



*Artigo*  
*Article*

**POKÉMON GO: PERFIL DO JOGADOR NA CIDADE DE MOSSORÓ  
- RN**

*POKÉMON GO: PLAYER PROFILE IN THE CITY OF MOSSORÓ – RN*

Pablo Petterson Praxedes da Silva<sup>1</sup>  
Geilson Fernandes de Oliveira<sup>2</sup>

**RESUMO:** Lançado em 2016, o jogo *Pokémon GO* trouxe consigo características únicas e de alto teor de atração para seu público, algumas nunca antes vistas em jogos *mobile*. Dentro deste contexto, trabalhos acadêmicos vêm buscando compreender como se dá a relação entre o jogador e o jogo. Partindo dessa premissa, este artigo tem como objetivo investigar e refletir sobre o perfil do jogador de *Pokémon GO* na cidade de Mossoró-RN, a fim de compreender quem são esses jogadores. Com efeito, a partir de tal intento, procede-se a aplicação de questionários presenciais e *on-line*, bem como é feito uso de observação participante como técnica de coleta de dados, os quais são posteriormente analisadas a partir dos métodos descritivo e interpretativo. Como resultado, os dados obtidos se mostram como heterogêneos, o que permite a quebra de alguns estereótipos em relação ao jogo e aos seus jogadores, ao mesmo tempo em que dão pistas para a produção de outros estudos. **Palavras-chave:** *Pokémon GO*, Jogo, Perfil, Jogador, Mossoró-RN.

---

<sup>1</sup> Graduado em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN. E-mail: pablopraxedes@gmail.com.

<sup>2</sup> Doutor em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN. Membro dos grupos de pesquisa GEMINI (UFRN) e Informação, Cultura e Práticas Sociais (UERN). E-mail: geilson\_fernandes@hotmail.com.

**ABSTRACT:** Launched in 2016, the game *Pokémon GO* brought with it unique features and a high content of attraction for its audience, some never seen before in mobile games. Within this context, academic works have been seeking to understand how the relationship between the player and the game takes place. Based on this premise, this article aims to investigate and reflect on the profile of the *Pokémon GO* player in the city of Mossoró-RN, in order to understand who these players are. In fact, based on this intent, face-to-face and online questionnaires are applied, as well as the use of participant observation as a data collection technique, which are later analyzed using descriptive and interpretive methods. As a result, the data obtained are shown to be heterogeneous, which allows for the breaking of some stereotypes in relation to the game and its players, while providing clues for the production of other studies. **Keywords:** *Pokémon GO*, Game, Profile, Player, Mossoró-RN.

## INTRODUÇÃO

No não tão distante ano de 2016, só se falava de uma coisa na internet: O fenômeno da *Nintendo*, o *Pokémon GO*. O jogo chegou às plataformas móveis em meados de julho daquele ano<sup>3</sup>, e logo conseguiu uma legião de fãs e de adeptos que se fascinaram com suas funções inovadoras e suscetíveis a interação, deixando a experiência de jogar simples e contagiante.

Na época, o jogo ganhou destaque na mídia, principalmente pelo sucesso instantâneo que moveu dezenas, centenas e até milhares de pessoas às ruas<sup>4</sup> com seus *smartphones* em riste, prontos para capturar um monstinho e compartilhar em suas redes sociais, algo inusitado quando se falava em jogos até então. A premissa é simples assim mesmo: interagir com o jogo, com o mundo ao seu redor e capturar os *Pokémon*<sup>5</sup> que se via apenas na TV até aquele momento, mas que agora estavam ali, na esquina de casa, no restaurante favorito, na academia, dentre outros possíveis lugares aos arredores do jogador.

Apesar de não ser o nosso propósito aqui discutir sobre as ferramentas técnicas e tecnológicas do jogo, é preciso compreender as principais características relativas a esses aspectos que contribuíram para que o jogo fosse um sucesso logo após seu lançamento. Aliando a geolocalização, ferramenta relativa ao uso da localização do indivíduo, para gerar experiências dentro do jogo, à realidade aumentada, capacidade de introduzir elementos do jogo no âmbito “real”, o *Pokémon GO* contava com ferramentas interessantes para época<sup>6</sup>, as quais chamaram a atenção até daqueles que não tinha contato prévio com nenhum tipo de jogo digital.

Ainda que houvesse precedentes de outros exemplos que usassem tais características técnicas em suas dinâmicas de jogo, *Pokémon GO* trouxe consigo outro elemento que o diferenciou dos demais jogos já lançados: Quem não conhece de outrora o rato elétrico amarelo e o garoto destinado a se tornar um dos maiores treinadores

---

<sup>3</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/games/noticia/2016/08/pokemon-go-comeca-funcionar-no-brasil.html> Acesso em: 30 abr. 2021.

<sup>4</sup> Disponível em: <https://noticias.r7.com/hora-7/como-o-novo-jogo-pokemon-go-coloqa-pessoas-para-andar-e-ja-causou-problemas-com-a-policia-10052019> Acesso em: 30 abr. 2021.

<sup>5</sup> A palavra *Pokémon* vem de uma abreviação do inglês “*Pocket Monsters*” que já está no plural e significa “Monstros de bolso”. Disponível em: <https://seletronic.com.br/plural-de-pokemon-pokemons-ou-pokemon/> Acesso em: 30 abr. 2021.

<sup>6</sup> No jogo, atualizações e novidades são fenômenos constantes, desde a aprimoramento de gráficos até novos recursos, novos *Pokémon*, etc., conforme pode ser consultado em: <https://www.tecmundo.com.br/pokemon-go/novidades> Acesso em: 01 maio 2021.

*Pokémon* do seu mundo? A animação japonesa, de mesmo nome do jogo, fez sucesso nas telinhas brasileiras no início da primeira década dos anos 2000, marcando a história e a memória de inúmeros fãs ao redor do país e do mundo. Atualmente, a animação está em sua 23<sup>a</sup> temporada e conta com inúmeros longa metragens lançados nos cinemas, sendo o mais recente, e a primeira incursão ao gênero *live action* (isto é, filmes com atores) da franquia, *Pokémon: Detetive Pikachu*, lançado em 2019, um dos maiores sucessos quando se fala de adaptação de jogos para telonas<sup>7</sup>.

Revestidos com as informações aqui apresentadas, que denotam a influência e relevância do fenômeno *Pokémon GO*, assim como da franquia *Pokémon*, aliadas à curiosidade nos seus efeitos diante dos jogadores, é que desenvolvemos o presente artigo, que tem como objetivo identificar e refletir sobre o perfil dos jogadores de *Pokémon GO* no município de Mossoró<sup>8</sup> – RN, atentando para elementos relativos a gênero, idade, condições socioeconômicas e de acesso, bem como sobre os usos e apropriações que são feitos no que diz respeito ao jogo. Apesar de lançado há algum tempo e ter perdido parte de seu público alcançado inicialmente devido a curiosidade dos sujeitos na época, o jogo mantém até hoje jogadores fiéis ao redor do mundo, gerando uma comunidade forte que fez com que o jogo arrecadasse por volta de 900 milhões de dólares em 2019<sup>9</sup>.

Para tanto, partindo das premissas da pesquisa de campo, foram utilizadas técnicas de coleta de dados, como a observação participante e a aplicação de questionário individualizado. Posteriormente, tais dados são analisados a partir do viés descritivo e interpretativo. Teoricamente, tomamos como base as discussões de Caillois (2017) e Huizinga (2017), autores que afirmam que o jogo é parte indissociável das relações humanas, estando presente em nossas vidas desde tempos remotos, sendo um elemento que tem como base o lúdico e a imaginação, não tendo como objetivo somente o entretenimento, já que é elemento constitutivo das próprias relações sociais. Caillois (2017) e Huizinga (2017) acrescentam, ainda, que o jogo é elemento produtor de sentidos e fonte de experiências, se contrapondo às visões mais estereotipadas ou tão somente pessimistas sobre o jogo ou aos jogadores.

Dito isto e munidos dos aspectos aqui apresentados, nos tópicos subsequentes são discutidos os conceitos relativos ao jogo e ao entretenimento; os procedimentos metodológicos adotados; assim como, *a posteriori*, descritas e interpretadas, reflexivamente, as respostas obtidas no que diz respeito aos questionários aplicados junto aos jogadores de *Pokémon GO* no município já citado. Tais respostas se constituem como uma amostra representativa e nos auxiliam na identificação, construção e análise do perfil desses jogadores na respectiva cidade.

---

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.omelete.com.br/sonic-hedgehog/sonic-ultrapassa-detetive-pikachu-nos-eua> Acesso em 30 abr. 2021.

<sup>8</sup> Mossoró é um município brasileiro localizado no interior do estado do Rio Grande do Norte, mais precisamente na região Oeste do Estado. Conta com 2.099,333 km<sup>2</sup> de área territorial e uma população estimada de 297.378 pessoas em 2019. Possui duas universidades públicas (Universidade do Estado do Rio Grande do Norte-UERN e Universidade Federal Rural do Semi-Árido-UFERSA), um *campus* do IFRN (Instituto Federal do Rio Grande do Norte) e 14 instituições privadas de ensino, que vão desde o nível básico ao superior (dados de 2016). Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/mossoro/pesquisa/23/22469?detalhes=true> Acesso em: 15 maio 2021.

<sup>9</sup> Disponível em: <https://observatoriodegames.uol.com.br/destaque/2020/01/pokemon-go-arrecada-quase-us-900-milhoes-em-2019> Acesso em: 30 abr. 2021.

## **O JOGO E O ENTRETENIMENTO**

Antes de passarmos a apresentação e análise dos dados coletadas, julgamos necessário a realização de uma reflexão sobre os conceitos que norteiam o presente artigo: o jogo e o entretenimento. Através de um levantamento bibliográfico, angariando os principais autores destes temas, pretendemos, portanto, compreender inicialmente o jogo e qual seu papel na sociedade. Por fim, abordaremos as principais características do fenômeno denominado *Pokémon GO*.

Compreender as relações sociais entre jogo e jogador é fundamental. A princípio, precisamos entender a origem do jogo e como se deu seu desenvolvimento ao decorrer da história humana. Para tanto, a partir de uma visão mais filosófica e histórica, utilizando o livro *Homo Ludens*, do autor Johan Huizinga (2017), consagrado como um dos teóricos mais relevantes desta área de estudos, iniciaremos as discussões sobre essa questão.

Huizinga (2017) defende o jogo como uma atividade voluntária com regras estruturadas e que proporciona uma fuga da realidade cotidiana. Uma das principais ideias do autor está relacionada ao fato do jogo existir antes mesmo das culturas e sociedades antigas serem estabelecidas. Huizinga (2017) ressalta que o jogo é um dos elementos mais antigos da nossa cultura. O autor reforça essa ideia afirmando que os animais “jogam” desde antes do ser humano começar a entender o poder do elemento lúdico e dos jogos no geral, citando como exemplo as brincadeiras entre filhotes de cachorros, que brincam entre si de forma saudável, respeitando as “regras” (morder, mas sem machucar, por exemplo).

A fim de compreender as relações entre o jogo e antigas civilizações, Huizinga (2017) determina o jogo como um elemento significante, capaz de unir uma tribo ou sociedade ao redor de determinado sentido. “No jogo existe alguma coisa ‘em jogo’ que transcende as necessidades imediatas da vida e confere um sentido à ação” (Huizinga, 2017, p. 4). Tomando como base essa afirmação, o autor declara que o jogo não é puro instinto ou ocasião, na verdade, trata-se de uma construção social acerca de um sentido maior para quem está jogando.

Em ressonância a esta ideia do jogo como elemento social, Alves (2003) defende a relação do jogo e aprendizagem datada também dessa época pré-histórica. O autor acrescenta a ideia da brincadeira, principalmente através do ato de jogar, como a porta de entrada da criança para a cultura de seu povo, onde os rituais e ritos, costumes e tradições eram perpetuadas através das gerações devido a essas brincadeiras (Alves, 2003, p. 02). Diante do que foi explanado, podemos entender que o jogo teve sua origem estreitamente relacionada com as relações sociais, ritos e rituais de civilizações antigas, e foi de fundamental importância na construção do senso de comunidade e sociedade, por oferecer as ferramentas necessárias para a socialização e aprendizagem em grupo.

Por fim, com base nas ideias apresentadas em Silva (2019), pautadas nos conceitos do que é o jogo dos autores Huizinga (2017), Caillois (2017), Kelley (2013) e Adams (2010), pode-se entender como jogo toda e qualquer atividade realizada por livre e espontânea vontade dos jogadores, que obrigatoriamente possui regras específicas e que servem para alcançar um objetivo pré-estabelecido, assim como detentor da capacidade de extrair o jogador da vida real e proporcionar uma realidade imaginária. Destaca-se, assim, como uma das principais características do jogo, as regras e a

capacidade de “extrair” o jogador da vida real e proporcionar o livre exercício da imaginação, o que possibilita a sensação de diversão e entretenimento.

Com relação ao entretenimento, o “faz de conta”, aqui entendido como a capacidade do jogo de extrair seus jogadores para uma realidade própria onde o jogador é capaz de se relacionar de uma forma única com o jogo, tal aspecto é destacado como uma das características do próprio jogo defendida por vários autores. Essa característica está diretamente relacionada à uma das funções do jogo segundo Huizinga (2017), sendo a “luta *por* alguma coisa ou a representação *de* alguma coisa” (p. 14). O autor defende a ideia do jogo como representação de algo salientando a relação entre o jogo e os rituais e cultos das antigas sociedades, além de associar diretamente a relação entre criança e jogo, momento em que acrescenta a seguinte assertiva:

A criança representa alguma coisa diferente, ou mais bela, ou mais nobre, ou mais perigosa do que habitualmente é. Finge ser um príncipe, um papai, uma bruxa malvada ou um tigre. A criança fica literalmente "transportada" de prazer, superando-se a si mesma a tal ponto que quase chega a acreditar que realmente é esta ou aquela coisa, sem, contudo perder inteiramente o sentido da "realidade habitual". Mais do que uma realidade falsa, sua representação é a realização de uma aparência: é "imaginação", no sentido original do termo (Huizinga, 2017, p. 14).

Neste trecho, Huizinga defende o jogo como representação de algo além, algo imaginário e fora da nossa realidade, sendo essa representação a principal responsável pela fuga da realidade proporcionada pelo jogo, como já foi dito anteriormente. A ideia de representação defendida por Huizinga se assimila a ideia de “fingir realidade” de Adams (2010), o que nos leva a entender o jogo como uma espécie de faz de conta, onde a imaginação se torna protagonista na fuga da realidade. Além disso, Huizinga (2017) também defende o jogo como um ambiente instável, que está sujeito a “interrupção” pela vida real, ou seja, o jogo apesar de permitir esse “faz de conta” é instável se comparado a “vida real”.

É interessante notarmos também que dentro deste contexto, agregando as ideias de Huizinga (2017), Mastrocola (2012) defende o jogo como um gerador de entretenimento com regras necessariamente bem definidas por seus jogadores. Para entendermos as relações de entretenimento presentes no jogo, precisamos nos aprofundar neste conceito. Apesar de ser um termo comumente associado a atualidade, o entretenimento, assim como o jogo, data de muito tempo. Segundo Covaleski (2010), o entretenimento é tratado como tal desde as peças na Grécia Antiga, onde a diversão e o lazer eram cultuados. Atualmente, e de forma popular, o entretenimento pode ser visto de várias formas, ao ligar a TV, ao ler um livro, ao ir ao cinema, ou seja, são todas as formas que nossa sociedade encontra para “abstrair”.

É preciso levar em consideração a importância do entretenimento em vários setores da vida humana, principalmente no que se refere a cultura. Do latim “inter” (entre) e “tenere” (ter), o termo entretenimento, segundo Gabler (1999, p. 25), seria “aquilo que diverte com distração ou recreação” ou “um espetáculo público ou mostra destinada a interessar ou divertir”. Diante disso, fica claro que o entretenimento se relaciona com o jogo no tocante da diversão e da produção de uma experiência, sendo esta experiência vista como a tal “fuga” da realidade para quem usufrui de determinado jogo.

Realizadas estas discussões, a seguir, são descritos os procedimentos metodológicos utilizados para o desenvolvimento deste trabalho. Logo após, procede-se a descrição, análise e interpretação dos dados coletados.

## **PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Como caminhos para alcançar os objetivos deste artigo, foram selecionadas algumas técnicas de coleta de dados, bem como métodos específicos para posterior análise. Destarte, foi feito uso da observação participante e o questionário, assim como dos métodos descritivo e interpretativo.

No que diz respeito ao questionário, foi desenvolvida uma lista de 11 perguntas fechadas para conhecer o perfil dos sujeitos. As perguntas envolveram questões de ordem socioeconômica (gênero, faixa etária, renda familiar mensal e grau de instrução), além de indagações relacionadas ao uso do *Pokémon GO* (quantas vezes joga por semana, qual forma de conexão, como tem acesso às informações do jogo, dentre outras). A ideia foi produzir um banco de dados com informações socioeconômicas destes sujeitos, a fim de identificar o perfil desse jogador e traçar, a partir disso, suas principais semelhanças e diferenças. Segundo Gil (2008, p. 140):

Pode-se definir questionário como técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc.

A aplicação dos questionários se deu, ainda, por considerarmos uma forma rápida e eficaz de obter dados relativos a aspectos pessoais do sujeito, dando base para que fosse montado um banco de dados quantitativos, os quais foram posteriormente analisados qualitativamente. Dentre as vantagens do questionário, Gil (2008) destaca principalmente a possibilidade de atingir um grande número de pessoas de uma forma rápida.

Com efeito, o questionário foi aplicado em duas etapas. Em um primeiro momento, de forma presencial, durante o dia 03/08/2019, dia de evento no *Pokémon GO*, conhecido como “Dia da Comunidade<sup>10</sup>”. Definimos este dia por geralmente se concentrar um número maior de jogadores em locais específicos, haja vista ser um dia especial para os jogadores, o que propiciou que uma quantidade considerável de questionários fosse respondida.

A aplicação se deu durante o horário de duração do “Dia da Comunidade” - das 16 às 19h -, no campus da UFERSA Mossoró<sup>11</sup>, sendo esta Universidade um dos principais locais de encontro da cidade, inclusive para a caça de *Pokémon*, haja vista ser considerada pelos jogadores um local seguro, com rede de internet disponível, além do fato de ser uma localidade em que há uma maior quantidade de *Pokémon* disponíveis

---

<sup>10</sup> “O Dia da Comunidade de *Pokémon GO* é uma oportunidade para os Treinadores do mundo todo se encontrarem em parques e pela cidade, para fazer novos amigos, e saber o que realmente significa fazer parte desta comunidade especial. Uma vez por mês, faremos um evento do Dia da Comunidade de *Pokémon GO* com um *Pokémon* especial, que irá aparecer com frequência ao redor do mundo apenas por algumas horas. [...]”. Disponível em: [https://pokemongolive.com/pt\\_br/post/communityday/](https://pokemongolive.com/pt_br/post/communityday/) Acesso em: 03 maio 2020.

<sup>11</sup> Universidade Federal Rural do Semi-Árido, localizada na R. Francisco Mota, 572, Bairro Pres. Costa e Silva, em Mossoró.

para captura. Destacamos que a forma da aplicação, apesar de presencial, se deu a partir do preenchimento do questionário de forma *on-line*<sup>12</sup>, ao invés do questionário impresso, pois acreditamos que seria mais ágil coletar as respostas desta forma, o que se provou verdadeiro. Durante esta etapa da aplicação foram coletadas 63 respostas com os mais diversos tipos de sujeitos que estavam jogando naquele horário.

Em um segundo momento, o questionário foi divulgado e disponibilizado *on-line*, tendo em vista que ao fim da realização do evento, decidimos por estender um pouco mais a aplicação do questionário e, então, optamos pela divulgação e aplicação completamente *on-line*. Disponibilizado através da plataforma Formulários *Google* e disseminado no grupo “*Pokémon GO Mossoró*” da rede social *WhatsApp*, ao qual tivemos acesso por fazer parte do grupo, o questionário ficou disponível durante uma semana, do dia 03 ao dia 10 de agosto. Ao fim deste prazo, constatamos que o número de respostas havia chegado a 73. Percebeu-se que grande parte das respostas aos questionários foram obtidas via aplicação presencial, ao mesmo tempo que poucos se interessaram em responder *on-line*, mesmo havendo divulgação em grupos que discutem o jogo em aplicativos de mensagens.

Fazendo uso da observação participante, principalmente quando do “Dia da Comunidade”, conseguimos interagir com grupos de amigos que transitavam no campus da Universidade com celulares em punho, logo, identificados como jogadores. O contato inicial se dava pela pergunta “Vocês também estão jogando *Pokémon?*”, e a partir disso apresentávamos a origem e os objetivos do questionário. Dentre todos os abordados, foram raras as vezes em que os jogadores não se disponibilizaram a responder.

A observação participante, técnica comumente utilizada nos estudos de cunho etnográfico, tem sido bastante utilizada nos Estudos de Recepção, principalmente nos que são desenvolvidos na área de Comunicação Social no Brasil. Tal técnica é caracterizada principalmente por permitir ao investigador/observador a “participação constante no ambiente investigado, para que ele possa ‘ver as coisas de dentro’” (Peruzzo, 2005, p. 126). Isto é, a partir da observação participante, é possível se relacionar com os sujeitos no próprio ambiente da pesquisa, possibilitando maior imersão do pesquisador no objeto estudado.

A observação participante - ou investigação etnográfica - realizada com a finalidade de observar comportamentos das pessoas em relação aos meios de comunicação pressupõe a inserção do pesquisador no ambiente investigado (uma família, uma gangue, um grupo profissional, uma comunidade etc.) e, em geral, objetiva observar como se processa a recepção das mensagens dos *mass media*, como elas são entendidas, decodificadas e reelaboradas. Pode também ter a finalidade de observar os processos comunicativos interpessoais, grupais ou comunitários, envolvendo os meios massivos ou outros processos de comunicação, como os grupais, e meios alternativos de comunicação (Peruzzo, 2005, p. 136).

A observação participante foi de suma importância para compreendermos os laços sociais desses jogadores durante o dia de evento. Em relação a esta pesquisa, a observação participante serviu principalmente para analisar, interpretar e entender o comportamento dos jogadores antes, durante e depois da aproximação e aplicação do questionário. Além de nos possibilitar absorver algumas informações que se provaram

---

<sup>12</sup> Ao passo que o sujeito se disponibilizava a participar da pesquisa e dava as suas respostas, o pesquisador preenchia o questionário com as informações obtidas, o que foi feito a partir de seu smartphone, já salvando automaticamente as respostas e arquivos.

interessantes durante a aplicação, as quais serão mais detalhadas em discussões posteriores.

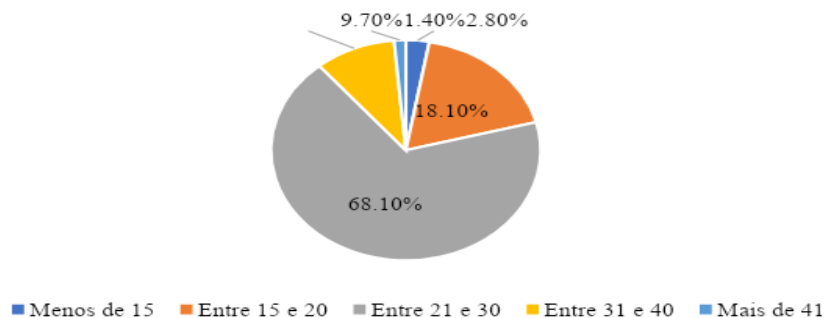
Uma vez coletados os dados, tanto por meio dos questionários quanto a partir da observação participante, os mesmos foram organizados e posteriormente analisados tomando como base os métodos descritivo e interpretativo, a fim de dar inteligibilidade e de compreender quais os significados das informações obtidas.

### QUEM É O CAÇADOR DE *POKÉMON* EM MOSSORÓ-RN?

Como dito anteriormente, o questionário foi aplicado de duas formas, presencial e *on-line*, utilizando a plataforma Formulários *Google*. Objetivamos, por meio do uso dessa técnica, principalmente, formular um perfil socioeconômico desse jogador, através de perguntas com essa abordagem, para posteriormente detalharmos esse perfil e, ao mesmo tempo, perceber quais os fatores de semelhança ou contraste. Utilizamos também a técnica da observação participante, a qual se mostrou como produtiva e satisfatória, como detalharemos ao decorrer da análise dos resultados desse questionário.

O primeiro campo do questionário se referia ao nome do jogador, logo, a primeira pergunta de fato seria o segundo campo, no qual o questionamento se referia a idade do jogador (gráfico 1). Vale destacar que apesar de termos coletado 73 respostas<sup>13</sup>, nesta primeira pergunta houve um participante que não respondeu, tendo em vista que as perguntas não eram de cunho obrigatório.

Gráfico 1: Faixa etária dos jogadores.



Fonte: elaborado pelo autor, 2019.

A primeira pergunta foi “Qual sua faixa etária?”, com 5 opções de respostas que sinalizavam uma crescente na faixa etária. Contamos com 68,1% (49 respostas) na opção entre 21 e 30 anos, em seguida 18,1% (13 respostas) na opção entre 15 e 20 anos, 9,7% (7 respostas) na opção entre 31 e 40 anos, 2,8% (2 respostas) na opção menos de 15 anos e 1,4% (1 resposta) na opção mais de 41 anos. Diante destes dados, notamos que há uma grande heterogeneidade nas idades dos jogadores que participaram da pesquisa, sendo a grande maioria com idades entre 21 e 30 anos, e logo em seguida

<sup>13</sup> Ressaltamos que o público, tanto o da aplicação presencial na UFERSA quanto o da aplicação *on-line*, se trata de um público espontâneo, ou seja, os sujeitos não tinham a obrigatoriedade em responder, de modo que quando o fizeram, responderam por vontade própria.

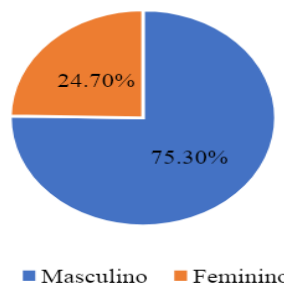


entre 15 e 20 anos. Podemos notar que se destaca um público mais jovem, com poucas pessoas acima de 31 anos.

Em relação à faixa etária, observa-se que a maioria dos jogadores podem ser definidos como jovens ou adultos, seguidos por adolescentes e crianças. O uso destacado entre jovens e adultos pode ser explicado quando refletimos que as suas idades são correspondentes ao período de lançamento/exibição do *anime Pokémon* na TV brasileira (primeira década de 2000). Nesse sentido, a hipótese é que o jogo seja usado, para além de outros elementos, com base também no sentimento de nostalgia.

Na segunda questão, buscamos identificar o gênero dos jogadores (gráfico 2). Na pergunta “Qual seu gênero?”, disponibilizamos três opções de respostas, Masculino, Feminino e Outros, de modo que não houve nenhuma resposta nesta última opção.

**Gráfico 2:** Gênero dos jogadores.



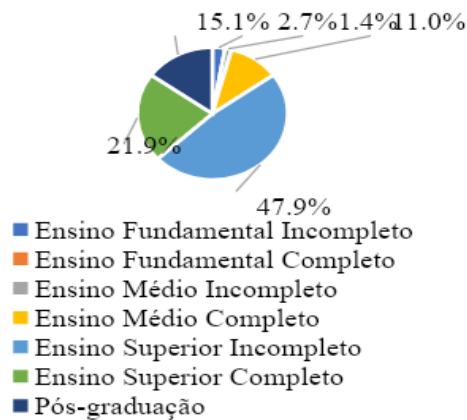
**Fonte:** elaborado pelo autor, 2019.

Como mostra o gráfico, notamos que 75,3% (55 respostas) são do gênero masculino, enquanto 24,7% (18 respostas) são do gênero feminino. Tal resultado, de certo modo, já era esperado, tendo em vista que culturalmente falando o jogo ainda é comumente visto como uma atividade masculina, o que tende a ser reforçado em contextos ou regiões com características mais fortes da sociedade patriarcal. No entanto, algumas mudanças nesse contexto já vêm ocorrendo, como mostram os dados da quinta edição da Pesquisa Game Brasil (PGB), a qual indica que 58,8% dos *gamers* brasileiros são mulheres<sup>14</sup>. Cabe acrescentar que durante a aplicação do questionário e a observação participante, algumas mulheres que se encontravam jogando estavam acompanhadas de seus parceiros ou parceiras, e dentre elas houve uma em específico que comentou que foi influenciada a jogar pelo parceiro.

Na terceira questão, a fim de compreendermos melhor o perfil desses jogadores, abordamos “Qual seu grau de instrução?”, com as seguintes opções de respostas: Ensino Fundamental Incompleto, Ensino Fundamental Completo, Ensino Médio Incompleto, Ensino Médio Completo, Ensino Superior Incompleto, Ensino Superior Completo e Pós-graduação.

<sup>14</sup> Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Tecnologia/noticia/2018/05/mulheres-sao-maioria-entre-gamers-brasileiros-revela-pesquisa.html> Acesso em: 01 maio 2021.

Gráfico 3: Grau de instrução dos jogadores.



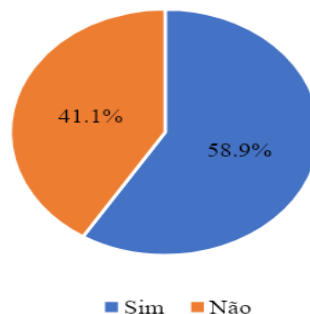
Fonte: elaborado pelo autor, 2019

Como se pode notar, nessa questão houve maior fluidez entre as respostas, mesmo que ainda se destaque os 47,9% (35 respostas) na opção Ensino Superior Incompleto e 21,9% (16 respostas) na opção Ensino Superior Completo, seguido por 15,1% (11 respostas) na opção Pós-graduação, 11% (8 respostas) na opção Ensino Médio Completo, 2,7% (2 respostas) na opção Ensino Fundamental Incompleto e 1,4% (1 resposta) na opção Ensino Médio Incompleto. Não obtivemos respostas na opção Ensino Fundamental Completo.

Notamos, então, que o grau de instrução da maioria dos jogadores é alta, com quase 50% cursando ensino superior e outros 37% formados ou na pós-graduação, o que pode estar relacionado a idade da maioria dos jogadores, que estão numa faixa etária que coincide com esse estágio da vida voltado muitas vezes para os processos de formação. Além disso, percebemos, durante a aplicação presencial do questionário, que havia a presença de vários alunos da própria UFERSA, os quais afirmaram que jogavam no campus por já conhecer a estrutura.

Na questão seguinte, abordamos se os sujeitos trabalhavam ou não, o que foi feito por meio da pergunta “Você trabalha?”, incluindo estágio, se fosse o caso. Com duas alternativas, “sim” e “não”, obtivemos os seguintes resultados, como mostra o Gráfico 4:

Gráfico 4: Jogadores que trabalham.

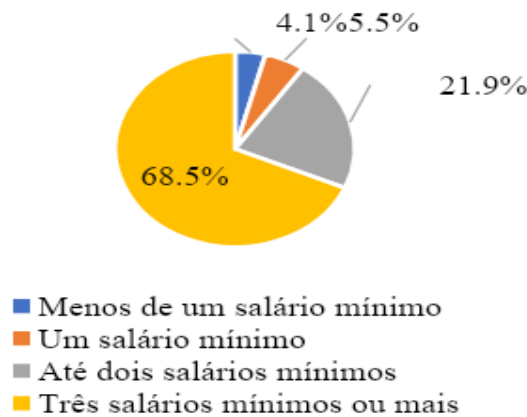


Fonte: elaborado pelo autor, 2019.

Entre as 73 respostas, 58,9% (43 respostas) responderam que sim, trabalhavam, incluindo estágio, e 41,1% (30 respostas) responderam que não, não trabalhavam. Diante disto, vemos que a maioria trabalha, o que se contrapõe a visões do senso comum que associam jogos e vídeo games à ausência de atividades laborais. Aliado a isto,

perguntamos também sobre a renda familiar mensal dos sujeitos, somando os rendimentos de todos os moradores da residência, onde tínhamos as seguintes opções: Menos de um salário, Um salário mínimo, Até dois salários mínimos e Três salários mínimos ou mais. Como respostas, tivemos o seguinte resultado (gráfico 5):

**Gráfico 5:** Renda familiar mensal dos jogadores.

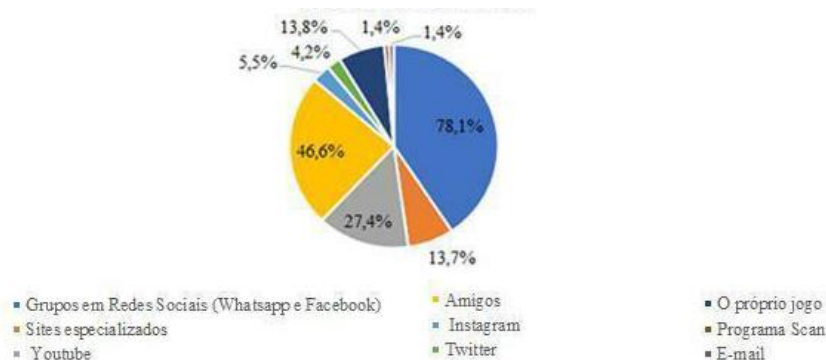


**Fonte:** elaborado pelo autor, 2019.

Vemos que a grande maioria respondeu a alternativa referente a opção “Três salários mínimos ou mais”<sup>15</sup>, somando 68,5% (50 respostas), logo em seguida com 21,9% (16 respostas) temos “Até dois salários mínimos”, 5,5% (4 respostas) em “Um salário mínimo” e 4,1% (3 respostas) em “Menos de um salário mínimo”. De acordo com esses dados, associando à pergunta anterior, podemos perceber que a maioria dos jogadores possui uma renda relativamente alta, o que pode estar relacionado com a soma da renda individual com a de familiares. Em suma, a grande maioria dos jogadores se apresentam até aqui como jovens que estão no início da vida adulta, formados ou em formação e que possuem atividades remuneradas.

Após as perguntas socioeconômicas, partimos para uma abordagem referente ao jogo *Pokémon GO* especificamente, com questionamentos voltados para a relação do jogador com o jogo. Primeiramente, perguntamos como o jogador tinha acesso às informações referente aos eventos do jogo, o que pode ser visto no Gráfico 6:

**Gráfico 6:** Acesso às informações referente ao jogo.



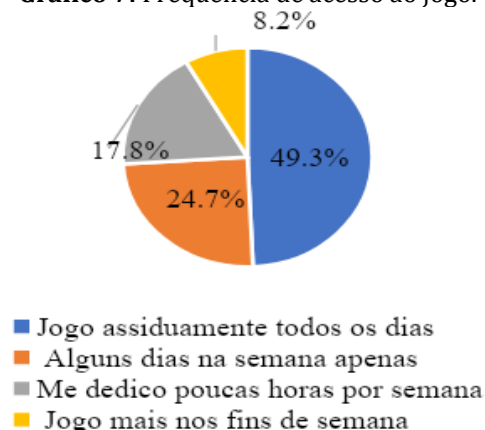
**Fonte:** elaborado pelo autor, 2019.

<sup>15</sup> O salário mínimo brasileiro em 2019, ano de realização da pesquisa, equivalia a R\$ 998,00, sendo assim, 3 salários mínimos equivaliam a R\$ 2.994,00.

Com quatro alternativas, Grupos em redes sociais, *Sites* especializados, *Youtube* e Amigos, e um campo de “outros”, no qual poderia ser respondida mais de uma alternativa, conseguimos os seguintes resultados: 78,1% (57 respostas) dos jogadores responderam que tinham acesso às informações através de grupos em redes sociais como *Whatsapp* e *Facebook*, principalmente o primeiro. 13,7% (10 respostas) responderam conseguir informações em *sites* especializados, enquanto 27,4% (20 respostas) marcaram a opção *Youtube*, e 46,6% (34 respostas) também marcaram Amigos como um canal de informação. Vale notar que as respostas que mais apareceram no campo “Outros” foram: O próprio jogo/aplicativo, com 13,8%, as redes sociais *Instagram* e *Twitter*, com 5,5% e 4,2%, assim como *e-mail*, 1,4% e Programa *Scan*<sup>16</sup> com 1,4%. Isto é, podemos notar que existe uma circulação maior de informações em grupos de sites ou aplicativos de redes sociais, como o *Whatsapp*, e um número considerável de jogadores que obtém essas informações com amigos, o que indica a constituição do jogo enquanto elemento que vai além do entretenimento, tendo em vista a criação e manutenção de sociabilidades (Simmel, 1983).

Diante disso, buscamos através da questão seguinte entender com que frequência os jogadores fazem uso do *Pokémon GO*, a partir da pergunta referente à frequência de acesso ao jogo em relação aos dias da semana.

Gráfico 7: Frequência de acesso ao jogo.



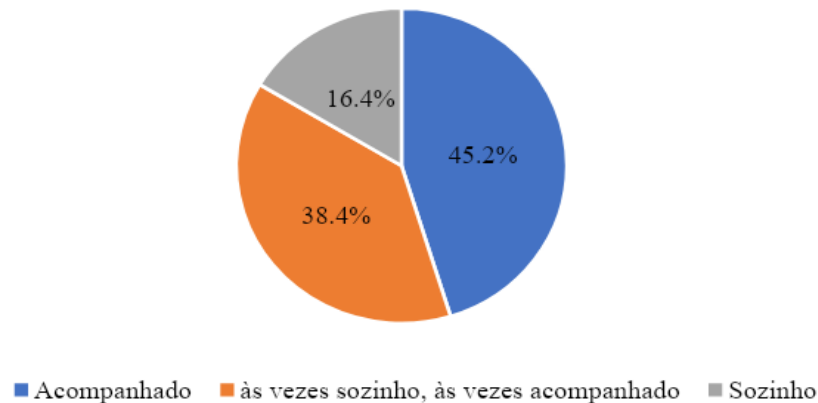
Fonte: elaborado pelo autor, 2019.

Das 73 respostas, 49,3% (36 respostas) afirmaram jogar assiduamente todos os dias. Em seguida, 24,7% (18 respostas) afirmaram jogar apenas alguns dias na semana, enquanto 17,8% (13 respostas) afirmaram jogar apenas algumas horas na semana e 8,2% (6 respostas) afirmaram jogar apenas nos fins de semana. Diante desses dados, notamos que há um grande número de jogadores dedicados, que jogam assiduamente todos os dias, assim como poucos jogadores que fazem o uso do jogo apenas algumas horas, ou apenas nos fins de semana. Associado ao fato de muitos serem estudantes do próprio campus, que afirmaram jogar no tempo livre entre aula e estágio, notamos que a grande maioria dos jogadores são dedicados ao jogo e fazem um uso frequente dele.

<sup>16</sup> Aplicativo produzido por terceiros em forma de “radar” que informa a localização exata de *Pokémon* em toda o mapa. Disponível em: <https://br.ccm.net/faq/31179-pokemon-go-radares-para-encontrar-pokemons> Acesso em: 10 out. 2021.

Articulado a isso, na questão seguinte, buscamos entender se esses jogadores jogam sozinhos ou acompanhados, ou de ambas as formas, e obtivemos os seguintes resultados (Gráfico 8):

**Gráfico 8:** O jogo: sozinho ou acompanhado.



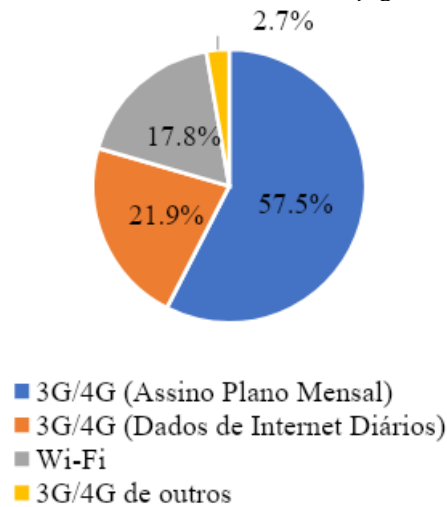
**Fonte:** elaborado pelo autor, 2019.

Diante das respostas, percebe-se que poucas pessoas jogam ou preferem jogar sozinhas. 45,2% (33 respostas) afirmaram jogar acompanhados na maioria das vezes, assim como 38,4% (28 respostas) que afirmaram que jogam acompanhados, mas também sozinhos e, por último, os 16,4% (12 respostas) afirmaram que preferiam jogar sozinhos. Quando questionados, a maioria dos sujeitos afirmaram que jogavam acompanhados por ter amigos que também jogavam, e que muitas vezes combinavam através de grupos em redes sociais dias e horários para jogar, criando assim pequenos grupos.

Destacamos que através da observação participante durante a aplicação do questionário, encontramos poucas pessoas jogando de forma solitária, uma vez que sempre havia grupos pequenos (de 3, 4 e 5 pessoas), o que reforça o jogo e o ato de jogar como um elemento constitutivo e de manutenção de vínculos e sociabilidades, aspecto que é abordado e reforçado no trabalho de Gastaldo, Rocha e Braga (2016). Para esses autores, “[...] a participação das pessoas em jogos, competições e brincadeiras normalmente ressalta a dimensão comunicacional/simbólica destes eventos, bem como a articulação dos/as participantes a redes de sociabilidade e interação mais amplas” (Gastaldo, Rocha, Braga, 2016, p. 418).

Por ser um jogo de mobilidade constante, necessitando que o jogador esteja em lugares diversos para uma melhor experiência, também perguntamos sobre qual a forma de conexão o jogador utilizava para jogar.

Gráfico 9: Forma de conexão dos jogadores.

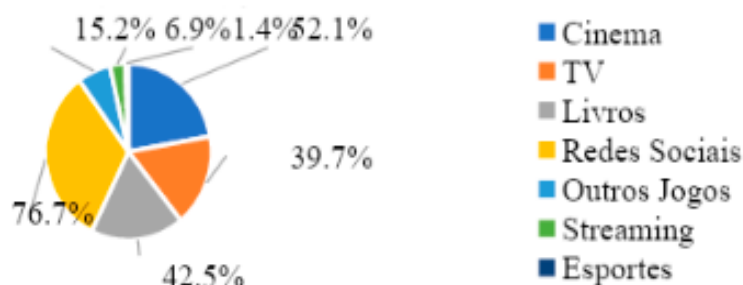


Fonte: elaborado pelo autor, 2019.

57,5% (42 respostas) afirmaram utilizar da conexão via 3G ou 4G com plano mensal, e 21,9% (16 respostas) afirmaram também utilizar 3G ou 4G, mas sem plano mensal de dados e sim dados diários. Já 17,8% (13 respostas) afirmaram utilizar de redes *Wi-fi* quando possível, alguns inclusive afirmando utilizar a rede disponibilizada no campus da UFERSA, e apenas 2,7% (2 respostas) afirmaram utilizar dados de 3G ou 4G de terceiros, através do roteamento de internet. Podemos relacionar o fato da maioria, 42 respostas, utilizarem o plano mensal de dados de internet com o que se refere a questão salarial, haja vista tratar-se de sujeitos que possuem uma renda familiar média. Ou seja, essa realidade é compatível com a renda dessa maioria.

Por acreditarmos no jogo como forma também de entretenimento, buscamos na questão seguinte entender quais as principais formas de entretenimento desses jogadores para além do jogo *Pokémon GO*. Dentre as alternativas, tínhamos: Cinema, TV, Livros, Redes Sociais e Outros (Gráfico 10).

Gráfico 10: Formas de entretenimento dos jogadores.



Fonte: elaborado pelo autor, 2019.

Das 73 respostas, onde era possível assinalar mais de um item, obtivemos 75,3% (55 respostas) na alternativa Redes Sociais (reforçando que tais ferramentas aparecem

também quando da questão relativa as fontes de informação sobre o jogo), 52,1% (38 respostas) na alternativa Cinema, assim como 42,5% (31 respostas) na alternativa Livros e 39,7% (29 respostas) na alternativa TV. Dentre as principais respostas na opção “Outros”, destacaram-se outros jogos e também serviços de *streaming*, como a *Netflix*<sup>17</sup>. Boa parte dos jogadores responderam que além do *Pokémon GO* também faziam uso de outros jogos, tanto de forma *mobile* e jogos de computador. Um entrevistado respondeu praticar esportes, e outros também acrescentaram o *Youtube* como forma de entretenimento.

Ao fim da organização e tabulação dos resultados, bem como da descrição e interpretação aqui feita, é possível montar um perfil do que seria o jogador de *Pokémon GO* em Mossoró. Com efeito, notamos que este jogador, em sua maioria, se destaca como jovem, entre 21 e 31 anos, faz faculdade e, em grande parte dos casos, também trabalha, possuindo uma jornada dupla, mas que ainda assim, joga assiduamente todos os dias, de forma acompanhada ou não, utilizando conexão 3G ou 4G, e que além de *Pokémon GO*, possui outras formas de entretenimento como cinema, TV/*Streaming* e outros jogos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve como objetivo traçar um perfil dos jogadores de *Pokémon GO* na cidade de Mossoró – RN, a fim de identificar e refletir sobre quem são esses jogadores e quais as condições de uso e as apropriações do jogo supracitado. Para tanto, foram aplicados questionários e realizada observação participante junto a esse público, constituindo-se uma amostra representativa como resultado, a qual foi posteriormente descrita e interpretada qualitativamente, tendo sido subsídio para inferências e outras novas questões-problema.

A construção desse perfil mostra-se relevante considerando a necessidade de saber quem são esses jogadores a partir de um olhar científico que possa superar estigmas e o senso comum de que o jogo seria utilizado tão somente por crianças e/ou adolescentes ou por pessoas que não possuem uma ocupação, o que por si só também não deve ser visto como sem valor. Como visto a partir dos dados apresentados, a grande maioria dos jogadores possui um perfil que refuta essas ideias comumente pré-concebidas, já que o identificado é um público composto por jovens e adultos, com formação escolar e renda considerável, entre outros elementos que se contrapõem à perspectivas permeadas por visões equivocadas, o que indica a existência de preconceitos no que diz respeito ao jogo em si ou aos seus jogadores.

Ao elaborarmos esse perfil, encontramos pistas também sobre os usos e apropriações que os sujeitos jogadores fazem no que diz respeito ao jogo, mostrando que essa é uma relação pautada em investimentos (como o uso de planos de acesso à internet, tendo em vista que o jogo é pesado e consome quantidade expressiva de dados), construção e manutenção de sociabilidades (o jogar junto, ao invés do jogar sozinho, bem como a construção das redes para se informar sobre o jogo), assim como aponta também para algo que é feito por sujeitos jovens ou adultos (os quais, pela idade, podem o fazer por terem tido acesso à animação quando crianças, constituindo-se como uma relação de nostalgia), que possuem formação, trabalho e rendas familiares

---

<sup>17</sup> A *Netflix* é um serviço de transmissão online que permite aos assinantes assistir a uma ampla variedade de séries, filmes e documentários premiados em milhares de aparelhos conectados à internet. Disponível em: <https://help.netflix.com/pt/node/412> Acesso em: 04 maio 2021.

consideráveis (reforçando o papel do jogo e o jogar como elementos que agregam às suas vidas, seja em termos de entretenimento ou ocupação/divertimento em momentos de ócio, ou como forma de criação/manutenção de laços, bem como algo que merece investimentos).

Todos esses aspectos, mais do que responder as questões inicialmente colocadas, abre e ao mesmo tempo complexifica um panorama atravessado por diversas outras questões, as quais são tratadas e melhor aprofundadas em outros trabalhos (Silva, 2019). Apesar de se constituir como uma amostra, o perfil aqui apresentado representa um retrato do local, sendo necessário, assim, a realização de estudos em outras localidades, os quais podem vir a apresentar ou não similaridades. De todo modo, cremos que algumas características como faixa etária, rendimento e nível escolar e eixos como a sociabilidade, nostalgia e o jogo como um investimento, são aspectos que se destacam e que podem vir a ser recorrentes também em outros grupos ou regiões. Não tendo como objetivo esgotar as discussões aqui empreendidas, à guisa de conclusão, reforça-se a condição do jogo como elemento presente e essencial na nossa sociedade desde época remotas (Caillois, 2017; Huizinga, 2017), o que indica a sua importância e necessidade de estudos sobre ele na sociedade contemporânea, quando se articula com outros domínios culturais e midiáticos (Martino, 2014), bem como sobre a necessidade de se saber quem são os jogadores, suas condições e motivações, já que mais do que saber sobre o jogo, mostra-se importante saber quem são aqueles que fazem uso dele, suas relações e interesses.

## REFERÊNCIAS

- Adams, E. (2010). *Fundamentals of Game Design*. Berkeley, CA: New Riders.
- Alves, Á. M. P. (2003). A história dos jogos e a constituição da cultura lúdica. *Revista Linhas*. Florianópolis - SC. vol. 4, n. 1.
- Caillois, R. (2017). *Os jogos e os homens: a máscara e a vertigem*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes.
- Covaleski, R. L. (2010). *O processo de hibridização da publicidade: entreter e persuadir para interagir e compartilhar*. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, p. 176.
- Gabler, N. (1999). *Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Gastaldo, E.; Rocha, E.; Braga, A. (2016). Jogos, sociabilidade e conflito no Brasil. *Ciências Sociais Unisinos*, São Leopoldo, Vol. 52, n. 3, p. 417-424, set/dez.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 6. ed. São Paulo: Atlas.
- Huizinga, J. (2017). *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva.



Kelley, D. (2013). *The Art of Reasoning*. New York, NY: W. W. Norton & Company.

Martino, L. M. S. (2014). *Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes*. Petrópolis, RJ: Vozes.

Mastrocola, V. M. (2012). *Ludificador: Um guia de referência para o game designer brasileiro*. São Paulo: Independente.

Peruzzo, C. M. K. (2005). Observação participante e pesquisa-ação. In: Duarte, J; Barros, A. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. (Orgs.). São Paulo: Atlas. p. 125-145.

Simmel, G. (1983). Sociabilidade – um exemplo de Sociologia pura ou formal. In: Moraes Filho, E. (org.). *Simmel: Sociologia*. Coleção Grandes Cientistas Sociais. São Paulo: Ática.

Silva, P. P. P. da. (2019). *Eu escolho você! A produção de sentidos de um grupo de jogadores de Pokémon GO na cidade de Mossoró-RN*. 2019. 117f. Monografia (Graduação em Comunicação Social (Habilitação em Publicidade e Propaganda)). Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró.

Souza, R. (2021). *Glossário Pokémon GO: veja todos os termos que você precisa conhecer*. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/pokemon-go-iniciante/108486-glossario-pokemon-go-veja-terminos-voce-precisa-conhecer.htm>. Acesso em: 15 ago. 2021.

## **Cronologia do Processo Editorial**

*Editorial Process Chronology*

Recebido em: 19/10/2022

Aprovado em: 10/12/2022

Received in: October 19, 2022

Approved in: December 10, 2022