEXO L - 'Pokémon Go' tem criaturas espalhadas pela região da cracolândia (Folha de S. Paulo, 03/08/2016)

O jogo "Pokémon Go", liberado no Brasil na noite desta quarta (3), também chegou à cracolândia, na região central. A poucos metros de onde o fluxo de usuários de drogas se concentra, na alameda Dino Bueno entre a rua Helvétia e a alameda Gleite, há duas pokestops, locais nos quais os jogadores precisam ir pessoalmente para avançar no jogo.

Nas pokestops, é possível encontrar novos pokémons para capturar ou comprar itens de jogo, como pokébolos. Elas estão espalhadas pelas ruas da cidade e simbolizadas por monumentos, grafites nas paredes e outros sinais.

Locais como a entrada da igreja do Sagrado Coração de Jesus, o largo Sagrado Coração de Jesus e a estação Júlio Prestes são pokestops, a poucos metros do "fluxo", como ficou conhecido o quarteirão da alameda Dino Bueno, na Luz, onde se concentra o maior consumo da droga. Durante o dia são cerca de 250 usuários e traficantes. À noite, até 500.

Ao passar perto de uma pokestop e clicar sobre o ponto no mapa, surge o pokémon a ser capturado, projetado dentro do veículo ou na calçada, dependendo de onde o jogador estiver.

Nestes locais, a reportagem capturou três pokémons, sem precisar sair do carro. Não havia sinal das dezenas de paulistanos que já tomaram as ruas da cidade procurando pelos bichinhos.

A região também abriga três ginásios virtuais, um na entrada do Bom Retiro, outro no Arco Lombroso, no começo da alameda Nothmann, e outro na praça Princesa Isabel, simbolizado pela estátua do cavalo montado por Duque de Caxias.

Nos ginásios, é possível disputar batalhas com os pokémons capturados e, com isso, evoluir no jogo.

ANEXO M - Prepare-se: saiba se jogar Pokémon Go gasta muita bateria e dados (Zero Hora, 20/07/2016)

Game de realidade aumentada precisa que câmera do smartphone e plano de internet sejam usados para permitir a captura dos bichinhos virtuais

Quem planeja sair por aí capturando bichinhos virtuais de celular em mãos precisa se preparar para os gastos: como o Pokémon Go, febre nos países em que já foi lançado, exige que câmera do aparelho, localização por satélite e acesso à internet estejam ligados, pode acabar usando bateria e pacote de dados mais rapidamente, dependendo do tempo de utilização.

No Brasil, onde os servidores do game de realidade aumentada já estão na lista da desenvolvedora Niantic, a expectativa é que o lançamento ocorra nesta quinta-feira. Nas redes sociais, rumores dão conta de que a novidade possa ser disponibilizada para os brasileiros ainda antes.

Uso de dados

A quantidade média de dados utilizadas em cada busca pelos pokémons foi calculada no início do mês por analistas da empresa P3 nos Estados Unidos, conforme informa a rede CBC. Eles descobriram que uma sessão média dura três minutos e consome 300 kilobytes de dados — bem menos que o GPS.

Não é muito, mas isso significa que alguém, por exemplo, com um plano de internet de 250mb que liga a câmera para buscar os bichinhos seis vezes por dia vai esgotar quase 25% do seu limite de dados só no jogo em um mês. Isso sem contar o uso de todos os outros aplicativos e das redes sociais.

Para quem não quer correr o risco de ficar sem internet no smartphone no final do mês, a dica é aproveitar os lugares com Wi-Fi.

Uso de bateria

Se o uso de dados pode não ser tão grande, o de bateria é outra história: o Pokémon Go descarrega o celular 50% mais rápido que o YouTube ou o Facebook. A média é de 30% por hora. Portanto, é bom estar com a bateria bem carregada antes de sair caçando pokémons.

No jogo de realidade aumentada para smartphones, o jogador é levado a uma empreitada pelos espaços públicos. Segurando o dispositivo, o usuário deve ir em busca dos bichinhos virtuais em meio ao ambiente real, capturado pela tela do celular. O aplicativo usa a localização por satélite dos smartphones e as capacidades de gráfico e câmera para cobrir o mundo real.

Lançado inicialmente em apenas três países — Estados Unidos, Austrália e Nova Zelândia —, o game foi liberado para a Europa no último dia 13 e para mais 26 países no último fim de semana.