

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL – PUCRS  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – FAMECOS  
PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – PPGCOM  
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: PRÁTICAS E CULTURAS DA COMUNICAÇÃO  
LINHA DE PESQUISA: PRÁTICAS CULTURAIS NAS MÍDIAS,  
COMPORTAMENTOS E IMAGINÁRIOS DA SOCIEDADE DA COMUNICAÇÃO

BRENO MACIEL SOUZA REIS

**A CIDADE COMO TABULEIRO: UM ESTUDO DAS DINÂMICAS DE JOGO NA  
REDE SOCIAL MÓVEL FOURSQUARE**

Porto Alegre

2013

BRENO MACIEL SOUZA REIS

**A CIDADE COMO TABULEIRO: UM ESTUDO DAS DINÂMICAS DE JOGO NA  
REDE SOCIAL MÓVEL FOURSQUARE**

Dissertação apresentada como requisito para a obtenção do grau de mestre pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Área de concentração: Práticas e Culturas da Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Campos Pellanda

Porto Alegre

2013

## Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

R375c Reis, Breno Maciel Souza  
A cidade como tabuleiro : um estudo das dinâmicas de  
jogo na rede social móvel foursquare / Breno Maciel Souza  
Reis. – Porto Alegre, 2013.  
246 f.

Diss. (Mestrado) – Fac. de Comunicação Social, PUCRS.  
Orientador: Prof. Dr. Eduardo Campos Pellanda.

1. Comunicação Social. 2. Cibercultura. 3. Redes  
Sociais. 4. Foursquare. 5. Cultura e Mídia. I. Pellanda,  
Eduardo Campos. II. Título.

CDD 301.243

**Bibliotecária Responsável: Dênira Remedi – CRB 10/1779**

BRENO MACIEL SOUZA REIS

**A CIDADE COMO TABULEIRO: UM ESTUDO DAS DINÂMICAS DE JOGO NA  
REDE SOCIAL MÓVEL FOURSQUARE**

Dissertação apresentada como requisito para a obtenção do grau de mestre pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Área de concentração: Práticas e Culturas da Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Campos Pellanda

Aprovada em: \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Prof. Dr. Cristiano Max Pereira Pinheiro - FEEVALE

---

Prof. Dr. Roberto Tietzmann - PUCRS

---

Prof. Dr. Eduardo Campos Pellanda (orientador) - PUCRS

Porto Alegre

2013

À minha mãe, Marília de Souza Reis,  
por seu amor e incentivo infinitos.

## **AGRADECIMENTOS**

À CAPES, pela bolsa de estudos, sem a qual seria impossível a realização dessa pesquisa.

Obrigado Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e Faculdade dos Meios de Comunicação Social (FAMECOS) por proporcionar um ambiente de estudos de excelência e corpo docente inspirador.

Ao orientador desse trabalho, Prof. Dr. Eduardo Campos Pellanda, por acreditar na minha capacidade e pela parceria no caminho.

Obrigado UBITEC, que, além de me proporcionar valiosas trocas de conhecimento, me acolheu e deu também amigos e colegas brilhantes que certamente contribuirão muito para o crescimento científico no país.

Ao UbiLab, pelo aprendizado e crescimento únicos. Grande time!

A toda minha família, principalmente minha mãe, Marília de Souza Reis, e minha avó Teresinha de Assis Souza, por serem os melhores exemplos de vida que alguém pode ter.

Muito obrigado a todos os meus amigos (os de longa data e recentes) que me acompanharam nesse caminho, especialmente aqueles que compartilharam os cafés, as risadas, os choros e as inúmeras dúvidas: Luciele Copetti, Sandra Henriques, Cíntia Barbosa, Poliane Espíndola, Pedro Reis, Robson Macedo, Priscilla Guimarães Oliveira e Aline Bianchini. Vocês são incríveis.

*“Não habitamos porque construímos. Ao contrário. Construímos e chegamos a construir à medida que habitamos, ou seja, à medida que somos como aqueles que habitam”*

M. Heidegger

## RESUMO

Este trabalho se insere nos estudos do fenômeno do jogo e sua ocorrência como elemento mediador essencial à formação e compartilhamento de formas simbólicas a partir da comunicação humana, e, por consequência, da própria sociedade. A partir da constatação da presença maciça de aparatos tecnológicos no cotidiano e da imbricação existente entre estes, as redes informacionais e o próprio espaço público das cidades, a qual agora passa a ser entendida como cibercidades (LEMOS, 2004), estudamos os elementos de *gameplay* presentes na rede social móvel Foursquare como uma das apropriações possíveis da mesma pelos seus usuários a partir da sua transformação em um jogo móvel locativo. De tal maneira, utilizamos como viés metodológico a netnografia, primordialmente a partir de Hine (2000) e Kozinetz (2010) para inserção no objeto; e o conceito de *ludema* proposto por Pinheiro e Branco (2011; 2012) para análise das mecânicas de jogo presentes na rede sob a perspectiva dos *game studies*, e a identificação dos mesmos no Foursquare - além de ter sido possível o seu entendimento enquanto sistema lúdico regido por regras específicas e com base na competição entre os participantes como força-motriz dos elementos presentes. Apresenta ainda, como análise complementar, a observação de perfis de 10 usuários da rede social em questão, buscando indícios que pudessem confirmar o uso da mesma como jogo, como acúmulo de bens simbólicos específicos ao sistema, entendidos como *achievements*, e também relações de conflito e competição, entendendo-as essencialmente como processos de interação permitidos pela rede.

Palavras-chave: cibercultura; comunicação; redes digitais móveis; jogos móveis locativos; Foursquare.

## ABSTRACT

This work fits in studies of the phenomenon of play and its occurrence as an essential mediator of formation and sharing of symbolic forms from human communication, and therefore, the society itself. From the understanding of massive technological devices in everyday life and the overlapping between these ones, the information networks and public space of cities themselves, which now can be understood as cybercities (Lemos, 2004), we studied the elements of gameplay present in the mobile social network Foursquare, as a possible appropriation by its users and its transformation into a locative mobile game. The netnography was used as the methodological bias, mostly from Hine (2000) and Kozinetz (2010), to approach the object; and the concept of *ludema*, proposed by Pinheiro and Branco (2011, 2012) to the analysis of game mechanics in this social network from the perspective of game studies, and the identification of those at Foursquare - besides being possible to be understood as a playful system governed by specific rules and based on competition among the participants as the driving force of those elements. It also presents, as a complement, the observation of 10 users profiles of the social network, searching for clues that might confirm the use of it as a game, as the accumulation of symbolic goods specific to the system, understood as achievements, and also relations of conflict and competition, understanding the interaction processes essentially as admitted by the mobile network.

Keywords: cyberculture; communication; mobile digital networks locative mobile game; Foursquare.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: classificação dos jogos proposta por Caillois .....	42
Figura 2: <i>Pong</i> , jogo surgido nos anos 60.....	44
Figura 3: primeiro console de videogame comercial, Magnavox <i>Odyssey</i> (1972).....	45
Figura 4: console doméstico <i>Pong</i> (1975), lançado pela Atari. ....	46
Figura 5: <i>Auto Race</i> , primeiro console portátil (1976). ....	47
Figura 6: <i>Microvision</i> (1979).....	47
Figura 7: joystick lançado pela Atari com o VCS (1977). ....	49
Figura 8: <i>Pac-Man</i> (1980) .....	50
Figura 9: <i>handheld Game &amp; Watch</i> (1980).....	51
Figura 10: <i>LCD Solar Power</i> (1982) .....	51
Figura 11: <i>Nintendo Entertainment System</i> (1985) .....	53
Figura 12: <i>Game Boy</i> (1989).....	54
Figura 13: <i>Playstation</i> (1995) .....	55
Figura 14: <i>DynaTAC 8000X</i> (1984).....	57
Figura 15: <i>Game Boy Color</i> (1998). ....	58
Figura 16: <i>N-Gage</i> (2003). ....	59
Figura 17: <i>iPhone</i> (2007).....	61
Figura 18: <i>Snake</i> , jogo padrão presente em telefones móveis Nokia. ....	62
Figura 19: <i>Nintendo DS</i> (2004).....	63
Figura 20: <i>Playstation Portable</i> (2004).....	63
Figura 21: Híbrido de telefone celular e <i>handheld Xperia Play</i> (2011). ....	65
Figura 22: Um dos peões da experiência <i>Big Urban Game</i> . ....	73
Figura 23: página do jogo <i>Ingress</i> . ....	99
Figura 24: interface inicial do aplicativo <i>Ingress</i> .....	100
Figura 25: exibição do estado de cada facção no <i>Ingress</i> . ....	101
Figura 26: página <i>Ingress Intel Map</i> , exibindo a cidade de Porto Alegre .....	102
Figura 27: rede social móvel <i>Dodgeball</i> .....	104
Figura 28: rede social móvel <i>Where</i> .....	105
Figura 29: rede social móvel <i>Here</i> .....	105
Figura 30: rede social móvel <i>Gowalla</i> .....	106
Figura 31: interface móvel do <i>Google Latitude</i> .....	107

Figura 32: sistema de ofertas disponíveis para ativação por estabelecimentos comerciais no Foursquare .....	146
Figura 33: aplicativo Foursquare for Business. ....	147
Figura 34: medalha Sem Fronteiras, vinculada à TIM Brasil .....	148
Figura 35: aplicativo do Foursquare exibindo locais durante <i>check-in</i> .....	151
Figura 36: <i>venue</i> da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.....	152
Figura 37: campo shout na interface de <i>check-in</i> do aplicativo Foursquare.....	153
Figura 38: página do Foursquare explicativa sobre as <i>badges</i> .....	155
Figura 39: algumas <i>badges</i> disponíveis para ativação no Foursquare .....	156
Figura 40: medalha “It’s a Boy!” .....	157
Figura 41: medalha “Bento” .....	157
Figura 42: medalha “Century Club” .....	157
Figura 43: <i>badges</i> especiais do festival SXSW de 2011 .....	158
Figura 44: Diferenças de formato entre medalhas. ....	159
Figura 45: <i>Badges</i> de expertise Pizzaiolo, Hot Temale e Herbivore .....	160
Figura 46: <i>Badges</i> de expertise Great Outdoors, Jetsetter e Trainspotter .....	161
Figura 47: <i>Badges</i> de expertise <i>Blue Note</i> , <i>Warhol</i> e <i>Bookworm</i> .....	161
Figura 48: <i>Badge</i> Zootrope, especializada para frequentadores de cinemas .....	161
Figura 49: Algumas <i>badges</i> de cidades dos Estados Unidos da América. ....	162
Figura 50: <i>Badges</i> Carioca e Sampa .....	162
Figura 51: complemento My4SquareAlibi em página do Foursquare.....	166
Figura 52: página Foursquareaddict, com atalhos para a obtenção de <i>badges</i> .....	167
Figura 53: placar semanal do Foursquare com os pontos atribuídos de acordo com a utilização frequente do serviço. ....	168
Figura 54: conquista de título de <i>Mayor</i> , ou Prefeito.....	169
Figura 55: interface inicial do Foursquare para <i>smartphones</i> .....	170
Figura 56: seção explorar do aplicativo Foursquare para <i>smartphones</i> .....	172
Figura 58: mapa explorar do aplicativo Foursquare .....	173
Figura 59: seção <i>Eu</i> do aplicativo Foursquare para dispositivos móveis .....	174
Figura 60: subseção <i>Amigos</i> do aplicativo Foursquare para dispositivos móveis...	175
Figura 61: subseção Estatísticas para dispositivos móveis.....	176
Figura 62: subseção <i>Badges</i> do aplicativo Foursquare.....	177
Figura 63: subseção <i>Listas</i> do aplicativo Foursquare para dispositivos móveis .....	177
Figura 64: interface inicial da versão <i>web</i> do Foursquare .....	178

Figura 65: seção <i>explorar</i> da versão <i>web</i> do Foursquare .....	179
Figura 66: página de estatística de uso do Foursquare .....	181
Figura 67: esquema básico de um campo de queimada, ou <i>dodgeball</i> .....	183
Figura 68: esquema básico de um campo de foursquare .....	184
Figura 69: <i>badges</i> de expertise com a visualização do nível de experiência .....	188
Figura 70: <i>Badge</i> de expertise Wino. ....	196
Figura 71: <i>Badges</i> concedidas a SuperUsuários .....	200
Figura 72: <i>Badge</i> Player Please.....	201
Figura 73: <i>Badges</i> desbloqueadas a partir de <i>check-ins</i> em massa .....	201
Figura 74: mensagens em <i>check-in</i> com amigos. ....	203
Figura 75: mensagem com atribuição de pontos por <i>check-in</i> realizado.....	203
Figura 76: site do projeto World of Fourcraft .....	205
Figura 77: página do jogo Metropoli .....	207
Figura 78: aplicativo do jogo Banco Imobiliário Geolocalizado.....	208
Figura 79: conta bancária do jogo Banco Imobiliário Geolocalizado .....	209
Figura 80: mensagem deixada na página de uma <i>venue</i> do TecnoPUC .....	219
Figura 81: página do usuário 2 no Foursquare.....	220
Figura 82: página do usuário 3 no Foursquare.....	222
Figura 83: local repetidos na lista de prefeituras do usuário 3. ....	222
Figura 84: página da <i>venue</i> corresponde à cidade de Porto Alegre.....	224
Figura 85: página do usuário 9 no Foursquare.....	225
Figura 86: página do usuário 10 no Foursquare.....	226
Figura 87: página de <i>venue</i> da qual o usuário 10 possui o título de prefeito .....	226
Figura 88: <i>Badges</i> padrão e de cidades desbloqueadas pelo usuário 2 .....	230

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: dados coletados a partir de perfis de usuários do Foursquare .....	217
--	-----

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	16
<b>2 SENTIDO DO JOGO HUMANO E SUA FUNÇÃO NA CULTURA</b> .....	23
2.1. O conceito de jogo como fenômeno cultural .....	24
2.2 Uma breve arqueologia dos jogos eletrônicos e digitais .....	42
2.3 Os <i>game studies</i> e abordagens contemporâneas .....	66
2.4 O caráter pervasivo do jogo móvel locativo .....	69
2.5 A questão da virtualidade do jogo em Huizinga e Lévy .....	76
<b>3 MOBILIDADE, REDES SOCIAIS E MÍDIAS LOCATIVAS</b> .....	81
3.1 A emergência do ciberespaço .....	82
3.2 As cibercidades e mídias locativas como prática comunicacional .....	92
3.3 Redes sociais móveis: histórico e cenário atual .....	103
<b>4 SOCIALIDADE, INTERAÇÃO E COMPETIÇÃO</b> .....	111
4.1 A competição e o conflito como formas sociais e a interação em simmel .....	111
4.2 Interacionismo simbólico e a Escola de Chicago .....	117
4.3 Novos nomadismos e práticas de espaço a partir de redes sociais móveis .....	122
<b>5 METODOLOGIA</b> .....	133
5.1 Estratégias metodológicas para investigação em cibermeios e <i>game studies</i> ..	133
5.2. A ida a campo e o mapeamento do sistema Foursquare .....	138
5.3 Da escolha dos perfis de usuários para análise .....	141
<b>6 O FOURSQUARE</b> .....	143
6.1 Definindo o objeto: observações sobre a rede social móvel foursquare .....	143
6.2 O negócio foursquare e a sua utilização por empresas e marcas .....	145
6.3.1 Compartilhamento em outras redes .....	150
6.4 O <i>check-in</i> .....	151
6.4.1 O <i>check-in</i> falso .....	153

6.5 As <i>badges</i> ou medalhas .....	155
6.5.1 <i>Badges</i> do sistema foursquare .....	159
6.5.2 <i>Badges</i> de expertise .....	160
6.5.3 <i>Badges</i> de cidades .....	162
6.5.4 <i>Badges</i> de parceiros.....	163
6.5.5 Burlando o sistema: sites dedicados a facilitar a obtenção de medalhas.....	164
6.6 Pontos e prefeituras, ou <i>mayorships</i> .....	167
6.7 O aplicativo para dispositivos móveis e a versão <i>web</i> . .....	170
<b>7 A FACE LÚDICA DO FOURSQUARE: DESVENDANDO AS DINÂMICAS DE JOGO NA REDE .....</b>	<b>182</b>
7.1 Mecânicas de jogo no Foursquare .....	185
7.1.1 Sistema de regras e competição como forças-motrizes.....	186
7.1.2 O conceito de ludema e sua aplicação nas dinâmicas de jogo do Foursquare .....	191
7.2 Outros jogos para dispositivos móveis que se utilizam da base de dados do Foursquare e o uso de APIs.....	204
7.2.1 - O World of Fourcraft (WoF).....	204
7.2.2 - O caso do Metropoli .....	206
7.2.3 - O Banco Imobiliário Geolocalizado .....	208
<b>8 OBSERVAÇÕES COMPLEMENTARES DE PERFIS E ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS .....</b>	<b>211</b>
8.1 Dados quantitativos dos perfis analisados .....	213
8.2 Análise qualitativa dos dados obtidos .....	217
8.2.1 Das prefeituras .....	218
8.2.2 Das <i>badges</i> .....	226
<b>9 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>235</b>
<b>10 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>241</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O jogo sempre representou um papel fundamental na história humana, desde os primórdios de nossa espécie, para a própria socialização entre os sujeitos e a formação de sociedades, das mais primitivas, como as tribais, até as mais complexas, como a contemporânea. Tal influência direta que o lúdico exerce sobre nós e a sua função na cultura já foram amplamente estudados, e sua presença reconhecida em todos os campos da experiência humana no mundo: nas artes, na política e nas leis que regem e fundamentam a sociedade, em modalidades esportivas, nos encontros amorosos e até mesmo nos rituais sagrados e religiosos. Como afirma Teixeira (2005, p. 467), “a categoria do jogo é constitutiva da pura realização da vida e da cultura [...]”. Reside aí, portanto, sua importância como um elemento mediador simbólico primordial entre os homens e o mundo.

O desenvolvimento da eletrônica e da cibernética, principalmente na segunda metade do último século, propiciaram o surgimento de jogos que, em princípio, eram simples, com pouca definição gráfica, mas que, com o aperfeiçoamento das capacidades de processamento de dados dos computadores e dos *consoles*, foram também se tornando cada vez mais sofisticados e complexos. Hoje, vemos novas modalidades de jogo, nas quais as barreiras entre o jogo e o não jogo se tornam cada vez mais indistinguíveis, a partir da apropriação de redes informacionais globais e o caráter social que lhes é intrínseco, bem como das tecnologias de comunicação móveis. Ou seja, enquanto em outros períodos históricos, sua ocorrência podia ser claramente abalizada de outras atividades – embora, caiba lembrar que, não raro, ele acabava ultrapassando tais limites, dado o seu papel na construção e compartilhamento de formas simbólicas que permanecem mesmo quando o jogo acaba; na contemporaneidade percebemos tais imbricações, residentes no seio da própria complexidade que lhe é característica, a partir de camadas lúdicas, sociais, informacionais e físicas que se amalgamam e trazem à baila a necessidade de estudos primordialmente interessados nesses fenômenos.

As tecnologias de comunicação e as possibilidades de interação em rede, tanto entre usuários, quanto entre estes e informações as mais variadas, abarcam

um espectro difuso e complexo de alterações na vida humana, e, por consequência, na sociedade, a qual passa a se relacionar com o mundo, nesse contexto, eletronicamente mediada por múltiplas possibilidades de contato com a realidade. Especialmente, no caso deste trabalho, observamos a ubiquidade de tecnologias móveis constantemente conectadas, assumindo também formas lúdicas e vinculadas ao espaço físico das cidades, parecendo alterar não somente as práticas individuais e coletivas ocorridas em relação às mesmas, mas também originando camadas informacionais a partir da caminhada dos sujeitos e da ressignificação desses mesmos espaços, ao permitir o compartilhamento em rede das experiências individuais neles vivenciadas.

Na presente Dissertação, abordaremos a questão do jogo sob um viés que alcança o fenômeno do jogo como essencial e *sine qua non* à nossa própria constituição enquanto humanos; muito embora ele não seja uma exclusividade nossa. Como demonstraremos a seguir, é claramente perceptível a sua ocorrência em outros seres, e nesse aspecto as opiniões dos autores que aqui utilizamos parecem convergir em direção a essa assertiva (HUIZINGA, 2008; CAILLOIS, 1990; GADAMER, 1997; BUYTENDIJK, 1977). Entretanto, eles também parecem concordar que, embora não seja uma ocorrência somente entre os homens, o jogo se diferencia entre nós pelo sentido que damos a ele, e pela sua capacidade de significação do mundo através do lúdico. Longe de constituir uma atividade desprovida de seriedade, o jogo justamente se realiza quando se deixa acontecer fora de um contexto no qual se pode reconhecer claramente seus limites e sua influência em nós.

Isso posto, tal trabalho justifica-se por trazer a questão do jogo para o primeiro plano de tais processos contemporâneos, entendendo que a sua ocorrência hoje se caracteriza pela presença cada vez mais pervasiva e híbrida das dinâmicas fundamentais à sua existência, ultrapassando assim o ambiente circunscrito do jogo, como sugere a abordagem tradicional. Cientes da própria complexidade inerente à questão e do caráter interdisciplinar desta área do conhecimento, acreditamos que se faz necessário ampliar o espectro dos estudos e do debate acerca dessa temática no país – ainda incipiente, como a pesquisa sobre o estado da arte para esse trabalho revelou. Ou seja,

Ao instalar-se como elemento fundamental da lógica de discurso contemporâneo, tomando o “lúdico”, não apenas como “entretenimento” e “passatempo”, mas como exercício bem para além da mera “finalidade recreativa” [...] obriga a que olhemos para ele como uma área emergente das Ciências da Comunicação e da Cultura [...]. (TEIXEIRA, 2005, p. 468).

Assim, constatado o papel cada vez maior que tais tecnologias e práticas sociais originadas a partir da sua apropriação pelos sujeitos representam na contemporaneidade, e sua transformação em mediadores fundamentais das relações que estes estabelecem, julgamos necessário estudar tal fenômeno, relacionando tanto as questões relativas aos próprios artefatos técnicos e do espaço físico em sua materialidade, quanto àquelas que emergem a partir do seu intrínseco caráter medial, e que transformam a cidade em espaço de fluxo comunicacional por meio da imbricação de redes simbólicas e a materialidade do mundo. Ou seja,

[...] é necessário repensar o significado atribuído às nossas relações com o ambiente o habitar, em geral, a partir do conjunto de interações tecnológico-midiáticas que foram instauradas gradativamente entre nós e o mundo, dirigindo-se, assim, a perspectivas obviamente não mais antropomórficas ou instrumentais, mas eco-midiáticas (DI FELICE, 2009, p. 64-65).

Isso posto, objetivamos nesse trabalho, através de uma análise das dinâmicas de jogo presentes na rede social geolocalizada Foursquare, situar o mesmo a partir da imbricação existente na sociedade contemporânea de hiperconexão, tanto entre dispositivos quanto entre sujeitos e a própria materialidade do espaço físico, e descrevê-lo segundo a perspectiva fenomenológica.

Entretanto, antes do início da exposição do referencial teórico que norteia a construção desta, cremos que se faz necessário pontuar que temos consciência das aceleradas transformações tecnosociais atravessadas pela sociedade contemporânea, principalmente no tocante à impermanência de formas e fenômenos sociais, os quais parecem florescer incessantemente em seu seio, originando novas práticas, apropriações e possibilidades de construção da realidade. Nesse sentido, entendemos esse trabalho como a busca pela captura, ainda que parcial, de um fragmento do *modus vivendi* contemporâneo, o qual é imprevisível e essencialmente mutável, e entendido, como defende Maffesoli (2001), como um devir.

Tendo isso em vista, no capítulo 2 trataremos das diferentes abordagens em relação ao fenômeno do jogo, considerando-o como elemento essencialmente socializante e de formação cultural humana. Defenderemos que, como afirma McLuhan (2007), as modalidades de jogo exercem uma dupla função na sociedade nas quais eles florescem: ao mesmo tempo em que permitem a própria existência das mesmas, também se apresentam como reflexos dos valores, hábitos e do modo como essa se organiza. Nesse sentido, faremos também uma breve incursão histórica sobre o desenvolvimento dos jogos eletrônicos e digitais, tanto domésticos, quanto móveis, traçando um paralelo entre a popularização dos mesmos e os desenvolvimentos da informática e das redes de telefonia móveis. Finalizaremos o capítulo expondo a formação do campo dos *game studies*, multidisciplinar e ainda recente em comparação à outras áreas do conhecimento humano, mas que, apesar disso, se mostra promissor àqueles que se dedicam ao seu estudo na contemporaneidade e à diversidade de facetas que o fenômeno pode assumir.

Já no terceiro capítulo, estudaremos a emergência das redes mundiais de computadores conectados entre si, entendendo-as como originárias do que hoje conhecemos como a cibercultura – ou seja, as relações existentes entre a presença indissociável de aparatos tecnológicos na vida humana e a sua absorção e apropriação pela sociedade. Entendemos que, a partir disso, originam-se novas práticas, tanto individuais quando coletivas, e que alteram desde a forma como pensamos nós mesmos enquanto seres que agem conforme princípios vigentes em determinado momento histórico, até como interagimos com o outro e nos inserimos no mundo.

Assim, traremos à tona as considerações de Lemos (2004) sobre as imbricações existentes a partir da transformação da urbe contemporânea em cibercidades; ou seja, territórios nos quais a materialidade que lhes é característica comporta também outras camadas de sentido, sobretudo informacionais e simbólicas – que, quando sobrepostas e concretizadas em dispositivos portáteis, permitem a existência das mídias locativas, e parecem promover alterações na própria experiência humana em relação às mesmas. Finalizaremos o capítulo 3 recuperando o conceito de redes sociais móveis enquanto produtos resultantes de interações tecnomidiáticas e sociais e que parecem, a partir de tais imbricações,

cristalizar os registros cotidianos dos sujeitos inseridos nesse contexto com a criação dos georastros (OLIVEIRA, 2012) – fragmentos físicos e informacionais que transformam os deslocamentos espaciais em elementos hipermidiáticos e escrituras múltiplas construídas coletivamente.

Já no capítulo 4 recuperaremos a ideia da sociedade e da interação para Georg Simmel (1983) sociólogo fenomenológico, haja vista que consideramos o jogo como um instrumento essencialmente socializante e simbólico – mesmo quando desenvolvido de maneira aparentemente solitária. Levantaremos também, com base no autor, a noção do conflito e da competição como formas sociais, as quais encontram no jogo um catalisador para a sua existência e validação enquanto prática socialmente aceitável. Entendendo o jogo de forças existente nas interações entre os indivíduos como intrínseco à própria sociabilidade, utilizaremos também como aporte teórico as considerações da escola Interacionista, principalmente a partir de Blumer (1980) e Littlejohn (1988), entendendo a comunicação como essencial e o cimento social, que permeia e dá coesão aos processos dessa ordem.

Ainda no capítulo 4, mais uma vez nos voltamos às questões de mobilidade contemporâneas, tanto informacionais quanto de sujeitos, entendendo tais fenômenos sob a perspectiva de Michel Maffesoli (2001) da produção de novos nomadismos a partir do ressurgimento contemporâneo do pensamento arcaico nômade, enquanto aspecto fundador de sentido e de circulação de bens simbólicos – e de produção do que o autor entende de *territórios flutuantes*, ou seja, a própria noção do mundo, dos sujeitos e do lugar das relações sociais hoje como permanente devir, assumindo aspectos lúdicos sobre os espaços a partir da apropriação dos mesmos pelos sujeitos, como também afirma Certeau (1998).

Tendo os três capítulos de embasamento teórico que fundamentam e confirmam o paradigma aqui exposto, procederemos no capítulo 5 à metodologia utilizada para a observação e construção teórica em relação ao objeto – a rede social móvel Foursquare e, especificamente, as mecânicas de *gameplay* presentes na mesma. Aqui serão especificados a decisão pelo viés fenomenológico que norteia esse trabalho, bem como a escolha da netnografia, ou etnografia virtual, como a abordagem que nos pareceu mais adequada para a ida a campo e mapeamento do

objeto, diretamente relacionada aos objetivos que pretendemos alcançar. Além disso, explicitaremos também nossos critérios em relação às apropriações dos *game studies* e da identificação de aspectos característicos de mecânicas de jogo na rede Foursquare.

Já o capítulo 6 é dedicado a uma minuciosa descrição do sistema Foursquare, suas funções e dinâmicas sociais, como as diferentes versões (*web* e *móvel*), as suas possibilidades de utilização por empresas e anunciantes, através das plataformas de negócio. Em seguida, buscamos descrever o funcionamento da rede a partir da inserção do usuário por meio do *check-in* – a ação principal de participação na mesma e mecanismo de obtenção de medalhas, pontos e prefeituras. Assim, tais processos são expostos, considerando, como defenderemos, que eles consistem na base dos aspectos de jogo que o Foursquare possui. O aspecto de sociabilidade permeia todas as considerações, uma vez que, embora a rede possa ser utilizada de forma isolada, o enfoque que pretendemos nesse trabalho é a apropriação do sistema pelos seus usuários e sua transformação em jogo, a partir do engajamento dos mesmos em processos de competição e acúmulo dos bens simbólicos, considerados aqui como *achievements*.

De tal maneira, o capítulo 7 consiste no estudo do jogo no Foursquare, partindo das noções sobre mecânicas características de *gameplay* para o estudo de sua face lúdica. Primeiramente, buscamos identificar o sistema como um jogo estruturado segundo regras específicas, a partir do conceito de *ludus* e *paidia* proposto por Caillois (1990), bem como seu caráter agonístico ou competitivo, utilizando mais uma vez a classificação dos tipos de jogos proposto pelo teórico. Em seguida, introduzimos o conceito de ludema, proposto por Pinheiro e Branco (2011; 2012), e apresentamos os tipos possíveis de acordo com os autores para, após, aplicá-los ao Foursquare. Finalizamos o capítulo apresentando exemplos de jogos que, utilizando a base de dados do sistema em relação ao espaço urbano, confirmam a existência do aspecto lúdico na rede, ao radicalizar o conceito e propor a transformação das cidades em tabuleiros de jogo.

A partir disso, buscamos, no capítulo 8, identificar a sua apropriação pelos usuários, haja vista que o caráter de jogo do objeto não constitui seu princípio

fundamental, mas sim, como uma possibilidade; a qual só se realiza a partir da iniciativa daqueles que passam a praticá-lo como tal, se engajando em processos de conflito e competição, os quais são característicos da interação humana, bem como, em particular, dos jogos. Para isso, foram selecionados 10 perfis de usuários assíduos da rede conforme critérios expostos no capítulo 5, os quais foram acompanhados por um período determinado, com o propósito de oferecer uma análise complementar das mecânicas de jogo no Foursquare. Através da observação e da coleta final de dados quantitativos, a análise qualitativa é apresentada, focada nas observações por nós realizadas e documentadas, sobre as movimentações e possíveis estratégias utilizadas pelos mesmos em processos de competição na obtenção, acúmulo e manutenção de bens simbólicos próprios do sistema. Por fim, as considerações finais serão apresentadas no capítulo 9.

## 2. SENTIDO DO JOGO HUMANO E SUA FUNÇÃO NA CULTURA

O fenômeno do jogo entre os homens sempre exerceu fascínio nas mais diversas culturas e épocas, sendo possível reconhecer traços de sua existência muito antes da nossa constituição e definição como humanos. Podendo tal evento ser percebido de variadas maneiras, desde instrumento de recreação e diversão, até fundamentando a existência do sagrado, sua ocorrência constitui, indiscutivelmente, um fenômeno intrínseco a nós e basal ao nosso desenvolvimento como espécie. Ele se faz presente desde a criação e utilização da linguagem humana, como defende Wittgenstein (1989), e bem como nos mais variados âmbitos da vida em sociedade: nos atos e rituais religiosos, no direito, na política, nas relações interpessoais, em manifestações esportivas, nas artes e espetáculos, entre outros. Isso significa reconhecer a ubiquidade deste fenômeno, que alguns autores, inclusive, consideram como elo entre as práticas sociais e a construção e o compartilhamento de formas simbólicas, ou seja, como um elemento mediador nas relações que os sujeitos estabelecem entre si, consigo mesmos e com o mundo (HUIZINGA, 2008; CAILLOIS, 1990; GADAMER, 1997; BUYTENDIJK, 1977).

Com efeito, sob a perspectiva de que o jogo está profundamente amalgamado à vida humana de tal maneira que ele se torna irreconhecível em muitas de suas facetas, neste capítulo procuraremos expor as principais ideias de alguns pensadores que se debruçaram sobre o objeto, entendendo, assim, as bases do recém-formado campo de estudo que hoje é chamado de *game studies*. Dada a sua evidente complexidade, o estudo dos jogos sob a perspectiva contemporânea se constitui como um campo multidisciplinar, podendo ser estudado à luz de diversas concepções e abordagens, confirmando a inexistência de um campo teórico específico e bem delimitado. Assim, observaremos como a emergência das redes mundiais de comunicação, concretizadas a partir da ubiquidade tecnológica em todas as esferas da vida humana, potencializaram o fenômeno que hoje é chamado de *pervasive games*, que aqui chamaremos de jogos pervasivos<sup>1</sup> - ou ainda como

---

<sup>1</sup> Lemos (2010) opta por não utilizar o termo *pervasivo*, haja vista que este não consta em dicionários de Língua Portuguesa. Contudo, devido à grande ocorrência da palavra em publicações da área (tanto nacionais quanto internacionais) e à sua relevância teórica, decidimos utilizá-la, na presente Dissertação; *pervasivo* é derivado da Língua Inglesa e significa espalhado, difuso, que penetra em toda parte ou tende a, por meio de diversos canais, tecnologias, sistemas e dispositivos. Aqui estará

Lemos (2010) prefere, jogos móveis locativos – e como isso se dá na contemporaneidade a partir da ampliação do círculo mágico do jogo (HUIZINGA, 2008) e da diluição de suas fronteiras, até então bem delimitadas - o que parece, hoje, perpassar e influenciar diretamente na experiência do sujeito em relação ao mundo em sua totalidade.

## 2.1. O CONCEITO DE JOGO COMO FENÔMENO CULTURAL

Johan Huizinga, Reitor da Universidade de Leiden, em sua quase secular obra *Homo Ludens*, publicada originalmente em 1933, lançou as bases para um estudo dos jogos sob um ponto de vista filosófico que considera a sua ocorrência como elemento fundamental à formação das sociedades humanas e, conseqüentemente, à comunicação e transmissão de formas simbólicas por meio desta. Sob a perspectiva do autor, as manifestações lúdicas, antes mesmo de sua utilização e organização formal pelo homem, podem ser observadas em uma variedade de seres vivos. Para constatar tal afirmação, segundo o autor, basta observar a ocorrência do jogo entre animais, como cachorros, gatos, macacos e mamíferos aquáticos. É facilmente perceptível que eles desenvolvem, desde a infância, uma relação lúdica com o mundo e com os outros de sua espécie, que se perpetua por toda a sua existência. O autor defende em sua tese que o lúdico não é invenção humana, nem que o homem “[...] acrescentou característica essencial alguma à ideia geral de jogo”. Ou seja, ele existe *a priori* de sua definição humana, uma vez que sua ocorrência não está condicionada a nenhum grau de organização social ou normativa, nem a nenhum estado de coisas humano.

Embora o autor defenda em sua obra que o fenômeno do jogo não é uma exclusividade humana, sua ocorrência se distingue em nós pela capacidade de nos apropriarmos dele, e, assim, desenvolver novas modalidades e atribuir significado ao mundo a partir das interações que estabelecemos, com vistas à criação deliberada de sentido. cremos, portanto, que aqui cabe estabelecer uma breve diferenciação

---

relacionado, especificamente, a uma característica fundamental dos jogos móveis locativos, objeto de estudo desse trabalho. Ver também  
<[http://aulete.uol.com.br/site.php?mdl=aulete\\_coletivo&op=loadVerbete&palavra=pervasivo](http://aulete.uol.com.br/site.php?mdl=aulete_coletivo&op=loadVerbete&palavra=pervasivo)>.

entre os jogos ocorridos entre animais e os homens. Nada sabemos em relação ao sentido dos animais quando desenvolvem atividades lúdicas; podemos supor que, para eles, o jogo represente um mecanismo de aperfeiçoamento de suas capacidades motoras ou, por exemplo, de caça. No tocante à sua capacidade de perceber tal evento como um meio de treinamento de habilidades necessárias à sua sobrevivência, poderíamos afirmar que não há um caráter simbólico ali. De forma bem pontual, Heidegger (2011, p. 228) em sua obra “Os conceitos fundamentais da metafísica”, diferencia, em relação à capacidade de percepção do mundo e de significação das coisas, que a pedra não tem mundo, o animal é podre de mundo e o homem é formador de mundo<sup>2</sup>. Isso significa afirmar que os animais não possuem propriedades cognitivas que lhes permitam criação simbólica de forma deliberada; tal possibilidade é restrita ao homem. O animal encontra-se capturado (*benommenheit*) em seu habitat; ao contrário do ser humano, que, como defende o filósofo, é criador de mundo a partir de suas percepções e ações sobre ele.

Buytendijk (1977) entende o jogo como um elemento mediador entre o homem e o mundo, por meio do qual se joga através de imagens<sup>3</sup> e da linguagem, o que acaba por fornecer novas experiências ao sujeito de percepção das coisas. Para o autor, o jogo sempre é um *comportamento*, ou seja, uma forma de inserção no mundo. Ele afirma ainda que é possível encontrar pessoas em situações e atitudes tais que poderiam ser designadas pela palavra “jogar”, mesmo que não tenha o caráter de jogo explícito ou não se possa configurar a situação em questão como essencialmente um jogo (idem, p. 63). Assim, o caráter simbólico que o jogo possui em nós é um dos elementos que permitem diferenciar-nos dos animais e estabelecer uma relação *humana* com o mundo, propriamente dita. Mesmo que a sua existência

---

<sup>2</sup> Mundo, para Heidegger, é a totalidade de referências que, desde sempre, compõe a existência do ser-aí (*Dasein*), ou seja, uma estrutura prévia de sentido que permite a nós nos situarmos e nos reconhecermos como homens. Assim, o mundo tem um caráter intrinsecamente ontológico, ligado à possibilidade para qualquer relação de ser que o ser-aí desenvolva no tempo – ou seja, o ser enquanto possibilidade temporal, clareira que ao mesmo tempo o desvela e o encobre. Seria, de tal maneira, o mundo, a totalidade das referências ontológicas e composto por uma divisão triplíce, que ele entende como sendo os entes disponíveis, os existentes, e o ser-aí (no caso, nós). Logo, é tudo aquilo que o *Dasein* constrói e se apropria, ou seja, a dimensão fundamental onde as coisas simplesmente existentes são mundanizadas, passando ao conhecimento do homem e se transformando em disponibilidade, através da vivência desse mesmo mundo e sua transformação em *Umwelt* (mundo circundante).

<sup>3</sup> Vale ressaltar que para Buytendijk “imagem” é o modo como as coisas se apresentam e os acontecimentos se dão no âmbito dos sentidos (1977, p. 68).

seja diferente da nossa, somos obrigados, tanto no mundo biológico quanto na observação científica, a interpretar os movimentos dos animais como modos de comportamento e, de vez em quando, como jogo autêntico ou, pelo menos, como comportamento lúdico (ibid., p. 63). Sob tal perspectiva, podemos considerar o jogo como uma experiência emancipatória humana, uma vez que ele se presta como transformador das relações que o jogador estabelece consigo mesmo e com os outros (idem, p. 79).

Huizinga (2008) acrescenta ainda que, embora o jogo, pelo viés trabalhado por ele, tenha sido *sine qua non* à organização dos homens na forma de sociedades, e ao acúmulo cultural advindo de tal arranjo, este não se encontra ligado diretamente à noção de civilização como hoje conhecemos. De tal maneira, ele se dá como fenômeno na dimensão do espírito, e Huizinga nos adverte que “[...] reconhecer o jogo é, forçosamente, reconhecer o espírito, pois o jogo, seja qual for sua essência, não é material” (2008, p. 6). Espírito, aqui, parece significar a imaterialidade inerente à própria concepção do fenômeno para o autor, dimensão esta que é anterior à existência humana, mas que em nós se dá a partir de uma tríade ontológica por ele proposta, a saber: *homo sapiens*, *faber* e *ludens*.

Para o filósofo, a pré-existência dessa relação com o jogo foi uma condição fundamental para a formação e evolução das sociedades humanas através dos séculos, e adiciona o termo *Homo ludens* para designar esta propriedade, a qual considera fundamental e que permeia os modos como os homens raciocinam e pensam a realidade (*Homo sapiens*) e também criam, manipulam e interagem com objetos e com a natureza (*Homo faber*). O autor inclusive considera a construção e a utilização da linguagem, primeira tecnologia humana desenvolvida para se comunicar com os seus semelhantes, como um tipo de jogo, que dá sentido e constrói a relação entre os sujeitos e destes com o mundo. O autor realiza uma extensa e detalhada pesquisa etimológica sobre tanto o conceito quanto a própria palavra “jogo” em diversas línguas e culturas as mais diversas, buscando assim chegar ao âmago da questão: que, mesmo antes da própria definição do fenômeno por nós, ele já existia *per se*. Logo, Huizinga conclui que “não seria lícito esperar que cada uma das diferentes línguas encontrasse a mesma ideia e a mesma palavra ao tentar dar expressão à noção de jogo [...]”, pois “há diversos indícios que mostram

que a abstração de um conceito geral de jogo foi, em algumas culturas, tão tardia e secundária como foi primária e fundamental a *função* do jogo” (idem, p. 33-34, grifos do autor). Assim, ele define o jogo como

[...] uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e uma consciência de ser diferente da “vida cotidiana” (ibid., p. 34).

Parece-nos de fundamental importância destacar alguns aspectos levantados pelo autor em sua definição de jogo para que, futuramente, possamos analisar o objeto deste trabalho em sua profundidade. Huizinga defende de forma enfática que a questão da voluntariedade na participação no jogo é primordial para classificarmos se algo é jogo ou não. Seria, de tal maneira, que, quando imposto e retirada a liberdade de escolha da participação, “[...] deixa de ser jogo, podendo no máximo ser uma imitação forçada” (2008, p. 34). Qual seria, então, a motivação do jogador para o autor? Ele nos fornece alguns indícios a respeito disso, quando afirma existir uma busca de prazer na realização de tais atividades, o que, inclusive, fundamenta a sua ocorrência na vida adulta dos homens. Para ele, o jogo “só se torna uma necessidade urgente na medida em que o prazer por ele provocado o transforma numa necessidade” (2008, p.10-11).

Assim, percebemos que a questão do jogo funcionar como uma válvula de escape às pressões da vida cotidiana – permitindo, muitas vezes, a liberação de impulsos normalmente coibidos na vida em sociedade – parece-nos bastante clara a sua função como um regulador de práticas sociais, e também, correto afirmar que a sensação de prazer causada por esta atividade guia-se pelo princípio que Huizinga chama o “divertimento do jogo”, relacionando diretamente a questão do lúdico a uma “[...] fonte de alegria e divertimento” (CAILLOIS, 1990, p. 26). Ou seja, uma “[...] atividade voluntária, que tem uma finalidade autônoma e se realiza tendo em vista uma satisfação que consiste na sua própria realização” (HUIZINGA, 2008, p.12).

Os limites de tempo e espaço dos quais fala o autor nos conduzem a uma segunda característica fundamental dos jogos: é o fato de que, voluntariamente, ao se engajar em tais processos, os envolvidos adentram um universo simbólico

construído através da negociação entre eles, com regras claras e obrigatórias, cujos limites permitem situá-lo como diferente da vida cotidiana. Assim, Huizinga defende que “[...] o jogo não é vida ‘corrente’ nem vida ‘real’. Pelo contrário, trata-se de uma evasão da vida ‘real’ para uma esfera temporária de atividade com orientação própria” (idem, p. 11).

Parece-nos pertinente entender que, embora o faz-de-conta do jogo seja absolutamente consentido e consciente, e represente um escape à realidade, a consciência em relação a isso não impede que os jogadores possam se encontrar imersos em um ambiente lúdico absolutamente imaginário, como é o caso, por exemplo, dos atuais jogos de RPG<sup>4</sup>, nos quais os jogadores interpretam papéis em enredos fantásticos, repletos de figuras míticas como magos, dragões, entre outros – inclusive, muitas vezes, chegando ao ponto de se caracterizarem como os personagens, com indumentárias, expressões faciais, gestuais e linguísticas. Caillois (1990) aqui parece contribuir com uma importante relativização desse conceito, uma vez que argumenta que podem existir alguns jogos que não tenham regras explícitas ou negociáveis; entretanto, para ele, eles constituem um simulacro, uma imitação da vida, um “*como se*” (grifos do autor). Ou seja, “[...] apesar do carácter paradoxal da afirmação, eu diria que, aqui, a ficção, o sentimento do *como se* substitui a regra e desempenha exactamente a mesma função” (idem, p. 28, grifos nossos).

Isso posto, é indiscutível que o jogo, quando perde seu carácter voluntário, transforma-se em qualquer coisa, menos jogo: perde sua autenticidade, aquilo que, para Huizinga (2008), caracteriza o fenômeno; o jogador se entrega espontaneamente a ele, e pode interromper sua ocorrência quando desejar. Caillois (1990, p. 26), corrobora esta tese, quando afirma que

---

<sup>4</sup> *Role Playing Game* (RPG), ou jogo de representação de papéis, é uma modalidade de jogo no qual os jogadores assumem, temporariamente, as características de personagens fictícios, criando narrativas colaborativamente enquanto o jogo se desenrola. Via de regra, parte-se de um enredo inicial e com regras pré definidas, sendo permitido aos jogadores, dentro dos limites estabelecidos, improvisar de forma livre. Como não tem um desfecho prévio, os jogadores são os que determinam a direção que o jogo irá tomar. Existem diversas modalidades de RPG, podendo ser desde presenciais, até em redes informacionais, em comunidades virtuais dedicadas a esse tipo de jogo.

[...] só existe jogo quando os jogadores querem jogar e jogam, mesmo que seja o jogo mais absorvente ou o mais extenuante, na clara intenção de se divertirem ou de afugentar as preocupações, ou seja, de se afastarem da vida de todos os dias. Acima de tudo, e sobretudo, urge que tenham a possibilidade de se irem embora quando lhes aprouver, dizendo: 'não jogo mais'.

Aqui, podemos então trazer à discussão um conceito-chave para o entendimento da proposição de Huizinga, e que será utilizada no decorrer dessa dissertação, que é a ideia de que o jogo, justamente por ser uma atividade que se distingue da vida cotidiana dos indivíduos e ter regras e leis específicas a ele – as quais, muitas vezes, podem ser opostas às que eles se submetem em sua vida diária – cria um espaço próprio, simbólico e que funcionaria como uma esfera temporária onde os participantes de um determinado jogo se inserem, a fim de desenvolverem ali suas atividades, isolando-se momentaneamente do contexto espaço temporal ao qual pertencem. Ou seja, muito embora os jogos representem uma forma de evasão do cotidiano, “[...] não é vida ‘corrente’ nem vida ‘real’” (HUIZINGA, 2008, p. 12), eles representam atividades com regras e orientações específicas, e a esse universo capaz de absorver totalmente o jogador para um campo simbólico circunscrito, virtual e reservado da vida cotidiana, ele chama de círculo mágico do jogo (idem, p. 13). Ainda sobre esse aspecto, podemos também nos apoiar nas considerações de Buytendijk (1977, p.68), que entende a esfera do jogo como essencialmente de fantasia e que carrega consigo possibilidades frequentemente impraticáveis fora dela.

Enquanto fenômeno social (aqui entendido como elemento propulsor de socialização e transmissão de formas simbólicas entre os sujeitos), ele se forma a partir do conjunto de contratos firmados entre os participantes de um determinado grupo, através de processos de negociação, cooperação e conflito, onde são estabelecidas regras, o que é lícito ou não dentro do universo de um jogo qualquer. A esse respeito, Montola *et al* (2009, p.10) corroboram a ideia do círculo mágico do jogo como um espaço contratual, cujas fronteiras separam-no da vida regular dos indivíduos, uma vez que

O círculo mágico metafórico (...) são os limites contratuais e ritualísticos, os quais são, normalmente, baseados em argumentos implícitos de algum modo. A realidade do jogo é diferente [da vida corrente] somente se os participantes do jogo e a sociedade fora desse reconhecem o ambiente lúdico como à parte das regras do dia-a-dia<sup>5</sup> [tradução nossa].

Huizinga ilustra sua tese citando os inúmeros jogos infantis, nos quais crianças interpretam personagens, como princesas, bruxas ou animais. Nestes casos, percebe-se claramente a ação desse espaço simbólico do qual fala o autor: quando imersos nele, são transportados de tal modo para dentro deste universo que, muitas vezes, falam, agem e se movimentam em uma atuação que pode quase levá-los a acreditar que realmente são os próprios personagens, sem, entretanto, perder de forma total o sentido da realidade que os prende ao aqui e agora. Da mesma forma, o autor cita as cerimônias sagradas e ritos tribais em povos primitivos, os quais acabam por englobar, em um momento específico e em torno de uma espécie de jogo coletivo, uma consumação alegórica desse universo simbólico; uma vez que, para Huizinga, “a representação sagrada é muito mais que a simples realização de uma aparência, é até mais do que uma realização simbólica: é uma realização mística” (2008, p.17).

Com efeito, podemos também trazer à baila as considerações de Gadamer (1997), que, em capítulo de sua notável obra “*Verdade e Método*”, expõe a relação humana com o jogo como um princípio fundamental da existência da obra de arte, mas que, na sua condição de fenômeno cultural, demanda a realização de um estudo do jogo, considerando-o uma condição *sine qua non* para a experiência humana com o mundo, e, particularmente, com o universo simbólico do qual falamos; um espaço de representação e de entrega do jogador, uma realidade interna, que coexiste com a externa. Ele parte da definição da palavra alemã *spiel*, que pode ser usada tanto para designar o próprio jogo, quanto para o ato de jogar. No decorrer da revisão bibliográfica desse trabalho, encontramos obras em língua inglesa que traduzem o termo alemão tanto como *play* e *game*.

---

<sup>5</sup> The metaphoric magic circle [...] is a ritualistic and contractual boundary, which is most often based on a somewhat implicit argument. The reality of a game is different only if both the participants of play and the society outside recognize the playground as something belonging outside of ordinary rules.

Huizinga (2008, p. 43), ao propor uma etimologia da palavra “jogo”, estuda essa ocorrência na língua germânica, acreditando que, a partir da duplicação do termo na tradução anglo-saxã, o verbo torna-se também substantivo, ou seja, em Inglês, diz-se *play a game*<sup>6</sup>, para designar a ação de jogar. Essa dicotomia entre a ação e o substantivo nos parece interessante, uma vez que indica duas esferas distintas. Nesse sentido, Huizinga indaga se “não quererá isto dizer que o ato de jogar possui uma natureza tão peculiar e independente que se exclui das categorias usuais da ação?” (idem, p. 43). Acreditamos que isso se deve ao duplo sentido de *spiel*, conforme originalmente Gadamer utilizou; entretanto, um aspecto fundamental é que tal vocábulo em alemão designa não somente a palavra jogo, mas também indica todo tipo de movimento, como o das marés e do vento, das luzes, entre outros. Este segundo sentido é de primordial importância para Gadamer, pois, como veremos a seguir, as suas reflexões sobre o jogo partem justamente desse pressuposto, do jogo como movimento, uma presença imaterial.

Em sua argumentação, Gadamer (1997) corrobora a ideia do jogo como um mediador da relação humana com o mundo e com os outros, especialmente no tocante à obra de arte; para ele, o jogo é o fio condutor ontológico da explicação dos fenômenos humanos. Contudo, no que nos interessa em suas reflexões, ele parece confirmar algumas ideias já expostas. Ele também entende o espaço lúdico onde o jogo se desenvolve como separado da vida cotidiana dos indivíduos, e que tal experiência se torna transformadora e propicia o surgimento de novas relações simbólicas, uma vez que jogar significa, ao mesmo tempo, jogar com *algo* e um jogar *consigo*, ou seja, um colocar-se em jogo dentro do próprio jogo.

Esse movimento constitui, segundo a visão gadameriana, o conceito-chave da fundamentação de sua hermenêutica e da experiência humana enquanto agente criador de mundo, compreendendo, assim, elementos essenciais a tais processos, como a linguagem, a comunicação, a construção de sentido e de cultura no mundo. De tal maneira, ele refuta a noção comum de que uma característica do jogo é a ausência de seriedade; ora, se o jogo é um dos responsáveis pela construção cultural humana, parece-nos ser impossível que ele seja uma atividade ausente de

---

<sup>6</sup> Jogar um jogo. Tradução nossa.

comprometimento e participação, pressupondo esse estar-junto, e, como dissemos, um jogar e ser-jogado. Esse movimento não tem, assim, um objetivo claro: a vitória ou a derrota, quanto existem, não é o que profundamente determina o jogo, pois elas são condições possíveis conhecidas desde o início do mesmo.

Também apoiado nas considerações de Huizinga e Buytendijk, Gadamer considera o jogo sempre como representação, independente do quanto o jogador está ciente disso. Ele radicaliza a ideia de Huizinga de que o jogo é um fenômeno anterior ao homem, e expõe que, na verdade, ele é autônomo, trazendo assim o próprio jogo para o primeiro plano da discussão, ao afirmar que, na verdade, quando praticado, o jogo não é comandado pelos jogadores, bem ao contrário; para Gadamer (1997), o jogo é quem domina o jogador – esta é, inclusive, a causa do fascínio que tais atividades exercem sobre os que dela participam.

O autor afirma, assim, que na relação jogo – jogador há uma dialética que fundamenta a própria existência do fenômeno: enquanto o jogo se assenhora do jogador, este tem a ilusão de que é ele quem controla o jogo, e a partir daí, temos um movimento que, para o filósofo, é tão indispensável que, “[...] em último sentido, faz que de forma alguma haja um jogar-para-si-somente” (idem, p. 180). Uma das razões que o filósofo expõe para fundamentar suas afirmações é que, quando adentram no universo do jogo, os participantes aceitam se submeter às regras que regem a atividade, e é esse entregar-se que constitui propriamente o encanto exercido sobre os jogadores. Ou seja,

o atrativo do jogo, a fascinação que exerce, reside justamente no fato de que o jogo se assenhora do jogador. Mesmo quando se trata de jogos em que se procura preencher tarefas de auto-aposta, é o risco de saber se “vai”, se “dá certo” e se “voltará a dar certo” que exerce o atrativo do jogo. Quem tenta dessa maneira é, na verdade, o tentado. O verdadeiro sujeito do jogo (é o que tornam evidente justamente essas experiências em que há apenas um único jogador) não é o jogador, mas o próprio jogo. É o jogo que mantém o jogador a caminho, que o enreda no jogo, e o que o mantém em jogo (GADAMER, 1997, p. 181).

A despeito de uma tendência comum de se considerar o jogo como mera distração, quase uma antítese da seriedade – e, em sentido bem específico, em contraposição ao trabalho e demais atividades socialmente consideradas sérias e produtivas – talvez tenha origem no fato do jogo, como dissemos, criar uma esfera

própria, cujas leis muitas vezes não coincidem com aquelas às quais os indivíduos se submetem no seu dia-a-dia. Sob a perspectiva de Gadamer, o jogo é uma atividade cujo sentido de seriedade é essencial para a sua ocorrência, e, embora seja facilmente perceptível, por exemplo, em jogos esportivos institucionalizados e em diversos âmbitos da vida em sociedade, há outros momentos nos quais o jogo está tão amalgamado à própria vida humana que se torna uma tarefa árdua reconhecer a sua existência e, mais ainda, a sua seriedade. Gadamer sustenta que o ato de jogar possui uma referência essencial para com esta, pois, justamente nesses casos em que o jogo e a sua seriedade não podem ser confirmadas de imediato, é que os seus efeitos se encontram mais profundamente enraizados, pois “não é a relação que, a partir do jogo, de dentro para fora, aponta para a seriedade, mas é apenas a seriedade que há no jogo que permite que o jogo seja inteiramente um jogo” (1997, p. 175).

Parece-nos que a isso equivale dizer que o jogo prescinde que aqueles que o praticam atribuam a ele alguma carga de seriedade, em maior ou em menor grau; ora, para Gadamer, o jogo, como dissemos, existe *a priori* dos jogadores, embora se realize *por meio* desses. Ao afirmar que os sujeitos do jogo não são os jogadores, e sim o jogo mesmo, ele não permite que quem joga se comporte como se estivesse diante de um objeto ou de uma outra situação qualquer, mas, sim, como um fenômeno que, por si só, se constitui como mediador das estabelecidas entre os jogadores. Esse movimento do jogo possibilita a abertura do mundo ao homem através do comportamento lúdico, e Gadamer considera, no caso específico de sua argumentação, a obra de arte como elemento legítimo dessa transformação de revelação da verdade sobre a existência.

Em relação a isso, Huizinga também parece ir ao encontro das ideias gadamerianas sobre tal aspecto. Assim, ele confirma que, a despeito de se considerar tais atividades como uma ausência de seriedade, a ideia de jogo de forma alguma exclui ou se define como tal, afirmando, inclusive, que “o conceito de jogo [...] é de ordem mais elevada do que o de seriedade. Porque a seriedade procura excluir o jogo, ao passo que o jogo pode muito bem incluir a seriedade” (idem, p. 51).

Isso posto, podemos considerar as mais variadas manifestações lúdicas, como jogos infantis e adultos, ou mesmo aqueles nos quais os jogadores interpretam personagens, como expressões que constituem ampliações do homem e das sociedades nas quais o jogo se desenrola, sendo possível reconhecer, nesse sentido, uma forte influência da época histórica, seus valores e costumes. Podemos citar como exemplo as Olimpíadas, manifestação cultural originada aproximadamente no século VII a.C., na Grécia Antiga, que tinha por objetivo homenagear Zeus e os deuses do Olimpo através de disputas esportivas. McLuhan (2007, p.264), em “Os meios de comunicação como extensões do homem”, afirma, ao estudar estas manifestações, que

os jogos são artes populares, reações coletivas e sociais às principais tendências e ações de qualquer cultura. Como as instituições, os jogos são extensões do homem social e do corpo político, como as tecnologias são extensões do organismo animal. [...] Os jogos são modelos fiéis de uma cultura. Incorporam tanto a ação como a reação de populações inteiras numa única imagem dinâmica.

Nas sociedades tribais, o jogo possuía, além da função recreativa e de integração da tribo, o objetivo de simular situações de caça, de enfrentamento com animais, de guerra entre tribos rivais, entre outros, objetivando, com isso, aperfeiçoar e transmitir simbolicamente técnicas de combate, defesa e ataque – as quais eram de extrema importância para a segurança e manutenção daquele tipo de sociedade. Era um meio de treinamento de destrezas tanto físicas quanto cognitivas. Huizinga nos lembra de que, mesmo em momentos em que os caçadores ou guerreiros destas coletividades tribais utilizavam as técnicas aprendidas durante as atividades lúdicas, o caráter do jogo persistia, uma vez que “mesmo as atividades que visam à satisfação imediata das necessidades vitais, como por exemplo, a caça, tendem a assumir nas sociedades primitivas uma forma lúdica” (2008, p. 54).

Assim como nesses ritos tribais, os confrontos sangrentos (e, não raro, mortais) nas arenas entre guerreiros na Antiguidade, os jogos de carta e de tabuleiro praticados nas cortes da Idade Média: todas estas manifestações culturais nos fornecem indicativos de como aquelas sociedades se organizavam, configurando-se como um reflexo, através do lúdico, do modo de vida das mesmas, e fornecendo

importantes indícios para a compreensão daquele período e de sua construção cultural coletiva.

Como instrumento do qual o homem lança mão deliberadamente com vistas à construção e compartilhamento de formas sociais simbólicas, Huizinga reconhece a existência do jogo em diversas esferas da vida humana, organizada na forma de sociedade, sendo que, para ele, o jogo foi fundamental a tal normatização. Defende o estudioso que diversas manifestações culturais - modalidades esportivas, o folclore, a dança, a música, o teatro e os ritos religiosos, as leis e todos os demais âmbitos da vida social – tiveram, senão em sua origem direta, o jogo como elemento de aperfeiçoamento dos mesmos no decorrer dos séculos, ou seja, eles possuem como marca intrínseca a relação com o lúdico, em menor ou maior grau. Isso significa reconhecer que, de acordo com a concepção do autor, as manifestações culturais surgiram sob a forma de jogo, sendo, desde sempre, *jogadas*. Logo, a argumentação do autor busca derivar do espírito do jogo a maioria das instituições às quais, invariavelmente, regulam a vida em sociedade (CAILLOIS, 1990, p. 13). Podemos citar aqui uma passagem de sua argumentação que resume bem a visão sobre esta função do jogo por ele defendida:

o espírito de competição lúdica, enquanto impulso social, é mais antigo que a cultura, e a própria vida está toda penetrada por ele, como um verdadeiro fermento. O ritual teve origem no jogo sagrado, a poesia nasceu do jogo e dele se nutriu, a música e a dança eram puro jogo. O saber e a filosofia encontraram expressão em palavras e formas derivadas das competições religiosas. As regras da guerra e as convenções da vida aristocrática eram baseadas em modelos lúdicos. Daí se conclui necessariamente que em todas as suas fases primitivas a cultura é um jogo. Não quer isto dizer que ela nasça *do* jogo, como um recém-nascido que se separa do corpo da mãe. Ela surge *no* jogo, e *enquanto* jogo, para nunca mais perder este caráter (HUIZINGA, 2008, p. 193, grifos do autor).

Cabe aqui ressaltar novamente a ligação existente entre os jogos como elementos fundadores de sentido social, na medida em que atuam como criadores de um sentimento de pertencimento entre aqueles que compartilham das esferas simbólicas inerentes a tais atividades. Como defenderemos em capítulo posterior, de acordo com Huizinga, os jogos sempre foram utilizados de forma deliberada como agregadores sociais, os quais podem adquirir uma infinidade de matizes, desde as manifestações sagradas que derivaram de seu caráter ritualístico, como as religiosas, quanto como simples instrumento de busca de prazer e alegria. Embora

hoje se conheça uma variedade de modalidades passíveis de serem desenvolvidas de forma solitária e individual, ele sempre esteve ligado diretamente à formação e fortalecimento de comunidades. Aqui podemos, mais uma vez, nos apoiar em seu discurso, quando ele afirma que a função socializante do jogo se deve ao fato de que as comunidades formadas pelos jogadores tendem a tornar-se permanentes, mesmo depois de finda a atividade. Entretanto, a ideia coletiva de “[...] partilhar algo importante, afastando-se do resto do mundo e recusando as normas habituais, conserva sua magia para além da duração de cada jogo” (idem, p. 15).

Quando Huizinga se propôs a discutir o fenômeno do jogo e sua função na cultura, quase cem anos atrás, as modalidades que eram desenvolvidas naquela época, (como os esportes, jogos infantis, entre outros) e como se davam as interações sociais sob a perspectiva do jogo como mediador destes processos, além do modo como a sociedade se organizava eram bem diferentes de como hoje experimentamos, a partir do surgimento de novas formas de contato com o universo simbólico lúdico, principalmente, e de forma mais recente, com os jogos eletrônicos. Embora fique claro na obra do autor em diversos momentos a existência de lacunas, como a ausência de um estudo sobre os jogos de azar (para ele, o jogo é desinteressado e, principalmente, desvinculado de interesses materiais possivelmente advindos do mesmo), ela foi de fundamental importância para o desenvolvimento de uma teoria que entende o jogo como elemento produtor de cultura, ou seja, o autor analisa de forma bastante complexa o seu papel na história do homem, e abre caminhos para o seu estudo e reflexão.

Foi exatamente isso que fez Roger Caillois, sociólogo francês que concentrou seus estudos em ampliar o debate sobre os jogos, partindo da obra de Huizinga. Trinta anos depois da publicação de *Homo Ludens*, Caillois propôs não somente uma classificação para os jogos de acordo com suas características – o que era ausente na obra do primeiro autor – mas também trouxe importantes contribuições para os estudos do campo. Seguindo uma perspectiva semelhante à do seu antecessor, e acreditando que a obra de Huizinga é uma fundamental investigação “[...] sobre a fecundidade do espírito de jogo no domínio da cultura, e, mais precisamente, do espírito que preside a uma determinada espécie de jogos – os jogos de competição regrada” (1990, p.23), Caillois corrobora as ideias principais

daquele autor, especialmente no tocante à espontaneidade do jogo como uma atividade livre e voluntária, na qual os homens se engajam com o objetivo de obter alegria – além de ser também, para ele, uma forma de evasão da vida cotidiana. Ele concorda que uma das características fundamentais dos jogos é o fato de o jogador a ele se entregar de forma desinteressada, “[...] por livre vontade e exclusivo prazer, tendo a cada instante a possibilidade de optar pelo retiro, pelo silêncio, pelo recolhimento, pela solidão ociosa ou por uma actividade mais fecunda” (idem, p. 26).

Aqui parece também de fundamental importância, para o autor, a pré-existência do jogo como elemento catalizador da organização social e desenvolvimento da própria noção de humanidade. A vocação social dos jogos é um ponto crucial na argumentação de Caillois, uma vez que, para ele, a competição atrelada ao próprio conceito enquanto atividade realizada coletivamente produz formas sociais, mesmo quando o indivíduo está jogando sozinho. Ele sugere que até mesmo o mais individual dos jogos facilmente se transforma em princípio institucionalizado, afirmando que “dizer-se-ia faltar alguma coisa à actividade do jogo quando esta se reduz a um simples exercício solitário” (1990, p. 61).

A existência de um espaço simbólico próprio do jogo, o já citado círculo mágico, parece aqui também ser de fundamental importância para o sociólogo francês. Ele também entende esse domínio como um universo à parte, protegido, cujas leis que o regulam não necessariamente coincidem com regras e costumes da vida cotidiana. Ou seja, corroborando a ideia de Huizinga, para Caillois (1990, p. 26), “[...] o jogo é essencialmente uma ocupação separada, cuidadosamente isolada do resto da existência, e realizada, em geral dentro de limites precisos de tempo e de lugar. Há um espaço próprio para o jogo”. Insistimos nessa característica porque, como veremos posteriormente sobre os jogos na contemporaneidade, tal conceito parece se diluir à medida que percebemos uma difusão desse espaço simbólico do qual falam os autores.

Assim, Caillois (idem, p. 29-30) define que os jogos possuem seis princípios fundamentais que nos permitem identificar suas características. São eles, a saber:

a) A questão da *liberdade da atividade*, ou seja, joga-se deliberadamente e de forma espontânea, uma vez que, caso participasse da atividade como uma obrigação, ela perderia imediatamente seu caráter de jogo;

b) A circunscrição de um *espaço próprio* entre os limites que separam o jogo da vida corrente dos jogadores, ou a metáfora do círculo mágico da qual os autores lançam mão para dar conta desse conceito, como um espaço e um tempo determinado e previamente conhecido;

c) A *imprevisibilidade* do jogo, que, para Caillois (1990, p. 27), parece ser de fundamental importância. Ele diz que, tanto o desenrolar, quanto o fim da atividade não podem ser conhecidos *a priori*, o que significa dizer que uma atividade da qual já se conhece de antemão o desfecho, “[...] sem possibilidade de erro ou de surpresa, conduzindo claramente a um resultado inelutável, é incompatível com a natureza do jogo”;

d) O jogo é uma atividade *improdutiva*, e não gera elementos novos de nenhuma espécie, salvo os simbólicos. Assim, quando finda a atividade, a tendência é o retorno ao estado existente antes de seu início. As únicas alterações que Caillois considera como possíveis de ocorrerem enquanto produtos resultantes da atividade lúdica são àquelas ocorridas no círculo mágico dos jogadores. Porém, como já dissemos apoiados em Huizinga (2008), o jogo tende a criar um sentido de comunidade entre aqueles que nele se engajam, e que os efeitos resultantes de tais atividades ultrapassam os limites de duração das mesmas, ou seja, o jogo não termina quando acaba;

e) o jogo cria um novo universo de *regras* que, não raro, constituem-se a partir de pulsões muitas vezes considerados como impróprias para a vida social, como por exemplo, a violência. É uma atividade regulamentada, que suspende temporariamente as normas vigentes fora do círculo do mágico e que, no decorrer do mesmo, são aquelas às quais os jogadores devem submeter-se para possibilitar a imersão no mundo do jogo. Entretanto, vale aqui ressaltar que embora represente um escape da vida cotidiana dos indivíduos, eles tem consciência de que se trata de

uma atividade cuja duração somente interrompe por algum tempo a vigência das normas socialmente aceitas;

f) Com base nos pontos expostos acima, Caillois entende que, a partir do espaço simbólico do jogo e da criação de regras específicas ao seu desenvolvimento enquanto tal, é criada uma *realidade fictícia*, a qual não tem nenhuma necessidade de verossimilhança com a cotidiana.

A partir dessas considerações, Caillois (1990, p.85), corroborando a definição proposta por Huizinga (2008), entende o jogo como “[...] uma actividade paralela, independente, que se opõe aos gestos e às decisões da vida corrente através de características específicas que lhe são próprias e que fazem com que seja um jogo”. Neste sentido, ele busca estabelecer uma sistematização dos jogos segundo algumas características fundamentais, dividindo-os também de acordo com o envolvimento do sujeito necessário à sua realização. Quanto aos tipos de jogos segundo traços específicos, ele propõe quatro divisões: *agôn*, *alea*, *mimicry* e *ilinx*. Detalhemos estas categorias por ele propostas.

a) *Agôn*: para Caillois, são os jogos de competição, ou seja, aqueles que proporcionam ao jogador, quando do início da atividade, a criação artificial de uma igualdade de oportunidades, oferecendo aos jogadores condições ideais e anulando quaisquer vantagens prévias em relação uns aos outros. Podem ser tanto de caráter físico, como os esportes, quanto de caráter intelectual (jogos de tabuleiro, como xadrez ou damas). Nesta modalidade, para o autor, “o interesse do jogo é, para cada um dos seus concorrentes, o desejo de ver reconhecida a sua excelência num determinado domínio” (1990, p. 35).

b) *Alea*: são os jogos baseados em sorte, numa evidente oposição ao *agôn*, onde se depende quase que exclusivamente de habilidades individuais para o seu sucesso. Nesta categoria, podemos perceber também a existência da igualdade de oportunidades, haja vista a inexistência de condição superior de um jogador em relação ao outro; enquanto no tipo anterior, esta igualdade é fornecida de forma artificial, na forma de uma convenção arbitrária aceita como necessária ao jogo, aqui ela existe fundamentada na ideia de entregar à sorte o seu desempenho. Para

Caillois, trata-se aqui mais de vencer o destino do que um adversário, e podem ser citados como típicos as loterias e jogos de azar. O autor, inclusive, considera que estes últimos apresentam-se como exclusivamente humanos, uma vez que os animais desconhecem o conceito de sorte para que pudessem nele basear atividade qualquer.

c) *Mimicry*: estes são os tipos de jogos baseados em simulação, na aceitação de um universo imaginário e fechado, onde os jogadores tanto podem criar uma condição espaço temporal simbólica, distinta daquela em que vivem a sua vida cotidiana, quanto representar papéis, encarnando personagens fictícios e adotando comportamentos específicos a eles. Baseia-se na premissa de que, para o desenvolvimento de tais modalidades, é necessário ao jogador “[...] jogar a crer, a fazer crer a si próprio ou a fazer crer aos outros que é outra pessoa” (CAILLOIS, 1990, p. 39). Podemos citar aqui desde brincadeiras infantis, simulações onde fingem ser monstros, cavaleiros e princesas, até outras socialmente consideradas como atividades mais sérias, como representações teatrais e dramáticas, e profissões como atores e atrizes.

d) *Ilinx*: esta ordem de jogos caracteriza-se como aqueles nos quais se busca, deliberadamente, algum tipo de desordem física, sensorial ou cognitiva nos jogadores. Trata-se da destruição momentânea da estabilidade na percepção do jogador, que o autor chama de uma sensação de vertigem. Aqui podemos enquadrar os parques de diversões, atividades como pular de paraquedas, ou mesmo o hábito comum entre crianças de girar sobre seu próprio eixo com o objetivo de perder o equilíbrio. É curioso observar, também, que nesta categoria, o autor enquadra atividades cotidianas e naturalizadas socialmente entre adultos, como o hábito de ingerir bebidas alcóolicas e a dança (idem, p. 46).

Postas as categorias acima, o autor argumenta também no tocante à necessidade de regulamentação dos jogos a partir de dois eixos, que ele chama de *paidia* e *ludus*<sup>7</sup> (idem, p. 32-33). O primeiro tipo caracteriza-se por atividades nas

---

<sup>7</sup> Faz-se necessário, aqui, esclarecer que, no decorrer deste trabalho, ao utilizarmos a expressão “lúdico”, não necessariamente estamos nos referindo à categoria *ludus* proposta por Caillois, embora

quais se busca majoritariamente a diversão despreocupada, em cujo sentido encontra-se a alegria e o prazer proporcionados pelas mesmas. Possibilitam uma maior flexibilidade em relação às regras, sem que haja uma estruturação rígida e formas estabelecidas de jogar, permitindo assim maior criatividade e improvisação por parte do jogador. Já por *ludus*, estabelecendo um contraponto em relação à categoria anterior, ele designa os jogos estruturados segundo regras específicas e às quais não se permite nenhum tipo de violação, sob pena de desfazer-se o círculo mágico, caso isso ocorra. São jogos mais estandardizados e burocráticos, como por exemplo, o xadrez. Neste tipo de jogo específico, o jogador não pode movimentar as peças conforme o seu bel-prazer, e, caso este o faça, imediatamente cessa-se até mesmo o sentido encerrado no jogo. No *ludus*, o prazer proporcionado por tais regras existe justamente em vencer o (s) oponente (s) seguindo as normas de forma clara. Embora sejam distintos, *ludus* e *paidia* podem se desenvolver dentro do mesmo jogo, e parecem estar em conflito, dada a sua aparente contradição; entretanto, esclarece o autor 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).

Isso posto, o autor esquematiza a sua classificação em relação aos tipos de jogos, e também quanto ao seu sistema de regras da seguinte forma (figura 1):

Figura 1: classificação proposta por Caillois (1990, p. 57)

	AGÔN (Competição)	ALEA (Sorte)	MIMICRY (Simulacro)	ILINX (Vertigem)
PAIDIA ↑ algazarra agitação risada  papagaio solitário paciências palavras cruzadas ↓ LUDUS	corridas } não regulamentadas lutas } etc... }  atletismo  boxe } esgrima } bilhar futebol } damas  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 atracções 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.				

## 2.2 – UMA BREVE ARQUEOLOGIA DOS JOGOS ELETRÔNICOS E DIGITAIS

No que tange esse ponto, Caillois (1990) parece corroborar a tese de que podemos reconhecer uma sociedade pelos jogos que nela se desenvolvem, conforme McLuhan (2007) defende, e já expusemos anteriormente. Existe, assim, uma relação simbiótica entre estas duas esferas, ou uma retroalimentação constante, o que parece, para nós, perfeitamente pertinente quando consideramos, por exemplo, a evolução dos jogos eletrônicos principalmente a partir da segunda metade do século XX – os quais estão diretamente ligados ao fenômeno da informatização e digitalização da vida em sociedade, ou como preconiza Negroponte (1995), a transformação de átomos em *bytes* nas mais diversas esferas da vida humana.

A distinção entre jogos eletrônicos e digitais é necessária, segundo Pinheiro (2007, p. 62), pois é reconhecida a existência de jogos eletrônicos ainda na primeira metade do século XX, com as máquinas de *pinball*, mesas nas quais uma bola era arremessada (inicialmente, com o auxílio de um taco de madeira, depois com uma mola), fazendo com que fosse lançada para a parte superior de uma estrutura inclinada contando com uma série de obstáculos dispostos na superfície da mesa, fazendo com que percorresse o caminho de volta e caísse em cavidades esféricas

na parte inferior. A esse jogo, foi dado o nome *Bagatelle*, sendo essencialmente praticado em bares e *pubs*; posteriormente, foi aprimorado ao ser introduzido circuitos elétricos que, além de lançar a bola automaticamente na mesa de jogo, detectavam os movimentos que ela fazia pela superfície, identificando caso o jogador tentasse trapacear inclinando a mesa, por exemplo. Outro mecanismo importante, segundo Pinheiro (2007, p. 65), foi o que retornava a bola automaticamente, caso ela caísse em um dos buracos dispostos na superfície da mesma. Na década de 30 surgiram também as primeiras máquinas de caça-níqueis e outros jogos de azar nos Estados Unidos da América, sendo imediatamente relacionada aos *pinballs* e proibidas em diversos estados que possuíam leis restritas para jogos desse tipo.

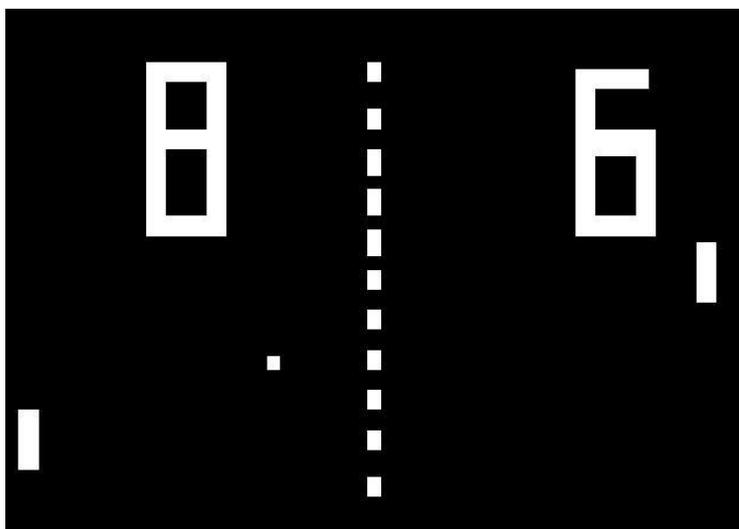
Uma saída para a legalização dos *pinballs* foi a associação deles mais às habilidades motoras e cognitivas de seus jogadores, do que à ideia de apostas. Assim, em 1947 foi produzida a máquina *Humpty Dumpty*, contando com circuitos elétricos e também dispositivos mecânicos, chamados *flipper bumps*, que relançavam a bola à mesa quando teoricamente o jogo deveria ter terminado, para que o jogador pudesse marcar mais pontos, e que no Brasil ficaram conhecidos como fliperamas.

Nas décadas seguintes, foram sendo produzidos novos tipos de jogos combinando dispositivos eletromecânicos, como o *Triple Action* (1948) e também as máquinas de *jukebox*, tocadores de música que funcionavam a partir da inserção de uma moeda e da escolha de uma música dentre o acervo que o equipamento possuía. Assim, foram sendo cada vez frequentes a presença dessas máquinas em bares, restaurantes, desenvolvendo-se na direção de uma produção dos *arcades* e dos jogos de vídeo digitais, principalmente a partir dos anos 50 e 60.

O primeiros anos da década de 60 foram, assim, decisivos para a ainda incipiente indústria dos games. O *Pong* (figura 2), com características técnicas bem rudimentares, era basicamente um sistema que simulava uma partida de tênis de mesa, onde dois jogadores controlavam barras verticais, movendo-as e acertando uma bola que se movia com velocidade progressiva na medida em que a partida se tornava mais longa, cujo desfecho se dava quando algum dos jogadores não

conseguia rebater a bola, marcando assim pontos para o adversário. Já o *Spacewar* foi desenvolvido pelo *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) em 1961, a partir da doação de um equipamento de processamento de dados e saída em vídeo, denominado PDP-1 (*Programmed Data Processor – 1*). O jogo, elaborado por pesquisadores da universidade, era composto pela representação de duas espaçonaves controladas através de comandos ativados por botões, as quais deveriam destruir uma à outra; na segunda versão do jogo, em 1962, foram inseridos novos componentes, como um plano de fundo estático simulando estrelas e com novas regras, como aplicação de leis gravitacionais para influenciar o andamento do jogo (PINHEIRO, 2007, p. 72).

Figura 2: *Pong*, jogo surgido nos anos 60.



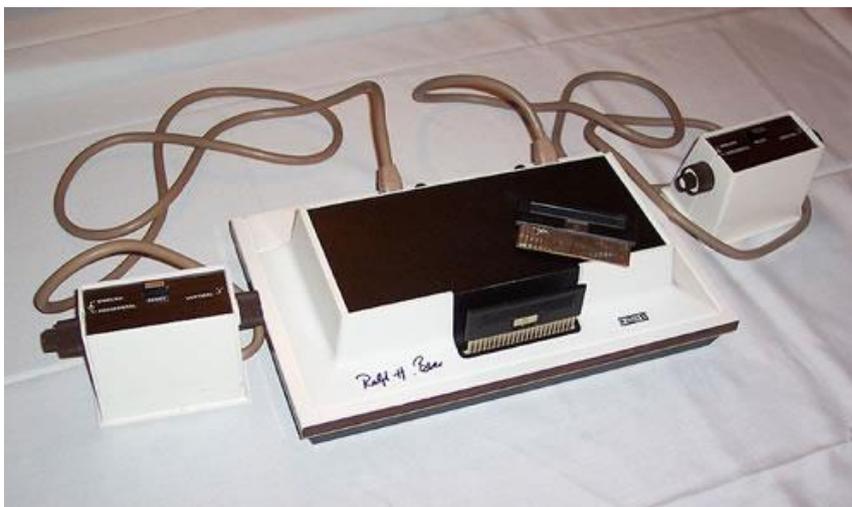
Fonte: <http://www.actionspeaksradio.org/>. Acesso em 15 abr 2012

Não coincidentemente, esta época também foi marcada pelo estudo da cibernética e da fabricação de computadores – embora ainda não acessível à população, por serem aparelhos com capacidade de processamento de dados bem limitada, além de possuírem grande dimensão (o PDP-1 que, para a época tinha tamanho compacto, era aproximadamente do tamanho de um automóvel).

A partir do fim da década de 60 e início de 70, com o aperfeiçoamento da informática e o surgimento dos primeiros computadores domésticos, surgiram também os primeiros aparelhos de jogos eletrônicos, com a iniciativa de Ralph Baer que, em 1967, criou um protótipo que era ligado à televisão, e consistia de um rifle

de plástico que deveria ser apontado para a tela buscando acertar pontos exibidos na mesma – conhecido como *Brown Box*. Posteriormente, foi transformado em um dos jogos mais populares da época, o já descrito *Pong*. Em 1972, foi adquirido pela empresa Magnavox para produção em larga escala, e assim foi lançado o primeiro *console*<sup>8</sup> doméstico, chamado *Magnavox Odyssey*, contando com alguns aprimoramentos, como lâminas coloridas para as telas e cartões com seleção de diferentes jogos (figura 3).

Figura 3: primeiro console de videogame comercial, Magnavox Odyssey (1972)



Fonte: <http://www.all-gamers.net>. Acesso em 10 dez. 1012

Nesse mesmo ano, é fundada a empresa Atari por Nolan Bushnell, e é lançado o primeiro jogo pela companhia, novamente o *Pong*, que foi primeiramente produzido em equipamentos maiores que funcionavam a partir da inserção de moedas (a exemplo dos *jukeboxes*), os *arcades*, que foram colocados em locais de grande circulação de pessoas. Tornou-se um grande sucesso, suscitando inclusive uma batalha judicial entre a Magnavox e a Atari pelos direitos do jogo – já que este havia sido comercializado para uso doméstico anteriormente pela primeira. Foram criadas pela Atari variações do *Pong*, através da introdução de outros elementos, surgindo assim jogos como o *Hockey*, entre outros.

---

<sup>8</sup> *Consoles* são equipamentos tecnológicos capazes de executar jogos eletrônicos, contidos em cartuchos ou em discos de leitura ótica, como CDs e DVDs. Os jogos são processados pelo aparelho e exibidos em telas de televisão ou monitor como interfaces gráficas, as quais podem ser acessadas através de comandos inseridos em um controle conectado ao equipamento, ou, mais recentemente, pelo reconhecimento dos movimentos físicos reais do jogador.

Entra nesse contexto também a empresa Midway, e inicia-se um estreitamento das relações existentes entre os videogames com outros gêneros narrativos, como o cinema, confirmando a potencialidade que a indústria dos jogos apresentava de exploração na área do entretenimento. Em 1975, com a participação de Steve Jobs (que mais tarde deixaria a empresa para fundar a Apple), a Atari lança também um *console* com a versão doméstica do *Pong* (concorrendo mais uma vez diretamente com a Magnavox) em um aparelho com preço inferior ao de sua concorrente, que se tornou um grande sucesso de vendas (figura 4).

Figura 4: *console* doméstico *Pong* (1975), lançado pela Atari.



Fonte: <http://www.gooddealgames.com>. Acesso em 10 dez. 2012

Nessa mesma época (1976) foi lançado pela empresa Mattel o primeiro *console* portátil (*handheld*), denominado *Auto Race* (figura 5), um aparelho com botões e uma pequena tela que simulava uma corrida de carros, representados por traços que se moviam entre obstáculos que deveriam ser evitados pelo jogador. De 1976 até 1980, a empresa lançou outros diversos consoles portáteis, contando com títulos de estrutura semelhante, com o de *Football*, *Basketball*, *Ski Slalom* e *Bowling*. Entretanto, os portáteis lançados pela Mattel dispunham de apenas um jogo, sendo necessária a compra de diversas versões do mesmo aparelho para que fosse possível experimentar títulos diferentes. Pensando nisso, foi lançado em 1979 pela Milton-Bradley o console Microvision (figura 6), que permitia a troca de jogos através da inserção de cartões contendo um pequeno *software* do aplicativo, que era executado pelo aparelho. Até 1982, diversos títulos foram produzidos, como *BlockBuster*, *Bowling*, *Star Trek: Phaser Strike* e *Alien Raiders*, entre outros.

Figura 5: Auto Race, primeiro console portátil (1976).



Fonte: <http://www.handheldmuseum.com>. Acesso em 15 dez. 2012.

Figura 6: Microvision (1979).



Fonte: <http://www.vintagecomputing.com>. Acesso em 15 dez. 2012.

Enquanto isso, no mercado de consoles domésticos, uma verdadeira batalha era travada entre as empresas que objetivavam popularizar seus aparelhos. Buscando obter uma maior participação nas vendas que foram dominadas pela Atari com o lançamento do *Pong*, a Magnavox decide lançar o *Odyssey 100*, aparelho semelhante ao de sua concorrente, com o mesmo jogo. Uma outra empresa iniciante no mercado de jogos (curiosamente, uma empresa de artigos de couro) lança também o *Coleco Telestar*, em 1976, investindo nos mesmos equipamentos que eram utilizados pela Atari. Entretanto, novamente a Magnavox entra na briga e apresenta seu *Channel F*, também em 1976, e que se tornou um marco para a história dos videogames, pois utilizava o conceito de cartuchos (*videocards*) com diferentes tipos de jogos que podiam ser trocados, além de lançar também títulos em cores – o que gerou a necessidade das empresas atuantes repensarem novas estratégias e demandou o desenvolvimento de novos produtos.

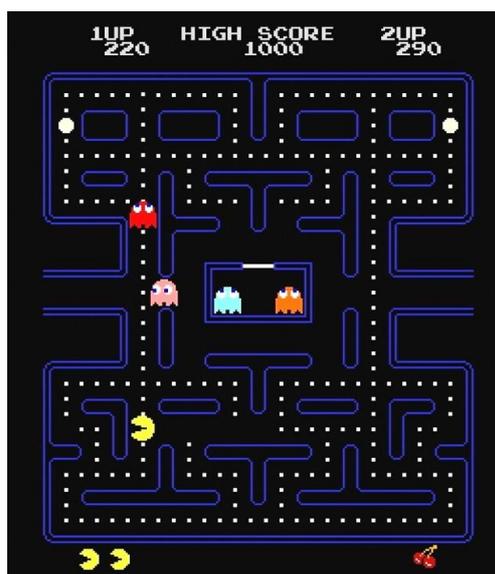
Assim, a Atari, que nesse ínterim havia sido adquirida pela empresa de entretenimento Warner Communications, desenvolve seu novo e ambicioso projeto, o VCS, que é lançado em 1977. O console é lançado com novos jogos e utilizando o mesmo conceito de cartuchos utilizado pela sua concorrente; porém, introduz um novo tipo de controlador de jogo, o *joystick* (figura 7) semelhante a um manche de aviação, e dedicado a jogos de simulação de vôo e tiro (PINHEIRO, 2007). Embora trouxesse inovações, por problemas de fornecimento de peças e produção, as vendas não ocorreram como esperado – além disso, o mercado já contava com diversas outras opções de consoles, como o *Odyssey 2* da concorrente Magnavox, além dos aparelhos portáteis fabricados pela Mattel, que tinham se tornado um grande sucesso. Em 1978, surge também um outro grande êxito de vendas, fabricado pela empresa japonesa de arcades Taito, e distribuído nos EUA pela Midway: o *arcade Space Invaders*, que encontrou problemas de adaptação quando trazido do Japão para a América, mas que se tornou bastante popular naquele ano.

Figura 7: *joystick*, controle lançado pela Atari com o VCS, em 1977.



Fonte: <http://www.vintagecomputing.com>. Acesso em 15 dez. 2012.

A popularização de *Space Invaders* levou a indústria de videogames e *arcades* a um outro patamar, pois a maioria dos jogos até então existentes eram baseados em modalidades esportivas e tiro (PINHEIRO, 2007). Assim, foi introduzido o *Pac-Man*, em 1980, certamente um dos mais conhecidos jogos de todos os tempos, em que o personagem principal se movimentava por um labirinto coletando pequenas pastilhas e sendo perseguido por fantasmas (figura 8). De propriedade da empresa nipônica Namco, também se tornou um fenômeno de vendas, tendo 100.000 unidades do *arcade* comercializadas somente nos EUA, dando origem a uma outra versão de sucesso, chamada *Miss Pac-Man*. Além disso, no mesmo ano, a Nintendo entra no mercado estadunidense de *arcades* e lança o *Donkey Kong*, grande sucesso que se tornou carro-chefe da empresa por muitos anos.

Figura 8: *Pac-Man* (1980), arcade da Namco

Fonte: <http://www.coolest-gadgets.com>. Acesso em 15 dez. 2012.

Na década de 80, os *consoles* se tornaram potentes, com gráficos refinados e inédita jogabilidade, com interfaces mais aprimoradas e a introdução de enredos que necessitavam da interpretação do jogador, propondo a exploração de cenários como elemento fundamental do jogo. No campo dos jogos portáteis, em 1980 a Nintendo iniciou a venda do *Game & Watch* (figura 9), uma série de 59 aparelhos com um único jogo cada, e com adaptações de sucessos dos arcades, como *Donkey Kong*, para *handhelds*; posteriormente introduzindo o controle direcional em formato de cruz, que se tornaria o padrão para *consoles* domésticos da empresa por muitos anos.

Figura 9: *handheld Game & Watch* (1980), console portátil da Nintendo



Fonte: <http://www.handheldmuseum.com>. Acesso em 20 dez. 2012.

Em 1982, a Bandai apresenta seu *LCD Solar Power* (figura 10), que funcionava com energia solar e contava com duas telas, ensaiando uma tentativa de proporcionar uma experiência em 3D<sup>9</sup>, com títulos como os jogos *Air Port Panic*, *Terror House* e *Frankenstein*.

Figura 10: *LCD Solar Power* (1982), console portátil da Bandai



Fonte: <http://www.handheldmuseum.com>. Acesso em 20 dez. 2012.

<sup>9</sup> Imagens em 3D, ou três dimensões, são aquelas que na verdade possuem duas dimensões (altura e largura), mas, com o auxílio de computação gráfica, dão a impressão de possuírem também profundidade. Podem também ser necessário o uso de óculos especiais que fundem as cores e proporcionam a sensação de tridimensionalidade a imagens bidimensionais.

Não coincidentemente, neste mesmo período ocorreu a grande popularização dos computadores que, com tamanho reduzido e boa qualidade de processamento, foram rapidamente inseridos na vida social, nas empresas, nas escolas e também nas casas das pessoas. Nesse mesmo contexto, a Apple, fundada por Steve Jobs após sair da Atari, se envolve na criação de computadores pessoais, como o Apple II (1977) e o Apple III (1980) e o Lisa (1983). Enquanto isso, no mercado dos *consoles* de jogos, novas empresas eram formadas (Activision) e batalhas judiciais eram travadas, principalmente envolvendo a Atari. Foram lançados também pela Mattel o console doméstico *Intellivision* (1980) e o *ColecoVision* (1982).

Entretanto, com a diversidade de consoles disponíveis no mercado e o aparente sucesso que os jogos representavam, as empresas enfrentaram uma grave crise no setor, principalmente em 1984-1985. O superaquecimento do mercado e o lançamento quase simultâneo de muitos títulos levaram as companhias a amargar grandes prejuízos, ao mesmo tempo em que se buscava, como saída, concretizar a relação entre a indústria de jogos e a cinematográfica – nessa época, foram lançados filmes clássicos como *Tron*, pela Disney, e *E.T.*, de Steven Spielberg, ambos em 1982 e possuindo também versões para *videogames* domésticos. É fundada a *Electronic Arts* por Trip Hawkins, investindo principalmente em design e na criação de jogos com interfaces mais ricas.

Ao mesmo tempo, a informática e as redes começavam a despontar também nos lares estadunidenses, embora ainda com velocidades baixíssimas e computadores limitados. Os sistemas operacionais ainda eram pouco amigáveis e funcionavam principalmente a partir da inserção de códigos em linhas de comando, linguagem ainda desconhecida pelo grande público consumidor. O *Windows 1.0* foi lançado em 1985 pela empresa Microsoft, de Bill Gates, e concorrente direta da Apple de Jobs. O novo sistema operacional da Microsoft dispunha também de um jogo, chamado *Reversi*<sup>10</sup>.

Também em 1985 foi lançado nos EUA o *console* da japonesa Nintendo, utilizando os mesmos componentes do Atari VCS 2600, porém com qualidade

---

<sup>10</sup> <http://windows.microsoft.com/pt-BR/windows/history>. Acesso em 26 jan. 2013.

gráfica superior e a introdução de novos controladores em formato de cruz, já experimentados pela mesma no seu dispositivo portátil *Game & Watch*, além de novos botões, comercializando, em apenas dois meses, 500.000 unidades. O NES (*Nintendo Entertainment System*) consagrou toda uma geração de *consoles* que ficou conhecida como 8-bits (figura 11) Nessa época, os primeiros aparelhos de videogames começaram a se tornar também populares no Brasil, no início de forma ilegal, através de contrabando ou trazido por pessoas que os importavam do exterior, uma vez que ainda existiam leis protecionistas rígidas controlando a entrada de equipamentos tecnológicos no país.

Figura 11: *Nintendo Entertainment System* (1985), console doméstico da Nintendo



Fonte: <http://www.vintagecomputing.com>. Acesso em 10 dez. 2012.

Enquanto o mercado dos videogames era basicamente dividido entre os EUA e o Japão, ocorre a entrada de outra empresa nipônica no mercado estadunidense, a Sega, com o seu *console Master System*, em 1986. Logo em seguida, são lançados os primeiros aparelhos com capacidade gráfica superior e com processadores mais aprimorados no último ano da década de 80, geração que ficou conhecida como 16-bits, sendo o *Super Nintendo* e o *Mega Drive* (Sega *Genesis*, nos EUA) os seus maiores representantes, com a criação também dos jogos mais populares das duas plataformas: o porco-espinho *Sonic* (Sega) e o encanador Mario (Nintendo).

Além de seu principal lançamento para ambientes domésticos, a Nintendo também desenvolve e comercializa, em 1989, o seu revolucionário handheld *Game Boy* (figura 12), um marco na história dos *consoles* móveis. Contando com uma tela monocromática e a possibilidade até então inédita em dispositivos desse tipo, a de jogar em duas pessoas (através de um cabo chamado *Game Link*), ele tinha boa capacidade de processamento apesar do tamanho reduzido, e já vinha com o jogo de quebra-cabeças *Tetris* embutido em sua memória interna. Era possível também a substituição dos jogos através de pequenos cartões que, encaixados ao aparelho, permitiam maior versatilidade.

Figura 12: *Game Boy* (1989), console portátil da Nintendo



Fonte: <http://www.handheldmuseum.com>. Acesso em 20 dez. 2012.

O final dos anos 80 e início da década de 90 também foram marcadas pelo *Game Gear*, da Sega – que, mesmo possuindo especificações técnicas superiores ao *Game Boy*, incluindo uma tela colorida, não obteve o mesmo sucesso que seu concorrente; além do Atari *Lynx*, lançado na mesma época e com boas configurações para um *handheld*, mas que devido ao alto preço comparado aos outros dois principais, também não logrou êxito. Um aspecto interessante em relação ao *Lynx* foi que, a exemplo do *Game Boy*, também era possível utilizar o aparelho para jogos em rede, através de uma tecnologia chamada *ComLynx*, suportando a participação simultânea de até 17 jogadores.

Nos anos 90, enquanto os computadores eram definitivamente incorporados na vida social, a internet também começava a despontar como novo espaço de vivência e socialização entre indivíduos. Impulsionados pelas melhorias na informática, com processadores mais potentes e mais capacidade de armazenamento interno, os computadores foram, paulatinamente, utilizados não somente em atividades administrativas ou de rotina, mas também como aparelho de entretenimento – com o aparecimento dos primeiros jogos, possibilidade de utilização como tocador de música e vídeos, principalmente com os leitores multimídia em formato de CD-ROM<sup>11</sup>.

Na indústria de videogames, a Sony, empresa japonesa, lança em 1995, o aparelho *Playstation* (figura 13), com excelente qualidade gráfica e ambientes em 3D, além da substituição dos cartuchos por uma nova mídia em formato de CD, inserindo novas experiências narrativas e dinâmicas de *gameplay*, com cenários de primoroso cuidado estético, transformando assim a relação que os jogadores estabeleciam com os *consoles*, pois proporcionava a possibilidade de imersão no ambiente do jogo (PINHEIRO, 2007). A Nintendo, pressionada pelo produto da Sony, desenvolve e comercializa em 1996 o *Nintendo 64*, com características semelhantes ao *Playstation*, mas ainda conservando o cartucho como mídia.

Figura 13: *Playstation* (1995), console doméstico da Sony



Fonte: <http://www.theoldcomputer.com>. Acesso em 20 dez. 2012.

---

<sup>11</sup> CD-ROM é a sigla para *Compact Disc Read-Only Memory*, ou Memória de Leitura de Disco Compacto, tecnologia de leitura de discos óticos compactos (*compact disc*, ou CD), inventada em 1985. Permite o armazenamento de áudio, vídeo e conteúdos multimídia, além da combinação de vários tipos de arquivo.

Nesse ínterim, no mercado de computadores, a Microsoft lançava também um sistema operacional revolucionário, o *Windows 95*, totalmente pronto para o ambiente virtual da internet, contando com navegador próprio, o Internet Explorer, além de facilidades na instalação de aplicativos e novos periféricos, através da tecnologia *plug and play*<sup>12</sup>. Foi o início dos serviços de agregadores sociais em redes virtuais, como fóruns de discussão e comunidades dedicadas a jogos e *consoles*, se consolidando também a possibilidade do uso de computadores e da internet para jogos com alto processamento gráfico, conectando indivíduos em ambientes construídos no ciberespaço para este fim.

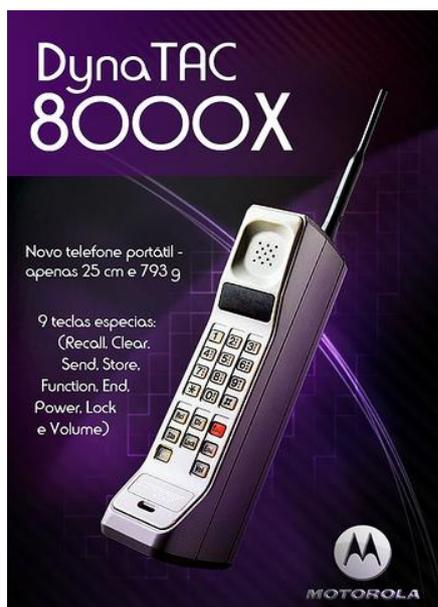
O *Windows 95* foi posteriormente substituído pelo 98, que tinha um acabamento gráfico mais refinado, mais veloz e estável que seu antecessor, além de estar ainda mais adaptado ao uso da internet, que a essa altura já era utilizada em larga escala em residências, escolas e todos os outros setores da sociedade. Além disso, na segunda metade da década de 90, outro produto também invadiu o cotidiano, prometendo desprender a telefonia de cabos e levando a mesma para o ambiente urbano: os telefones celulares, que, embora desenvolvidos ainda na década de 70, não haviam ainda sido incorporados na sociedade, principalmente devido às grandes dimensões dos aparelhos disponíveis e pelo seu alto custo.

O primeiro telefone celular comercializado, ainda na década de 80, foi lançado pela Motorola, era semelhante a um telefone fixo sem fio e pesava quase 800 gramas. O *DynaTAC 8000X* (figura 14) tinha bateria de baixa autonomia (aproximadamente uma hora de conversação e oito de espera) e funcionava ligado a redes analógicas, o que era um entrave, pois a área de cobertura das mesmas ainda não era tão grande e apresentavam instabilidades de sinal e qualidade na conversação – além do alto custo das ligações. Ainda assim, foi anunciado como uma revolução nas possibilidades de comunicação móvel, sendo utilizado principalmente por empresários e pela população com alto poder aquisitivo nos EUA.

---

<sup>12</sup> A tecnologia *plug and play* foi criada em 1993 com o propósito de facilitar a incorporação e substituição de equipamentos em computadores, eliminando a necessidade de instalação e configuração manual dos mesmos.

Figura 14: *DynaTAC 8000X*, telefone portátil da Motorola, de 1984.



Fonte: <http://www.vintagemobilephones.com>. Acesso em 20 dez. 2012.

Ainda no mercado da telefonia móvel, os anos 90 foram de grandes lançamentos e de popularização dessa tecnologia, impulsionada pelo desenvolvimento de aparelhos com dimensão reduzida e o barateamento das tarifas de utilização do serviço. Aqui cabem ressaltar tanto aspectos técnicos dos aparelhos, como o surgimento das redes digitais e o envio e recebimento de SMS, além dos primeiros aparelhos com telas em cores e com possibilidade de uso da rede da operadora de telefonia para transmitir não somente voz, mas também pacotes de dados, sendo possível assim enviar e receber *e-mails*, e realizar outras tarefas via internet móvel.

No âmbito dos consoles de videogame, no início dos anos 2000, a Sony apresentou seu *Playstation 2*, apostando em uma nova mídia que se tornara bastante popular na época: o DVD<sup>13</sup>. Assim, percebe-se novamente uma aproximação dos consoles com a área do entretenimento, pois o aparelho podia, além de reproduzir jogos, ser utilizado para assistir filmes, ouvir música, além de

---

<sup>13</sup> DVD é a sigla em inglês para *Digital Versatile Disc*, ou Disco Digital Versátil, é um disco ótico de armazenamento de dados em quantidade superior ao CD tradicional (possuem capacidade de armazenamento de 4.7 *gigabytes*, contra 700 *megabytes* do CD). É muito utilizado para a reprodução de filmes e outros conteúdos audiovisuais, além de jogos e arquivos em geral.

permitir a instalação de sistemas operacionais baseados em Linux<sup>14</sup> para a sua utilização semelhante a um computador, sendo possível até navegar na internet (PINHEIRO, 2007).

Dois anos antes, em 1998, a Nintendo apresenta a evolução do seu *handheld*, o *Game Boy Color* (figura 15) que, além da tela rica em cores, também apresentava uma melhoria considerável em termos de *hardware*, além de uma porta infravermelho (IrDA)<sup>15</sup>, sendo possível assim conectar dois ou mais aparelhos para jogos em rede. Quatro anos mais tarde, apresentou a versão *Advance* de seu console portátil, com especificações técnicas ainda melhores e a possibilidade de uso, além da porta IrDA, de cabos especiais para promover jogos em rede, e, posteriormente, a conexão desse dispositivo com o *GameCube*, console doméstico lançado em 2001 pela mesma empresa, buscando concorrer com o *Playstation 2* da rival Sony.

Figura 15: *Game Boy Color* (1998).



Fonte: <http://www.handheldmuseum.com>. Acesso em 20 dez. 2012.

---

<sup>14</sup> Linux é uma linguagem de programação para sistemas operacionais em código aberto, ou seja, é livre para utilização e criação de diferentes versões, as quais são distribuídas gratuitamente, tanto para uso doméstico, quanto para uso empresarial.

<sup>15</sup> IrDA é a sigla para *Infrared Data Association*, uma tecnologia de padrões de comunicação sem fio entre dispositivos, como telefones celulares, computadores, impressoras e televisores, entre outros. É utilizado para transmissão de dados entre dispositivos em curta distância, através da criação de uma rede local.

Nesse já confuso cenário, tanto de aparelhos visando jogos digitais em ambientes domésticos, quanto em situações de mobilidade, uma outra empresa decide entrar na briga por esse mercado: a Microsoft, antes concentrada na produção de *softwares* e do sistema operacional *Windows*, anuncia a venda do Xbox (2002), que também utilizava DVDs para armazenamento de seus jogos, permitindo além disso conexão à internet, sendo possível inclusive a compra de jogos diretamente pelo aparelho conectado à rede.

Outro ano decisivo para os jogos, especialmente os portáteis, foi 2003, com o ousado projeto da finlandesa Nokia (na época líder mundial na fabricação de telefones celulares) de integração em um dispositivo móvel híbrido e multifuncional, ao mesmo tempo, de telefone móvel, tocador de música, organizador digital (PDA), rádio e uma plataforma de jogos, além de tecnologia de conexão à internet. Foi assim criado o *N-Gage* (figura 16), que dispunha de uma tela em cores de tamanho considerável para o padrão da época, além de um espaço para utilização de cartões de expansão de memória. Também era possível jogos em rede, tanto através da porta IR, quanto conexão *bluetooth*<sup>16</sup>, bem como conectividade de dados via internet móvel da operadora.

Figura 16: *N-Gage* (2003), híbrido de telefone multifuncional com *console* portátil, da Nokia.



Fonte: <http://www.handheldmuseum.com>. Acesso em 20 dez. 2012.

---

<sup>16</sup> *Bluetooth* é um protocolo de comunicação sem fio entre dispositivos, através da criação de uma rede local entre telefones celulares, computadores, impressoras e câmeras digitais e *consoles* de videogame. Por meio de frequência de rádio de curto alcance, o *bluetooth* possibilita a troca de arquivos entre aparelhos conectados à rede sem fio.

No curto período de vida do *N-Gage* (ele foi substituído no ano seguinte por uma versão mais aprimorada, o *N-Gage QD*), foram lançados cerca de 64 jogos, contando com o apoio de grandes desenvolvedoras e distribuidoras de jogos, como a *Activision*, *Capcom*, *GameLoft*, *Taito* e *Sega*. Entretanto, o aparelho apresentava alguns problemas de usabilidade que não foram considerados quando de sua concepção, como a necessidade de se desligar e desmontar o aparelho a cada vez que fosse desejado trocar o jogo (que era armazenado em cartões específicos, cuja entrada ficava localizada embaixo da bateria). Além disso, embora a tentativa da Nokia de transformar um único dispositivo portátil em um centro de entretenimento parecesse bastante interessante, o aparelho causava confusão entre o público, que não entendia exatamente o que ele era. Muitas críticas também se relacionavam ao fato que o aparelho frequentemente apresentava problemas para executar as tarefas às quais ele se propunha, pela diversidade de funções e a inexistência, para a época, de *hardwares* potentes que dessem conta de executar todas as suas funções com estabilidade.

Embora a tentativa de junção de diversas funções em só aparelho pela Nokia tenha falhado, ao mesmo tempo o mercado de telefonia começa a popularizar o uso de *smartphones*: telefones móveis multifuncionais, podendo ser utilizado tanto em suas funções de voz, quanto cumprindo funções básicas de computadores, como envio e recebimento de e-mails, acesso a redes sociais e bate-papo, além da presença cada vez mais frequente de câmeras digitais embutidas – além de conexões sem fio, como portas IR, *bluetooth*, internet móvel Wi-Fi<sup>17</sup> e pela própria operadora. Podem ser destacados nessa categoria os telefones *BlackBerry* e os *smartphones* também da Nokia, que permitiam a incorporação de novas funcionalidades através de aplicativos e jogos, diretamente da internet móvel.

Em 2007, a Apple revoluciona o mercado de *smartphones* com o lançamento do seu *iPhone* (figura 17), substituindo o teclado físico convencional por uma tela de grande dimensão sensível ao toque em vários pontos ao mesmo tempo (*multitouch*),

---

<sup>17</sup> Wi-Fi é uma marca registrada da empresa Wi-Fi Alliance, e designa a possibilidade de conexão à internet por meio de redes sem fio, baseada em ondas de rádio de frequências definidas, a partir de um ponto de acesso que distribui o sinal para dispositivos portáteis, como *tablets*, computadores e telefones celulares.

tornando a utilização dos celulares ainda mais intuitiva, pois dava ao usuário sensação de estar fisicamente manipulando as ferramentas do telefone com as pontas dos dedos. Assim, contando com um competente conjunto que incluía um *hardware* eficiente e um sistema operacional veloz e estável, o telefone rapidamente caiu nas graças da população e se tornou objeto de desejo pelo mundo.

Figura 17: *iPhone*, telefone celular multifuncional da Apple, lançado em 2007.



Fonte: <http://www.apple.com>. Acesso em 10 jan. 2013.

Posteriormente, foram disponibilizadas novas versões do iPhone (3G, 3GS, 4, 4S e a mais recente, 5), além do *tablet*<sup>18</sup> iPad, em 2009, o que fez com que o mercado se reposicionasse na direção da produção de aparelhos cada vez mais potentes, convergindo diferentes funções e tecnologias em um único dispositivo. A partir da adesão à internet móvel e ao crescente uso de dispositivos portáteis que combinam características de telefonia, potente capacidade de processamento, acesso constante à rede e o uso de tecnologias de geolocalização<sup>19</sup>, e mais uma vez aliando a tudo isso o potencial agregador social em rede, os jogos desenvolvidos

---

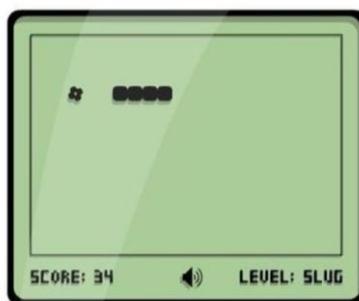
<sup>18</sup> *Tablets* são aparelhos móveis utilizados para acesso à internet, visualização de fotos e vídeos, leitura de livros, jornais e revistas e entretenimento com jogos, além de gerenciamento e produtividade. Combinam características de computadores e de *smartphones*, embora a maioria deles não permita originar e receber chamadas telefônicas. Possuem também sistemas operacionais que controlam o funcionamento dos aparelhos, além de ser possível, assim como nos *smartphones*, a instalação de aplicações que ampliam suas funções.

<sup>19</sup> Geolocalização é a posição geográfica exata (latitude e longitude) que um objeto ou uma pessoa ocupa em um determinado momento no planeta. Nesse trabalho, usaremos também a expressão geoposicionamento como sinônimo.

nessas interfaces tornam-se expoentes de uma nova categoria, que estabelece relações entre diferentes ambientes – o físico das cidades embebido em uma camada informacional e imaterial – o que nos permitirá, em capítulo específico, tecer considerações no tocante aos efeitos que isso traz na própria forma do sujeito se inserir no mundo.

Cabe aqui também citar os aparelhos de jogos portáteis mais simples, monocromáticos, com jogos como o *Tetris*, que foram bem populares no Brasil na década de 90. Com preços mais acessíveis, esses *handhelds* dispunham de grande variedade de jogos, como corrida, quebra-cabeças, entre outros. Recuperamos também aqui o lançamento de um dos jogos mais populares em dispositivos móveis durante aquele período, o *Snake* (figura 18), grande sucesso em arcades durante os anos 70 e lançado em 1997 como padrão nos telefones celulares Nokia, que permitia o modo de dois jogadores através da porta IrDA em aparelhos com essa tecnologia.

Figura 18: *Snake*, jogo padrão presente em telefones móveis Nokia.



Fonte: <http://www.mynokiablog>. Acesso em 30 out. 2012.

No ramo dos *handhelds*, de 2004 a 2009 assistimos o lançamento de diversos outros aparelhos, cada vez mais aprimorados e buscando oferecer experiências de *gameplay* satisfatórias aos jogadores, além de prezar pelo primor gráfico e por configurações de *hardware* mais robustas. Em 2004, a Nintendo apresentou a evolução de seu *Game Boy*: o *Nintendo DS* (figura 19), um dispositivo com duas telas, sendo uma delas sensível ao toque, as quais proporcionavam sensação de tridimensionalidade no uso do *console*, além de conectividade sem fio Wi-Fi e a possibilidade de jogos em rede com até 16 jogadores. No mesmo ano, a

Sony coloca no mercado o seu *Playstation Portable* (PSP), também com conectividade sem fio à rede, além de espaço para cartões de memória e integração total com os *consoles* domésticos da empresa (figura 20).

Figura 19: Nintendo DS (2004), console portátil da Nintendo.



Fonte: <http://www.tecnoblog.net>. Acesso em 18 dez. 2012.

Figura 20: *Playstation Portable* (PSP), console portátil da Sony, lançado em 2004.



Fonte: <http://www.handheldmuseum.com>. Acesso em 20 dez. 2012.

Em 2006 e 2008, a Nintendo lançou outras duas versões de seu DS: a primeira foi denominada *Lite*, já a segunda, o *DSi*, continha duas câmeras digitais integradas e também espaço para acréscimo de memória através de cartões expansores. A Sony também, em 2009, aprimora seu PSP e lança a versão *PSP Go!*, que propunha conexão total com a internet, uma vez que os jogos agora não eram mais armazenados em cartões ou discos externos: eles deveriam ser adquiridos via acesso sem fio à rede e armazenados na memória interna do

aparelho. Possui, ainda, *bluetooth* e porta USB para conexão a computadores e ao console doméstico.

A Sony também já vinha preparando o sucessor de seu *console* doméstico, e em 2006 apresenta o *Playstation 3* (PS3), com poderoso *hardware* e discos rígidos de memória internos, visando armazenamento de jogos sem a necessidade de mídias externas, além da reprodução de discos óticos em alta qualidade e Blu-Ray<sup>20</sup>. Desde seu lançamento até a atualidade, existem diversas versões do PS3, nos quais variam a quantidade de memória interna, dimensões, além de cores diferenciadas e possibilidade de conexão em televisores de alta definição via HDMI<sup>21</sup>.

Mais recentemente, a Nintendo (2011) também disponibilizou uma atualização de seu *handheld* (3DS), no qual foi aprimorada a geração de imagens em terceira dimensão através do uso das duas telas. Em 2011 também vemos uma nova tentativa de aproximação de empresas de telefonia móvel com o universo dos consoles portáteis, com o lançamento pela Sony Ericsson (uma divisão de produtos voltados à telefonia móvel da já citada empresa nipônica) do *Xperia Play* (figura 21), telefone celular com sistema operacional Android<sup>22</sup> em sua versão 2.3, e que é totalmente compatível com os jogos para *handhelds* da companhia. Também em 2011 é apresentada a última versão disponível de jogos portáteis da Sony, sob o nome *Playstation Vita*, com tela multitoque, conexão via *bluetooth* e à internet via redes sem fio.

---

<sup>20</sup> *Blu-Ray* é uma tecnologia de leitura e gravação de discos óticos com capacidade de armazenamento de dados em quantidade superior ao CD e ao DVD, além de permitir arquivos de vídeo em alta definição. Para a reprodução de discos nesse formato, são necessários aparelhos específicos, como leitores em computadores, além de televisores com alta resolução para que não haja perda na qualidade gráfica proporcionada.

<sup>21</sup> HDMI é a sigla em inglês para *High-Definition Multimedia Interface*, ou seja, padrões digitais de transmissão de áudio e vídeo em alta definição e sem perda de qualidade, presentes em diversos dispositivos, como televisores, aparelhos de DVD e Blu-Ray, computadores e tocadores de áudio.

<sup>22</sup> Android é um sistema operacional baseado em Linux para dispositivos móveis, como telefones celulares e *tablets*, de propriedade da empresa Google. Lançado em 2005 em sua versão 1.5 (*Cupcake*), se encontra atualmente na versão 4.2, denominada *Jelly Bean*. É concorrente direto do iPhone, fabricado pela Apple e seu sistema iOS.

Figura 21: Híbrido de telefone celular e *handheld Xperia Play* (2011), da Sony Ericsson.



Fonte: <http://www.handheldmuseum.com>. Acesso em 20 dez. 2012.

Essa curta incursão histórica parece nos permitir entender a relação existente entre jogo e cultura a partir da perspectiva dos autores aqui trabalhados; e, particularmente, Caillois, faz uma importante contribuição nesse sentido, quando afirma que

não seria absurdo esboçar o diagnóstico de uma civilização a partir dos jogos que nela prosperam de uma forma especial. De facto, sendo os jogos fatores e imagens de cultura, daí decorre que, em certa medida, uma civilização e, no seio de uma civilização, uma época, pode ser caracterizada pelos seus jogos. Traduzem forçosamente a sua fisionomia geral e fornecem indicações úteis acerca das preferências, das fraquezas e das linhas de força de uma dada sociedade, num determinado momento de sua evolução (1990, p. 102).

Assim, haja vista a emergência de diferentes tipos de jogos digitais e a sua rápida apropriação e transformação em uma forma particular de cultura contemporânea, fez-se necessária a apropriação de conhecimentos de várias áreas, objetivando assim a formação de um novo campo de estudo – uma vez que, embora relevantes e absolutamente indispensáveis, os teóricos clássicos dos jogos não pareciam dar conta da complexidade que o fenômeno apresenta na modernidade, principalmente ao considerarmos a entrada e evolução dos jogos móveis, que parecem expandir e complexificar o círculo mágico do jogo, como veremos a seguir.

## 2.3 OS *GAME STUDIES* E ABORDAGENS CONTEMPORÂNEAS

Embora distantes da contemporaneidade, as teorias nesse capítulo expostas tornaram-se referência e auxiliaram na fundação de um novo campo de investigação do fenômeno do jogo humano. Os *game studies* figuram hoje uma complexa área de estudo, pois incorporam elementos de diferentes campos do conhecimento: literatura, artes e estética; filosofia, sociologia, antropologia e história, psicologia; comunicação; arquitetura; informática e tecnologias da informação, entre outros. Assim, percebe-se o crescente número de estudos sobre os mesmos como o interesse por uma forma particular de cultura, chamada *game culture* (MÄYRÄ, 2008; DOVEY e KENNEDY, 2006) e, especificamente, na atualidade, sob o viés das tecnologias de comunicação e informação e das redes temáticas globais. Assim, Montola *et al* (2009, p. 62) afirmam que

os jogos digitais primeiro apareceram nos *arcades* e então foram para as salas de estar das pessoas à medida que a tecnologia computacional se tornou mais difusa e sofisticada. Depois das salas de estar, jogos digitais conquistaram estações de trabalho, redes digitais e telefones móveis. Os jogos se tornaram ubíquos, o que também abriu caminho para a ubiquidade dos jogos. Isso moldou como os jogos e o ato de jogar são percebidos e como eles encontraram seu lugar na esfera cultural<sup>23</sup> [tradução nossa].

A fundação desse campo de estudo foi impulsionada, principalmente, pela popularização das mídias digitais e das tecnologias da informação, as quais encontraram nos jogos possibilidades de uso criativo e interativo das mesmas. Como afirmamos anteriormente, o desenvolvimento e aperfeiçoamento de aparatos tecnológicos podem ser considerados como um dos grandes pilares da difusão da cibercultura, e, especificamente no caso dos jogos digitais, uma das maiores indústrias da atualidade e a maior do ramo do entretenimento – superando, inclusive, o mercado cinematográfico em importância econômica.

Quando do início dos estudos dos jogos digitais, duas correntes principais foram fundadas: a ludologia e a narratologia. A primeira, proposta por Frasca (1999),

---

<sup>23</sup> Digital games first appeared in arcades and then moved to living rooms as computer technology became more widespread and sophisticated. After living rooms, digital games went on to conquer workstations, digital networks, and mobile phones. Games have become ubiquitous, which paves the way for ubiquitous games as well. This has shaped how games and playing are perceived and how they have found their place in cultural sphere.

se coloca na análise do fenômeno como manifestação cultural que reflete o modo de vida de uma sociedade em um dado momento histórico, tendo como parâmetro as teorias aqui descritas, e levando em consideração aspectos fundamentais, de acordo com Mäyrä (2008, p. 2): o estudo dos jogos em si, do seu sistema de regras e dos jogadores, além do contexto que une os anteriores e propicia o surgimento de tais manifestações. Através do desvelamento das estruturas que fundamentam esses fenômenos, da interpelação do sujeito pelo próprio jogo e do movimento existente nesse *jogar com* e *jogar consigo mesmo*, produzem-se novas relações entre os jogadores, que se expandem para fora do círculo do jogo e acabam por perpassar também outros aspectos da vida em sociedade. De tal maneira, pressupõe-se que os jogos sejam sistemas simbólicos, regulamentados e de produção de sentido, dos quais o homem se utiliza como um estar no mundo.

Já a narratologia se preocupa em investigar o jogo e seus elementos que podem ser considerados como uma narrativa, um texto que subjaz a estrutura e o sistema de jogo (PINHEIRO, 2007, p. 128), sendo possíveis desde abordagens voltadas às análises literárias do jogo e dos aspectos textuais e discursivos que existem nesses, quanto estudos sobre o caráter estético que os mesmos possuem. Fortemente influenciada pela literatura e pelas artes, este viés entende o jogo como um texto a ser interpretado pelo usuário para que ele possa interagir com o mesmo. Aqui, o jogo também é entendido como um sistema simbólico capaz de produzir sentido a partir do usuário; porém, o viés ao qual a narratologia se dedica está primordialmente interessado na propriedade dos jogos de criar novos contextos e narrativas, bem como as habilidades cognitivas necessárias à sua decodificação.

No caso deste trabalho, optamos por um viés que aprecia ambas as abordagens como complementares, não considerando-as auto excludentes; acreditamos que a experiência do jogo se completa justamente pela narrativa intrínseca a ele, que também contribui para a própria ocorrência do sistema de regras que fundamenta a existência do jogo e propicia seus aspectos sociais e simbólicos existentes. Sendo assim, optamos por analisar o nosso objeto segundo o enfoque proposto por Pinheiro e Branco (2011; 2012), através do desvelamento de seus *ludemas*; ou seja, a parte mínima de jogo no Foursquare, que transforma a relação do sujeito, de forma a alterar o estado do mesmo existente antes da ação.

Os tipos de ludemas, sua classificação e a identificação proposta pelos autores estão descritos no capítulo 7, dedicado à análise das mecânicas de jogo no Foursquare.

Uma outra corrente em voga é a ideia de *gamification*, ou seja, da inserção de elementos próprios à mecânica de *gameplay* em áreas até então consideradas como resguardadas da ação do jogo: no campo profissional, da educação, nas interações sociais entre os indivíduos, bem como nas relações de consumo de mercadorias e serviços, tanto em ambientes *online*, quanto nos estabelecimentos físicos disponíveis nas cidades. Embora saibamos que existam autores que defendem o fenômeno como característico de um crescente fascínio que os jogos causam na contemporaneidade (MCGONIGAL, 2011; ADAMS e DORMANS, 2012; ZICHERMANN e CUNNINGHAM, 2011), como defendemos anteriormente nesse capítulo, o caráter do jogo está presente na vida social humana em todos os seus âmbitos – inclusive, muito antes de sua formalização pelo homem como fenômeno cultural.

Essa perspectiva se baseia no fato do jogo ser um sistema baseado em regras, com resultados imprevisíveis e variáveis, às quais os jogadores se submetem com o propósito de obter algum tipo de recompensa, que pode ser cognitiva, emocional, social, física, ou combinar mais de uma das mesmas. Essas regras são o princípio da existência das mecânicas de *gameplay*, conforme afirmam Adams e Dormans (2012), as quais, juntamente com a narrativa existente, criam o ambiente no qual o jogo se desenvolve. A *gamificação* (como é habitualmente chamada em português) é, portanto, a atribuição de lógicas próprias dos jogos, como medalhas e outras formas de reconhecimento por uma performance ou objetivo cumprido, placar, pontos, entre outros, os quais se dão primordialmente através da competição entre os participantes. Embora o termo *gamification* pareça novo, temos que lembrar que, de acordo com os autores que aqui nos baseamos, os aspectos de jogo sempre se fizeram presentes nos mais variados processos sociais e da vida humana, mesmo antes de sua apropriação pelo homem e transformação em cultura. Como Zichermann e Cunningham afirmam, se trata mais da exploração do potencial lúdico de atividades cotidianas, através das mecânicas de jogo (2011, p. 3), do que algo realmente inédito ou que não ocorresse antes.

Com base nas teorias já explicitadas por diversos autores, podemos agora adentrar especificamente no objeto desse trabalho, que é um tipo específico de jogos, os quais Lemos (2010) denomina como jogos móveis locativos (JML), ou seja, atividades lúdicas que se baseiam na interseção entre redes informacionais, cujo acesso se torna possível concretizado pela presença maciça de aparatos móveis de comunicação com acesso constante à internet, como é o caso de telefones celulares, *smartphones* e *tablets*, e o espaço físico das cidades, como nova forma de expressão do lúdico na contemporaneidade. Faz-se necessário, assim, primeiramente, definir o que entendemos por jogos pervasivos.

#### 2.4 - O CARÁTER PERVASIVO DO JOGO MÓVEL LOCATIVO

Já dissemos que, enquanto fenômeno catalizador de produção cultural humana, o jogo transcende o momento específico no qual ele se desenrola, acabando por perpassar, também, esferas separadas e em momentos nos quais o lúdico, embora presente, não se deixa perceber de forma tão clara. Conforme explicitamos em nota de rodapé no início desse trabalho, *pervasivo*, etimologicamente, é um termo que não se encontra, ainda, incorporado oficialmente à Língua Portuguesa, não sendo possível localizar a palavra em dicionários. É derivada do termo em inglês *pervasive*, que se refere a algo que se espalha, que se torna difuso e que penetra em toda parte ou tende a, por meio de diversos meios, tecnologias e dispositivos. Entretanto, é um termo utilizado com bastante frequência em estudos científicos de *game studies*, dada a sua relevância teórica, principalmente nas obras de Língua Inglesa sobre o assunto. Em uma breve pesquisa, encontramos milhares de ocorrências do termo em português com o sentido que aqui é dado.

Baseados nos autores aqui trabalhados, parece-nos pertinente entender que o caráter *pervasivo* é próprio para com o que é jogo, se considerarmos a tese de Gadamer (1997) de que o jogo possui, fundamentalmente, a característica de ser um mediador das relações entre os sujeitos e destes com o mundo; esse movimento permite que ele se expanda para todas as esferas da existência humana, ou seja, o

homem se constitui a partir do jogo, e essa relação o acompanha em todos os âmbitos da vida – mesmo naqueles nos quais não se reconheça diretamente sua influência (HUIZINGA, 2008).

Entretanto, no decorrer da pesquisa bibliográfica realizada para a construção do referencial teórico desse trabalho, encontramos majoritariamente o uso do termo *pervasivo* – especialmente em recentes obras em inglês – para designar os jogos que proliferam nesse cenário de imbricações advindas da presença maciça de dispositivos informacionais e tecnologias de comunicação com o espaço físico das cidades, combinando características e serviços baseados em geolocalização, redes digitais móveis e aparatos tecnológicos em conexão *always on* (PELLANDA, 2005). Com efeito, uma categoria específica de jogos *pervasivos* emerge desse contexto, que é designada por Lemos (2010, p. 3) pela expressão *jogos móveis locativos*, ou seja, “[...] jogos urbanos que utilizam tecnologias e serviços baseados em localização nos quais o lugar é parte integrante das regras e das ações do jogo”.

Logo, os JML transformam a configuração física das cidades em um tabuleiro de jogo, no qual os usuários se movimentam, tanto com o objetivo lúdico explícito, quanto na realização de suas tarefas cotidianas; esse é, aliás, uma diferença fundamental que admite a *pervasividade* do jogo, nesse caso. Mäyrä (2008, p. 146) entende, assim, que os jogos *pervasivos* ultrapassam de tal maneira o ambiente tradicional característico dos *consoles* de videogame e, deliberadamente, misturam a esfera do jogo com o mundo real, criando interseções entre essas instâncias. O fenômeno passa, assim, cada vez mais, a abarcar aspectos que até então não eram considerados como jogo – e, inclusive, aqueles que socialmente são considerados sua antítese, como o trabalho e a educação escolar – os quais radicalizam sua presença difusa e confirmam seu caráter medial. A esse respeito, Souza e Silva e Hjorth (2009, p. 602) afirmam que

à medida que telefones celulares tornaram-se populares, também o fez o “jogo móvel”. Geralmente, quando o termo “jogo móvel” é usado, refere-se aos jogos praticados na tela de telefones celulares. Entretanto, localização e Sistemas de Posicionamento Global (GPS) embutidos em celulares os transformaram em interfaces para navegação no espaço físico. Quando um equipamento móvel sabe onde ele está no espaço público, ele transforma não só a relação entre os lugares e as pessoas, mas também, as pessoas entre si. Adicionando-se uma camada informacional aos lugares, tecnologias móveis adicionam valor a esses espaços. Por exemplo, quando

serviços baseados em localização (LBS) incorporam “informação digital” a lugares específicos, como, por exemplo, a história de um prédio, ou as coordenadas para o *shopping* mais próximo, então se um usuário portando um dispositivo móvel com possibilidade de geolocalização entra no âmbito em que a informação está vinculada [ao local físico], ele pode acessá-lo através do seu aparelho [tradução nossa]<sup>24</sup>.

Lemos (2010, p. 3) entende que os jogos móveis locativos podem se dividir em dois tipos, especificamente no tocante à necessidade de se atrelar ao ambiente físico à camada informacional: os que se utilizam de tais imbricações, ou sistemas locativos, nos quais a localização do jogador é de fundamental importância para que o jogo ocorra; e os que não dependem necessariamente do geoposicionamento do jogador, ou seja, eles podem ser jogos móveis – e estar, inclusive, presentes em aparatos portáteis – se utilizando do acesso à internet para o desenvolvimento do jogo, sem que, entretanto, o local onde o sujeito se encontra seja determinante para a atividade.

Além disso, em relação aos JML, Kiefer *et. al.* (2006) os agrupam em três categorias, a saber: os jogos puramente locativos, os de realidade mista e os de realidade aumentada. Os de primeiro tipo são aqueles nos quais a localização geográfica física de cada jogador é fundamental ao desenvolvimento do jogo, utilizando tecnologias e serviços como sistemas de posicionamento e redes móveis de operadoras de telefonia. Pode-se, por exemplo, criar serviços em rede específicos para este fim, como o recente Banco Imobiliário Geolocalizado, baseado no clássico jogo de tabuleiro, mas que, como citaremos em capítulo posterior, em sua versão para dispositivos móveis, permite aos jogadores comprar e negociar elementos disponíveis fisicamente na cidade no ambiente do jogo, baseado em sua localização; ou ainda, podem estar implícitos em outros sistemas, como é o caso do

---

<sup>24</sup> As mobile phones became popular, so too did ‘mobile gaming’. Generally when the term “mobile gaming” is used, it refers to games played on the cell phone screen. However, location awareness and Global Positioning System (GPS) devices embedded on mobile turn them into interfaces to navigate physical spaces. When the mobile device knows where it is in public space, it might transform not only the relationship between users and places, but also among users themselves. By adding a digital information layer to places, mobile technologies might add value to physical spaces. For example, some location-based services (LBS) might attach “digital information” to specific places, such as the history of a building, or directions to the closest mall, so that if a user with a location-aware cell phone enters the range in which the information was ‘attached’, he or she can access it with the device.

objeto de investigação desta Dissertação, ou seja, a rede social *Foursquare*<sup>25</sup> que, embora não seja claramente um jogo, possui elementos característicos de mecânicas de *gameplay*, conforme veremos.

Nos de realidade mista, há jogadores tanto posicionados nas ruas, quanto no ciberespaço, os quais interagem entre si, mediados pela rede, e também com a cidade, normalmente em atividades performáticas, como é o caso do *Big Urban Game* (figura 22) – uma experiência realizada pela Universidade de Minnessota, nos Estados Unidos da América. O jogo consistia numa corrida entre três equipes, cada uma sendo representada por peões semelhantes aos utilizados em jogos de tabuleiros, com cores distintas, os quais foram colocados nas ruas das cidades de Minneapolis e St. Paul. Para que o jogo pudesse ser desenvolvido, os jornais das cidades diariamente informavam sobre a localização de cada peça, incentivando a participação dos cidadãos para escolher pela internet, entre duas opções de rotas, o melhor trajeto até o próximo ponto definido no jogo. Escolhido o caminho, as equipes responsáveis pelos peões os movimentavam pelo espaço urbano, sendo que o tempo dispendido para tal ato era cronometrado. Ao final da competição, venceu a equipe que conseguiu chegar até o ponto final em menor tempo, auxiliada pelas pessoas que voluntariamente se engajavam e participavam do jogo no ciberespaço.

---

<sup>25</sup> <http://www.foursquare.com>

Figura 22: Um dos peões da experiência *Big Urban Game* sendo transportado pela equipe através das ruas da cidade de Minnessotta.



Fonte: <http://www.decisionproblem.com/bug/bug3.jpg>. Acesso em 15 abr 2012

Finalmente, os jogos que Kiefer *et al* (2006) classifica como de realidade aumentada são aqueles que usam tecnologias que permitem visualizar imageticamente 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. Um exemplo desse tipo é o jogo *Ingress*, da empresa Google, e que será descrito no capítulo sobre as tecnologias móveis e o espaço urbano.

Em relação aos JML, podemos ainda acrescentar as considerações de Hjorth (2011, p. 84-100), que entende como fundamentais as interseções entre o espaço e a mobilidade informacional proporcionada por dispositivos tecnológicos, afirmando que, justamente por mesclar tanto espaços *online* e *off-line*, eles podem oferecer novas formas de experienciar a realidade ou simplesmente o lugar no qual o sujeito se encontra. Para a autora, a possibilidade de interação em rede e do uso do espaço da cidade como elemento lúdico oferecem uma oportunidade de transformar os modos como os sujeitos se apropriam e atribuem sentido aos mesmos, além de poderem auxiliar na recuperação de um sentido espacial que era ausente aos jogos eletrônicos. Assim, ela acredita que a

mobilidade e tecnologias em rede não apenas alteram como nós entendemos o espaço na vida cotidiana, mas também nos lembram que o lugar é mais que somente a sua localização física e geográfica. Com mais importância, ele é construído através do acúmulo constante de histórias, memórias e práticas sociais (idem, p. 84)<sup>26</sup> [tradução nossa].

Como já dissemos, os jogos se caracterizam pela suspensão temporária da condição espaço temporal na qual os jogadores estão imersos, e a instauração de uma outra, que é própria do jogo, com duração e regras específicas, que não raramente funciona segundo um sistema próprio que regula o que é lícito ou não na esfera simbólica do jogo. O engajamento em tais atividades possui um caráter voluntário e o jogador sabe, mesmo que desempenhe seu papel no jogo de forma absolutamente sincera, que aquele momento se difere de sua vida ordinária, podendo interromper e decidir a duração do mesmo como desejar.

De acordo com Montola *et al* (2009, p. 7), as novas possibilidades tecnológicas de contato com o lúdico criam uma nova forma de cultura, que passa a existir a partir da interseção da apropriação pelos sujeitos da cidade e, por consequência, da criação de uma cultura urbana, tecnologias móveis e redes de informação sem fio, e novas manifestações artísticas que combinam dados e fragmentos de diferentes textos, contextos, visando, assim, produzir novas experiências de jogo e permitindo, segundo os autores, a expansão o círculo mágico a partir de três perspectivas fundamentais: a expansão espacial, temporal e social.

a) a expansão *espacial* proporcionada por tais jogos, a partir da fusão entre as tecnologias, o físico e a rede, cria novos espaços de fluxos, tanto de informações quanto de sujeitos, graças ao desenvolvimento de um eficiente sistema de transporte em escala global que permite o deslocamento de um canto ao outro do planeta em altas velocidades, e, também, aliando a tudo isso, a ubiquidade das redes planetárias de informação em dispositivos portáteis, permitindo aos mesmos que levem consigo permanentemente as ferramentas necessárias à sua participação no jogo. Através da apropriação de objetos e locais do mundo físico ao ambiente do

---

<sup>26</sup> Mobile, networked technologies not only transform how we understand place in everyday life, they also remind us that place is more than just physical and geographic location. More importantly, places are constructed by an ongoing accumulation of stories, memories and social practices.

jogo, eles criam uma interseção entre estes dois universos, que encontra possibilidades de expansão através do amplo alcance de uma rede móvel, difusa e que atravessa corpos, ruas e construções físicas. De tal maneira, os jogos pervasivos se apropriam de áreas físicas existentes nas cidades, como restaurantes, lojas, *shopping centers* e praças, mas também de extensões no ciberespaço, como comunidades específicas e outros ambientes virtuais.

b) já por expansão *temporal* podemos entender como a duração que os jogos possuem, ou seja, por quanto tempo os usuários se mantêm conectados a esse universo simbólico do jogo, que pode incluir também períodos nos quais o sujeito não está conscientemente jogando, porém imerso no ambiente lúdico. Como já explicitado anteriormente, com a emergência dessas redes, a vida cotidiana e o jogo se tornam cada vez mais indissociáveis e intrinsecamente ligados, abarcando todas as atividades realizadas cotidianamente: o trajeto até o trabalho, os locais que o sujeito frequenta e até as relações que estabelece com outras pessoas. 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. Nos atuais jogos pervasivos, tais limites se diluem com a vida cotidiana dos indivíduos, tornando o jogo difuso e indissociável de outras atividades, especialmente naquelas em que ele não é imediatamente percebido;

c) como consequência das expansões acima descritas, a temporal e a espacial, percebemos uma ampliação *social* causada pelo jogo pervasivo, ou seja, os sujeitos se engajam em processos de interação, competição e trocas simbólicas entre si, mediados por artefatos tecnológicos portáteis levados sempre com eles, e que acabam envolvendo não somente os jogadores, mas também pessoas alheias ao jogo, que quais podem participar como espectadores ou então serem motivados a adentrar à frágil membrana que circunscreve o círculo mágico nestas atividades. De acordo com a própria vocação social da internet, os jogos pervasivos combinam a materialidade dos espaços físicos com a fluidez da camada informacional que é agregada ao mesmo, possibilitando a ampliação do caráter socializante que já é, fundamentalmente, característico do jogo, através das possibilidades de interação e compartilhamento em redes virtuais de relacionamento.

Sob o ponto de vista dos jogos pervasivos, o conceito de círculo mágico como espaço simbólico construído a partir do conjunto de contratos e regras firmadas entre os indivíduos, virtualizante e isolado da vida real, parece ter suas fronteiras diluídas, não sendo possível distinguir o jogo do não jogo. Neste sentido, nessas novas manifestações culturais, o círculo mágico é expandido de várias formas: o jogo não ocorre mais em tempos e espaços bem definidos, e os participantes não são determinados. Jogos pervasivos permeiam, se desdobram e embaçam os limites tradicionais do jogo, ultrapassando o domínio do mesmo para o cotidiano (MONTOLA *et al*, 2009, p. 12).

## 2.5 – A QUESTÃO DA VIRTUALIDADE DO JOGO EM HUIZINGA E LÉVY

Assim, para encerrar este capítulo destinado ao estudo das teorias do jogo como elemento fundamental humano em sua relação com o mundo, cremos ser possível entender o círculo mágico do jogo como um espaço essencialmente virtual, que se realiza a partir das interações que os jogadores estabelecem tanto com o fenômeno, deixando-se ser jogado por ele, quanto se relaciona também com os outros. A esfera do jogo existe, sempre, como potência que, quando praticada, produz efeitos que, como vimos, ultrapassa o momento lúdico específico em questão.

Ao fazer uma incursão pela obra “O que é o virtual?” (1996), de Pierre Lévy, percebemos que é possível estabelecer um paralelo entre o conceito de virtualidade para o autor, e seus vetores, e o próprio conceito de *Homo Ludens*, presente em Huizinga (2008). Sob tal perspectiva, Lévy, um dos maiores estudiosos destas tecnologias e das novas configurações sociais advindas das mesmas, estuda a virtualização a partir da perspectiva de que ela é inerente aos processos humanos de imaginar e interagir consigo mesmo e com o mundo. Ele desmembra a palavra etimologicamente, a partir de sua raiz latina, *virtualis*, derivada de *virtus*, que significa força, potência. E é justamente este o conceito de virtual para Lévy: para ele, este se apresenta na forma de potência, um complexo problemático que demanda sua resolução a partir da mediação da subjetividade humana. A esse

processo o autor denomina como a atualização do potencial existente na entidade considerada, ou seja, a “[...] criação, invenção de uma forma a partir de uma configuração dinâmica de forças e finalidades. [...] uma produção de qualidades novas, uma transformação das ideias, um verdadeiro devir que alimenta de volta o virtual” (idem, p. 16-17).

A distinção entre as relações antagônicas existentes entre o virtual - atual e possível - real nos auxilia a clarificar o conceito do autor. Lévy afirma que o virtual constitui um conjunto de forças e variáveis, passíveis de serem ativadas a partir da capacidade de imaginação e de intervenção do homem nas mesmas. Uma semente, por exemplo, constitui uma árvore virtual, para o autor. A sua atualização é condicionada a vários fatores que podem alterar os modos como este processo se dará, se será de fato plantada, a qualidade do solo, a quantidade de adubo, as condições climáticas às quais será submetida, entre outras variáveis que influenciam na germinação ou não da semente. De tal maneira, ela carrega consigo esse conjunto problemático, ou seja, “[...] a partir das coerções que lhe são próprias, deverá inventá-la, coproduzi-la com as circunstâncias que encontrar” (ibid., p. 16).

Enquanto o virtual tem como sua resolução o atual, o real se opõe então ao possível, ou seja, a algo latente que “[...] se realizará sem que nada mude em sua determinação nem em sua natureza. [...] o possível é exatamente como o real: só lhe falta a existência” (ibid., p. 16). Não implica, neste sentido, a criação e a produção de novas formas e condições a partir de ideias e da interação do sujeito consigo mesmo, com outros e com o mundo – como é a transposição do virtual ao atual. O possível é uma condição previamente definida, que carrega em si todas as condições necessárias à sua realização.

Uma das características do virtual, para o autor, é o desprendimento de uma condição espaço temporal imposta aos indivíduos na forma de um aqui e agora, a qual ele denomina como desterritorialização - ou seja, a capacidade de se deslocar por configurações distintas daquelas nas quais o indivíduo se encontra inserido. O autor atenta para o fato de que o virtual não foi criado nem passou a existir a partir da emergência do ciberespaço e das desterritorializações por ele potencializadas, mas sim que este é um processo amalgamado ao próprio conceito de humanidade,

e que “a imaginação, a memória, o conhecimento, a religião são vetores de virtualização que nos fizeram abandonar a presença muito antes da informatização e das redes digitais” (1996, p. 20).

Assim, ele defende a tese de que a espécie humana teve seus pilares e foi construída a partir das virtualizações de três vetores básicos: a *linguagem*, a *técnica* e o *contrato*. Como explicitamos acima, a linguagem foi a grande responsável pela virtualização do tempo, ou seja, de um aqui e agora, inaugurando a ideia de passado, presente e futuro. Foi a partir dela que o homem pôde contar histórias, construir e transmitir uma memória, ou seja, “[...] a partir da invenção da linguagem, nós, humanos, passamos a habitar um espaço virtual, o fluxo temporal tomado como todo, que o imediato presente atualiza apenas parcialmente. [...] Nós *existimos*” (p. 71, grifo do autor). A esse respeito, Wittgenstein (1989) considera a criação e a utilização da linguagem como uma forma fundamental de jogo humano, e aqui podemos entendê-la, conforme já explicitado por Lévy, enquanto propriedade de raciocínio e compreensão da realidade; sendo, de tal maneira, o *Homo sapiens* em Huizinga (2008).

Importante observar também que para Lévy a linguagem é a responsável primeira pela possibilidade de criação de sentido espacial e temporal, os quais são, como já vimos, de fundamental importância para a existência do círculo mágico do jogo. Assim, ele afirma que é através da linguagem e da capacidade de criação e transmissão de conteúdos simbólicos mediados por ela, que somos capazes de nos liberar da imposição de um aqui e agora compartilhado e ao qual estamos irremediavelmente presos, configurando-se, dessa forma, como uma válvula de escape à realidade cotidiana – uma das funções básicas dos jogos para os autores nos quais nos baseamos.

Em relação à técnica, ou a habilidade de criar, produzir e manipular objetos, ela constitui o princípio básico da virtualização dos corpos, ou seja, extensões das capacidades físicas, psicológicas e subjetivas dos homens, e das relações que eles estabelecem com as mesmas. Isso nos permite novamente recuperar as proposições de McLuhan (1964) de que as tecnologias constituem ampliações do homem, de seu organismo e suas propriedades cognitivas. Os meios de

comunicação, de transporte, os objetos e ferramentas, todos eles representam virtualizações do homem, de suas ações e da natureza. Lévy cita o martelo, afirmando que, ao mesmo tempo em que pode ser entendido como uma extensão do braço humano, ele também virtualiza a força necessária para fixar um prego em alguma superfície, a qual é atualizada no ato de bater (1996, p. 76). A técnica, também por ser compartilhada através da linguagem, modifica as formas como o sujeito se relaciona consigo mesmo, com esses objetos e com o mundo. Através da transmissão simbólica de conteúdos a partir da comunicação, ele reinternaliza a técnica, promovendo o desenvolvimento de novas capacidades motoras, cognitivas e mentais. Assim, podemos entendê-la como correlata à noção de *Homo faber* na ideia de Huizinga (2008). Como dissemos, os jogos sempre foram utilizados deliberadamente desde tempos primitivos como meio de treino de habilidades, e que tais efeitos perduravam para além do tempo específico de duração de cada jogo.

Já o terceiro vetor proposto por Lévy se refere às relações sociais, que ele define como contrato, ou a virtualização da violência. São todas as normas e convenções que permitem ao homem viver em sociedade, construídos culturalmente e partir da interação e de processos de negociação constante entre os membros de tal coletividade. Assim, os mitos, os rituais, as manifestações religiosas, as regras de conduta moral, as leis, representam “[...] dispositivos para virtualizar os relacionamentos fundados sobre as relações de forças, as pulsões, os instintos ou os desejos imediatos” (1996, p. 77).

Destarte, ao contrato poderíamos associar o *ludens*, ou seja, as regras sociais, o campo imaterial onde são transmitidas as formas simbólicas entre os indivíduos, uma vez que o lúdico, para o autor, permeia a sociedade e dela é indissociável, um dos seus aspectos formadores e que mantém sua coesão. É aqui que, especificamente, o jogo encontra em seu caráter simbólico o elemento fundante de condutas e regras sociais; e nesse sentido, Huizinga (2008) nos adverte que o jogo nos propicia a diferença existente entre a esfera do jogo e o mundo fora dele, uma vez que ele pressupõe regras específicas, criadas coletivamente, na forma de um contrato firmado entre os envolvidos em uma atividade tal que podemos chamá-la de jogo.

O movimento constante de negociação para que se saiba de forma clara o que é ou não o jogo acaba permitindo, durante o lúdico, a liberação de pulsões socialmente reprimidas, como, por exemplo, ser lícito praticar algum tipo de violência. Basta observarmos os campeonatos de luta: nos competidores a agressividade, quando dentro do ringue, é necessária e incentivada para se chegar à vitória; entretanto, basta que se encerre o jogo para que, via de regra, a violência anteriormente praticada seja novamente condenada como uma conduta imprópria – o ringue, nesse caso, materializa e circunscreve o próprio círculo mágico do jogo, estabelecendo de forma precisa seus limites e o que é lícito ou não dentro dele.

Isso posto, cremos agora ser possível avançar em nosso estudo, compreendendo a importância do jogo como fenômeno essencial ao homem como uma forma de estar no mundo, e também, conscientes da complexidade inerente a qualquer realização de um estudo sobre o mesmo e, principalmente, da radicalização de sua presença no atual cenário tecnológico e social no qual nos encontramos. Destarte, julgamos pertinente trazer à baila no próximo capítulo as questões da emergência do ciberespaço e os impactos que tais tecnologias de comunicação e informação produziram ao serem incorporadas ao corpo social que, a partir de uma lógica sociotécnica particular, acarretaram uma complexificação na cultura contemporânea, abarcando aí todas as facetas que essa pode adquirir: como nós percebemos e nos inserimos no mundo, nos locomovemos pelo espaço físico, comunicamos e interagimos com outro.

### 3. MOBILIDADE, REDES SOCIAIS E MÍDIAS LOCATIVAS

Tendo trabalhado anteriormente a questão do jogo como instrumento de fomentação cultural, de criação e compartilhamento simbólico entre os homens, fundamental aos processos interativos em sociedade, cremos ser necessário aqui entender um dos paradigmas que norteiam esse trabalho, que é como as relações de mobilidade da informação, combinadas com artefatos tecnológicos de conexão constante à rede e a emergência das redes sociais virtuais, parecem ter propiciado o surgimento de inéditas alterações no espaço das cidades, transformando-as, desde conceitualmente, até mesmo em seu caráter simbólico, e mais ainda na forma como vivenciamos e entendemos a urbe.

Para isso, julgamos pertinente trazer à baila questões sobre a cibercultura e seu início, na segunda metade do século XX – principalmente a partir dos anos 70 – com a popularização dos computadores e início da transformação da internet, até então uma rede governamental e com fins militares, em uso comercial e sua disponibilização, ainda que rudimentar, para a sociedade. Como defendemos no capítulo anterior dessa dissertação, e cremos importante retomar nesse ponto da discussão, quando consideramos a evolução da cibernética e da informática percebemos que, muito antes da mesma se fazer presente maciçamente em lares e com uso pessoal, podemos constatar a presença de *consoles* de jogos eletrônicos, que inegavelmente abriram caminho para a posterior entrada de equipamentos mais sofisticados e multifuncionais, como computadores, telefones móveis, entre outros.

Essas transformações perpassam, de tal maneira, em todas as esferas da vida contemporânea, e esse processo de virtualização e transposição para ambientes imateriais e informacionais dos processos (sociais, políticos, econômicos, entre outros), se confirma como nova esfera de vivência, não mais podendo ser entendida como separada da realidade, ausente de veracidade, mas sim como uma camada da mesma. Isso posto, iniciaremos a discussão levantando aspectos em relação ao surgimento do ciberespaço e das redes sociais virtuais, uma vez que nosso objeto se trata de um exemplo desse último, para posteriormente tratar das imbricações existentes entre as mesmas, as questões de mobilidade e das mídias

locativas, ou seja, que vinculam uma camada informacional diretamente a locais físicos.

### 3.1 – A EMERGÊNCIA DO CIBERESPAÇO

É inegável que, se alguém de um passado não muito longínquo, fizesse uma rápida visita aos dias atuais, se surpreenderia com a quantidade de possibilidades de contato social, de acesso à informação e com a rapidez dos processos que circundam a vida humana hoje. Telas de tamanhos variados, dispositivos e suportes de comunicação, desde os mais gigantescos, como painéis luminosos nas cidades, exibindo informações em tempo real sobre os mais distantes pontos do globo, até os mais portáteis, que podem ser levados nos bolsos e com semelhante capacidade de emissão e recepção de conteúdos, como os telefones celulares e os *tablets*. O que parecia obra de ficção científica há não mais que cinquenta anos, se tornou hoje algo corriqueiro e já enraizado na sociedade de forma tão profunda, que já não imaginamos mais a vida em uma era pré-ciberespaço.

Sem dúvida, os avanços tecnológicos promovem na vida social, e em todas as suas esferas, mudanças profundas e complexas as quais ainda estamos buscando entender em sua totalidade. Se nunca antes na história da humanidade a sociedade se transformou tanto e em tão curto período de tempo, tal contexto se apresenta como um paradigma, principalmente ao considerarmos a variedade de imbricações que emergem a partir da apropriação dos sujeitos das tecnologias e seu uso cada vez mais pessoal e único. Na era anterior de comunicação unilateral e dirigida, principalmente pelos meios de comunicação de massa, como o rádio, a televisão e os impressos, era possível perceber o fluxo emissor-receptor de forma direta e a aparente uniformidade do processo. Na contemporaneidade, através da emergência das possibilidades de interação social em rede, emissão e recepção simultânea e da conexão constante à mesma, possibilitada por aparatos cada vez mais potentes e portáteis, desfaz-se a estrutura rígida da comunicação massiva, através da sua transformação em ambientes fluidos, deslizantes, ou como Maffesoli (2001) entende, flutuantes e em permanente devir.

Longe de pretender aqui estabelecer uma relação determinista em relação a essas transformações, como se fossem unicamente ditadas pelo avanço tecnológico, podemos entender a sociedade como o resultado momentâneo de processos que envolvem complexos rearranjos de ordens sociais, políticas, econômicas e tecnológicas, como também sugere Castells (1999). Entendendo esse mesmo movimento como a cultura que se insinua quando práticas se tornam cristalizadas no meio social, surge a manifestação contemporânea da cibercultura, advinda da imbricação entre agentes humanos e sociais, a materialidade dos objetos e das próprias cidades, e seus correspondentes tecnológicos, que longe de representarem esferas independentes, se apresentam como a apropriação por parte do corpo social das potencialidades que essa última permite.

O ciberespaço, termo apresentado na obra de ficção científica *ciberpunk Neuromancer*, de William Gibson (1985), inicialmente foi utilizado pelo autor como forma de descrever o ambiente informacional de uma rede de computadores, o qual era considerado, em sua obra, como simulacro, um ambiente de estado de quase alucinação; ou seja, uma esfera distinta da vida cotidiana do indivíduo que nele adentrava – tema bastante comum aos filmes e obras de ficção científica da década de 80. Nesse espaço imaterial, era possível, mesmo que ainda de forma limitada (tanto tecno, quanto socialmente) a poucas pessoas que dispunham dos artefatos e da infraestrutura necessária à imersão nesse mundo virtual, vivenciar uma camada distinta da realidade, através da interação, construção e experimentação de mundos artificiais, habitualmente povoados também por robôs e outros organismos cibernéticos. Ou como afirma Santaella (2007, p. 198), “um espaço que está em todo lugar e em nenhum lugar, no qual praticamos e produzimos eletronicamente”.

O termo, assim, foi adotado no campo científico para designar os fenômenos e as transformações na estrutura social e tecnológica que começavam a se popularizar, através da rede mundial de computadores e da informatização da sociedade – alterações essas que iniciaram ainda nos anos 40, com os primeiros computadores, máquinas de grande dimensão que ficaram restritas aos usos militares e científicos, mas que tiveram seu uso civil potencializado principalmente a partir da década de 70, com a invenção do microprocessador, do aumento de sua capacidade de processamento de informações complexas, bem como a redução de

suas dimensões. Assim, através da sua utilização em fábricas, indústrias e setores financeiros, passaram a participar também dos ambientes domésticos, com a invenção do computador pessoal e desenvolvimento de sistemas operacionais com interface mais amigável e intuitiva. Desse modo, deixaram de ser específicos para tarefas industriais ou de gerenciamento de informações em grande escala, mas também para a criação e edição de textos, imagens, planilhas, instrumento de pesquisa e de entretenimento, com os primeiros jogos para computadores.

Lévy (1999) entende o ciberespaço como uma estrutura intrinsecamente humana, de conexão planetária e que compreende não somente a infraestrutura e os equipamentos necessários para a entrada nesse ambiente digital, mas também todas as potencialidades informacionais, interativas e discursivas que surgem desse contexto. Ou seja, o termo, para o autor, define “[...] o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (idem, p. 17). Percebemos como, para Lévy, o ciberespaço corresponde, ao mesmo tempo, a uma estrutura existente em sua materialidade, na forma de computadores, fios e cabos de fibra ótica, e também a uma *práxis* social, a qual ocorre com a apropriação e que reflete em novos desafios às ciências humanas e sociais, a partir do momento em são rompidos laços tradicionais e que ditavam as diretrizes na forma como o mundo era organizado até então. Ou seja, é

a nova forma de universalidade que inventa, o movimento social que a fez nascer, seus gêneros artísticos e musicais, as perturbações que suscita na relação com o saber, as reformas educacionais necessárias que ela pede, sua contribuição para o urbanismo e o pensamento da cidade, as questões que coloca para a filosofia política (idem, p. 18).

A partir principalmente da década de 90, com a popularização da rede e dos computadores em ambientes domésticos, e impulsionada pela *world wide web*<sup>27</sup> (www) e protocolos de navegação mais amigáveis aos usuários menos experientes, vimos uma rápida expansão e apropriação da mesma por usuários comuns, que não

---

<sup>27</sup> *World Wide Web*, ou www, é um protocolo e sistema de organização de documentos e arquivos em rede, através de servidores, linguagens de programação específicas e ligações entre as mesmas, que são exibidos nas telas de computadores e outros dispositivos, por meio de navegadores que decodificam esse mesmo sistema e permitem sua visualização graficamente e em interface simplificada.

necessitavam conhecimentos avançados sobre informática e programação para que pudessem lançar mão da internet. Foi a era da explosão das páginas de grandes portais de notícia, do uso do *e-mail*, início do mercado de *e-commerce* e florescimento da chamada Web 1.0<sup>28</sup>, com os hiperlinks<sup>29</sup> e o hipertexto<sup>30</sup>, no qual o fluxo ainda se assemelhava com aquele característico dos meios massivos; ou seja, de consumo de informação estruturado verticalmente, mas pouca possibilidade de criação do mesmo por parte de pessoas comuns.

Com a Web 2.0<sup>31</sup>, aliado ao desenvolvimento de computadores ainda mais potentes e de redes de banda larga, foi possível realmente experimentar todas as facetas que a rede oferecia: criação, transmissão e compartilhamento de bens culturais, como músicas, filmes e vídeos (de forma legal e ilegal); rápida troca de dados e conexão remota entre usuários geograficamente distantes, alterando ainda nossa percepção temporal e espacial; interação e surgimento das redes sociais virtuais como agregadores e outros ambientes, como mensageiros instantâneos; além da popularização dos *weblogs*, ou simplesmente *blogs*<sup>32</sup>, que podiam ser utilizados como páginas pessoais e suportando todo tipo de conteúdo. O importante aqui, cremos, é salientar que foi nesse período que realmente foram abertas as

---

<sup>28</sup> Web 1.0 é o termo utilizado para descrever o período inicial de desenvolvimento e popularização da internet, a partir de 1993, no qual os usuários podiam somente visualizar e acessar informações sem, entretanto, realizar nenhum tipo de modificação nas páginas visitadas. As páginas eram, via de regra, estáticas e construídas em linguagem de programação simplificada, conhecida como HTML (*Hyper Text Markup Language*).

<sup>29</sup> Hiperlink, ou hiperligação, são protocolos de referência a um ou mais documentos disponíveis na internet, através da combinação de uma rede de dados e protocolos de acesso que conectam textos, imagens, vídeos e outros conteúdos multimídia. Muito utilizado ainda hoje, foi a base do desenvolvimento da web 1.0.

<sup>30</sup> Hipertexto é um formato de texto específico para meios digitais, o qual agrega conjuntos de informações de diversos tipos, como blocos de texto, palavras, imagens e sons. O hipertexto conecta diferentes conteúdos disponíveis na internet por meio de *hiperlinks*, os quais, ao serem acessados, direcionam o navegador para uma outra seção dentro de uma mesma página, ou para páginas externas.

<sup>31</sup> A Web 2.0 foi a segunda fase de desenvolvimento da internet como uma rede mundial de computadores interconectados, iniciada a partir de 1999.

<sup>32</sup> Blog são sites com estruturas que possibilitam inserções de artigos, contendo elementos textuais, imagéticos ou audiovisuais, como músicas e vídeos, permitindo a atualização rápida e sem a necessidade de programação das páginas através de códigos e outras linguagens específicas. Podem possuir enorme variedade de temáticas, e normalmente são gratuitos, fornecendo comentários ou notícias sobre um assunto ou particular; podem ser utilizados também como diários pessoais.

fronteiras do até então considerado receptor, fornecendo poder para que ele pudesse se manifestar de forma ativa na rede.

Com esse incentivo não somente do consumo em rede, mas também na produção e compartilhamento de conteúdo, foram inauguradas práticas diretas, seja através de *upload* de obras culturais como músicas e outros produtos audiovisuais, facilitado pela troca de arquivos através de tecnologias como *peer-to-peer*<sup>33</sup> (P2P) e até mesmo da participação ativa política e artística de grupos que se articulavam em rede, como foi o caso das *flashmobs*<sup>34</sup> e *smartmobs*<sup>35</sup>. Como afirma Recuero (2009, p. 16), as possibilidades de interação e conversação na internet, “[...] mais do que permitir aos indivíduos comunicar-se, amplificou as capacidades de conexão, permitindo que redes fossem criadas e expressas nesses espaços: as redes sociais mediadas pelo computador. [...] Elas conectam não apenas computadores, mas pessoas”.

Enquanto isso, as tecnologias de comunicação móvel, principalmente em dispositivos portáteis como telefones celulares multifuncionais, começam a abarcar uma grande parcela da população, principalmente no Brasil a partir da privatização da estatal responsável pela telefonia fixa e móvel, em 1998. Com a entrada no mercado de empresas com consolidada experiência em redes móveis digitais, e a oferta cada vez maior de aparelhos sofisticados, foram aliadas a questão emergente da mobilidade da comunicação, com as redes informacionais, resultando na

---

<sup>33</sup> *Peer-to-peer*, ou ponto-a-ponto, é um sistema de acesso, troca e compartilhamento de informações e arquivos pela internet de forma anônima, sem que seja necessário o intermédio de um servidor, ou seja, todos os participantes funcionam tanto como servidores, quanto clientes.

<sup>34</sup> *Flash mobs* (em tradução literal, multidões instantâneas) são aglomerações instantâneas de pessoas em um local pré-determinado para a realização de uma atividade também previamente combinada, como performances artísticas e outras ações que geralmente causam estranheza nos transeuntes. São articuladas via internet e também através de telefones celulares, e está ligada ao conceito artístico de *happening*, com o objetivo de promover algum tipo de alteração na configuração física das cidades, mesmo que temporária, através de intervenções a partir dos próprios corpos dos participantes.

<sup>35</sup> *Smart mobs* (em tradução literal, multidões inteligentes) são aglomerações de pessoas em um dado local, semelhante às *flash mobs*; porém, as *smart mobs* possuem um caráter de manifestações sociais e políticas em relação a um tema específico. A articulação também ocorre via internet e telefones celulares, sendo combinado o local e como se dará a manifestação, normalmente entre desconhecidos. Tem estreita relação com o conceito de Pierre Lévy (1993) de inteligência coletiva, e foi também bastante estudado por Howard Rheingold em seu livro “*Smart Mobs: The Next Social Revolution*”, de 2002. São bastantes conhecidos os episódios das *smart mobs* nas Filipinas, em 2001, bem como na Espanha, durante o atentado terrorista ao metrô de Madrid, em 2004.

disponibilização atual de serviços de dados via prestadoras de telefonia móvel em alta velocidade, como o 3G<sup>36</sup>, e do projeto de implantação de redes 4G<sup>37</sup> no país. À medida que foram sendo cada vez mais acessíveis à população, os *smartphones*, e mais recentemente, os *tablets*, alteraram também as práticas dos sujeitos, que se desprendem da necessidade de fios ou computadores, ainda que portáteis, para o acesso à internet. Some-se a isso a disponibilização cada vez maior de redes sem fio Wi-Fi pelo espaço urbano, muitas delas oferecidas de forma gratuita em estabelecimentos comerciais ou financiadas por órgãos públicos.

A essa ecologia de mediação tecnológica que acompanha as sociedades humanas em seu desenvolvimento, e que influencia diretamente (embora não seja o único fator determinante) na forma como nos organizamos, reconhecemos e nas práticas sociais nas quais nos engajamos, parece-nos também interessante a distinção de Santaella (2007, p. 195) em relação às gerações de avanços que demarcaram momentos precisos, como divisores dessas transformações.

Para a autora, a primeira delas são as tecnologias do reproduzível, iniciadas no séc. XIII com a prensa tipográfica de Gutemberg, e posteriormente a fotografia e o cinema, as quais, impulsionadas com o auxílio da mecânica e da eletricidade, inauguraram novas linguagens, difundiram o hábito de leitura e inclusive estimularam a alfabetização, visando primordialmente o consumo desses novos produtos, e fundaram as bases para o que a autora chama de tecnologias de difusão.

Nessa segunda geração, marcada principalmente pela cultura de massa e pelos meios de comunicação utilizando ondas de rádio e o espectro eletromagnético, como o rádio e a televisão, a característica era a uniformização do conteúdo veiculado, ou seja, um mesmo programa radiofônico ou televisivo era, por exemplo,

---

<sup>36</sup> 3G é a sigla para o padrão da terceira geração de telefonia móvel, depois das analógicas e digitais. Possibilitam, além da comunicação de voz em alta qualidade, acesso à rede de dados em grande velocidade (normalmente, 5 a 10 Mbps), de modo que o telefone possa ficar constantemente conectado à internet via operadora. Suporta, além de envio e recebimento de arquivos, serviços como chamadas em vídeo e acesso a e-mails e redes sociais em situações de mobilidade.

<sup>37</sup> 4G é a sigla para a quarta geração de serviços de telefonia móvel de voz e dados. Proporciona acesso à internet via operadora com velocidade superior ao 3G, podendo chegar a 100Mbps, com o objetivo de permitir também a visualização de vídeos e outros conteúdos sob demanda e em alta resolução.

veiculado em todas as regiões de um país, desconsiderando distâncias geográficas, principalmente após a transmissão via satélite. Nesse modelo era predominante, como já dissemos, a clássica ideia do detentor da tecnologia e dos equipamentos necessários à transmissão como sendo o emissor da informação desejada, em uma estrutura vertical e polarizada, na qual o oposto dos emissores eram os receptores, ou seja, os consumidores da mensagem enviada pelos primeiros. Chegando inclusive a ser estimados durante algum tempo como passivos, eram desconsideradas, muitas vezes, particularidades regionais e sobretudo individuais, já que uma grande diversidade de possíveis receptores eram expostos ao mesmo tempo à mesma mensagem.

Já a terceira geração proposta pela autora são as chamadas tecnologias do disponível, que surgem algum tempo após as tecnologias de difusão, na forma principalmente de equipamentos eletrônicos que invadiram os lares, “feitas para atender a necessidades mais segmentadas e personalizadas de recepção de signos de ordens diversas, de estratos culturais variados [...]” (SANTAELLA, 2007, p. 197). São elas o aparelho de videocassete, a televisão a cabo, com uma variedade de canais e com uma gama de assuntos variados muito superior à televisão aberta, os tocadores de música portáteis, como os *walkmans* e os *disc-players*, e também os aparelhos de reprodução de DVDs. Nesse contexto, foram ampliadas as ofertas de conteúdos objetivando, como afirma a autora, atingir uma variedade de público heterogênea, ou seja, cujos gostos ou preferências culturais não coincidiam exatamente com os conteúdos veiculados pelos canais de televisão ou rádio; além disso, auxiliaram a pavimentar o caminho para a quarta geração – as tecnologias do acesso.

Essa última coincide com a popularização dos computadores e da conexão à internet, suas versões 1.0, 2.0, e evoluções, e que comporta linguagens as mais variadas, surgindo daí o hábito de denominá-las de multimídia. Como dissemos anteriormente, as tecnologias digitais, popularizadas a partir dos anos 70, propiciaram um universo aparentemente infinito e crescente de conteúdos, praticamente a poucos cliques de distância dos interessados; ou seja, a famosa metáfora da cauda longa descrita por Chris Anderson (2006), em que se torna possível acessar de maneira veloz, e a qualquer momento, informações de qualquer

lugar do globo; realizar transações financeiras de forma remota; e, principalmente, o estabelecimento de conexões e relações sociais entre sujeitos não necessariamente condicionadas à proximidade física – o que propiciou o florescimento dos serviços de redes sociais virtuais, voltados justamente a explorar a potencialidade socializante da rede. Nesse sentido, rompe-se efetivamente com o modelo dos meios de comunicação de massa e desfaz-se o esquema baseado em polos de emissão e recepção; também chamadas de tecnologias da inteligência, elas “alteram completamente as formas tradicionais de armazenamento, manipulação e diálogo com as informações” (SANTAELLA, 2007, p. 199).

Creemos que aqui também é pertinente trazer à baila as considerações de Recuero (2009) em relação às redes sociais virtuais no ciberespaço, as quais são traços característicos de uma cultura de acesso, e que insinuem também questões de mobilidade. Conforme já dissemos anteriormente, as redes telemáticas possuem, intrinsecamente, a potencialidade de funcionar como agregadores sociais, facilitando o contato entre sujeitos espacialmente distantes ou até mesmo desconhecidos, criando um emaranhado de redes e conexões que saltam de uma à outra. Comunidades virtuais, *chats*, fóruns, tudo isso desencadeiam novas práticas sociais, como sugere Lévy (2002), a partir de uma comunicação horizontal, característica da rede.

Recuero (2009) entende que as redes sociais na internet possuem duas estruturas básicas que fundamentam seu funcionamento, a saber: os atores e as conexões. Para a autora, uma rede é “uma metáfora para observar os padrões de conexão entre um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores” (p. 24). Os atores seriam, efetivamente, o primeiro elemento de uma rede social, e correspondem às pessoas que fazem parte do grupo e estão envolvidas nos processos interativos no contexto em questão. Podem corresponder ou não, quando ocorrem em rede, com quem o ator social se mostra através de seu discurso; pode, também, ser apenas uma representação do mesmo, uma vez que sabemos que no ciberespaço é possível assumir uma multiplicidade de papéis e se apropriar dessas ferramentas para a construção distinta de si mesmo em rede. Já as conexões constituem os laços sociais existentes na rede, os quais são formados pelos atores em suas interações e trocas simbólicas. Pode se dar sob uma

variedade de condições e são muitas vezes efêmeras, condicionadas a eventos específicos ou com duração limitada; podem ocorrer de forma síncrona ou assíncrona; também é possível ter sua base em processos de conflito, cooperação, competição, ou até mesmo de forma a eliminar a existência do laço social. Para a autora, esse último representa, de fato,

a efetiva conexão entre os atores que estão envolvidos nas interações. Ele é resultado, deste modo, da sedimentação das relações estabelecidas entre agentes. Laços são formas mais institucionalizadas de conexão entre atores, constituídos no tempo e através da interação social (RECUERO, p. 38).

O caráter dessas tecnologias efetivamente cognitivas e que engatilham transformações, tanto em nível pessoal, quanto social, aqui parece ter se complexificado ainda mais quando da inserção dos dispositivos móveis de comunicação no cotidiano: os computadores, até então, eram inconvenientes de serem transportados, por serem compostos de muitas peças e ainda com dimensão que impossibilitava seu uso em condições de mobilidade. Surgiram assim os computadores portáteis e que condensavam em um único equipamento tela, teclado, *mouse* e dispositivos de *hardware*, com tamanho e peso reduzido e rápida capacidade de processamento de dados, dispendo ainda de conexão à internet, tanto por meio de cabos, quanto pela recepção e emissão sem fio, como a tecnologia Wi-Fi. A essa quinta geração tecnológica, Santaella (2007, p. 199) chama de tecnologias de conexão contínua.

Nesse contexto surgem também os telefones celulares multifuncionais, e, mais recentemente, os *tablets*, combinando em equipamentos ainda menores, com poderosos processadores e grande capacidade de armazenamento, criação, edição e compartilhamento de arquivos como músicas, vídeos, textos e fotografias, além do acesso à internet, configurando assim uma condição de conexão *always on* (PELLANDA, 2005), enquanto os sujeitos se locomovem pelas cidades. Isso provocou mudanças também na forma como lidamos e nos relacionamos não somente uns com os outros, mas também com o próprio espaço físico, agora tomado por um emaranhado informacional e discursivo, na forma de entrelaçamentos que também desfizeram a ideia do ciberespaço como uma esfera distinta da vida cotidiana e material dos indivíduos; agora, é possível carregá-lo no

bolso e, a qualquer momento, estabelecer conexões diretamente relacionadas ao contexto no qual o sujeito está imerso – seja procurando a melhor rota para se deslocar pelas ruas da cidade, buscando ou reportando informações relacionadas ao trânsito, ou até mesmo capturando flagrantes por meio de lentes embutidas nesses aparelhos.

Entram em jogo aí novas variáveis em relação às esferas pública e privada, entre o que é efetivamente o mundo físico que experimentamos e a sua correspondência virtual e imaterial, e especificamente no caso dessa dissertação, o lugar do fenômeno do jogo nesse entrelaçamento tecnosocial (principalmente aquele ocorrido no limiar entre o físico e as redes informacionais), dentre outros, os quais demandaram – e ainda carecem – estudos primordialmente interessados em entender essas imbricações que foram se estabelecendo paulatinamente, e impulsionando a sociedade a uma condição de mobilidade, não somente física, mas principalmente informacional. Em relação a essas tecnologias e sua apropriação pelo corpo social, Santaella entende que

à medida que a comunicação entre as pessoas o acesso à internet começaram a se desprender dos filamentos de suas âncoras geográficas [...], espaços públicos, ruas, parques, todo o ambiente urbano foram adquirindo um novo desenho que resulta da intromissão de vias virtuais de comunicação e acesso à informação enquanto a vida vai acontecendo. Por isso, essas vias, as discontinuidades, que não eram tão agudas, e as interrupções nos fluxos do existir, tornaram-se crescentemente exigentes e, mesmo assim, as tecnologias móveis foram sendo incorporadas com boa vontade pelas pessoas [...] (2007, p. 199-200).

Em relação às alterações, principalmente perceptivas, no tocante às cidades nesse contexto de conexão ubíqua, bem como a emergência das mídias locativas e redes sociais móveis, discorreremos a seguir, objetivando assim lançar luz ao paradigma no qual nosso objeto se insere: a transformação da prática social em relação ao espaço físico como experiência não somente individual e subjetiva, mas primordialmente, como prática comunicativa, conforme nos sugere Di Felice (2009).

### 3.2 – AS CIBERCIDADES E MÍDIAS LOCATIVAS COMO PRÁTICA COMUNICACIONAL

Como vimos, a condição de mobilidade da informação proporcionada pelas tecnologias de conexão contínua (SANTAELLA, 2007) e a estrutura que foi instalada no espaço urbano para dar conta das mesmas, provocaram um novo paradigma ao já recente campo de estudo da cibercultura, inserindo novas configurações tanto comunicacionais e informacionais, quanto arquitetônicas, urbanísticas, sociais, bem como também artísticas e estéticas, uma vez que foi possível portar para as ruas das cidades tecnologias antes fixas e limitadas a ambientes fechados, como empresas e residências. O ciberespaço, assim, passou a estar em todos os lugares, alterando também as paisagens e como vivenciamos o mundo físico, agora mediados por dispositivos conectados em rede de maneira ubíqua.

A esse entrecruzamento composto pelo espaço urbano em sua materialidade (praças, avenidas, monumentos históricos, edifícios, etc.), a infraestrutura tecnológica necessária – como antenas, cabos, redes sem fio de telefonia e de dados, além dos próprios dispositivos em sua materialidade – somados aos sujeitos que transitam e portam consigo esses aparatos, Lemos (2004) denomina como cibercidade ou cidade-ciborgue. Importante lembrar que, para o autor, a própria cidade é uma construção cultural e artificial humana repleta de sentido, ou seja, um artefato, desenvolvido por, e em relação, às configurações técnicas e sociais vigentes em uma dada época histórica.

Destarte, para o autor, essa relação “[...] se dá pela circunscrição artificial do mundo natural, consolidando a própria humanidade. A cidade é uma máquina artificializante” (LEMOS, 2004, p. 13). Assim como, por exemplo, estradas foram abertas para permitir o comércio e a circulação dos correios entre regiões vizinhas na antiguidade, ou sofreram alterações após a Revolução Industrial e a concentração de fábricas, que levou à migração das zonas rurais europeias para as grandes cidades; além dos clássicos estudos de McLuhan sobre a influência da eletrificação das cidades nas práticas sociais, apresentado nas obras “A galáxia de Gutemberg” (1977) e “Os meios de comunicação como extensões do homem”

(2007), nos quais ele considera a luz elétrica como essencialmente informação, pois ela permitiu a execução de atividades que antes de sua invenção não eram possíveis à noite, como a leitura, e inclusive estimulando a própria circulação das pessoas pelas ruas iluminadas das cidades.

Na contemporaneidade, também vivenciamos a cidade como um espaço de sinergia entre redes simbólicas, imateriais, e sociotécnicas (LEMOS, 2004, p. 21), o que Castells (1989, p. 348) também parece corroborar, afirmando que

novas tecnologias da informação não são elas próprias a origem da nova lógica organizacional que está transformando o sentido social do espaço: entretanto, elas são o instrumento fundamental que permite que tal lógica tome corpo na atualidade. Tecnologias da informação poderiam e podem ser utilizadas, na busca por objetivos diferentes social e funcionalmente, porque o que elas oferecem é, fundamentalmente, flexibilidade (tradução nossa)<sup>38</sup>.

Isso dito, podemos então partir de uma noção de cidade como uma macro rede, que comporta, dá lugar e controla diversas outras redes, como de água e saneamento, telefonia fixa e móvel, a própria malha viária e elétrica, e também social e informacional. Podemos aqui também recuperar a concepção de Certeau (1998), da cidade como primordialmente uma rede de fluxos de caráter material e imaterial, os quais se inscrevem na mesma de maneira circular, e permitem uma multiplicidade de sentidos e práticas sobre o espaço.

As cibercidades seriam, assim, a medida de nossa época, palimpsestos nos quais se inscrevem discursos e se proferem enunciados, tanto através da interferência dos sujeitos fisicamente, quanto através da esfera informacional e móvel que se sobrepõe a ela, modificando nossa vivência do espaço urbano – basta pensar em tecnologias de geolocalização via satélite, ou GPS, as quais conseguem rastrear a localização exata de alguém em coordenadas geográficas e fornecer uma experiência ampliada do espaço físico circundante, funcionando assim como

---

<sup>38</sup> New information technologies are not themselves the source of the organization logic that is transforming the social meaning of space: they are, however, the fundamental instrument that allows this logic to embody itself in historical actually. Information technologies could be used, and can be used, in the pursuit of different social and functional goals, because what they offer, fundamentally, is flexibility.

navegadores urbanos, conectando dispositivos, satélites e redes sem fio com as ruas das cidades, tomando agora novas formas e moldando a polis contemporânea por meio da junção da mesma com o ambiente virtual das redes telemáticas (LEMOS, 2004, p. 13).

Finda-se assim a discussão do virtual como sendo uma esfera ausente de realidade; ora, como trabalhamos em capítulo anterior, o virtual não se opõe ao real, uma vez que se trata de potência – a qual se atualiza e torna a se virtualizar novamente na materialidade do espaço físico (LÉVY, 1996). Para Virilio (1993), as tecnologias de comunicação efetivamente destroem barreiras e limitações geográficas impostas pela camada física do mundo, por meio da identificação e possível recriação das cidades no ciberespaço (ou seja, processos de desterritorialização), sendo substituídas por representações em múltiplas telas e dispositivos. Ou seja, “privado de limites objetivos, o elemento arquitetônico passa a estar à deriva, a flutuar em um éter eletrônico desprovido de dimensões espaciais, mas inscrito na temporalidade única de uma difusão instantânea” (VIRILIO, 1993, p. 10).

Entretanto, lembramos que a própria noção de território não é algo dado, mas sim, uma convenção e tecnologia humana, sendo, por natureza, cambiante: acreditamos que, ao passo em que são rastreadas ou recriadas no ciberespaço camadas informacionais correspondentes àquelas existentes no mundo físico, os processos de desterritorialização, que são virtualizações, retornam desse ciclo como novas territorialidades e sentidos sobre o espaço, se atualizando. Desterritorialização, para Lemos (2006), é uma atividade essencialmente humana, que caracteriza o homem enquanto ser formador de mundo e que modifica a natureza em prol da construção de um habitat próprio. Para ele, o território leva imediatamente à ideia de fronteiras, de controle de processos que ocorrem em um espaço definido (tanto físico, geográfico, político, social, simbólico, entre outros), enquanto a desterritorialização é justamente a redefinição dessas fronteiras, ou seja, “criar linhas de fuga, re-significar o inscrito e instituído” (p. 4).

Percebemos assim como os processos de territorialização, desterritorialização e re-territorialização, além de atividades inerentes a nós,

representam também o modo como habitamos e construímos o mundo a partir de nossa presença no mesmo. Nesse sentido, podemos entender que a questão da desterritorialização na cibercultura, e principalmente a partir de dispositivos móveis, está relacionada não somente com a virtualização e a transposição de processos para o ambiente informacional da rede, mas sim, com o estabelecimento de novas fronteiras, a abertura para a redefinição de sentido sobre a realidade instituída. Ou seja, “processos de des-re-territorialização constituem o homem enquanto ser ‘aberto ao mundo’” (LEMOS, 2006, p. 3).

Heidegger (1954) já dizia, em seu clássico texto “Construir, habitar, pensar”, que é intrínseco ao homem construir o mundo e modificar a natureza pela sua simples presença, uma vez que, por estar, ele já é; a isso equivale dizer que, pelo fato de existir, ele atribui sentido àquilo que o cerca. Isso já é uma noção de territorialidade, ou seja, de reconhecimento e alteração da realidade. Assumindo assim uma perspectiva ontológica, Di Felice (2009, p. 56) acrescenta que “o habitar, mais que um residir e um estar, remonta a um relacionar-se e, portanto, a um comunicar” com o ambiente, uma abertura que exige um cuidar (que na filosofia heideggeriana é denominado pelo termo *Sorge*) que se apresenta como única alternativa, ou seja, um devir. Entendendo essa relação entre o homem e o espaço, Heidegger também acrescenta que

quando se fala do homem e do espaço, entende-se que o homem está de um lado e o espaço de outro. O espaço, porém, não é algo que se opõe ao homem. O espaço não é um objeto exterior nem uma vivência interior. Não existem homens e, além deles, *espaço*. Ao se dizer “um homem” e ao se pensar nessa palavra aquele que é no modo humano, ou seja, que habita, já se pensa imediatamente no nome “homem” [...] junto às coisas (1954, p. 07, grifo do autor).

Considerando que hoje a experiência do habitar o espaço se torna, cada vez mais, comunicativa e mediada por dispositivos tecnológicos e conectados em redes informacionais, não podemos ignorar que isso causa profundas alterações nos modos como os sujeitos se relacionam com o ambiente. Logo, nos parece que, na contemporaneidade, habitamos e percebemos o mesmo sob um ponto de vista tecnológico, que se configura hoje como mediador fundamental na construção de sentido sobre a realidade, ressaltando os processos essencialmente comunicativos

possíveis nesse contexto. Di Felice (2009, p. 27) parece corroborar a tese acima, ao afirmar que, hoje,

pensar a relação entre o sujeito e o ambiente como uma relação comunicativa significa, por um lado, pensar o processo progressivo de eletrificação e informatização do território, que transformou cada vez mais o habitar em uma prática de interação comunicativa. Por outro lado, significa refletir sobre como, no decorrer do tempo, os significados atribuídos a essa relação se transformaram através das inovações tecnológicas que, ao alterar a nossa visão do espaço, consequentemente modificaram nosso modo de interagir com o ambiente e a natureza.

Para o autor, fortemente inspirado pela perspectiva heideggeriana, a cidade passa a adquirir novos sentidos e camadas simbólicas, a partir da possibilidade de espacialidades eletrônicas advindas da exponenciação de sua característica comunicativa em redes informacionais móveis. Interessante observar que, para o autor, as cidades contemporâneas caracterizam-se como “metropoleletrônicas” (2009, p. 164), ou seja, diversas camadas e esferas – tanto materiais, que constituem o sentido físico das mesmas e sua infraestrutura, como ruas, postes, tijolos, avenidas, além de antenas, cabos e demais aparatos necessários ao fornecimento de conexão constante, além das interferências que os corpos dos sujeitos causam nesse ambiente; quanto imateriais, como redes de telefonia e internet sem fio que se cruzam, sinais eletromagnéticos e de tecnologias de geoposicionamento emitidos por satélites, aparelhos móveis e telefones celulares, em constante relação uns com os outros – concretizando a existência de mídias locativas, ligadas diretamente ao contexto espacial, informacional e social na qual estão sendo utilizadas (LEMOS, 2004).

O termo mídia locativa foi cunhado por Karlis Kalnins para designar o uso de serviços em rede baseados em geolocalização (*location-based services*, ou LBS); entretanto, as mídias locativas já existiam analogicamente, na forma de cartazes, mapas, placas de trânsito e anúncios expostos no espaço urbano. Em relação às mídias locativas digitais, parece-nos que o fator fundamental de diferenciação das mesmas é o fato de que elas estão, eletronicamente e de maneira ubíqua, organizadas no ciberespaço e contextualmente relacionadas, pois se constituem como tecnologias sensíveis ao ambiente, permitindo acesso e armazenamento de

informações em bases de dados de serviços que se propõe a agrupar e exibir nas telas de variados dispositivos esses conteúdos (OLIVEIRA, 2012).

As tecnologias locativas em rede podem abarcar diversas linguagens, expondo o caráter multimidiático das mesmas, como por exemplo, anotações eletrônicas com marcas de posicionamento (*tags*), textuais, em áudio, fotografia ou mesmo vídeo. Esses registros, quando armazenados e recuperados, contam as histórias dos lugares – e se enquadram nos relatos cotidianos dos quais fala Certeau (1998), os quais são constituídos a partir das caminhadas individuais e experiências sociais nas cidades. Como corrobora Lemos (2010, p. 2), a cibercultura, em sua primeira fase, era primordialmente fundamentada em processos de envio de informações e virtualização de processos, os quais podiam ser acessados remotamente, não importando a localização de quem inicia a ação; já na segunda fase, a da mobilidade da informação, percebemos o *download* de informação contextual via redes móveis - ou seja, o lugar como agenciador direto nos dados que são acessados.

Sem dúvida, se locomover pela cidade carregando consigo um dispositivo conectado e exibindo constantemente informações sobre ela impacta no modo como direcionamos nosso olhar para a mesma. Ao mesmo tempo em que proporcionam uma ampliação das nossas capacidades cognitivas e perceptivas, representam também uma transposição das mesmas para a exterioridade de nossos corpos, as quais retornam na forma de pacotes de informação e que são interpretados não por nós, mas pelo dispositivo receptor e exibidas nas telas dos mesmos. A esse respeito, podemos entender então que esses instrumentos e tecnologias modificam nossa visão sobre o mundo e nosso entendimento sobre o ambiente que nos cerca, promovendo novas dinâmicas de interação com o mesmo e nos modos como o habitamos, através de meta-territorialidades fluidas e virtuais, que se atualizam a todo instante nos corpos físico e social do mundo (DI FELICE, 2009, p. 66). Armazenadas em grandes repositórios de informação e transformadas em práticas sociais, elas penetram de forma profunda no cotidiano até quase se tornarem invisíveis, dada sua característica pervasiva, integrando de forma definitiva a camada virtual, e o mundo físico, em processos nos quais não se reconhece de imediato o início de um e o fim do outro (WEISER, 1991).

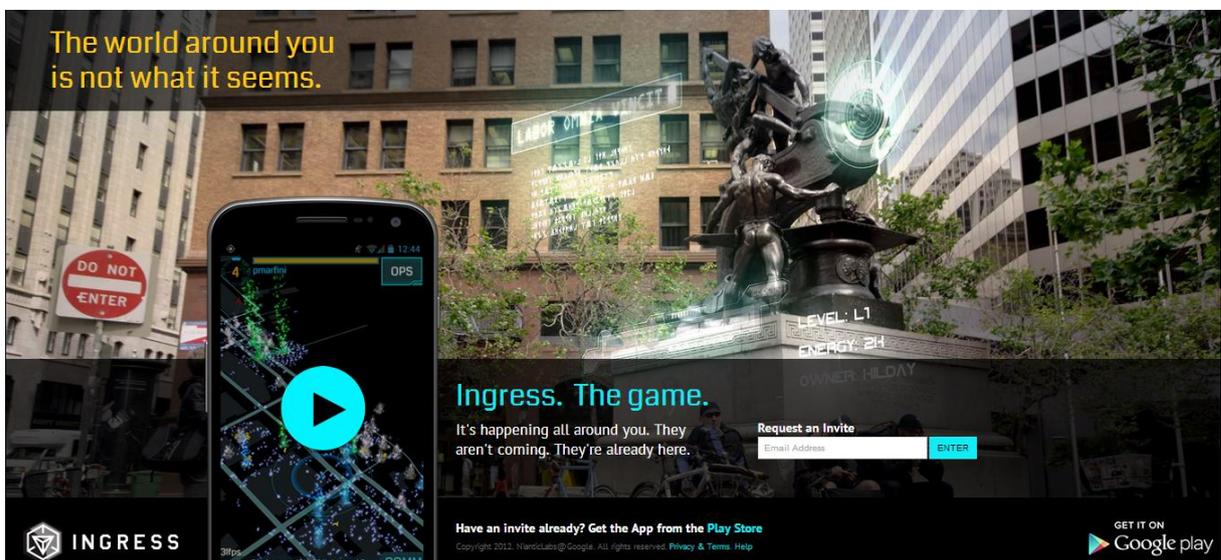
Podemos aqui retomar as considerações de Joshua Meyrowitz, que em *No Sense of Place* (1985) entende os novos contextos midiáticos como potencializadores de transformações nas interações sociais – desde os já bastante estudados meios massivos, como a televisão, rádio e impressos, até mais recentemente os digitais e globalmente conectados. Considerando que o espaço também exerce grande influência na sociabilidade entre os indivíduos, entendemos que o paradigma se encontra justamente do momento em que percebemos a informatização do território e a potencialização da construção simbólica do mesmo em rede, ou seja, o que Certeau (1998) chama de retóricas ambulatórias, agora na forma de rastros informacionais que compõe as histórias e o registro dos lugares, transformando a cidade em “[...] redes comunicativas, florestas de cabos, e na transformação do sujeito, ‘atraído’ e estendido nas esferas eletrônicas e nas formas de relações metageográficas” em desbravador desse novo território flutuante (DI FELICE, 2009, p. 160). Lemos, inclusive, sugere que agora, temos um novo sentido do lugar (*new sense of place*), um território informacional, “[...] onde relações comunicacionais se dão diretamente com lugares e objetos do espaço urbano, potencializando apropriação e resignificação” (2010, p. 2).

A problemática aqui exposta parece dar conta do surgimento de diversas formas de cultura e manifestações contemporâneas, como por exemplo, as multidões inteligentes (*smartmobs*), já bastante estudadas por Rheingold (2002) em livro homônimo. Quer se trate de coletivos conectados através de dispositivos móveis articulando manifestações políticas, ou mesmo performances artísticas nas ruas da cidade, o ponto nevrálgico que aqui procuramos expor é que, a partir das tecnologias de comunicação móveis e conectadas constantemente, e sua consequente apropriação por parte dos sujeitos, percebemos o empoderamento dos mesmos no que concerne a uma retomada do espaço urbano e das relações de mobilidade física e informacional permitidas nesse contexto. A cidade como um todo passa também a ser lugar de jogo (e não mais apenas a rua ou a vizinhança, como era hábito de crianças tempos atrás), estabelecendo relações lúdicas entre sujeitos, monumentos históricos, estabelecimentos comerciais, praças e parques.

Como exposto no primeiro capítulo dessa dissertação, existem inúmeros exemplos de experiências de transformação do espaço físico das cidades em

ambientes de jogo propriamente dito, através da apropriação das tecnologias e redes móveis de informação, inserindo uma perspectiva de pesquisa denominada de *playful cities*. Podemos, inclusive, citar uma recente iniciativa da empresa Google<sup>39</sup>, que, em parceria com o laboratório de tecnologia Niantic<sup>40</sup>, lançou um jogo móvel de realidade aumentada baseado em geolocalização chamado *Ingress*<sup>41</sup>, disponível para dispositivos móveis com sistema operacional Android (figura 23). A história do jogo se baseia na descoberta recente de uma hipotética fonte de energia desconhecida, denominada “*Xtrange Matter*” (XM), ou Matéria Estranha, que emana de alguns locais do espaço público, como estátuas, monumentos e pontos específicos das cidades de todo o mundo, a qual teria a capacidade de controlar as faculdades mentais dos seres humanos. O jogo, assim, se divide em duas facções: os *Enlightened*, ou Iluminados, que defendem que tal energia levará a humanidade a uma nova era de desenvolvimento e ampliação da mente; e os que pertencem à *Resistance*, ou Resistência, que vislumbram nesse contexto uma ameaça aos seres humanos e ao planeta Terra.

Figura 23: página do jogo *Ingress*.



Fonte: <http://www.ingress.com>. Acesso em 20 dez. 2012

<sup>39</sup> <http://www.google.com.br>

<sup>40</sup> <http://www.nianticproject.com>. Acesso em 20 dez. 2012.

<sup>41</sup> <http://www.ingress.com>. Acesso em 20 dez 2012.

Por meio do *download* gratuito e da instalação do aplicativo no dispositivo móvel do jogador, o aparelho é transformado em um tipo comunicador especial que permite a ele acessar informações e arquivos secretos (figuras 24 e 25), além de conter as funções que possibilitam o desenvolvimento do jogo. É solicitado ao mesmo em seu primeiro acesso, após uma breve explicação sobre o contexto no qual a história se desenrola, que escolha um dos lados para o qual ele irá pertencer (facções), ou seja, entre aqueles que lutarão pela manipulação dos homens, ou pela resistência a essa nova ordem mundial que se apresenta.

Figura 24: interface inicial do aplicativo Ingress



Fonte: o autor (2013).

Figura 25: exibição do estado de cada facção no *Ingress*.

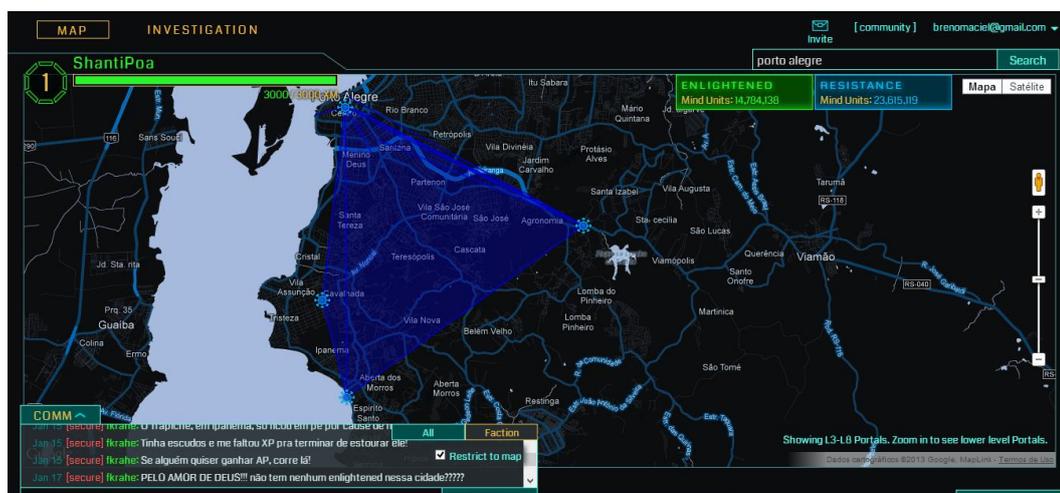
Fonte: o autor (2013)

O sentido do jogo é em sua essência móvel, e convida os que dele participam a se movimentarem pelo espaço urbano das cidades em busca de portais, ou seja, locais nos quais a XM emana, capturando em seus percursos fragmentos dessa energia espalhados aleatoriamente e adquirindo armas e outros equipamentos simbólicos do jogo. Cada um desses portais é de domínio de uma ou outra facção, e o papel dos jogadores é percorrer esses locais e atacá-los, buscando a sua posse. Inclusive, através de uma interface onde é possível se comunicar secretamente com outros membros da mesma equipe e coordenar ataques coletivos simultâneos a um portal, exigindo assim um regime de co-presença dos mesmos, ao mesmo tempo físico e imaterial.

O jogo conta com uma narrativa bem construída, tratando os jogadores como agentes secretos, os quais necessitam de convites para que possam adentrar a rede, oferecendo também uma página contendo supostos documentos secretos, gravações de ligações telefônicas simuladas entre outros agentes, vídeos, entre outros, criando uma trama de espionagem que diariamente fornece novas pistas para códigos de acesso a arquivos confidenciais contendo informações e aquisição de armas, visando assim a destruição da equipe rival. É possível também verificar

graficamente, em uma página exclusiva a jogadores<sup>42</sup>, o estado atual da facção, tanto localmente, quando em termos globais, no formato de um mapa (figura 26) representado por cores distintas e cujo parâmetro é a quantidade de mentes controladas pelos iluminados ou recuperadas pelos membros da resistência; além de ser também permitido navegar por outras cidades (embora sem realização de ataques, os quais só podem ser realizados por meio de dispositivos móveis) e se comunicar com outros agentes.

Figura 26: página da interface do *Ingress Intel Map*, exibindo a cidade de Porto Alegre



Fonte: o autor. Acesso em 05 jan 2013

O jogo conta também com páginas em diversas redes sociais virtuais, como Facebook<sup>43</sup>, Twitter<sup>44</sup> e Google +<sup>45</sup>, nas quais também são oferecidas informações distintas que compõem uma rede complementar à página oficial do jogo. Percebemos assim a necessidade de engajamento por parte dos usuários para decifrar esses códigos e amplificar sua experiência no jogo enquanto caminham pelas cidades, ao mesmo tempo em que são fornecidas novas experiências sensoriais e perceptivas através da sobreposição de uma camada informacional que, mesmo ficcional, amplia as experiências dos sujeitos em relação ao espaço urbano.

Como vimos em Huizinga (2008) e Caillois (1990), o jogo possui como característica uma esfera simbólica própria de sua existência, que não é ausente de

<sup>42</sup> <http://www.ingress.com/intel>. Acesso em 05 jan. 2013.

<sup>43</sup> <https://www.facebook.com/NianticProject?fref=ts>

<sup>44</sup> <https://twitter.com/nianticproject>

<sup>45</sup> <https://plus.google.com/+NianticProject/posts>

realidade, embora seja possível que existam em seu interior regras e elementos inexistentes de fato fora dela. O círculo mágico, enquanto espaço simbólico que suspende a realidade temporariamente, existe em potência, ou seja, virtualmente, mas se atualiza na prática dos jogadores e no contrato entre eles – os quais, quando finda a atividade, retornam à vida cotidiana, mas que podem trazer consigo traços daquele ambiente artificial criado pelo jogo. Percebemos que, quando se trata de um jogo desse tipo, ocorrem processos que Lemos (2006) chama de desterritorialização e a consequente emergência de novas territorialidades; acreditamos ser possível que, no caso específico do *Ingress*, um jogador que percorre o espaço físico à caça de portais e de bens simbólicos tenha percepções distintas sobre o mesmo, uma vez que sabemos que elas se constroem a partir da relação que o sujeito estabelece com o mundo ambiente, tanto individual quanto socialmente - ainda que proporcionada por um elemento fictício.

### 3.3 – REDES SOCIAIS MÓVEIS: HISTÓRICO E CENÁRIO ATUAL

Tendo em vista então as mídias locativas como o produto de interações tecnossociais e como espaço virtual latente, que se atualiza na própria materialidade dos dispositivos informacionais conectados à rede, no espaço físico das cidades contemporâneas e nos sujeitos inseridos em situações nas quais o contexto atua como agente determinante na informação, podemos adentrar a discussão sobre os sistemas de redes sociais móveis como uma apropriação das possibilidades comunicacionais da internet, como já descrito anterior. Nesse tipo de redes sociais virtuais, a localização geográfica dos sujeitos envolvidos nos processos de interação é de fundamental importância, ou seja, o fator de mobilidade aqui se apresenta como aspecto da própria existência dessas redes.

Com a popularização de tecnologias como os sistemas de localização geográfica via satélite (GPS) e a sua incorporação em diversos dispositivos portáteis, além da existência de redes de dados móveis em alta velocidade, foram desenvolvidos serviços que se aproveitam dessa possibilidade para permitir interação social e entre sujeitos e locais físicos. O primeiro desse tipo que se tem

notícia foi a rede Dodgeball (figura 27), nos anos 2000, necessitando do envio de mensagens de texto para uma central informando a localização e a atividade que estava sendo desenvolvida. Os amigos cadastrados na rede de um usuário recebiam essas atualizações, além do próprio originador da mensagem também ter acesso a locais interessantes e amigos que se encontram nas proximidades. Fundada por Dennis Crowley e Alex Rainert, foi adquirida em 2005 pelo Google e extinta em 2009, substituída pelo serviço Google Latitude<sup>46</sup>. Uma curiosidade é que Crowley, posteriormente, fundou o Foursquare, objeto dessa Dissertação.

Figura 27: rede social móvel Dodgeball



Fonte: [http://google.about.com/od/blogs/ss/Google-Graveyard\\_3.htm](http://google.about.com/od/blogs/ss/Google-Graveyard_3.htm). Acesso em 18 de jan.

2012

Já em 2004, surgem outros dois serviços de redes sociais baseadas em geolocalização, possíveis de utilização a partir de internet móvel, que começava a transmitir dados em maior velocidade, e impulsionados pelo início da popularização de aparelhos com maior capacidade de processamento: Where<sup>47</sup> e Plazes<sup>48</sup>, depois renomeada para Here (figuras 28 e 29). No primeiro caso, o uso principal é a recomendação de locais disponíveis nas cidades através de sugestões e anotações

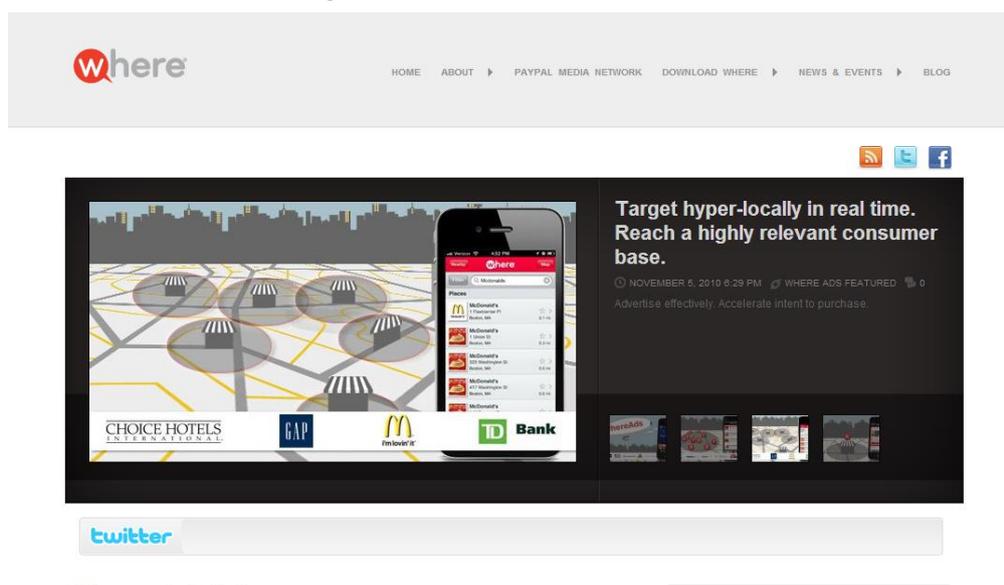
<sup>46</sup> <http://www.google.com/latitude>. Acesso em 21 out. 2012.

<sup>47</sup> <http://site.where.com/>. Acesso em 12 nov. 2012

<sup>48</sup> <http://here.com>. Acesso em 12 nov. 2012

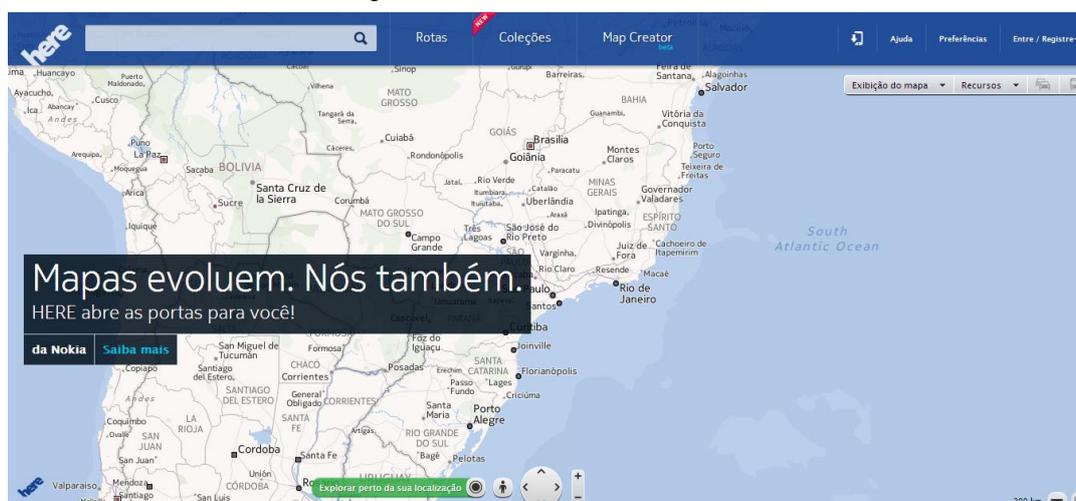
em relação aos mesmos, visando primordialmente relações de consumo em bares, restaurantes, lojas, entre outros; já no segundo, desenvolvido pela empresa finlandesa Nokia, o objetivo é colecionar e registrar locais significativos para o usuário, ou seja, *geotagging*, construindo mapas relacionados às preferências individuais e inserindo informações sobre as mesmas e compartilhando-as em rede. Ambos os serviços ainda se encontram em funcionamento.

Figura 28: rede social móvel Where



Fonte: <http://site.where.com/>. Acesso em 18 de jan. 2012

Figura 29: rede social móvel Here



Fonte: <http://www.here.com/>. Acesso em 18 de jan. 2012

Durante a última década, diversos outros serviços foram lançados, como o Loopt em 2005, Gypsii em 2006, e Gowalla em 2007, se propondo a vincular conteúdos simbólicos e marcações no espaço físico em sua camada correspondente no ciberespaço, além de compartilhar essas informações com amigos e desconhecidos. O último já possuía um sistema bastante parecido com o Foursquare, incentivando a descoberta de novos lugares, oferecendo recompensas próprias da rede aos usuários pela ida a locais diferentes. O aplicativo para telefones móveis apresentava também uma interface interessante (figura 30), semelhante a um passaporte, e os selos (*badges*) e conquistas (*achievements*) do sistema se assemelhavam a selos de viagem. O Gowalla foi adquirido pelo Facebook em dezembro de 2011, e descontinuado em fevereiro de 2012.

Figura 30: rede social móvel Gowalla

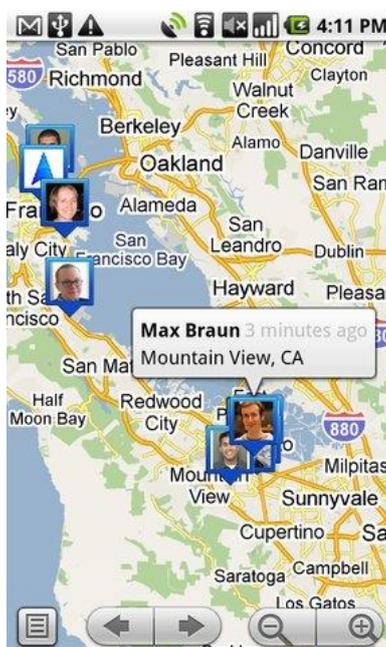


Fonte: <http://www.insidesocialgames.com/2009/03/30/gowalla-is-a-new-location-based-iphone-game-for-friends-and-travelers/>. Acesso em 18 de jan. 2012.

Em 2009, surgiram mais duas redes sociais móveis baseadas em geolocalização: Google Latitude e o Foursquare. A primeira, pertencente ao Google, foi a substituição do Dodgeball, e que possibilita ao usuário acompanhar o deslocamento de contatos em sua rede pelo espaço físico das cidades, além de informar automaticamente o seu próprio, por meio do rastreamento da localização em dispositivos com tecnologia GPS embarcada. Através da integração com o

sistema de mapas da empresa<sup>49</sup>, é possível visualizar a distância entre os amigos com os quais se deseja compartilhar essas informações, inclusive criando rotas para chegar até os mesmos, além de buscar também estabelecimentos comerciais nas proximidades (figura 31). Em relação ao Foursquare, foi escolhido como objeto para aqui ser trabalhado, haja vista ser a rede social móvel com maior número de usuários e com dinâmicas que aqui são nosso enfoque, ou seja, a questão de sua apropriação como jogo móvel locativo, e a rede será apresentada detalhadamente no capítulo 6.

Figura 31: interface móvel do Google Latitude



Fonte: [http://www.google.com/intl/pt-BR\\_ALL/mobile/latitude/](http://www.google.com/intl/pt-BR_ALL/mobile/latitude/). Acesso em 18 de jan. 2012.

Importante destacar que todas as redes sociais móveis aqui apresentadas possuem sua versão móvel, tanto através de aplicativos ou uso em navegadores disponíveis nos aparelhos, a qual constitui seu uso principal, haja vista que se sua utilização se destina a situações de trânsito pelo espaço físico das cidades; entretanto, disponibilizam também versões possíveis de utilização em computadores tradicionais, as quais apresentam funções de gerenciamento da conta e visualização dos registros efetuados pelo usuário.

<sup>49</sup> [www.google.com/maps](http://www.google.com/maps). Acesso em 10 out. 2012.

Outro dado interessante foi a incorporação de mecanismos de geolocalização em redes sociais que, em princípio, não tinham como objetivo sua utilização primordialmente em dispositivos móveis, como o caso do Facebook e o Twitter; mas que, com o crescimento da venda de telefones celulares com conexão ubíqua à rede, foram sendo cada vez mais acessados a partir de aplicativos ou mesmo em suas versões para internet móvel. No caso do Facebook, foi lançado em 2010 o Facebook *Places*, uma área onde o usuário pode realizar *check-ins* e informar na página pessoal no serviço a sua localização, inclusive acrescentando pessoas que estejam com ele e demais informações textuais. O recurso de localização também foi expandido, posteriormente, para qualquer tipo de conteúdo enviado via *mobile*, como simples inserções textuais e atualizações de *status*, fotografias e vídeos.

Já o Twitter, embora tenha sido desenvolvido com o objetivo de também ser utilizado em situações de mobilidade, aprimorou suas funções ao perceber o crescimento desse uso. Como exemplo, podemos citar, o registro de Janis Krums, que em 2009 informou pelo seu telefone celular o pouso de emergência de um avião da empresa U.S. Airways no Rio Hudson, em Nova York, através do sistema Twitter, incluindo também uma fotografia do incidente. O flagrante de Krums foi o primeiro registro que se tem notícia do evento, sendo que enquanto emissoras de televisão e se dirigiam ao local, sua fotografia já era exibida em canais de notícia.

As redes sociais móveis, assim, possuem também em comum o fato de que as inserções daqueles que delas participam são armazenados e possíveis de recuperação a qualquer momento, constituindo memórias e registros simbólicos em rede, ou como afirma Certeau (1998), escrituras efetuadas a partir dos deslocamentos pelo espaço, e culminando em sua ressignificação e construção de narrativas, que se entrecruzam e compõe tessituras de sentido sobre os mesmos. A essas informações, Oliveira (2012) denomina como georastros, ou seja,

conjuntos hipermidiáticos de fragmentos de movimentos, cristalizados no espaço físico por meio de tecnologias móveis e de geolocalização de informação e comunicação. Os georastros expressam e extraem detalhes de uma trajetória hipermidiática sobre os espaços físicos – a eficiência de um processo produtivo – e revelam o movimento, o deslocamento, a caminhada em informação. A partir dos georastros, é possível fazer uma leitura social dos espaços físicos, de tudo o que neles se passa, pois a produção de georastros é ainda uma forma de escrita (idem, p. 65).

Os rastros de navegação individual já são práticas já há muito cristalizadas no ciberespaço. Ou seja, quando se acessa uma página qualquer na internet, imediatamente fica registrado alguns dados de quem a visitou: data e hora, localização, por quanto tempo permaneceu na mesma e por quais seções transitou, entre outros; entretanto, o que diferencia os que aqui falamos é o fato de conterem informações sobre o deslocamento físico de indivíduos, conectados e compartilhando em rede suas experiências cotidianas. Essa é a diferença principal entre os rastros deixados pela navegação no ciberespaço e os georastros: a interseção entre as camadas física e informacional que os registros em redes móveis a partir da produção de narrativas hipermediáticas, as quais também contam histórias sobre os lugares e as experiências tanto individuais, quanto coletivas que ali se deram. Podemos citar a recente atualização da rede social móvel voltada para a fotografia Instagram<sup>50</sup>, que incluiu a possibilidade de vincular as imagens capturadas pelos seus membros à base de dados do Foursquare, criando assim imbricações entre diferentes redes e permitindo um espectro ainda mais amplo de registros em relação ao espaço físico das cidades.

Esses rastros simbólicos deixados individualmente à medida em que desloca, quando tornados públicos e passíveis de acesso e por outros sujeitos nas mesmas condições, parecem constituir elementos de sociabilidade, quando consideramos, por exemplo, o uso de sugestões, dicas e locais potencialmente interessantes de visita em mapas de cidades e guias de viagem construídos coletivamente em redes sociais destinadas a esse público em constante circulação. Podemos citar aqui a iniciativa de construção do Wikivoyage<sup>51</sup>, comunidade virtual com concepção semelhante à Wikipedia<sup>52</sup>, o Melhores Destinos<sup>53</sup>, além de uma seção com objetivo semelhante, presente no Foursquare, denominada Explorar, que fornece indicações de locais que seriam de interesse do membro da rede a partir de recomendações de amigos e outros contatos na rede social – da qual falaremos no capítulo dedicado à análise do objeto e suas funções.

---

<sup>50</sup> <http://www.instagram.com>. Acesso em 10 out. 2012.

<sup>51</sup> <http://www.wikivoyage.org/>. Acesso em 21 jan. 2013.

<sup>52</sup> <http://www.wikipedia.com>. Acesso em 21 jan. 2013.

<sup>53</sup> <http://www.melhoresdestinos.com.br>. Acesso em 13 jan. 2013.

Esses serviços agregadores de georastros parecem existir em virtude do retorno de práticas sociais que, hoje, parecem recuperar importância na vida individual e social, sob a forma de novos nomadismos e que parecem ainda mais potencializadas pelas condições de mobilidade, tanto dos sujeitos, quanto da informação. Elas podem, assim, assumir também um caráter lúdico, pois a contemporaneidade se configura por um reencantamento do mundo e dos processos nos quais os sujeito se engajam. No capítulo seguinte, traremos tais considerações à tona através de autores que trabalham sob essa perspectiva, além de buscar também entender como os processos sociais se dão a partir do viés da sociologia fenomenológica de Georg Simmel.

## **CAP. 4 – SOCIALIDADE, INTERAÇÃO E COMPETIÇÃO**

Em capítulo anterior, procuramos expor as teorias sobre os jogos, cujo princípio norteador é a premissa que os mesmos fundamentam a vida humana em todos os níveis, uma vez que a sua ocorrência, ao longo dos séculos e da evolução da própria espécie, foi um dos princípios basilares para a formação e organização de nossos ancestrais em sociedades. Conforme já sabemos, o jogo encontra-se presente em todas as esferas do social, desde em atividades nas quais a sua existência é obviamente clara, como em jogos esportivos, mas também se encontra de tal maneira enraizado, que se torna uma tarefa deveras desafiadora reconhecer sua ocorrência em, por exemplo, rituais religiosos, na arte e demais interações sociais como um todo – o que é corroborado também pelos outros autores trabalhados nessa dissertação.

Ora, se o lúdico, desde sempre, está presente em nossas ações e em toda complexidade que envolve a sociedade, cremos que também se faz necessário entender, no caso do objeto desse trabalho, como se dá esse processo sob o ponto de vista das formas sociais e da competição como forças-motrizes na formação das próprias coletividades humanas. Especificamente no caso do objeto em questão, uma rede social móvel que possui dinâmicas de jogo que fundamentam e funcionam como fatores de engajamento na mesma, percebemos a questão das relações sociais diretamente vinculadas aos locais físicos e sua camada informacional no sistema, através de relações de competição e conflito, presentes nas formas sociais em geral e também nas interações possíveis no Foursquare.

### **4.1 – A COMPETIÇÃO E O CONFLITO COMO FORMAS SOCIAIS E A INTERAÇÃO EM SIMMEL**

Considerando o viés fenomenológico que perpassa esse trabalho, julgamos pertinente trazer à baila as considerações do sociólogo Georg Simmel, renomado sociólogo alemão, no tocante às formas sociais e as questões da interação entre os

indivíduos, buscando estabelecer relações entre a perspectiva trabalhada aqui do jogo como elemento fundador de socialidade, de construção e compartilhamento simbólico, conforme defendemos em capítulo anterior.

Para o autor, a sociedade deve ser entendida como um *processo*; ou seja, de forma distinta da natureza, que possui formas *a priori* acabadas e ordenadas de maneira estável, as sociedades humanas se distinguem justamente pela sua dinamicidade e constante negociação, reinvenção, e pela multiplicidade de interações possíveis entre os sujeitos. De tal maneira, Simmel (1983) não entende a sociedade de forma estática, podendo assim ser capturada ou apreendida de maneira definitiva; bem ao contrário, é o constante fazer social dos indivíduos, através de suas práticas e ações diárias, e do contato “uns-com-os-outros, contra-os-outros e pelos-outros” (p. 21) que a sociedade se forma. Considerando que tais processos envolvem relações complexas abarcando conflitos, cooperações e competições, é o produto resultante das relações estabelecidas entre os indivíduos que forma o *cimento* que une, dá forma e sentido à sociedade; ou seja, a questão norteadora para Simmel é o social como um *devir*. A essa noção “pura” da interação entre os indivíduos enquanto movimento, o autor denomina *sociação* (*vergesellschaftung*).

A sociabilidade entre os indivíduos, entendidos aqui como atores sociais, e não meramente reatores, se torna, assim, matéria primordial para o autor, uma vez que é ela quem fornece os elementos fundamentais que impulsionam e transformam o simbólico, de caráter essencialmente imaterial, em formas sociais, impulsionando e metamorfoseando o mesmo na materialização do próprio existir social. Podemos extrair daí a existência, para o autor, de duas esferas, que coexistem e cuja interdependência constitui a base de sua análise, que são as existências individuais e as sociais, sendo a interação entre elas a sua instância mediadora. Ou seja,

a sociabilidade, dada pelos conteúdos dos arranjos sociais, se viabilizaria em razão da multiplicidade dos *jogos* sociais, aqui entendidos como os artifícios socialmente construídos por meio das interações [...] sociais projetadas em indeterminadas formas de sociações, e, produtoras do meio social e, pela estruturação de vital importância para a formação da própria sociedade, a qual se expressaria em infindáveis quadros sociais, e por que não dizer, nas inumeráveis formas da vida social (JUNIOR, 2005b, p. 33, grifo nosso).

Interessante observar como no trecho citado, e inclusive em diversos momentos da teoria do próprio Simmel, o termo *jogo* surge como vocábulo para designar as dinâmicas nas relações sociais entre os indivíduos, dada a própria imprevisibilidade que emana do conceito na perspectiva do sociólogo, e que parece convergir tal como o trabalhamos aqui. Convém recuperar que Caillois (1990), conforme dissemos em capítulo anterior, sugere a questão do desconhecimento do resultado final do jogo como um fator principal do fascínio que ele exerceu, e ainda o faz, em todas as culturas e períodos históricos nos quais a sua manifestação pôde ser constatada. Além disso, ao utilizar o conceito de jogo como designador das possibilidades interativas e das relações entre indivíduos em Simmel, o autor também parece confirmar a ideia exposta previamente do caráter social do mesmo, lançando mão de tal termo para denotar sempre um *estar junto* com o outro, socialmente.

Nesse sentido, o sociólogo empreende um estudo dos fenômenos sociais a partir de uma dicotomia entre a forma e o conteúdo dos mesmos. Vale ressaltar que o autor considera a existência dessas duas esferas constituintes das sociações como inseparáveis, e em permanente mudança. Em relação à forma, Simmel diz que é ela mesma o objeto de sua pesquisa, afirmando que “as formas que tomam os grupos de homens, unidos para viver uns ao lado dos outros, ou uns para os outros, ou então uns para os outros – aí está o domínio da Sociologia” (1983, p. 47). Ele, assim, entende como *forma* as possibilidades de interação social nesse contexto: as instituições políticas, religiosas, os grupos que compartilham interesses comuns, o próprio jogo, entre outros, que constituem clássicos exemplos de formas sociais nas quais os indivíduos se engajam com vistas às relações com outros. Ou seja, a partir da interação, formam-se redes de reciprocidade e cooperação, bem como de competições e conflitos entre os indivíduos, sendo a coletividade sempre o produto “[...] resultante das condições inerentes e gestadas pelas múltiplas combinações interacionais acionadas a partir dos indivíduos, por grupos e por classes sociais, sintetizadas e cristalizadas na própria sociedade” (JUNIOR, 2005b, p.33).

No tocante ao conteúdo, o autor entende como as motivações, sobretudo individuais, que levam os indivíduos à interação social: suas paixões, desejos,

angústias, contradições e antagonismos, bem como instintos variados. A partir da junção entre as formas sociais e os conteúdos que elas podem adquirir, surge, para Simmel, a sociabilidade entre os sujeitos enquanto forma *lúdica*. O sociólogo afirma, assim, que a sociedade passa a existir a partir do momento em que se inicia a passagem do nível individual ao coletivo, através da interação social, sendo que “[...] a sociação só começa a existir quando a coexistência isolada dos indivíduos adota formas determinadas de cooperação e de colaboração, que caem sob o conceito geral de interação” (SIMMEL, 1983, p. 60). Interessante observar como, para o autor, a sociedade não é algo *sine qua non* à condição humana; mas sim, uma construção possibilitada principalmente pela linguagem, elemento fundamental às trocas simbólicas entre os indivíduos, e que poderíamos considerar aqui como a forma primeira na qual a sociabilidade se desenvolve.

Novamente aqui percebemos a tensão existente em relação às motivações e impulsos individuais e seu amortecimento pelo corpo social, os quais devem ser constantemente negociados para que haja a existência da sociedade enquanto instituição humana. Nesse sentido, as relações de forças entre a forma e o conteúdo das interações sociais parece constituir unidades de sociação entre os indivíduos – as quais acionam e materializam-se (mas nunca de forma definitiva) no mundo a partir da própria existência do social. Assim, a interação entre os indivíduos desencadeia uma série de entrelaçamentos e redes simbólicas de conflito, cooperação e competição, derivando uma cristalização, um instantâneo que condensa o *modus vivendi* de uma sociedade em um determinado momento histórico – ou seja, o tato social<sup>54</sup> (JUNIOR, 2005b, p. 34)

Acreditamos que cabe aqui ressaltar, uma vez que tratamos nesse trabalho do jogo e sua função enquanto elemento socializante, a noção de competição para Simmel como uma forma pura de conduta humana. Já dissemos que a questão é intrínseca ao jogo em suas diversas manifestações, mesmo que não possua tal característica explícita ou que ela não seja o produto final do ato de jogar. Entendemos que existem modalidades de jogos que possuem a competição como

---

<sup>54</sup> Tato social compreende o conjunto de protocolos, atitudes e regras de convivência sociais que permitem a efetivação das interações entre os indivíduos em torno de objetivos comuns, mesmo que eles ocorram com motivações diferentes.

força-motriz do funcionamento dos mesmos, os quais podem ser enquadrados na classificação *agon* de Caillois (1990), como manifestações esportivas; entretanto, cremos que, ao considerarmos os mesmos sob a perspectiva de Simmel como forma básica de sociação entre os indivíduos, podemos entender a competição como elemento básico das relações humanas em sociedade. A partir de tal constatação, nos parece pertinente ao considerar a comunicação, possibilitada pela linguagem, como essencialmente um jogo de forças simbólicas e disputa de sentido, entender a competição como interação, ou seja, como uma

[...] forma de relação dos homens entre si; forma que pode envolver toda sorte de conteúdo, mas que, a despeito da grande variedade desses conteúdos, a forma mantém sua própria identidade e prova que pertence a um campo regulado segundo leis próprias e suscetíveis de abstração (idem, p. 66).

Primo (2007, p. 200), ao estudar as relações sociais possibilitadas pelo conflito, nos lembra que, por não ser possível de ser desenvolvido de forma isolada e apenas por um único indivíduo, a competição se configura como uma das mais ricas e pungentes formas de interação social. Vale lembrar aqui que, segundo a perspectiva do autor, a competição não visa aniquilar ou destruir aquele com o qual se estabelece o conflito; ora, ele é parte fundamental da própria existência do mesmo, uma vez que, sem o adversário, não será mais possível competir. Junior (2005a), por sua vez, ao estudar a noção de conflito em Simmel como elemento essencialmente fundador de socialidade entre os indivíduos, entende que, a despeito de seu aspecto aparentemente negativo, ele se apresenta como catalisador social no sentido que ele é

uma força dinâmica, propulsora e desbloqueadora de situações sociais dinâmicas e/ou estáticas, cristalizadas nas formas sociais existentes, nos modos adotados por uma sociedade. O conflito impõe um passo além do agora construído. Ele é uma ação desencadeadora de reviravoltas, mudanças sociais, constituindo-se num componente regular do próprio cotidiano e substância existente nos diversos movimentos efetuados pelas mudanças nas relações humanas (p. 10).

Tal assertiva remete novamente às considerações de Caillois (1990), quando o autor diz que, em relação ao jogo, nunca existe um jogar para si somente, mesmo que desenvolvido de forma solitária. A função agonística da sociedade, entendida como o produto resultante das relações de força entre indivíduos engajados em suas interações sociais cotidianas, corrobora a assertiva de Simmel

desse tipo de relação como forma social essencialmente fundadora de sentido. A esse respeito, o sociólogo alemão afirma que

assim como o universo precisa de “amor e ódio”, isto é, de forças de atração e repulsão, para que tenha uma forma qualquer, assim também a sociedade, para alcançar uma determinada configuração, precisa de quantidades proporcionais de harmonia e desarmonia, de associação e competição, de tendências favoráveis e desfavoráveis. [...] a sociedade, tal como a conhecemos, é o resultado de ambas as categorias de interação, que se manifestam desse modo como inteiramente positivas (1983, p. 124).

Assim, Simmel afirma que, em relação à competição como forma social, ela pode ser de caráter objetivo ou direto, como, por exemplo, vencer um oponente em uma disputa, sendo nesse caso a vitória o objetivo final da interação; ou então possuir um sentido subjetivo, ou seja, trata-se menos de sobrepujar aquele com quem se compete, mas sim, de conquistar metas por individuais e visando única e exclusivamente a satisfação pessoal. Nesse caso, o autor cita os embates científicos entre grupos discordantes, os quais não possuem o objetivo de destruir o adversário, mas sim, uma meta comum, que é o fomento da ciência na área de atuação dos mesmos, uma vez que o “[...] conhecimento adquirido pelo vencedor também é ganho e vantagem para o perdedor” (1983, p. 137). Entretanto, Simmel considera a distinção feita por ele em relação às motivações que a competição pode ter, tanto em nível individual quanto social, como passíveis de se misturarem: é nesse caso que a competição e suas possibilidades de catalizador social se apresentam de forma mais fascinante, pois “a motivação subjetiva e antagonista conduz assim à realização de valores objetivos e a vitória na luta não é realmente o sucesso da luta em si, mas, precisamente, da realização de valores exteriores a ela” (idem, p.137).

Sabemos que, no tocante ao jogo como forma social, a competição entre aqueles que participam do mesmo representa, senão o fator de motivação basilar do mesmo, a conquista de metas pessoais ou outros fatores subjetivos que levam o jogador a participar da atividade. Como veremos em capítulo específico sobre o nosso objeto nesse trabalho, a rede social móvel Foursquare, o caráter de jogo identificado possui as duas variações: os participantes da rede – e que possuem um comportamento na mesma que nos permite entendê-los como jogadores – que competem tanto pela vitória em si, através da eliminação dos outros sujeitos de cargos considerados como importantes na dinâmica da rede, como o título de

Prefeito de uma *venue*, quanto pelo acúmulo de bens simbólicos próprios da dinâmica do jogo, como pontos, insígnias, e também pela listagem semanal dos usuários mais ativos na rede.

Abordaremos tais aspectos mais detalhadamente quando da descrição do objeto, porém, aqui adiantamos que, com base em nossas observações e nas entrevistas realizadas com participantes do Foursquare, a competição permanece como elemento de retenção e fidelização do usuário com a rede, bem como possibilidade de interação social na mesma. Entretanto, queremos aqui discutir a relação existente entre a interação na rede em questão, em processos de competição e cooperação, e como ela parece alterar a própria experiência do sujeito na cidade, transformando-a em prática sócio comunicativa, conforme defendemos em capítulo anterior – haja vista que os percursos individuais efetuados em nossas caminhadas diárias pelo espaço urbano podem, agora, ser registrados e compartilhados em rede. Sob essa perspectiva, traremos à baila as considerações do Interacionismo Simbólico, teoria social da comunicação humana, e que pode nos auxiliar a entender como se dão tais alterações a partir da construção social de sentido mediada por tecnologias móveis de comunicação.

#### 4.2 – INTERACIONISMO SIMBÓLICO E A ESCOLA DE CHICAGO

Na primeira metade do século XX, estudiosos de Chicago, nos Estados Unidos da América, fundaram uma corrente de reflexão teórica acerca dos processos comunicativos estabelecidos entre os indivíduos, considerando-os como elemento fundamental à transmissão, compartilhamento e criação coletiva de significados, que ficou conhecida como Interacionismo Simbólico. Sob a perspectiva desse conjunto de teorias, a sociedade se constitui a partir das interações entre os sujeitos, mediadas simbolicamente pela linguagem, cujo produto resultante das ações dos indivíduos é a constante troca e interpretação de símbolos, sendo este o cimento que permeia e dá coesão à própria sociedade. A comunicação é entendida como um processo que, intrínseco ao homem enquanto ser social que participa ativamente na construção da sociedade na qual se insere, produz sentido de forma

deliberada em suas ações, tanto para si mesmo, quanto para os outros. De acordo com Rüdiger (2011, p. 38), “a comunicação representa um processo estruturado simbolicamente, constitui o emprego de símbolos comuns com vistas à interação, que funda a própria sociedade”.

George Mead parece corroborar a ideia de que o homem, enquanto um ser essencialmente comunicativo, tende a se relacionar com os outros de forma ativa: os atos sociais, para ele, constituem desse modo uma tríade, que ele estuda de forma bastante esclarecedora em *Mind, Self and Society* (1934), sua principal obra. Para ele, a comunicação – e a sociedade, entendida como o sistema de forças resultantes das interações sociais e das formas interpretativas resultantes destas – se dá a partir de três esferas, que seriam a ação inicial de um sujeito, como outros indivíduos interpretam e reagem à ação primeira, e, posteriormente, ao produto desse processo. Logo, é condição *sine qua non* à existência do processo comunicativo que os indivíduos envolvidos tenham por princípio a cooperação uns com os outros, na utilização das formas simbólicas, com vistas à interação.

Logo, é a capacidade que o sujeito tem de se relacionar consigo mesmo, com seu *self*, que lhe garante imaginar e prever as reações do outro, e assim engajar-se em uma relação baseada na recursividade, ou seja, a partir de si “[...] ‘ler’ as ações e intenções de outra pessoa, e em responder de modo apropriado. Isso é a essência da comunicação interpessoal, e essa noção de resposta mútua com o uso da linguagem faz do Interacionismo Simbólico uma teoria vital da comunicação” (LITTLEJOHN, 1988, p. 69). Há ainda outro aspecto que merece ser destacado nesses processos cooperativos, que é o fato de que os símbolos compartilhados entre os envolvidos, na concepção de sociedade pelos interacionistas, devem possuir um significado comum entre os indivíduos, ou seja, ser um significante.

Aqui, fazemos uma incursão pela análise de Blumer (1980, p. 20-21), discípulo de Mead, o qual entende o Interacionismo Simbólico como uma abordagem que

[...] vê a sociedade humana como pessoas engajadas em viver. Esse viver é um processo de contínua atividade no qual os participantes desenvolvem linhas de ação nas diferentes situações que encontram. Eles encontram-se em um vasto processo de interação no qual eles precisam ajustar suas ações em desenvolvimento uns aos outros. Esse processo de interação

consiste em fazer indicações uns aos outros sobre o que fazer e como interpretar as indicações feitas pelos outros. Eles vivem em um mundo de objetos e são guiados em suas orientações e ações pelo significado desses objetos. Seus objetos, incluindo objetos formados por eles mesmos, são formados, sustentados, enfraquecidos e transformados nas interações entre eles.

Para Blumer (1980), o significado assume um papel fundamental nos processos sociais. Assim, ele acredita que existem três formas de produção de sentido, a saber: a primeira entende sua existência enquanto processo intrínseco, ou seja, ele existe *per se* e é inerente ao objeto; a segunda pressupõe que as pessoas adquirem os significados a partir de suas orientações psíquicas individuais; já o terceiro, entende que os significados são produtos sociais. Claramente interacionista, para esta última perspectiva “seja qual for o significado que uma pessoa tem para uma coisa, é sempre o resultado dos modos como outras pessoas agiram em relação a ela, a respeito da coisa que está sendo definida” (LITTLEJOHN, 1988, p. 72). Logo, podemos concluir baseados nessa perspectiva, que o homem não age em função das coisas em si, mas sim dos significados socialmente construídos que elas possuem, fundando manifestações culturais que se confundem em sua estrutura com a própria sociedade, gerada simbolicamente pela comunicação (RÜDIGER, 2011, p.39).

Blumer (1980, p. 127) entende que a interação é também responsável pelo modo como os sujeitos percebem a si mesmo, os outros, os objetos – e, conseqüentemente, o mundo. Cremos, cabe aqui definir o conceito de objeto para o autor. Para ele, pode-se entender como objeto tudo aquilo que pode ser nomeado e se falar sobre, ou seja, “[...] tudo que for passível de ser indicado, evidenciado ou referido – uma nuvem, uma legislatura, um banqueiro, uma doutrina religiosa, um fantasma, etc.”. Ele classifica, assim, os objetos em três categorias, a saber: os objetos físicos, como árvores, carros e prédios; objetos sociais, como estudantes, professores, a mãe, o amigo, o juiz; e, finalmente, objetos abstratos, como doutrinas filosóficas, princípios morais, conceitos e sentimentos, como compaixão e amor.

Aqui podemos perceber a natureza do interacionismo simbólico na constituição individual dos objetos, porém orientada a partir das interações

anteriores de outros sujeitos em relação aos mesmos. Blumer afirma que “a natureza de todo e qualquer objeto compreende o significado que possui para a pessoa para quem constitui objeto” (idem, p. 127). Entretanto, logo à frente, ele entende que, embora os sujeitos ajam em relação ao mundo, aos objetos e aos lugares, baseados em suas percepções sobre eles, tais orientações nunca são completamente individuais. Isso significa dizer que, quando nos deparamos com um garfo, e imediatamente reconhecemos sua função e somos capazes de nomeá-lo, somente podemos fazê-lo porque aprendemos o seu significado, socialmente construído a partir de interações anteriores a nós.

Herbert Blumer (1980, p. 128) expõe sua opinião, que parece corroborar a ideia exposta aqui, afirmando que “o significado dos objetos para cada um é, basicamente, gerado a partir da maneira pela qual lhe é definido por outras pessoas com quem interage”. Ou seja, do ponto de vista do interacionismo simbólico, a coexistência humana em sociedade é a responsável pela criação e significação dos sujeitos, dos objetos e, conseqüentemente, do mundo em sua totalidade, este entendido, em última análise, como o universo de tudo que existe e que se pode falar sobre.

Essa construção de sentido da qual falam os autores não se dá por outra via senão pela comunicação humana e pela interação entre indivíduos, ou seja, segundo a perspectiva da escola interacionista, o mundo simbólico é construído pela e através da interação entre as pessoas; assim, podemos afirmar que o mesmo não é resultado das relações intrasubjetivas, ou seja, do indivíduo consigo mesmo, ou ainda das relações que estabelece com os objetos disponíveis no mundo – haja vista que o sentido dos mesmos precede socialmente o indivíduo. Tomando assim a comunicação como o pilar fundamental desses processos, Rüdiger (2011, p. 37) entende que

[...] a sociedade não pode ser estudada fora dos processos de interação entre as pessoas, [pois] é constituída simbolicamente pela comunicação. A vida social não se mantém por conta de nenhuma dinâmica interna ou requisito sistêmico, mas sim pelo fato dos seres humanos serem capazes de interpretar seu contexto vital e responder praticamente aos estímulos de que são destinatários. As pessoas se relacionam através de símbolos; os símbolos estruturam os processos de comunicação.

A isso significa dizer que o sujeito, sob a perspectiva teórica interacionista, não é meramente um reator de estímulos que chegam até ele de variadas maneiras, mas sim, um agente de produção, negociação e compartilhamento de formas simbólicas, as quais, através das interações sociais, representam o cimento social que une e dá coesão à mesma. Assim, Blumer estabelece que o interacionismo, enquanto teoria social da comunicação, possui conceitos básicos que ele chama “imagens-raiz” (idem, p.123), que descrevem e estão ligados aos problemas sobre os quais tal linha teórica se debruça: as sociedades humanas, a interação social, o homem como agente no mundo, e a atividade humana e conjugação das linhas de ação inerentes às mesmas.

Com efeito, parece-nos pertinente entender os jogos como elementos culturais constituintes das experiências interpessoais mediadas pela comunicação, para além de sua função meramente lúdica ou de divertimento, uma vez que pressupõe a interação e o compartilhamento de símbolos comuns aos participantes como uma condição básica para a sua ocorrência. Além disso, considerando o forte caráter socializador que eles desempenham enquanto elemento de criação e coesão de agrupamentos sociais, tornam-se mediações que transmitem ao sujeito significados em relação aos objetos e aos outros. A capacidade de imaginar e produzir sentido, de interpretação e reação aos atos alheios, constitui um dos princípios básicos do processo interativo lúdico, o qual se encaixa nas proposições da escola interacionista. Assim, podemos afirmar então, com base nas teorias já detalhadas, que as sociedades se formam a partir das interações entre os sujeitos, dentre as quais o jogo, constitui primordial função de transmissão de formas simbólicas entre as pessoas.

Entretanto, dentre as diversas práticas possíveis na atualidade, especialmente a partir das possibilidades de interação social em modalidades de jogo mediadas por redes telemáticas de comunicação, parece-nos que a faceta aqui trabalhada não somente possibilita aos indivíduos que dela participam que interajam uns com os outros, mas sim com o espaço físico das cidades – o que parece evidenciar alterações na forma como os mesmos vivenciam o mesmo, além de permitir a construção simbólica sobre ele a partir do entrecruzamento dos relatos e rastros deixados pelos indivíduos em suas perambulações cotidianas.

#### 4.3 – NOVOS NOMADISMOS E PRÁTICAS DE ESPAÇO A PARTIR DE REDES SOCIAIS MÓVEIS.

Não podemos nos abster de, nesse ponto do trabalho, observar como as tecnologias de comunicação digitais e a possibilidade de compartilhamento das experiências dos indivíduos sobre o espaço físico das cidades, em redes sociais móveis, parecem constituir a base para a existência do fenômeno do jogo aqui estudado. Sobre esse aspecto, parece-nos que, após um período em que se temia que a comunicação mediada por redes telemáticas globais representaria um latente desinteresse pela camada física à qual estamos definitivamente vinculados, ou seja, o mundo físico dos objetos e das pessoas, muito se comentou em relação aos processos de desterritorialização que tais tecnologias proporcionavam, focados principalmente nas possibilidades de interação social que as mesmas possuem sem que ocorram em um regime de co-presença entre os interagentes. Assim, a partir da radicalização das possibilidades de virtualização dos processos sociais e da transposição para o ambiente informacional da rede de elementos até então impensáveis numa era pré-internet, pareciam trazer à tona novos paradigmas nas discussões relativas à materialidade da comunicação nesse novo contexto (FELINTO, 2006, p. 52).

Acreditamos que, a partir da popularização de dispositivos móveis com capacidade de acesso às redes móveis de informação, como os *smartphones* e *tablets*, essas perspectivas parecem ter se confundido com a conexão constante proporcionada por tais artefatos, trazendo à baila questões sobre a retomada de processos nômades e despertando o interesse de diversos pensadores sobre um tema que já se apresentava mesmo antes da concretização de tais possibilidades. Nesse sentido, julgamos pertinente levantar aqui alguns aspectos da obra “*Sobre o nomadismo: vagabundagens pós-modernas*” (2001), do pensador francês Michel Maffesoli, buscando assim compreender o impulso à errância como elemento fundador da própria humanidade e que foi, durante a modernidade, suprimido em prol de um enraizamento que sustentava a própria sociedade nesse período: tanto social, quanto política e economicamente.

Para Maffesoli, o nomadismo, ou o que ele denomina de pulsão de errância, é uma das forças principais de qualquer estrutura social, representando, desde os primórdios da humanidade, um fator de desbravação do território físico do planeta. Assim, ele faz uma importante recuperação do histórico do nomadismo, defendendo que foi a esse encontro com o desconhecido, para aquilo que se encontra além dos limites, tanto culturais quanto territoriais, que permitiram a circulação de ideias e culturas em diversos momentos históricos – inclusive, convém lembrar, a colonização do continente americano pelos europeus. De tal maneira, ao discorrer sobre o estrangeiro, ou seja, aquele que vem de fora, ele afirma, baseado em Simmel, que são eles que “servem de intermediários com a exterioridade e, através dela, com as diversas formas de alteridade” (2001, p. 44-45).

Dos vendedores comerciantes que circulavam pelas pequenas cidades europeias, as guerras, cruzadas e colonizações de territórios, o fator de misturar uma cultura local com o que lhe é estranho representa, tanto para Maffesoli quanto para Simmel, um fator essencial de construção simbólica do mundo, através dos intercâmbios sociais, econômicos, políticos e sexuais, somente possíveis a partir de tais iniciativas. Vale lembrar que, muito embora tais fatores representem fortes motivações para essas práticas errantes, Maffesoli nos adverte que

[...] o nomadismo não se determina unicamente pela necessidade econômica, ou a simples funcionalidade. O que move é coisa totalmente diferente: o desejo de evasão. É uma espécie de “pulsão migratória” incitando a mudar de lugar, de hábito, de parceiros, e isso para realizar a diversidade de facetas de sua personalidade. (2001, p. 51).

Assim, a partir do que o sociólogo francês chama de “deriva de sentimentos”, percebemos que, sob o seu ponto de vista, o nomadismo é um elemento socializador por excelência, de construção, negociação e compartilhamento de formas simbólicas, os quais modificam tanto aquele que passa, o viajante, quanto aqueles que por ele são visitados. Carregam-se, nesses percursos, elementos culturais de um e de outro lugar, os quais vão sendo intercambiados, promovendo uma verdadeira circulação dos mesmos pelos locais por onde os passantes transitavam. São tais práticas que fomentam, fervilham e difundem ideias e notícias, ou seja, tal agitação favorece o florescimento e a consolidação cultural dos povos afetados por tal realidade, já que “porque favorece

os contatos e os encontros, a errância, que por sua natureza é nebulosa, maleável, móvel, encontra curiosamente sua realização completa nas construções sólidas” (idem, p. 58).

Essencialmente móvel, o nomadismo sempre envolveu um caráter também lúdico em sua ocorrência, pois não é um processo unicamente individual, mas sim, fundamentalmente coletivo e social. Como pudemos perceber em Simmel (1983), o lúdico se encontra nos princípios de qualquer interação social, e aqui podemos estabelecer uma relação direta entre a própria noção de jogo como fundador de sentido sobre o mundo, haja vista sua função comunicacional e de transmissão de formas simbólicas, e o nomadismo como um jogo no qual se inscrevem múltiplos participantes, através da interação social.

Além disso, para Maffesoli, o nomadismo representa, também, um escape às pressões e ajustamentos, uma forma de resistência ao *status quo*, principalmente na modernidade, período no qual se apregoou os benefícios de uma vida enraizada, fixa – a qual foi de fundamental importância ao desenvolvimento de um modelo social, político e econômico, para a consolidação do Estado-Nação e fortalecimento de uma economia baseada na produção e consumo de bens acabados – o que o sociólogo chama de *domesticação*, ou seja, passagem do nomadismo para o sedentarismo (2001, p. 24).

Convém recuperar que, tanto a domesticação quanto o nomadismo representam, para o autor, uma forma de estar no mundo, um comprometimento com o mesmo, ao passo que também indica o instinto aventureiro, desbravador, que por muitos séculos (principalmente na Idade Média) sustentou o modelo econômico europeu através da descoberta e exploração do Novo Mundo e de territórios ainda desconhecidos. Uma forma de realização, tanto individual quanto social, em sua plenitude, na totalidade do mundo. Consideramos esclarecedora sobre esse aspecto a assertiva de Maffesoli, quando ele afirma que

a errância, desse ponto de vista, seria a expressão de uma outra relação com o outro e com o mundo, menos ofensiva, mais carinhosa, um tanto *lúdica*, e seguramente trágica, repousando sobre a intuição da impermanência das coisas, dos seres e de seus relacionamentos (2001, p. 29, grifo nosso).

Na contemporaneidade, para o pensador, vivemos uma retomada do pensamento nômade, a partir do desenvolvimento tecnológico, que possibilita ao homem o contato com culturas e indivíduos espacialmente distantes, tanto através de redes telemáticas globais interconectadas, quanto através de meios de transportes velozes que permitem o deslocamento a grandes distâncias em poucas horas. Traços característicos do que ele denomina pós-modernidade, o autor afirma que é justamente a coexistência de valores arraigados de um período moderno, como a constituição física dos territórios, as instituições políticas e econômicas, com uma ordem social distinta do planeta, na qual se valoriza, mais uma vez, o retorno do movimento, do não-pertencimento, ou como estamos já habituados a ouvir, do *cidadão do mundo*.

O turismo em grandes escalas e em termos globais, novas referências nas quais convivem uniformizações e se acentuam os particularismos, o exótico; tais relações se encontram no cerne do jogo de forças contemporâneo, dando início mais uma vez à retomada da circulação como possibilidade de habitação, e quebrando as correntes que prendiam o sujeito moderno ao seu território e seus domínios, quaisquer que sejam eles: políticos, econômicos, sociais e culturais. Entretanto, dessa vez, a errância não é mera *vagabundagem*, mas sim imperativo, em um tempo que considera que as raízes devem ser cada vez mais superficiais e móveis, fluidas e adaptáveis, ou seja, a modulação contemporânea de um desejo de movimento e devir que perpassa todo o corpo social (idem, p. 27).

Floresce aí o que Maffesoli chama de *territórios flutuantes*: desprendidos do caráter meramente físico impresso ao mundo, constituem-se agora novos *locus* de interação social, como a internet e as redes sociais virtuais, interconectando indivíduos e sociedades, culturas e permitindo viver coletivamente outras experiências semelhantes às dos nômades antigos: intercâmbios culturais, políticos, sociais, consolidando o papel das conexões – principalmente no tocante aos

relacionamentos por elas possibilitados. Este é o cerne da sociabilidade contemporânea: o constante movimento e as trocas, tanto entre indivíduos, quanto informacionais, enquanto devir, ou seja, a matéria não acabada, mas sim em perpétua transformação e reelaboração – o que parece ir ao encontro às considerações de Simmel (1982) sobre a própria sociedade. O *território flutuante* para Maffesoli cumpre uma dessas funções de pôr em relação diversas culturas, ao proporcionar não um aprisionamento dos seus habitantes (os nômades contemporâneos) mas principalmente, por deixá-los à deriva, ou seja,

em seu sentido mais forte, esse espaço urbano, síntese da cidade, resumo do mundo, é um perfeito cadinho: lugar onde se cria raiz e a partir do qual a pessoa cresce e se evade. Lugar onde se expressa a empatia em relação aos outros, lugar de onde se escapa, imaginariamente, para atingir a alteridade absoluta (2001, p. 89).

Nesse sentido, parece-nos que as tecnologias de comunicação em rede, aliadas à própria concepção de mobilidade vigente na contemporaneidade, fundamentam a existência dos jogos móveis em rede como interseção desses fatores, incentivando os nomadismos e a circulação social e simbólica, tanto pelo espaço urbano, quanto em uma camada informacional e imaterial que, vinculada à própria materialidade da cidade, imprime na mesma múltiplas tessituras de sentido, que vão se sobrepondo e criando discursos sobre o mundo, inclusive agindo como catalisador de interações sociais a partir de tais rastros. Pellanda (2006) confirma que o espaço sempre exerceu uma forte influência para as práticas de sociabilidade, e que no cenário contemporâneo ele existe a partir de múltiplas possibilidades de conexão permanente à rede em situações de deslocamento, os quais permitem a produção de novas espacialidades, tanto eletrônicas, quanto físicas.

Meyrowitz (2004) inclusive denomina os praticantes das perambulações contemporâneas como *nômades globais na savana digital*. Interessante observar como, na definição do autor, o nomadismo aparece não apenas como o trânsito apenas territorial, mas sim global, tanto físico quanto informacional, compreendendo assim as práticas deambulatórias, sociais e culturais características da atualidade; some-se a isso o intenso fluxo de trânsito de pessoas entre diferentes cantos do planeta – o que, por exemplo, proporciona não somente o intercâmbio cultural e simbólico, mas também torna global, por exemplo, doenças surgidas em algum

ponto específico do planeta em questão de horas, conforme pudemos observar em casos de recentes pandemias.

Podemos perceber que Meyrowitz, claramente influenciado pelo conceito de McLuhan da “aldeia global”, defende que, a partir das tecnologias e das transformações sociais que ocorrem nesse contexto, vemos o encurtamento das dimensões do nosso planeta, o que o leva a afirmar o retorno de antigas práticas e formas de organização social, além de demandar também uma nova forma de compreender e olhar para o mundo; entretanto, sob novas perspectivas – a selva digital constitui-se agora nas cidades conectadas em redes, tanto compostas por cabos, quanto espalhadas imaterialmente no ar, e que cruzam nossos corpos e os objetos físicos das metrópoles contemporâneas, ignorando qualquer barreira política e geográfica, e interconectando a Terra de uma extremidade à outra (MEYROWITZ, 2004, p. 26).

Os nomadismos contemporâneos constituem-se assim, em atividades essencialmente lúdicas, como nos lembra Maffesoli, quando afirma que a caminhada por esse território, tanto físico quanto imaterial, se apresenta como um jogo de combinações entre interações sociais e do sujeito com a própria materialidade do mundo, somando-se a busca principalmente do prazer da descoberta, do escape às pressões cotidianas e da vivência de outros lugares, dos contatos e da construção da realidade de modo cada vez mais intersubjetivo, na forma de um reencantamento do mundo (2001, p. 123). Ou seja, “o homem nômade [...] está em caminho com o outro, para o outro, e daí com o absoluto, para o absoluto. É assim que se deve compreender a inutilidade do nômade: a abertura para o imaterial e seus benefícios” (idem, p. 153).

Além disso, podemos também recuperar as considerações de Maffesoli que vão ao encontro daquelas defendidas em capítulo anterior, de que a cidade se constitui principalmente a partir das interações sociais desenvolvidas naquele contexto temporal e espacial, inclusive originando a formação de grupos sociais baseado em interesses comuns; nesse caso, a partir de formas semelhantes de vivência do espaço urbano. Defende o autor que “[...] existe um laço estreito entre o espaço e o cotidiano. E o espaço é, certamente, o repositório de uma socialidade

que não se pode mais negligenciar” (2010, p. 203). A isso, o pensador entende como o princípio originador de uma nova forma de tribalismo contemporâneo, o qual agora não mais ocorre em aldeias pré-históricas, mas sim em megalópoles hiperconectadas, ou cibercidades (LEMOS, 2004), nas quais as interações sociais se dão também a partir da partilha de interesses ou afetos comuns, e não somente por proximidade meramente geográfica. Ou seja, para Maffesoli, a cidade é uma “[...] sucessão de territórios onde as pessoas, de maneira mais ou menos efêmera, se enraízam, se retraem, buscam abrigo e segurança” (2010, p. 224).

Segundo a perspectiva do autor, podemos entender a cidade não apenas a partir de sua camada física, mas também (senão principalmente) simbólica, e é justamente essa última a que fomenta a existência de muitos grupos contemporâneos, sob os mais variados vieses. Nesse sentido, parece-nos que as possibilidades de comunicação e de trocas simbólicas a partir de redes telemáticas globais radicaliza a emergência de “tribos” unidas por interesses comuns, e novamente podemos retomar a ideia de McLuhan (2007) sobre as aldeias globais, uma vez que tais tecnologias “criam potencialmente uma matriz comunicacional onde aparecem, se fortalecem e morrem grupos, de configurações e objetivos diversos” (MAFFESOLI, 2010, p. 225).

É inegável que a configuração espacial desempenha, obviamente, papel de agregador social, como é o caso de associações de moradores de um determinado bairro ou região, e dá sentido de pertencimento e inclusão em uma coletividade, mesmo que, conforme afirma o autor, o mesmo seja de natureza provisória ou cambiante. Entretanto, percebemos também como a camada simbólica atribuída aos espaços físicos, ao encontrar nas redes informacionais um repositório das impressões e experiências individuais sobre os mesmos, presta-se também como elemento social e de formação de grupos unidos (independente da natureza do laço social criado, ou da sua efemeridade ou manutenção) por interesses comuns, como é o caso, por exemplo, do Foursquare – o qual poderia ser descrito suscintamente como uma rede de sujeitos conectados compartilhando suas perambulações pela cidade e suas impressões sobre os locais que frequentam.

Assim, a relação existente entre o espaço como fator de sociabilidade, e as caminhadas e percursos que nele se efetuam, nos permite recuperar as considerações de Michel de Certeau, que, dedica uma grande parte de sua obra *A Invenção do Cotidiano* (1998) a estudar as práticas de espaço, entendendo as mesmas como uma forma de discurso, que inscreve, a partir dos passos e das trajetórias individuais e coletivas no espaço, marcas simbólicas que nos parecem fundamentais aos processos de atribuição social de sentido sobre o mesmo. Novamente aqui recuperando o sentido do jogo como elemento de construção simbólica sobre o mundo, procuramos clarificar os modos como as práticas feitas a partir da configuração física do mundo influencia, hoje, a própria articulação e compartilhamento de sentido sobre a mesma em redes informacionais móveis.

Creemos que o ponto principal da obra de Certeau se encontra justamente na concepção de que, independentemente do tipo de prática (seja espacial, política, econômica, e até mesmo as mais banais e cotidianas possíveis), ela é sempre um discurso, ou seja, um enunciado proferido através das ações de um indivíduo ou uma sociedade no mundo. Novamente aqui reconhecemos o uso do termo jogo para descrever, especificamente, os fazeres cotidianos dos indivíduos, especificamente no espaço urbano da cidade; para Certeau, assim como há o jogo linguístico proposto por Wittgenstein (1989) – do qual já falamos anteriormente – a caminhada também pode ser considerada em seu aspecto de uma *relação-com* – consigo mesmo, com os outros e com o mundo, tanto em sua esfera física, quanto simbólica.

De acordo com a perspectiva de Certeau, as perambulações espaciais criam redes discursivas que se entrecruzam, formando assim camadas simbólicas que são inscritas pelos corpos dos sujeitos no próprio ato da caminhada, as quais possibilitam uma de suas distinções fundamentais: a noção de lugar e espaço.

Assim, para o autor, existe uma distinção clara entre essas duas esferas, a partir dos usos, ou da apropriação pelos sujeitos da camada física do mundo. Considerando então o lugar como uma configuração momentânea das posições em um dado momento (1998, p. 201), é possível entender o lugar como uma rua ou uma praça, quando planejada e construída; a malha viária de uma cidade, ausente de transeuntes; logo, de significado. Ou seja, seriam as configurações espaciais das

coisas, como elas estão dispostas; é o que impossibilita, por exemplo, dois objetos ocuparem exatamente a mesma posição no mundo.

Já o espaço é entendido como a prática do lugar, ou seja, como os sujeitos transformam o mesmo, a partir das suas ocupações, apropriações e vivências. O autor afirma que a ocupação dos lugares e sua transformação em espaços é semelhante a um texto quando lido e interpretado pelo leitor a partir do conjunto de códigos necessários a tal tarefa, ou mesmo que ela se assemelha aos discursos, uma vez que ele considera a caminhada como uma espécie de retórica – pois inscreve as marcas simbólicas de quem o profere. Certeau parece confirmar nossa assertiva, quando afirma que

o espaço estaria para o lugar como a palavra quando falada, isto é, quando é percebida na ambiguidade de uma efetuação, mudada em um termo que depende de múltiplas convenções, colocada como o ato de um presente [...] e modificado pelas transformações devidas a proximidades sucessivas (1998, p. 203).

Como percebemos na citação do autor, é possível entender esse uso dos lugares e a sua apropriação em espaço de vivência como um discurso, construído pelo caminhante e que está para a cidade tal qual a enunciação está para a língua. Entende-se tal perspectiva a partir de uma função tríplice que cria esse discurso: ao caminhar, o sujeito se apropria das possibilidades permitidas pelas configurações espaciais disponíveis, assim como um locutor se apropria da língua; ao mesmo tempo, é uma realização espacial do lugar, do mesmo modo que proferir uma palavra é o ato sonoro da mesma; por fim, implica relações entre os outros indivíduos que ocupam o mesmo espaço, na forma de contratos pragmáticos, mesmo que implícitos. De tal maneira, ele defende que, por meio desse discurso proferido pelos passos, “[...] o caminhante transforma em outra coisa cada significante espacial” (1998, p. 178), ou seja, os usos criam “retóricas ambulatórias”, que representam feitura do espaço. Cada enunciado, assim como cada passo, carrega consigo traços, marcas individuais, que transformam esses rastros em um texto único que cada sujeito escreve na cidade.

Essas retóricas seriam essencialmente de caráter lúdico, confirmando aqui o forte aspecto de jogo que mais uma vez recuperamos, buscando assim entender o

papel do mesmo na formação dos espaços enquanto construção essencialmente simbólica. A imprevisibilidade do jogo aqui também se encontra presente: não se chega nunca a uma matéria acabada, uma vez que essa se constrói continuamente a partir do entrecruzamento dos passos dos indivíduos nas cidades. Assim constituem-se as cidades contemporâneas para Certeau: em permanente construção e reinvenção de si mesma e conseqüentemente daqueles que nela habitam, a partir da construção de relatos sobre as práticas coletivas do espaço. Assim, para o autor, são formadas as cidades, ou seja,

os jogos dos passos moldam os espaços. Tecem os lugares. Sob esse ponto de vista, as motricidades dos pedestres formam um desses 'sistemas reais cuja existência faz efetivamente a cidade'[...]. Elas não se localizam, mas são elas que espacializam (idem, p. 176).

Os sujeitos, em seus itinerários cotidianos, simbolizam o lugar a partir das interferências, tanto corporais, quanto cognitivas, nessas configurações físicas. Assim, para ele, “a rua geometricamente definida pelo urbanismo é transformada em espaço pelos pedestres” (1998, p. 202). Ele ainda acrescenta que são os passos que moldam os lugares e os transformam em espaços, inserem e inscrevem nos mesmos camadas simbólicas que se sobrepõem e criam uma extensa rede de significados, que, compartilhados simbolicamente através da comunicação, modificam os usos que os sujeitos fazem dos mesmos (idem, p. 176). Formam, de tal modo, tessituras de sentido construídas a partir dos passos, uma vez que “as redes dessas escrituras avançando e entrecruzando-se compõe uma história múltipla, sem autor nem espectador, formada em fragmentos de trajetórias e em alterações de espaços” (ibid., p. 171).

Na contemporaneidade, essas marcas deixadas pelos transeuntes, tanto físicas, quanto simbólicas, podem ser compartilhadas e sobrepostas umas sobre as outras, mediadas por tecnologias, que vão desde a linguagem, até mais recentemente, as redes informacionais móveis. A partir das possibilidades de comunicação ubíqua em dispositivos constantemente conectados, tais artefatos parecem se tornar também mediadores fundamentais entre os homens e destes com o espaço físico das cidades, propiciando novas relações, cujo produto condensa experiências individuais e coletivas, permitindo novas camadas de sentido entre a

própria materialidade dos espaços e dos artefatos tecnológicos, e das informações que são atribuídas aos mesmos.

Especificamente no tocante ao objeto de análise dessa dissertação, percebemos que as considerações aqui expostas parecem confirmar tanto o seu aspecto de registro das narrativas individuais sobre as experiências no espaço físico em uma camada simbólica, atribuída ao mesmo em redes informacionais, quanto expõe seu forte caráter de jogo, os quais serão abordados em capítulo posterior dedicado a desvendar tais características. No próximo capítulo, nos dedicaremos a abordar a rede social móvel Foursquare a partir da descrição de suas características e dinâmicas, buscando identificar posteriormente a sua transformação e apropriação em jogo móvel locativo pelos que dela participam.

## 5. METODOLOGIA

Neste capítulo serão apresentadas as abordagens metodológicas para a delimitação do espectro e investigação do objeto, através de uma revisão bibliográfica e descrição do procedimento, além da explicitação dos critérios utilizados, a partir da escolha da netnografia, para o recorte em relação ao mesmo.

### 5.1. ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS PARA INVESTIGAÇÃO EM CIBERMEIOS E NOS *GAME STUDIES*

O objeto aqui proposto para estudo e análise se configura como uma rede de indivíduos interligados em constantes processos de trocas simbólicas, cujo espectro inicia-se no ciberespaço, potencializado por dispositivos móveis de comunicação, ou artefatos técnicos, e estende-se para o espaço físico das cidades, tomando forma de hibridizações possíveis entre essas duas esferas, ou seja, criando assim novas camadas essencialmente informativas, que carregam em sua estrutura uma nova forma de experiência das cidades, incentivando práticas de espaço.

Estas novas formas de habitar a urbe parecem representar uma nova forma de ocupação do espaço público, agora configurado sob uma perspectiva híbrida, formada a partir de imbricações entre nossa dimensão física e biológica, e os espaços fluidos e imateriais do ciberespaço, transformando-o em “espaços intersticiais” (SANTAELLA, 2007, p. 217). Tal fato surge após um período em que se temia que a internet e a crescente comunicação via redes digitais causaria um desinteresse pela vivência de uma camada material à qual pertencemos e estamos definitivamente capturados, mas que, agora, é potencializada pelo desenvolvimento de redes móveis e da popularização desses artefatos digitais portáteis e das conexões entre indivíduos possíveis através dos mesmos.

Assim, a partir de sua utilização, criam-se rastros individuais das caminhadas pela cidade, compondo discursos subjetivos, mas ao mesmo tempo, coletivos, uma vez que são compartilhados em rede e parecem criar novas

escrituras e registros essencialmente informacionais, não possuindo produtores e espectadores, mas sim, indivíduos interagindo e envolvidos em intercâmbios de trocas simbólicas (CERTEAU, 1998). Tais registros originam tessituras que, enquanto doadoras de sentido sobre si mesmo e sobre o mundo, demandam estratégias metodológicas específicas ao seu entendimento.

O próprio campo onde essa dissertação se insere, os *game studies*, configura-se como interdisciplinar e ainda em formação, permitindo de tal maneira uma diversidade de abordagens, própria de seu caráter incipiente. Embora por muito tempo perdurassem duas correntes principais que nortearam os estudos nessa seara, a ludologia e a narratologia, com base nas obras consultadas para a construção do referencial metodológico desse trabalho, podemos afirmar que, hoje, tais estudos se apropriam de diferentes áreas do conhecimento e de estratégias de investigação, como das ciências humanas, sociais e sociais aplicadas (MÄYRÄ, 2008; MITSUISHI, 2006; TEIXEIRA, 2005).

Aarseth (2003) estabelece que, em relação aos mesmos, especificamente no tocante àqueles digitais, podem-se adotar três diferentes enfoques, os quais, vale lembrar, não são excludentes e podem ser mesclados, como é o caso desse trabalho. O primeiro concentra-se no sujeito que joga, ou seja, no estudo das suas apropriações do jogo e das relações possíveis advindas de tal prática e as suas estratégias para o desenvolvimento da atividade, seu comportamento e o seu papel na construção de formas simbólicas pelo jogo; a segunda perspectiva foca-se na estrutura do jogo, ou seja, busca identificar as regras, limites e possibilidades a partir do entendimento da própria concepção do mesmo, sendo necessário, para tal, conhecer o seu funcionamento e as dinâmicas de sua estrutura interna; já a terceira possibilidade é uma análise estética, os elementos narrativos e artísticos ligados ao próprio mundo do jogo em questão, entendendo-o como um texto a ser decodificado pelo jogador. Essencialmente ludológica, essas diferentes formas de se olhar para o objeto constituem o princípio mesmo da concepção do jogo em suas bases ontogenomológicas, ou seja, em sua jogabilidade, as regras que lhe são próprias e o cenário do jogo (TEIXEIRA, 2005, p. 473).

Tal classificação, proposta por Aarseth (2003), é corroborada por Mäyrä (2008), Mitsuishi (2006), e Teixeira (2005), os quais também frisam que os mais recentes estudos na área buscam mesclar estas três possibilidades de análise, a partir de abordagens que busquem analisar tais aspectos de forma integrada, entendendo-as como inseparáveis na experiência do sujeito no ambiente simbólico do jogo. Ou seja,

uma vez que um jogo é um processo e não um objecto, não pode existir um jogo sem jogadores a jogar. Dado que estes jogos tratam do controlo e exploração de uma representação espacial, o jogo deve desenrolar-se num cenário claramente definido. E, uma vez que todos os jogos tem regras para avançar ou perder, as regras inerentes à estrutura do jogo talvez consistam no mais fundamental dos três elementos. Sem regras para estruturar acções, mas com um cenário (virtual), teríamos jogo livre ou outras formas de interacção, mas não *jogabilidade* (AARSETH, 2003, p. 13, grifos do autor).

Especificamente no caso do presente trabalho, trabalharemos sob uma perspectiva que considera o jogo como um sistema complexo que envolve a existência de um sistema de regras próprio e variável, de acordo com o tipo de jogo e a sua concepção. Além disso, todo jogo, em maior ou menor grau, possui uma narrativa necessária de decodificação pelo jogador para a sua inserção no mundo do jogo em questão – sendo, assim, intrinsicamente ligadas essas duas esferas; ou seja, sob o ponto de vista de Pinheiro e Branco (2011, 2012), o estudo do jogo pode considerar esses dois vieses, pois eles não excluem-se mutuamente.

O propósito de estudar uma expressão tão particular da cultura contemporânea, a saber, os jogos em meios de comunicação digitais e conectados em rede – especificamente os jogos móveis locativos, e, no objeto desse trabalho, a rede social Foursquare abordada como tal – configura-se como um desafio, uma vez que se trata de um recente objeto de pesquisa; e, além disso, haja vista que o fenômeno que observamos e buscamos aqui examinar não se trata de um jogo propriamente dito, mas sim possui dinâmicas lúdicas que fundamentam o seu funcionamento, adotaremos um viés fenomenológico no modo como olhamos para o objeto, não buscando primordialmente explicá-lo, mas sim descrevê-lo através do desvelamento de suas características, bem como dos modos de uso, ou seja, das possibilidades de apropriação pelos seus usuários. Em relação a isso, Teixeira (2005, p. 468) afirma que tal perspectiva fenomenológica entende que os jogos

ultrapassam a mera dimensão lúdica que lhes é própria, constituindo-se assim como elementos primordiais nas relações entre o homem e o mundo, sobretudo na contemporaneidade, a partir da constatação de que, hoje, tal problemática parece ocupar um papel central na sociedade.

Para investigação do objeto aqui proposto, utilizamos como aporte metodológico uma análise etnográfica voltada para cibermeios, definida como netnografia, ou etnografia virtual, proposta por Hine (2000). Angrosino (2009, p. 30) entende a etnografia como “[...] a arte e a ciência de descrever um grupo humano – suas instituições, seus comportamentos interpessoais, suas produções materiais e suas crenças”, ou seja, como uma forma de conhecer os indivíduos participantes de uma coletividade, compartilhando práticas e valores comuns. Assim, a etnografia consiste na inserção do pesquisador nesse grupo, e na observação, tomada de notas e em uma posterior análise e exposição do material coletado durante o processo. Amaral *et al* (2008) entendem, baseadas em Hine (2000), que

[...] a etnografia, em sua forma básica, consiste em que o pesquisador submerja no mundo que estuda por um tempo determinado e leve em consideração as relações que se formam entre quem participa dos processos sociais deste recorte do mundo, com o objetivo de dar sentido às pessoas, quer esse sentido seja por suposição ou pela maneira implícita em que as próprias pessoas dão sentido às suas vidas.

Tal adaptação do método antropológico para o estudo de meios digitais em comunidades potencializadas pelo ciberespaço busca analisar tal fenômeno juntamente com os artefatos tecnológicos necessários a tais práticas, ou seja, a netnografia deve ser considerada tanto a partir dos próprios dispositivos, quanto a partir de sua apropriação pelos sujeitos e a sua transformação em práticas sociais e manifestação cultural, uma vez que as esferas informacionais e materiais nas quais ela se desenvolve estão intrinsecamente ligadas e de forma cada vez mais complexa (HINE, 2000, p. 39). A esse respeito, Jones (1995, p. 16) defende que a comunicação em redes globais não é somente uma ferramenta, uma vez que ela é o próprio meio por onde essas relações se dão na contemporaneidade, ao mesmo tempo em que estruturam as relações sociais e se tornam o espaço onde as mesmas ocorrem.

Lemos (2002, p. 258) corrobora essa ideia, afirmando que a cibercultura, uma das vertentes da cultura contemporânea, não nasce somente a partir da presença maciça cotidiana de aparatos como computadores e dispositivos móveis de comunicação, mas sim a partir da imbricação existente entre eles e os sujeitos que deles se apropriam. Isso quer dizer que tal fenômeno possui sempre duas dimensões: uma técnica, ou seja, tanto o próprio artefato em si, em sua materialidade, também relacionada às habilidades necessárias para manejá-lo, sejam estas motoras e cognitivas; e outra simbólica, surgida a partir da subjetividade e do compartilhamento dessas formas simbólicas que emergem a partir da apropriação e da sua transformação em cultura.

Muito embora existam divergências em relação ao termo que define esse tipo de abordagem quando do uso da etnografia na investigação de meios digitais, o qual depende principalmente do referencial teórico utilizado para a construção do método, parece-nos que elas convergem no tocante à impossibilidade de estudo do fenômeno isolado da materialidade que lhe é necessária à existência, ou seja, “[...] a etnografia virtual se dá no/de e através do *online* e nunca está desvinculada do *offline*, acontecendo através da imersão e engajamento intermitente do pesquisador com o próprio meio” (FRAGOSO *et al*, 2011, p. 173). Além disso, como as autoras também afirmam, a perspectiva netnográfica permite uma maior adaptação em relação àquilo que se planeja estudar, justamente por não ser uma metodologia rígida, pois ela é diretamente ligada ao contexto no qual se desenvolve. Tal perspectiva também parece ser corroborada por Rocha e Montardo (2005, p. 10), pois elas entendem que

[...] cabe ao pesquisador-etnógrafo contemporâneo escolher corretamente o que lhe é mais apropriado, em termos de técnicas e ferramentas de pesquisa, para auxiliá-lo como testemunha de um mundo que também se desenrola no ciberespaço e que tende, a cada dia, diminuir concretamente a fronteira entre real e virtual.

Hine (2000, p. 63) expõe que um dos princípios norteadores para a pesquisa etnográfica realizada na internet é a impossibilidade de capturar a totalidade dos fenômenos que nela ocorrem. Uma vez que as possibilidades de análise nesse meio sejam as mais variadas, dependendo assim da abordagem que o pesquisador deseja, para a autora, é ele quem deve definir os aspectos relevantes dentre o

universo em questão, haja vista que uma das características dos meios digitais é justamente a multiplicidade de perspectivas. Assim, ela adverte no sentido de tentar abranger todos os aspectos de objeto de pesquisa, o que, segundo seu ponto de vista, é impraticável – sendo possível apenas capturar parcialmente o objeto (2000, p. 63).

Assim, uma vez que o objeto aqui analisado parece radicalizar a convergência existente entre a esfera informacional própria da internet, e a materialidade necessária à sua existência – nesse caso, tanto dos próprios artefatos e dispositivos tecnológicos, quanto da própria infraestrutura espacial das cidades, através da transformação de sua materialidade em espaço de jogo – parece-nos a netnografia (KOZINETTS, 2010) uma abordagem pertinente para este trabalho.

## 5.2. A IDA A CAMPO E O MAPEAMENTO DO SISTEMA FOURSQUARE

Tendo isso definido, a primeira fase da pesquisa aqui exposta contemplou a busca por obras e pesquisas recentes que pudessem contribuir na elaboração de um referencial teórico acerca do papel do jogo na história do homem, e sua função como elemento mediador simbólico na própria comunicação e formação de sociedades humanas, e, conseqüentemente, exercendo forte influência nas manifestações culturais em todos os períodos da história. Procedemos nessa etapa com consultas a bases de dados disponíveis em acervos de bibliotecas físicas, e também a partir de obras disponíveis na internet, buscando também por pesquisas recém-desenvolvidas, ou ainda em desenvolvimento, no campo dos *game studies*, tanto nacionalmente, quanto internacionalmente, visando assim capturar o estado da arte da questão sobre a qual nos debruçamos.

Notamos, a partir disso, que embora existam diversos pesquisadores no Brasil se dedicando ao estudo dos jogos na contemporaneidade, a maioria das obras de referência nessa área são em Língua Inglesa, principalmente proveniente de universidades estadunidenses ou britânicas. Outra constatação possível a partir da pesquisa é que a concentração de estudos especificamente na área dos jogos

móveis locativos ainda se encontra incipiente nacionalmente, talvez causado pela recente popularização de dispositivos portáteis com maior capacidade de processamento, juntamente com possibilidades de acesso à internet móvel a preços baixos no país, ao contrário de outros mercados internacionais, nos quais tais tecnologias já se encontram há muito disponíveis e amplamente penetradas na sociedade.

Buscamos também obras que pudessem lançar luz às questões relativas às interações simbólicas entre os sujeitos e a sua função no próprio conceito de jogo que aqui utilizamos, entendendo, de tal maneira, que estas se dão primordialmente através da disputa de sentido, característica da comunicação humana. Consideramos, assim, os processos de conflito e competição como fundamentais à noção de jogo construída especificamente para a análise do objeto em questão. Uma vez que tratamos também de questões relativas à mobilidade física e deslocamentos espaciais como fatores que fundamentam a existência da rede social aqui estudada, nos apoiamos em autores que trabalham fenômenos como os novos nomadismos e a possível perda e recuperação do sentido espacial a partir do uso e apropriação das tecnologias móveis no cotidiano.

Posteriormente, procedemos ao início da pesquisa etnográfica propriamente dita, a partir da inserção na rede social móvel que buscamos estudar. Tal processo consistiu, primeiramente, naquilo que Kozinets (2010) chama de *entreé* cultural, ou seja, o estranhamento e a imersão do pesquisador no seu objeto – no nosso caso, o Foursquare – objetivando entender suas dinâmicas, funcionamento e códigos que regulam o seu funcionamento. Hine (2000, p. 23) entende essa inserção no objeto como uma forma ativa de pesquisa etnográfica, pois requer do pesquisador uma postura de comprometimento de engajamento no próprio objeto e com os participantes.

Para isso, foi criada uma conta e instalado o aplicativo no telefone celular do autor com sistema operacional Android, instrumento este indispensável a essa fase da pesquisa, além de lançar mão de anotações em um diário, com observações e apontamentos sobre as impressões do mesmo sobre o objeto, coletadas durante as próprias inserções na rede. Visando também registrar ocorrências potencialmente

interessantes para o desenvolvimento da pesquisa, realizamos a documentação de momentos específicos da pesquisa através de capturas de tela, tanto no próprio dispositivo móvel, quanto no site para computadores tradicionais da rede Foursquare. Tal procedimento, segundo Fragoso *et al* (2011, p. 180) se faz necessário na própria construção e delimitação do campo, para posterior análise e questionamentos que porventura venham a surgir.

Após esse período de ambientação, delimitamos quais os aspectos, dentre os possíveis para análise, seriam primordialmente estudados, que no caso desse trabalho são as dinâmicas de jogo presentes na rede social em questão. Entretanto, para isso, foi necessária a realização de um esquema estrutural em relação às funções e possibilidades de apropriação do usuário no sistema, que foi dividida em duas fases: a análise da interface do aplicativo para dispositivos móveis, e a da versão da web para computadores tradicionais. Assim, estabelecemos uma diferenciação entre as duas, baseada principalmente nos usos possíveis das mesmas, a partir da premissa que o Foursquare é uma rede social essencialmente móvel, ou seja, o seu uso em aparatos portáteis constitui o seu princípio basilar, o qual chamamos de *principal*; já o acesso em computadores fixos denominamos como *secundário* ou de *gerenciamento*, tanto do perfil quanto das informações relativas ao mesmo, como listas de atividades criadas, salvas e realizadas.

Como dissemos, dentre as possibilidades de estudo dos *game studies* a partir das três vertentes expostas por Aarseth (2003), e corroborada pelos demais autores consultados, concentramo-nos principalmente em estabelecer um entrecruzamento entre aquelas relacionadas com o comportamento dos usuários da rede – buscando entender as dinâmicas existentes entre eles e com o próprio sistema Foursquare, suas apropriações e as estratégias utilizadas para progressão na rede, bem como uma perspectiva focada nas questões estruturais da mesma, suas regras, princípios e funcionamento. A análise estética do Foursquare não será realizada nesse momento, uma vez que não representa aqui o foco que desejamos dar ao objeto, embora estejamos cientes de que constitui um possível e importante elemento de futuras análises acerca da matéria.

Definidos os aspectos relevantes a essa etapa da pesquisa, decidimos, neste trabalho, investigar o seu uso e a apropriação dos usuários de seu caráter de jogo móvel locativo, primordialmente entre aqueles que fazem uso frequente da rede. Procedemos então à escolha de perfis de usuários, não necessariamente presentes entre os contatos do autor na rede, os quais foram selecionados a partir de alguns critérios que, *a priori*, julgamos como possíveis fornecedores de indícios sobre a utilização do Foursquare como um jogo pelos mesmos. A delimitação de tal recorte em relação aos usuários foi importante para o enquadramento dos mesmos no perfil desejado, principalmente através da observação e monitoramento das atividades dos mesmos por meio de seus *check-ins*, conquista de *badges* e disputas por prefeituras (*mayorships*).

### 5.3 – DA ESCOLHA DOS PERFIS DE USUÁRIOS PARA ANÁLISE

Isto posto, decorremos à escolha dos perfis que pudessem se enquadrar nos critérios estabelecidos para essa pesquisa, e acima explicitados. Nessa primeira fase da pesquisa, procuramos nos restringir a participantes residentes na cidade de Porto Alegre, através da busca de usuários pelas páginas de locais de grande fluxo, como *shopping centers*, terminais rodoviários e ferroviários urbanos e aeroportos. Também foi utilizado como método de busca a visita a perfis adicionados a partir da rede de contatos do autor que se enquadravam nos critérios propostos. Todos os que, *a priori*, poderiam ser utilizados foram armazenados em uma lista específica criada pelo autor.

Neste sentido, aos usuários que não constavam na rede pessoal do autor no Foursquare, foram enviadas solicitações de amizade para integração dos mesmos. Assim, foi possível proceder a observação das informações disponíveis para visualização pública, coletando os dados e posteriormente analisando-os. Nessa fase preliminar da pesquisa foram selecionados 30 perfis, nos quais foi monitorada a participação dos mesmos, seja através de *check-ins*, de inserção de fotografias e dicas, além da obtenção de *badges* e demais atividades correlatas.

Em seguida, procedemos à observação de 10 dos 30 pré-selecionados e que poderiam corresponder a usuários que se apropriam da rede social aqui investigada com o propósito de jogo. Tal redução do *corpus* de análise deve-se ao fato de que os usuários, embora ativos na rede, não demonstravam grande progressão nas dinâmicas de jogo existentes no Foursquare. Assim, delimitamos o espectro em um número reduzido, e esses perfis foram acompanhados pelo período de dois meses, entre dezembro de 2012 e janeiro de 2013, objetivando observar as possíveis estratégias de progressão nas mecânicas de jogo da rede. Os dados foram organizados em uma tabela (disponível no capítulo 8, dedicado à exposição e análise dos mesmos), a qual foi sendo atualizada à medida que eram perceptíveis alterações relevantes na dinâmica da utilização da rede, como grande número de *check-ins* e a obtenção de medalhas e prefeituras. Adotamos, nessa etapa da coleta, uma abordagem quantitativa.

Após os dados coletados e organizados, procedemos então à análise qualitativa propriamente dita, a partir da observação dos bens simbólicos de seus perfis, como prefeituras, medalhas conquistadas e a frequência de *check-ins*. Foram documentadas em um diário de campo as observações realizadas durante esse período, bem como as capturas de tela dos perfis buscando apreender as suas ações em determinados momentos, buscando posteriormente compará-los em relação principalmente às inserções dos utilizadores na rede do Foursquare. Essas observações serão expostas posteriormente, em capítulo específico.

Por ora, cremos necessário expor as nossas considerações acerca do objeto em questão, o Foursquare, o qual será apresentado no capítulo seguinte.

## 6. O FOURSQUARE

Tendo então exposto o referencial teórico que norteia as discussões que pretendemos nesse trabalho, prosseguiremos nesse capítulo no estudo da rede social móvel Foursquare. Iniciaremos com a apresentação do mesma, buscando entender seu funcionamento e características, a partir de uma exposição minuciosa dos processos nela presentes. Assim, estabelecemos uma divisão entre as duas interfaces principais: a para uso em dispositivos móveis, e a página tradicional em versão *web*. Após, analisaremos o caráter de jogo presente no Foursquare, a partir da identificação de seus ludemas (PINHEIRO e BRANCO, 2011; 2012), bem como seu sistema de regras e suas dinâmicas de competição, especificamente focados nas suas mecânicas de *gameplay*, as quais consideramos como fundamentais ao sucesso e popularização da rede, e que serão demonstradas em capítulo posterior.

### 6.1 – DEFININDO O OBJETO: OBSERVAÇÕES SOBRE A REDE SOCIAL MÓVEL FOURSQUARE

O Foursquare pode ser classificado como uma rede social móvel baseada geolocalização ou locativa (LEMOS, 2010), que funciona a partir da instalação dos aplicativos em dispositivos portáteis de comunicação (telefones celulares e *tablets*) com acesso sem fio à internet, tanto via rede de dados das operadoras, quanto Wi-Fi, nas mais variadas plataformas, fabricantes e sistemas operacionais, visando abarcar aí um amplo número de usuários: iOS<sup>55</sup>, Android<sup>56</sup>, Windows Phone<sup>57</sup>, BlackBerry<sup>58</sup> e Symbian<sup>59</sup> – além de disponibilizar também o seu uso diretamente no aplicativo navegador de internet do aparelho, através de uma interface simplificada

---

<sup>55</sup> iOS é um sistema operacional para dispositivos móveis da Apple Inc., que visa gerenciar o uso de aparelhos como o iPhone, iPad, iPod e também está presente no sistema de televisão da companhia, o AppleTV.

<sup>56</sup> Android é um sistema operacional baseado em Linux para dispositivos móveis (smartphones e tablets), de propriedade da Google. Devido ao seu caráter de ser fundamentado em código aberto, é mais versátil que o iOS, podendo estar presente em uma variedade maior de aparelhos de diferentes marcas e em diferentes versões.

<sup>57</sup> Windows Phone é um sistema operacional desenvolvido para smartphones pela empresa Microsoft, visando concorrer diretamente com o iOS e Android.

<sup>58</sup> O BlackBerry OS é um sistema operacional da empresa RIM exclusivamente para aparelhos móveis da marca BlackBerry.

<sup>59</sup> O Symbian é um sistema operacional móvel para aparelhos da finlandesa Nokia.

que, neste caso, limita a interação com o sistema da rede somente através do registro de onde o usuário se encontra no momento. O sistema combina elementos informacionais em redes digitais com locais físicos disponíveis nas cidades, através do rastreamento da posição geográfica que o usuário se encontra no momento exato em que o sistema é ativado, tanto através de GPS, ou sistema de posicionamento global, baseado em coordenadas de latitude e longitude, quanto através da triangulação das antenas de telefonia móvel e localização da rede sem fio Wi-Fi, podendo combinar mais de um desses elementos como forma de obter a localização exata do telefone.

O serviço foi fundado em 2008 por dois programadores, Dennis Crowley e Naveen Selvadurai, em Nova York, e lançado oficialmente em 11 de março de 2009, durante o evento *South by Southwest Interactive*, em Austin, Texas. Segundo o site oficial da rede<sup>60</sup>, o sistema possui, de acordo com a última atualização em janeiro de 2013, mais de trinta milhões de usuários ativos em todo o mundo; sendo que no Brasil esse número é de aproximadamente um milhão de membros, como um dos fundadores do projeto informou em entrevista a um jornal brasileiro<sup>61</sup>. Além disso, dados divulgados em maio de 2012 por Holger Luedorf, um dos executivos da empresa durante evento no país, informam que o Foursquare cresceu oitocentos por cento em número de usuários no Brasil no período de doze meses, configurando-se assim como o mercado que mais cresce dentro da rede social, e o terceiro maior em termos globais, atrás apenas dos Estados Unidos da América e da Indonésia. Tal crescimento, inclusive, levou a companhia a cogitar a abertura de um escritório na cidade de São Paulo<sup>62</sup>.

Acreditamos que o crescimento surpreendente do número de usuários brasileiros cadastrados na base de dados do Foursquare seja fruto de uma combinação de fatores que, nos últimos anos, impulsionaram a popularização de *smartphones* e do acesso à internet móvel em alta velocidade no país, além de ter sido disponibilizada recentemente uma versão em português, tanto do endereço *web* para computadores tradicionais, quanto dos aplicativos para utilização nos telefones.

---

<sup>60</sup> <https://pt.foursquare.com/about/>

<sup>61</sup> <http://blogs.estadao.com.br/link/check-in-com-dennis-crowley-criador-do-foursquare/>

<sup>62</sup> <http://www.teletime.com.br/17/05/2012/foursquare-cresce-800-no-brasil-nos-ultimos-12-meses/tt/278437/news.aspx>

Entretanto, vale lembrar que, principalmente no tocante ao *site* do Foursquare, algumas seções ainda não se encontram totalmente traduzidas para o português, o que possivelmente é um entrave para usuários que não dominam o inglês, no tocante ao entendimento completo das possibilidades e funções da rede.

Também segundo a página oficial do Foursquare, eles contam com mais de três bilhões de *check-ins*, e esse número aumenta diariamente. Uma curiosidade em relação a esse número é que, em 2010, foi feito o primeiro *check-in* fora do planeta Terra, na Estação Espacial Internacional, pelo astronauta estadunidense Douglas Wheelock, durante uma ação promocional entre a rede social e a Agência Espacial Norte Americana – NASA, durante a qual foi lançada a medalha NASA *Explorer*. A empresa proprietária do sistema, Foursquare Labs Inc., possui cerca de cem funcionários distribuídos em três escritórios: a matriz da empresa, em Nova York, um escritório em São Francisco, ambas nos Estados Unidos da América, e uma filial em Londres, na Inglaterra. São financiados por empresas como a Union Square Ventures, O'Reilly AlphaTech Ventures, Andreessen Horowitz Spark Capital, entre outras não informadas.

## 6.2 – O NEGÓCIO FOURSQUARE E A SUA UTILIZAÇÃO POR EMPRESAS E MARCAS

O serviço oferece também a possibilidade de empresas criarem gratuitamente um perfil, administrado através de uma interface específica, chamada plataforma do comerciante. Nela, é possível gerenciar informações sobre o estabelecimento, como endereço, telefone, horário de funcionamento, lista de funcionários e suas atividades, inserir sugestões e fotos sobre os produtos comercializados, como cardápio e programação, além de utilizar os chamados *specials*, ou promoções específicas e aplicáveis apenas a usuários que estiverem no local e se registrarem ali por meio do serviço. Os *specials* são sistemas de recompensa criados pelos administradores das contas corporativas, com o objetivo tanto de estimular a aquisição de novos consumidores, quanto de fidelização dos mesmos, através de bônus que são ativados a cada *check-in*. Tais gratificações

podem ser desde descontos, produtos e serviços gratuitos, até benefícios exclusivos para clientes frequentes, como os *prefeitos*, que em alguns casos, possuem tratamento especial em restaurantes, museus e outros locais (figura 32).

Figura 32: sistema de ofertas disponíveis para ativação por estabelecimentos comerciais no Foursquare

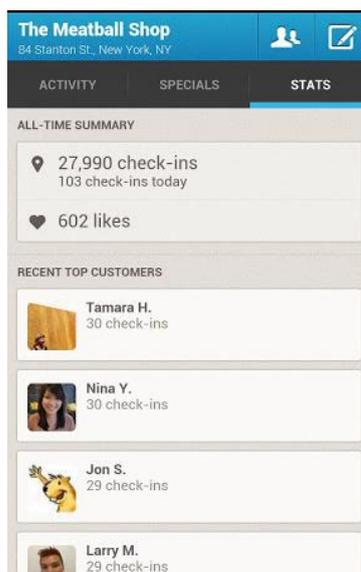


Fonte: <http://www.foursquare.com>. Acesso em 08 ago. 2012

Além disso, nas áreas de gerenciamento corporativo do Foursquare é possível visualizar, em tempo real, estatísticas sobre o fluxo de pessoas no local, baseado nos *check-ins* que nele são feitos, como os usuários mais recentes que se registraram, os mais frequentes, o horário em que a *venue* do estabelecimento obteve o maior fluxo de pessoas, quais registros foram compartilhados em outras redes, como o Twitter e Facebook, além da segmentação dos clientes por gênero.

É disponibilizado, também gratuitamente, um aplicativo para dispositivos móveis exclusivo para empresas, chamado Foursquare for Business (figura 33), o qual permite ao administrador do negócio no sistema o gerenciamento das informações citadas acima, além de ser possível inserir fotografias, novas atualizações, ofertas especiais, além de compartilhar as mesmas em outras redes sociais mais facilmente.

Figura 33: aplicativo Foursquare for Business.



Fonte: <https://blog.foursquare.com>. Acesso em 30 jan. 2013.

O Foursquare também oferece, para marcas e empresas, principalmente do ramo de comunicação e entretenimento, um espaço para criação de uma página institucional, com objetivos distintos daqueles aos quais se propõe os perfis dedicados aos estabelecimentos comerciais existentes fisicamente. Nas páginas institucionais, a proposta é criar uma plataforma de interação direta com os apreciadores de uma marca ou instituição, como por exemplo, canais de televisão, revistas, guias de restaurantes e alimentação, *shopping centers*, agências governamentais ou não governamentais, entre outros.

Chamados de parceiros (*partners*), eles possuem a função de alimentar a rede com informações sobre eventos esportivos, criar listas e oferecer dicas sobre roteiros turísticos, culturais e gastronômicos, além de outras sugestões diversas, as quais são disponibilizadas aos usuários que se inscrevem para acompanhar as atualizações das páginas, através de uma ação denominada *like*, ou curtir. É possível, também, armazenar as dicas como possíveis itens a fazer, facilitando o acesso às mesmas em uma lista produzida pelo próprio usuário.

Há, ainda, a possibilidade de criação de *badges* personalizadas para essas páginas, possíveis de serem desbloqueadas a partir da visita em categorias de

locais previamente determinadas no sistema. Estas medalhas possuem formato diferenciado daquelas oferecidas pelo Foursquare – padrão, expertise e de cidades – deixando claro que se trata de um distintivo especial, o qual, para ser obtido, necessita inscrição prévia na página do parceiro, através da já comentada ação “curtir” na página da marca em questão. Muito embora a grande maioria delas esteja disponível apenas para ativação em território estadunidense, algumas são vinculadas a *venues* específicas, a partir de *tags*, como museus e cafeterias, e podem ser conquistadas independente do país. Recentemente, a operadora de telefonia móvel TIM Brasil disponibilizou uma *badge* específica, chamada “Sem Fronteiras”, o primeiro caso de medalha patrocinada específica para o Brasil (figura 34).

Figura 34 - medalha vinculada à TIM Brasil, possível de ativação em todo território nacional.



Fonte: <https://pt.foursquare.com/tim4square>. Acesso em 20 ago. 2013.

### 6.3 – A REDE E POSSIBILIDADES DE INTERAÇÃO

De forma semelhante a outras redes sociais no ciberespaço, o Foursquare funciona a partir da agregação de contatos à rede do usuário no serviço, sob a denominação de amigos, os quais são informados, tanto através de dispositivos móveis, quanto pelo *site*, das últimas atividades realizadas e os *check-ins*, ou locais visitados pelo usuário. Para cada nova atividade, há a opção de interação através da opção “curtir”, ou também pela inserção de pequenas mensagens pessoais, as quais podem efetivamente potencializar as trocas simbólicas dentro da rede pessoal dos participantes.

É possível visualizar as informações de um perfil no Foursquare sem que, necessariamente, se esteja registrado ou se tenha uma conta no serviço, porém, para que seja possível ser informado e acompanhar as atividades e *check-ins* dos mesmos, é preciso tê-los adicionados à rede pessoal de amigos no sistema. Tal

processo se dá a partir de um pedido de agregação à lista de contatos, o qual pode, a partir de uma notificação, recusá-lo ou aceitá-lo. Caso seja recusado, não é possível estabelecer nenhum tipo de interação entre os sujeitos em questão no Foursquare; se aceito, ambos farão parte das listas de contatos um do outro e serão informados sobre os locais que visitam e se registram. Tal premissa parece pertinente, uma vez que o Foursquare é um serviço considerado por muitos usuários como invasivo e íntimo, pois é possível, em uma rápida observação em um perfil qualquer, mapear os locais mais frequentados por alguém – inclusive, o endereço residencial.

Neste sentido, podemos considerar as possibilidades de interação entre usuários na rede de acordo com a classificação estabelecida por Primo (2007), que entende as possibilidades interativas no ciberespaço a partir de duas formas principais: as interações reativas e mútuas. Entendemos que, no tocante às possibilidades na rede Foursquare, esses dois tipos de interação constituem os seus pilares: no caso das reativas, são aquelas possibilitadas pelas opções disponibilizadas pelo aplicativo, como por exemplo, o ato de adicionar alguém à rede pessoal, “curtir” as últimas atualizações e *check-ins* realizados e progressos alheios no sistema.

Já as mútuas, que baseiam-se primordialmente no estabelecimento de trocas simbólicas entre os sujeitos e na construção relacional entre eles de forma inventiva, podemos entender como as conversações admitidas a partir das inserções textuais em cada atividade, as quais podem ser respondidas, possibilitando a existência de interlocução entre os usuários. Inclusive, vale lembrar também que o Foursquare não permite nenhum tipo de envio de mensagens privadas entre os seus participantes; não há possibilidades de bate-papo ou conversações que não sejam públicas e passíveis de visualização por toda a rede dos sujeitos que estabelecem tais práticas. A única forma possível de interação mútua entre os usuários são os comentários em cada *check-in*, os quais podem ser respondidos e novamente comentados, sobre temas os mais variados, tanto relacionados ao *check-in* em si, quanto sobre quaisquer outros assuntos que os usuários desejem falar sobre.

### 6.3.1 – COMPARTILHAMENTO EM OUTRAS REDES

Quando o usuário cria uma conta no Foursquare, é permitido a ele vincular outras que porventura possua em demais redes sociais, como Twitter e Facebook, para nelas compartilhar suas atualizações para além dos seus contatos na rede interna, como *check-ins*, *badges* e prefeituras conquistadas, listas criadas e salvas, estendendo de tal maneira o alcance de suas atividades e permitindo sua visualização por outras pessoas que não necessariamente possuam cadastro na rede originária.

Além disso, a partir do vínculo de tais contas, é possível também, através da ferramenta “localizar amigos”, agregar contatos de redes externas à do Foursquare, caso também sejam cadastrados. Parece-nos que as possibilidades de compartilhamento em outras redes é de fundamental importância para o próprio crescimento do número de usuários da rede social móvel em questão, uma vez que, através desses compartilhamentos, sujeitos cadastrados em outras redes podem se motivar a participar, inclusive pelo caráter de jogo que lhe é intrínseco.

Em relação às possíveis questões no tocante à privacidade no compartilhamento de informações pessoais em outras redes, e de *venues* específicas, como residências ou outros locais nos quais o sujeito talvez não deseje ter sua localização divulgada para além do Foursquare, é possível selecionar quais tipos de atualização se deseja ter vinculada a essas redes externas: é permitido, por exemplo, informar somente os *check-ins* realizados, as medalhas e prefeituras conquistadas, ou listas criadas de locais a visitar; caso seja de interesse, pode-se também selecionar todos esses itens, ou então não autorizar nenhum tipo de informação. Ainda assim, mesmo que a última opção seja selecionada, pode-se, ainda, no momento de confirmação do *check-in*, autorizar o compartilhamento daquela atividade específica, mantendo as próximas somente na rede interna, a não ser que seja novamente fornecido esse comando.

## 6.4 – O CHECK-IN

O *check-in* é a ação principal que o usuário realiza para se inserir na rede do aplicativo. O processo se dá a partir da conexão do usuário, através do aplicativo, à lista de locais físicos cadastrados na base de dados do sistema Foursquare, com o auxílio do GPS, para identificar de forma precisa onde o usuário está em determinado momento, que pode incluir desde residências e outros locais privados, até outros com grande concentração e fluxo de pessoas, como parques, shopping centers, ruas, restaurantes e estações de trem, metrô e aeroportos (figura 35):

Figura 35: aplicativo do Foursquare exibindo locais próximos na seção de *check-in*



Fonte: o autor (2013)

Praticamente todo lugar existente no mundo físico pode também ter uma extensão criada em esfera informacional no sistema, como ilustra a figura 36, e é permitida, caso seja necessária, a criação de novas *venues*, através do fornecimento de informações básicas como endereço e telefone. Com exceção de locais categorizados especificamente como residências, a introdução de uma nova entrada a torna visível para todos os outros usuários do serviço, sendo possível realizar *check-in* nas mesmas sem que o seu criador tenha nenhum tipo de controle sobre isso. A única restrição no tocante à privacidade é naqueles endereços cadastrados como residências, os quais, uma vez instituídos, são vinculados diretamente ao perfil

de quem as criou, e somente seus contatos na rede podem visualizá-lo e fazer *check-in* nos mesmos.

Figura 36: página do Foursquare da venue Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, com as informações correspondentes.



Fonte: o autor (2013).

Quando um usuário dá *check-in* em um local, todos os seus contatos na rede são imediatamente informados sobre a atividade, tanto por meio de notificações específicas no dispositivo móvel, quanto pelo registro na página inicial dos mesmos. É possível, no momento do *check-in*, acionar um mecanismo que torna a atualização invisível para os outros usuários; porém, tal prática não é estimulada pela rede, uma vez que ela não é contabilizada para a obtenção das *badges*, ou medalhas, nem para a obtenção do título de prefeito do local (*mayorship*), itens sobre os quais discorreremos posteriormente.

É possível também, no momento do *check-in*, adicionar uma pequena inserção textual, em local específico, visando informar a atividade que está sendo realizada, como forma de complemento do mesmo, a qual também fica visível a toda rede pessoal que o usuário possui no Foursquare. Tal procedimento é denominado *shout*, e na versão do aplicativo para dispositivos móveis em português, se encontra escrito “O que você quer fazer?” no campo destinado à tais mensagens (figura 37).

Figura 37: interface de *check-in* do aplicativo móvel Foursquare, com o campo *shout*



Fonte: o autor (2013).

Como veremos a seguir, a utilização do mesmo é fundamental à ativação de algumas medalhas, que somente são obtidas a partir da combinação de termos inseridos corretamente nesse campo.

#### 6.4.1 – O *CHECK-IN* FALSO

Como dissemos, o *check-in* se configura como a ação principal através da qual o usuário se insere na rede do Foursquare, através do registro e compartilhamento do local onde se supõe que ele se encontra no momento. Entretanto, é possível perceber que há a possibilidade de realizar tal procedimento sem estar fisicamente de fato no local informado. Uma vez que o usuário aciona o comando que rastreia sua posição geográfica, visando encontrar na base de dados do Foursquare as *venues* cadastradas próximas, sem que haja uma exatidão em relação à sua localização – é informada, baseado no ponto em que ele se encontra, a distância entre ele e os locais cadastrados – permitindo, caso ele deseje, efetuar o *check-in* em uma localização distinta daquela na qual ele verdadeiramente se encontra.

Além disso, é possível também procurar pelo nome de uma *venue* cadastrada que esteja na mesma região do usuário, sem que ele se encontre de fato nas suas proximidades, e também realizar o *check-in*, burlando de tal maneira o sistema da rede social. Uma outra alternativa é, ao invés de realizar o procedimento pelo aplicativo instalado no dispositivo móvel, fazê-lo através do endereço móvel do Foursquare na internet<sup>63</sup>. Nesse caso, através de uma interface simplificada, pode-se informar manualmente o local onde o usuário está, inclusive, alterando as configurações do último *check-in* relativas à cidade, estado e até o país. Neste sentido, é possível encontrar em *sites* e *blogs* destinados a compartilhar tais práticas como estratégias de obtenção, principalmente, de medalhas ou *badges*, passíveis de desbloqueio somente em cidades ou países específicos, das quais o usuário se encontra geograficamente distante.

A esse processo decidimos chamar de *check-ins* falsos, uma vez que representam rotas de escape à própria lógica interna da rede; entretanto, vale lembrar que tais práticas ocorrem, principalmente, devido a lacunas ocasionadas por falhas existentes no próprio sistema Foursquare, que são aproveitadas por usuários mais atentos como forma de, aparentemente, obter algum tipo de vantagem em relação aos outros. Embora tal prática seja veementemente condenada pelos criadores e mantenedores da rede, ela é perfeitamente possível. Na página oficial que disponibiliza informações sobre a rede, é advertido que tal conduta não é aconselhável, haja vista que prejudica o funcionamento do serviço – inclusive, sob a pena de ter a sua conta bloqueada caso sejam detectados comportamentos abusivos dessa ordem. É possível a alguns usuários, denominados *SuperUsers*, que possuem privilégios especiais e acesso às ferramentas administrativas do Foursquare, detectar a distância aproximada de onde alguém estava quando se registrou em um local específico, e, caso percebam que tal prática é recorrente, sinalizá-la e enviar para análise das possíveis irregularidades relacionadas.

Assim, durante a pesquisa de campo para a produção dessa dissertação, experimentamos a realização de tal procedimento, buscando por locais que estivessem geograficamente distantes do local onde estávamos em um dado

---

<sup>63</sup> <http://www.foursquare.com/mobile/>

momento. Os *check-ins* foram realizados com sucesso, inclusive, com desbloqueio de medalhas ou *badges*, das quais falaremos a seguir.

## 6.5 - AS BAGDES OU MEDALHAS

As *badges* do sistema Foursquare são bens simbólicos (BOURDIEU, 1974) próprios da dinâmica do jogo na rede, e funcionam como distintivos vinculados ao perfil do usuário, representando medalhas que são fornecidas ao mesmo a partir dos registros feitos em diversos tipos de locais presentes na base de dados do sistema. Através de uma lógica de recompensas pelo uso frequente da rede social, estímulo à participação e engajamento, o usuário recebe esses distintivos que, simbolicamente, atestam suas preferências em relação aos locais que frequenta, possíveis comportamentos de consumo e de circulação pelo espaço físico das cidades. Como o Foursquare só se justifica se utilizado a partir de dispositivos móveis, uma vez que o princípio fundamental da rede é exatamente registrar as “enunciações pedestres” (CERTEAU, 1998) dos sujeitos durante suas atividades cotidianas, essas medalhas são fornecidas de acordo com os hábitos de cada usuário. A obtenção e coleção das mesmas, reforçando o caráter diferenciador que possuem, representam um fator de competição inerente à rede, e incentivado pelo próprio Foursquare, conforme a figura 38, abaixo, ilustra:

Figura 38: página do Foursquare explicativa sobre as *badges*



Fonte: <http://www.foursquare.com>. Acesso em 15 ago 2012

Existe uma enorme variedade de *badges*, que são atribuídas de acordo com a classificação que as *venues* possuem em seu cadastro na base de dados do Foursquare. Além disso, elas também podem ser ativadas a partir das categorias, ou *tags*, que identificam e especificam a classificação dentro de um espectro mais amplo; por exemplo, é possível, dentro de um conjunto geral denominado “universidade”, especificar se um dado local se trata de uma sala de aula, um laboratório, uma sala de estudos, e, inclusive, a qual área pertence – matemática, ciências, comunicação, medicina, entre outros. Existem *badges* dedicadas a leitores e frequentadores assíduos de bibliotecas, de centros de compra, cafeterias, aeroportos, áreas ao ar livre e de lazer, universidades, restaurantes de culinária japonesa, entre outros (figura 39):

Figura 39: algumas *badges* disponíveis para ativação no Foursquare



Fonte: <http://www.foursquare.com>. Acesso em 15 ago. 2012.

Assim, as *badges* estão diretamente vinculadas à camada informacional na rede de locais físicos, e só são ativadas pelo usuário a partir de uma combinação de inserções, por meio de *check-ins*, diferentes de acordo com as regras próprias estabelecidas pelo Foursquare.

Não é possível, de antemão, conhecer os mecanismos que desbloqueiam as medalhas, ou como proceder para obtê-las; o Foursquare, entretanto, fornece algumas pistas que podem, caso sejam desvendadas, facilitar a obtenção das mesmas. Para isso, é necessário visitar a página dedicada às *badges* na versão para *web* da rede social, ou, no caso do aplicativo instalado em telefones celulares e

*tablets*, adentrar a seção específica que agrega as mesmas. Alguns distintivos, por exemplo, são disponibilizados a partir de palavras-chave inseridas no campo *shout*, como dissemos anteriormente, como é o caso da *badge It's a boy!* (figura 40) que é ativada a partir do registro do usuário em um hospital, combinada com a frase que dá nome à medalha; em outros casos, é necessária a realização de *check-in* em locais semelhantes, como a *Bento* (figura 41), especial para frequentadores de restaurantes japoneses, que é desbloqueada a partir da visita em três estabelecimentos diferentes do gênero; ou, ainda, indicativa de assiduidade em uma *venue*, exemplo da *Century Club*, fornecida ao usuário que realiza *check-in* cem vezes no mesmo local (figura 42):

Figura 40: medalha “It’s a Boy!”.



Fonte: <http://www.foursquare.com>. Acesso em 15 ago 2012.

Figura 41: medalha “Bento”.



Fonte: <http://www.foursquare.com>. Acesso em 15 ago 2012.

Figura 42: medalha “Century Club”



Fonte: <http://www.foursquare.com>. Acesso em 15 ago 2012.

Existem categorias distintas de medalhas, de acordo com uma lógica própria do sistema, as quais podem ser divididas nas seguintes classificações: *badges* padrão do Foursquare; de expertise; de homenagem a cidades; e de parceiros. Como forma de incentivo à participação dos usuários na rede, os desenvolvedores

criam com grande frequência novas medalhas, visando abarcar o maior número possível de atividades que normalmente são desempenhadas pelas pessoas cotidianamente. Além disso, algumas *badges* são desenvolvidas temporariamente, vinculadas a algum grande evento esportivo, cultural ou político, as quais ficam disponíveis para desbloqueio por certo tempo, e que, quando findo o prazo estipulado, são canceladas – porém, elas continuam a figurar na galeria de medalhas de cada usuário que conseguiu ativá-la quando de sua vigência. É o caso, por exemplo, do evento anual SXSW, que engloba arte, cultura e tecnologia, na cidade de Austin, no Texas, Estados Unidos da América, que na edição do festival de 2011, teve medalhas específicas ao evento (figura 43).

Figura 43: *badges* especiais do festival SXSW de 2011



Fonte: <http://evolver.fm/> . Acesso em 10 ago 2012

Outro ponto interessante é que, como o Foursquare fornece tanto as próprias *badges*, quanto aquelas promocionais e vinculadas a parceiros comerciais da rede, o formato gráfico que elas possuem serve como elemento de diferenciação entre as mesmas. Assim, as próprias do Foursquare, as de expertise e de homenagem a cidades possuem, todas, formato circular; já as de parceiros, como empresas de entretenimento, comerciais e vinculados às marcas possuem um formato que lembra um escudo, deixando claro que as mesmas são patrocinadas pelos mesmos (figura 44).

Figura 44: Diferenças de formato entre medalhas de parceiros e as do sistema Foursquare.



Fonte: <http://www.foursquare.com>. Acesso em 10 ago 2012

A seguir, especificaremos características de cada uma dessas classificações das medalhas, para que seja possível, quando da análise dos perfis de usuários, utilizar tal arranjo como estratégia metodológica, objetivando identificar, por meio das mesmas, o uso que é feito do Foursquare para além de seu caráter de rede social, e sua apropriação pelos mesmos como um jogo móvel baseado em geolocalização.

#### 6.5.1 – *BADGES* DO SISTEMA FOURSQUARE

Estes tipos de medalha são as mais comuns e mais facilmente obtidas por usuários frequentes da rede social aqui estudada. Elas vão desde aquelas adquiridas quando o usuário realiza seu primeiro *check-in*, a *Newbie*, até outras para usuários mais experientes, como a *Ten hundred*, que parabeniza o usuário pelo milésimo registro na rede. Pode também ser necessário, para ativá-las, inserir mensagens textuais ao *check-in*, como por exemplo a medalha *16 Candles*, que é fornecida quando o usuário adiciona algo relacionado ao termo *birthday* no campo destinado a tais inserções; ou então a *badge Bookworm Bender*, que exige a realização do *check-in* em um local categorizado como área de estudos ou biblioteca, após a meia-noite. De tal maneira, a aquisição de tais medalhas se dá de forma imprevisível por um usuário que desconhece as dinâmicas necessárias à sua obtenção.

Acreditamos que, nessa categoria de *badges*, podemos estabelecer distinções em relação à própria forma de desbloqueio das mesmas: as adquiridas através de uso contínuo – como, por exemplo, a *Overshare*, fornecida ao usuário que realiza dez registros no mesmo dia; a partir da combinação de *check-ins*, como

a *Hangover*, que necessita o registro em algum local categorizado como bar, de segunda à sexta-feira, após as duas da madrugada, e outro, no mesmo dia, antes das oito da manhã, em *venues* catalogadas como empresas ou escolas; e aquelas obtidas com a inserção ou combinação de mensagens (em inglês) no campo *shout*, como é o caso da *Hats Off*, que exige o termo “*graduation*” em qualquer registro feito em locais cadastrados como universidades e afins.

### 6.5.2 – BADGES DE EXPERTISE

As *badges* de expertise<sup>64</sup> do Foursquare se propõe a revelar e agrupar na galeria de medalhas na página do usuário no serviço, as suas preferências da vida real, ou seja, escolhas do usuário em relação às atividades mais realizadas e locais que são visitados com frequência. Podem desde caracterizar preferências alimentícias, como as *badges Pizzaiolo*, *Hot temale* e *Herbivore* (figura 45) respectivamente fornecidas a frequentadores de pizzarias, restaurantes especializados em culinária mexicana e, para a última, vegetarianos; a *Great Outdoors*, *Jetsetter* e *Trainspotter* (figura 46) que expressam preferências por locais e atividades ao ar livre, no caso da primeira; para pessoas que apreciam viajar e se registram constantemente em diferentes aeroportos, para a segunda; e para usuários frequentes de metrô, no caso da última; ou ainda a *Blue Note*, *Warhol* e *Bookworm* (figura 47), dedicadas a frequentadores de clubes de jazz, galerias de arte e museus, e livrarias e bibliotecas.

Figura 45: *Badges* de expertise Pizzaiolo, Hot Temale e Herbivore



Fonte: <http://www.foursquare.com>. Acesso em 10 ago 2012

<sup>64</sup> <http://blog.foursquare.com/2011/11/14/expertise/>

Figura 46: *Badges* de expertise Great Outdoors, Jetsetter e Trainspotter



Fonte: <http://www.foursquare.com>. Acesso em 10 ago 2012

Figura 47: *Badges* de expertise Blue Note, Warhol e Bookworm



Fonte: <http://www.foursquare.com>. Acesso em 10 ago 2012

São categorizadas em níveis, progressivamente conseguidos a partir da visita a diferentes locais de uma mesma categoria. A dinâmica para obtenção de tais medalhas e aumento do nível das mesmas é a seguinte: para o nível 1, é necessário que o usuário faça *check-in* cinco vezes em um mesmo local, ou então, em três locais diferentes com a mesma categoria; para alcançar o nível 2, é preciso realizar mais cinco registros em outros cinco locais diferentes daqueles nos quais se conseguiu o primeiro nível; do nível 3 em diante, é preciso visitar e efetuar *check-in* sempre em outras cinco *venues* novas da mesma categoria, ou seja, o sistema Foursquare pretende, com isso, que o usuário explore o espaço urbano e informe a sua localização na rede para a obtenção de níveis elevados de uma expertise específica. O nível alcançado em cada tipo de expertise é visualizado na própria medalha, conforme ilustra a figura 48:

Figura 48: *Badge* Zootrope, especializada para frequentadores de cinemas, nível 2.



Fonte: <http://www.foursquare.com>. Acesso em 10 ago 2012

### 6.5.3 – BADGES DE CIDADES

Estas medalhas foram criadas com o objetivo de homenagear cidades ao redor do globo, e ao mesmo tempo, incentivar a visita a pontos turísticos ou importantes das mesmas. As cidades contempladas com uma *badge* são escolhidas pela própria equipe do Foursquare, os quais também elegem as *venues* nas quais os usuários devem se registrar para obtê-las, através de listas específicas a cada uma delas, sendo assim possível verificar os principais pontos de interesse para visitação. Os usuários também podem preencher um formulário e solicitar a criação de uma medalha para a sua cidade, caso esta ainda não a tenha, e as melhores propostas, analisadas e atendidas.

Existem medalhas disponíveis para cidades de todos os continentes, mas a maior concentração delas está nos Estados Unidos da América e países europeus (figura 49). No Brasil apenas duas cidades possuem *badges*: São Paulo, com a *Sampa Badge*, e Rio de Janeiro, com a *Carioca Badge* (figura 50). Até 31 de janeiro, data da última consulta à base de dados do Foursquare, existiam 55 medalhas desse tipo.

Figura 49: Algumas *badges* de cidades dos Estados Unidos da América.



Fonte: <http://www.foursquare.com>. Acesso em 10 ago 2012

Figura 50: *Badges* Carioca, em homenagem ao Rio de Janeiro, e Sampa, de São Paulo



Fonte: <http://www.foursquare.com>. Acesso em 10 ago 2012

#### 6.5.4 – *BADGES* DE PARCEIROS

Como dissemos, o Foursquare foi concebido, para além de seu caráter de rede social locativa, também como uma plataforma de negócios na qual não só os usuários pudessem participar através de *check-ins*, inserção de dicas e comentários sobre locais físicos em suas extensões na rede, mas também para permitir o fluxo inverso, ou seja, que estabelecimentos comerciais, marcas e empresas também pudessem utilizar a rede para interagir e se aproximar de seus clientes ou apreciadores. Assim, o sistema possui também uma área de gerenciamento das mesmas, as quais podem iniciar campanhas promocionais, dentre as quais propor, junto à equipe do Foursquare, a criação de medalhas.

A dinâmica de obtenção destas se diferencia das *badges* próprias do sistema Foursquare, sendo necessário que o usuário visite a página da marca ou empresa em questão e aceite acompanhar as últimas atualizações das mesmas, através da opção *curtir*. Automaticamente, a página passa a figurar entre a lista de amigos do mesmo, e a partir de então ele pode conseguir as medalhas, de acordo com os locais que frequenta, e baseado em categorias e regras pré-estabelecidas.

A questão da apropriação do sistema Foursquare pelos usuários, no tocante à sua transformação em jogo e na busca por obtenção dessas medalhas, parece encontrar aqui um componente fundamental, uma vez que as *badges* de parceiros são mais dificilmente desbloqueadas, principalmente devido à necessidade de, previamente, ter se inscrito na página oficial da marca no Foursquare para que seja elegível a sua aquisição. Se considerarmos que grande parte das mesmas não atuam no Brasil, e, portanto, não interessariam aos usuários aqui residentes, percebemos que, através da quantidade de *badges* de parceiros que um participante da rede social possui, poderia fornecer algum indício de seu comportamento na rede, no que tange a sua apropriação lúdica. A única exceção, conforme já explicitamos, é a operadora de telefonia móvel TIM Brasil, cuja *badge* é exclusiva para usuários brasileiros.

Entretanto foram encontrados, no decorrer da pesquisa para este trabalho, diversos *sites* e endereços dedicados a revelar formas de burlar tal limitação, os quais se propõe a facilitar a obtenção de medalhas, seja fornecendo dicas de categorias de locais passíveis de desbloqueá-las, até formas de utilizar a própria versão *web* da rede Foursquare como tática de facilitar esse processo, como descreveremos a seguir.

#### 6.5.5 – BURLANDO O SISTEMA: SITES DEDICADOS A FACILITAR A OBTENÇÃO DE MEDALHAS

De tal maneira, à medida que a rede social aqui estudada é utilizada pelos sujeitos em seus trajetos cotidianos, percebemos que uma das apropriações possíveis é a sua transformação em jogo móvel, no qual os sujeitos se engajam com o objetivo de colecionar bens simbólicos característicos do jogo, como pontos, *badges* e prefeituras; os quais são diretamente proporcionais à sua utilização e engajamento nas próprias dinâmicas que fundamentam a rede enquanto imbricação possível entre o local físico e a cama informacional que lhe é correspondente no sistema Foursquare. Como já dito anteriormente, uma das características essenciais da concessão de medalhas é a imprevisibilidade em relação às mesmas, não sendo possível ao usuário conhecer de antemão os procedimentos necessários à sua conquista. Embora o Foursquare, nas páginas dedicadas a apresentar as *badges*, forneça dicas sobre como proceder para obtê-las, tais informações não se encontram suficientemente claras para que o usuário possa, por exemplo, planejar as suas próximas atividades ou *check-in* em função de locais que possivelmente lhe fornecerão tais insígnias.

Assim, foram encontrados, durante a pesquisa na internet sobre a rede social Foursquare, diversos blogs especializados nos aspectos de jogo que o sistema possui, principalmente, no tocante à conquista de *badges*, buscando facilitar a obtenção das mesmas. Em uma rápida pesquisa em qualquer site de busca na rede, como o Google, utilizando os termos “Foursquare *badges*”, encontramos inúmeros sites e blogs dedicados ao sistema, desde reunindo atualizações e últimas

notícias sobre a rede e suas versões móveis, até compilando a lista de medalhas disponíveis para ativação, inclusive, desvendando os mecanismos que regulam a sua liberação, os locais que devem ser visitados para cada uma delas, ou ainda os termos que, se digitados na área dedicada às mensagens pessoais em cada *check-in* (os *shouts*), permitem que o usuário as consiga. Entre os mais relevantes, encontramos o 4Square Badges<sup>65</sup>, o Badge Unlock<sup>66</sup>, o Matters of Gray<sup>67</sup>, o About Foursquare<sup>68</sup> e o Foursquare Brasil<sup>69</sup>.

Em alguns desses sites, claramente criados por usuários ativos da rede social móvel e destinados ao mesmo público, é possível até mesmo obter formas de burlar o sistema de geolocalização da rede, através do uso de aplicativos de terceiros os quais, ao utilizarem a Interface de Programação de Aplicativos (API)<sup>70</sup> fornecida oficialmente pelo sistema Foursquare, permitem efetuar *check-ins* em locais geograficamente distintos de onde o usuário se encontra fisicamente – inclusive, em outros países, visando assim obter as *badges* específicas para aqueles locais – práticas estas que já expusemos, ou seja, *check-ins* falsos.

É o caso do My4SquareAlibi<sup>71</sup>, *site* que disponibiliza um complemento para navegadores em computadores tradicionais, o qual permite que o usuário utilize a interface web para se registrar no sistema, sem que seja necessário estar realmente nos lugares informados. Como a busca pelo posicionamento através do aplicativo oficial do Foursquare para dispositivos móveis se dá através da utilização do GPS, e da localização aproximada do usuário baseada na distância entre ele e as antenas de redes de telefonia, não há como burlar as limitações geográficas em grande escala, por exemplo, estar em São Paulo e buscar um endereço e se registrar em

---

<sup>65</sup> <http://www.4squarebadges.com/foursquare-badge-list/>. Acesso em 10 jan. 2013.

<sup>66</sup> <http://www.badgeunlock.com/foursquare-badge-list/>. Acesso em 10 jan. 2013.

<sup>67</sup> <http://mattersofgrey.com/foursquare-badge-list/>. Acesso em 10 jan. 2013.

<sup>68</sup> <http://aboutfoursquare.com/foursquare-badge-list/>. Acesso em 10 jan. 2013.

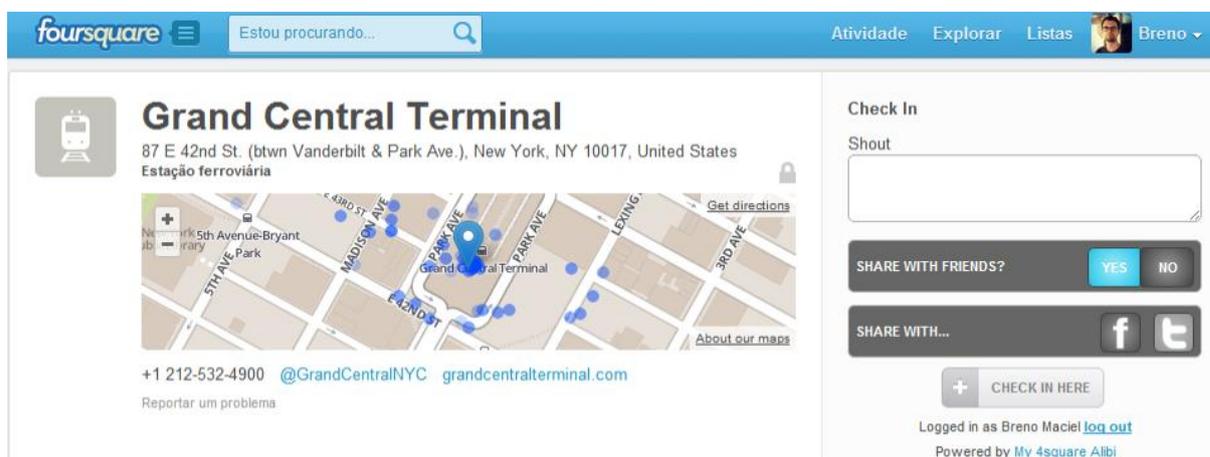
<sup>69</sup> <http://www.foursquarebrasil.com.br/>. Acesso em 10 jan. 2013.

<sup>70</sup> API é a sigla em inglês para *Application Programming Interface*, ou Interface de Programação de Aplicativos. Compreende uma série de rotinas e padrões estabelecidos por um sistema ou aplicativo que torna possível a utilização de serviços por terceiros, sem a necessidade de envolvimento com o sistema original. É a matriz que conecta diversos serviços, como de redes sociais, geolocalização, música e fotografias. Por exemplo, no caso do Foursquare, o uso da API possibilita que desenvolvedores sem nenhum tipo de ligação com a empresa possam utilizar a base de dados da mesma para construir aplicações diversas.

<sup>71</sup> <http://www.my4squarealibi.com/>. Acesso em 10 jan. 2013.

Londres. Entretanto, no caso do serviço em questão, é permitido inclusive realizar *check-ins* pelo próprio site do Foursquare, o que é impossível sem a utilização desse complemento, através de um campo que é criado em qualquer endereço cadastrado na base de dados do serviço original, conforme figura 51 a seguir. Para testar a sua eficiência, realizamos a sua instalação e procedemos a busca por um local na cidade de Nova York, no caso, a estação de metrô *Grand Central Terminal*, e tentamos realizar o *check-in* via complemento, o qual foi realizado com sucesso, mesmo o autor estando localizado na cidade de Porto Alegre.

Figura 51: *site* do Foursquare para computador, disponibilizando a opção de efetuar *check-in* após a instalação do complemento My4SquareAlibi.

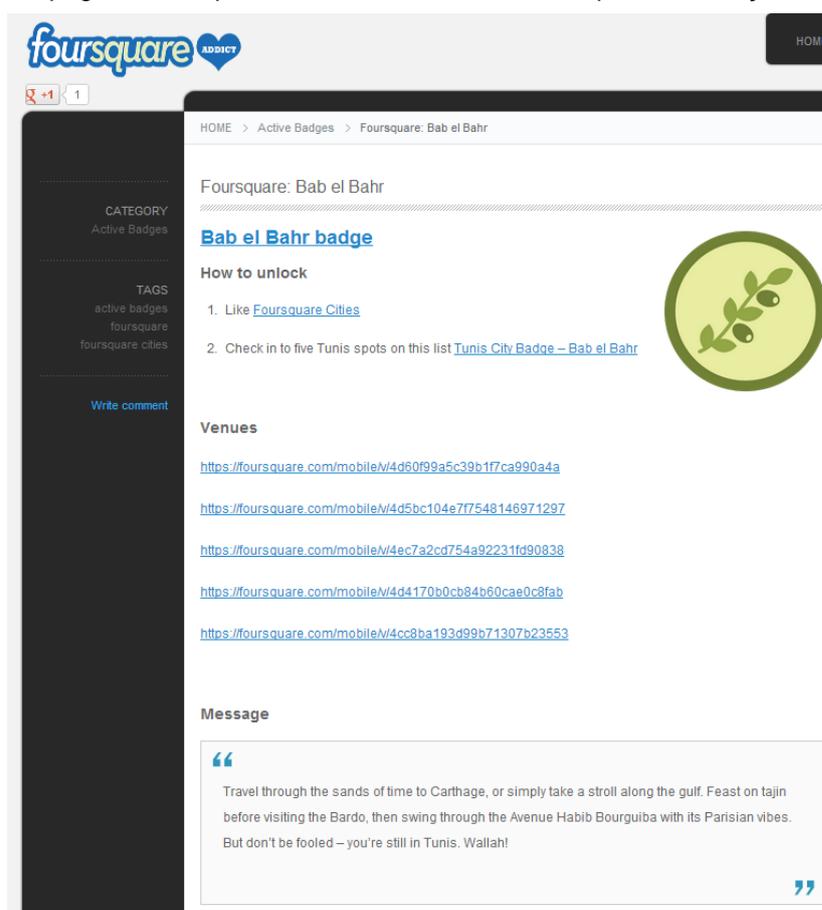


Fonte: o autor (2012)

Além do complemento, encontramos também uma página paralela ao Foursquare, a *Foursquareaddict*<sup>72</sup>, dedicada a fornecer dicas e facilitar a obtenção de medalhas, inclusive fornecendo o endereço a ser visitado, no formato para internet móvel do serviço, através do qual pode ser feito o *check-in* e obtida uma *badge* específica (figura 52).

<sup>72</sup> <http://foursquareaddict.info/>. Acesso em 20 de jan. 2013.

Figura 52: página Foursquareaddict, fornecendo atalhos para a obtenção de *badges*



Fonte: o autor (2013)

## 6.6 - PONTOS E PREFEITURAS, OU *MAYORSHIPS*

Quando o usuário realiza *check-ins*, ele ganha também pontos por cada inserção, os quais vão sendo acumulados, participando assim de uma classificação, sob a forma de um placar, que pode ser tanto entre os membros de sua rede pessoal no sistema, quanto por cidade. Tais pontos são atribuídos de acordo com critérios estabelecidos pelo Foursquare, desde a frequência a um determinado local, a visita e descoberta de novas *venues*, o registro simultâneo com amigos, e o *check-in* e manutenção das prefeituras. A cada semana a lista de classificação dos usuários pela utilização dos mesmos é reiniciada, o que parece incentivar o uso constante da rede, principalmente entre usuários que utilizam o sistema como jogo (figura 53):

Figura 53: placar semanal do Foursquare com os pontos atribuídos de acordo com a utilização frequente do serviço.

Placar		
#1	 <b>Leonardo Assumpcao</b> Recorde em 7 dias: 1030	<b>842</b>
#2	 <b>Tony Almeida</b> Recorde em 7 dias: 1140	<b>616</b>
#3	 <b>Marcos Camargo</b> Recorde em 7 dias: 671	<b>506</b>
#4	 <b>Marcelo Yokoyama</b> Recorde em 7 dias: 935	<b>487</b>
#5	 <b>Daniel Deamorim</b> Recorde em 7 dias: 615	<b>473</b>
#6	 <b>Evanio</b> Recorde em 7 dias: 605	<b>426</b>
#7	 <b>Antonio Gn</b> Recorde em 7 dias: 810	<b>405</b>
#8	 <b>Kristhian Kleyton Queiroz</b> Recorde em 7 dias: 415	<b>356</b>
#9	 <b>Augusto Fracari</b> Recorde em 7 dias: 554	<b>328</b>

Fonte: o autor (2012)

Já as Prefeituras no Foursquare são títulos concedidos aos frequentadores mais assíduos de locais cadastrados na base de dados do sistema, os quais contam a partir dos últimos 60 dias, para que alguém obtenha tal distinção e passe a figurar na página oficial do local na rede social, acompanhado do símbolo de uma coroa (figura 54). Ao prefeito são concedidos alguns privilégios, como o gerenciamento das informações relativas à *venue* (categorias, endereço, telefone e posicionamento correto no mapa disponibilizado), além de, caso seja permitido, possuir tratamento diferenciado quando ele se encontra no local, como cortesias em estabelecimentos comerciais e prêmios. Inclusive, ao usuário que obtiver dez prefeituras simultâneas no sistema Foursquare é fornecida uma *badge* especial, a *SuperMayor*.

Figura 54: conquista de título de *Mayor*, ou Prefeito.

Fonte: o autor (2012)

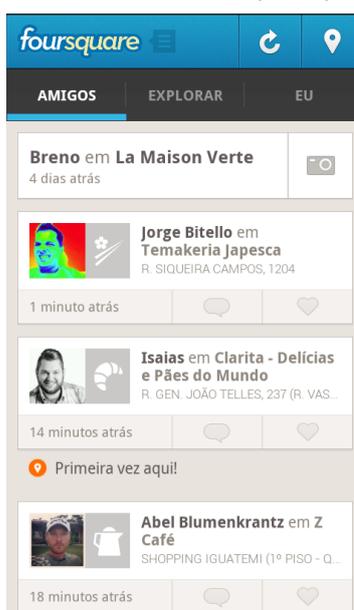
Quando maior o número de *check-ins* um local possuir, mais difícil se torna conquistar a prefeitura do mesmo, demandando um grande número de visitas para que seja possível obter tal título. Isso significa dizer que uma *venue* popular, como um aeroporto ou um shopping center, demanda um número maior de *check-ins* individuais para que a prefeitura do local seja obtida; em contrapartida, o título de *Mayor* em lugares pouco populares ou com pouco fluxo de pessoas pode se dar de forma mais rápida, geralmente necessitando 3 registros consecutivos, em dias diferentes.

Como o Foursquare permite que qualquer usuário possa criar um novo cadastro em sua base de dados, é bastante comum encontrar locais fictícios, ou mesmo duplicados, os quais servem somente para acúmulo de prefeituras por perfis de sujeitos engajados nas dinâmicas de jogo da rede. Convém ressaltar também que o sistema possui uma política rígida de manutenção da rede, a qual se dá principalmente a partir da concessão de ferramentas administrativas aos *SuperUsuários*, como dissemos, os quais, ao verificar que se trata de uma *venue* se trata de um local inverídico, podem sinalizá-la ou até mesmo excluir seu cadastro.

## 6.7 – O APLICATIVO PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS E A VERSÃO WEB.

O sistema possui duas interfaces básicas de utilização: a *mobile* (figura 55) e a *web*. Entendendo que, como seu uso só se justifica em situações de mobilidade, o aplicativo para dispositivos móveis constitui a sua forma principal de utilização, através do *check-in*, criação e acompanhamento de listas e sugestões de locais interessantes para visitação, bem como o acompanhamento das atividades dos contatos do usuário na rede; enquanto a *web* se presta ao gerenciamento das informações relativas ao perfil, como visualização de estatísticas de uso, últimos locais visitados e informações sobre pontos e medalhas.

Figura 55: interface inicial do Foursquare para *smartphones*



Fonte: o autor (2013)

Em relação às seções presentes na versão *mobile* do Foursquare, podemos entendê-las da seguinte forma:

a) *Amigos*: visualização das atividades e *check-ins* de contatos na rede, além das interações possíveis, como comentários nos registros realizados e a quantidade de pessoas que gostaram de um *check-in* determinado, ação possível através da marcação de um ícone no formato de coração em cor vermelha; nessa

área do aplicativo, visualiza-se também as fotografias recentes que, vinculadas aos registros, foram enviadas pelos contatos de um usuário, além de alguns dados relacionados, como o desbloqueio de medalhas e pontos obtidos pela ação.

b) *Explorar*: essa seção se propõe a funcionar como um guia inteligente de atividades possivelmente de interesse do usuário, construído tanto a partir dos registros prévios por ele efetuados no sistema, quanto a partir de sugestões e locais frequentados pelos seus contatos na rede. Estão relacionadas também com o período do dia em que são buscadas: os resultados exibidos pela manhã, por exemplo, estarão relacionados a restaurantes e lanchonetes; já à noite, serão exibidos bares e locais de entretenimento noturno, como discotecas e similares. Além disso, os resultados também são variáveis em relação ao dia da semana e são categorizados também em: *ofertas* ou *specials* (parceiros do Foursquare que oferecem descontos pelo *check-in* em seu estabelecimento), *tendência* (locais com grande número de registros no momento), *alimentação*, *café*, *vida noturna*, *lojas*, *atrações*, *arte* e *lazer* e *atividades ao ar livre* (figura 56 e 57). Em alguns restaurantes dos EUA, é possível ainda, por meio do próprio aplicativo móvel em parceria com o serviço OpenTable<sup>73</sup>, fazer reservas de mesa, escolhendo a data e o horário desejado.

---

<sup>73</sup> <http://www.opentable.com>. Acesso em 10 jan. 2013.

Figura 56: seção explorar do aplicativo Foursquare para *smartphones*



Fonte: o autor (2013)

Figura 57: categorias da seção explorar do aplicativo Foursquare para *smartphones*



Fonte: o autor (2013)

Interessante observar também que em cada sugestão, o Foursquare exibe uma fotografia vinculada àquele local, inserida por um frequentador quando da realização de um *check-in*, além de uma nota, contabilizada a partir das informações fornecidas pelos registros, além das ações de “*curtir*” o local no sistema, frequência média de seus visitantes. É possível também visualizar as informações a partir de

um sistema de mapas, normalmente já instalado no aparelho, nos quais são exibidos os locais sugeridos, a partir da localização do usuário no momento, além dos contatos da sua rede que se encontram nas proximidades, inclusive estabelecendo a distância máxima entre eles (figura 58):

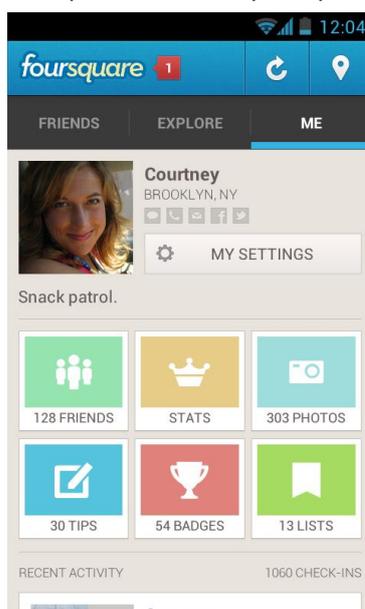
Figura 58: seção explorar do aplicativo Foursquare, exibindo as informações em forma de mapa e com os contatos próximos



Fonte: o autor (2013)

c) *Eu*: seção dedicada ao perfil do usuário da rede, em ordem cronológica das interações e ações realizadas na rede. Nela é possível realizar configurações, e visualizar demais informações, como a inserção de um pequeno texto sobre o mesmo, chamado *bio*, além de definir padrões de compartilhamento em outras redes sociais (figura 59).

Figura 59: seção *Eu* do aplicativo Foursquare para dispositivos móveis

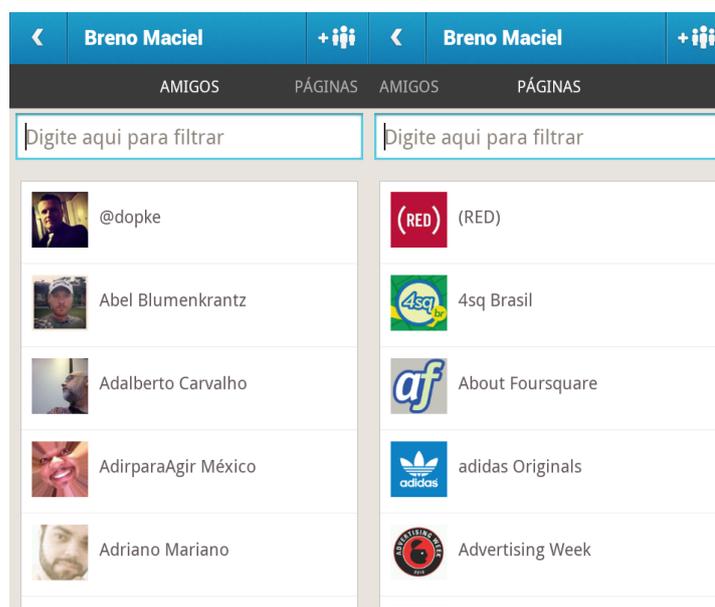


Fonte: <http://aboutfoursquare.com>. Acesso em 05 jan.2013

É composta por seis subseções, agrupadas da seguinte forma:

c.1) *Amigos*: gerenciamento dos contatos do usuário na rede, organizados por ordem alfabética (figura 60). Apresenta as solicitações de amizade pendentes, os contatos já adicionados e as páginas institucionais que o usuário segue. Além disso, permite também a busca por pessoas, tanto na própria rede Foursquare, quanto em outras redes sociais virtuais, como o Facebook e Twitter, com a opção também de buscar pela agenda telefônica interna do aparelho por números de telefone correspondente a usuários do sistema. Aqui é interessante observar a possibilidade de filtragem das notificações de amigos, baseada na proximidade entre eles: pode-se escolher entre visualizar todas as atividades, independente de onde estejam os amigos, se em outras cidades, estados ou países – ou então exibir somente contatos próximos;

Figura 60: subseção *Amigos*, pertencente à área *Eu* do aplicativo Foursquare para dispositivos móveis



Fonte: o autor (2013)

c.2) *Estatísticas*: nessa subseção, é possível verificar a quantidade de pontos obtidos, exibidos na forma de um placar semanal entre os membros da rede de contatos do usuário; as prefeituras que ele possui; os principais locais, baseado na quantidade de *check-in* realizados nos mesmos, contabilizados pelos últimos seis meses; além das categorias de locais mais exploradas pelo usuário, também nos últimos seis meses (figura 61);

Figura 61: subseção Estatísticas, do aplicativo Foursquare para dispositivos móveis



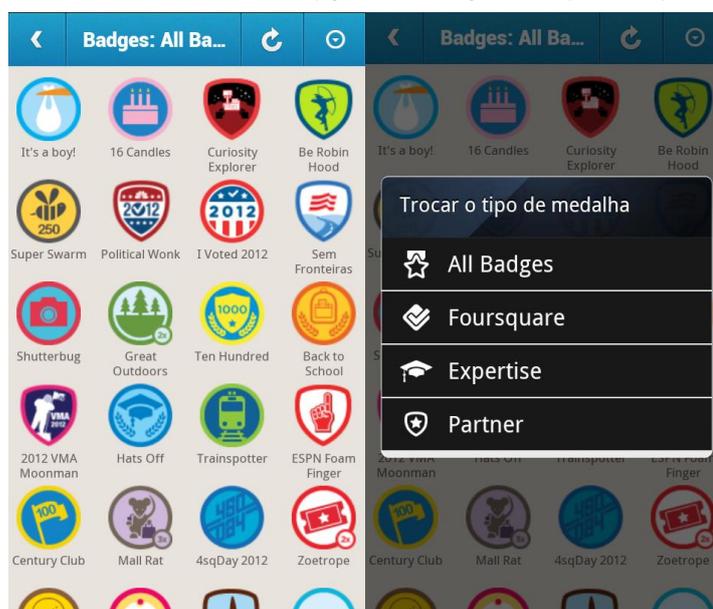
Fonte: o autor (2013)

c.3) *Fotos*: visualização em forma de grade das fotografias incluídas em *check-ins* pelo usuário, informando a data e o local das mesmas;

c.4) *Dicas*: Apresenta as *tips* deixadas pelo usuário nos locais frequentados, apresentadas aleatoriamente, ou seja, de forma não cronológica. É possível também visualizá-las em mapas, com as *venues* especificadas graficamente;

c.5) *Badges*: visualização de todas as medalhas desbloqueadas pelo usuário a partir de suas atividades na rede. É possível alterar o modo de apresentação das mesmas a partir do tipo: pode-se escolher entre mostrar todas as *badges* conquistadas, somente as padrão do Foursquare, as de expertise, ou ainda somente as de parceiros (figura 62);

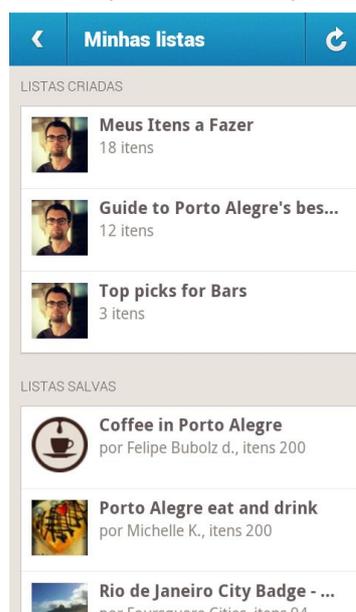
Figura 62: subseção *Badges* do aplicativo Foursquare para dispositivos móveis, exibindo todas as medalhas, e também a opção de seleção do tipo desejado



Fonte: o autor (2013)

c.6) *Listas*: propõe-se a gerenciar as listas de atividades e locais criadas ou seguidas pelo usuário, além de sugerir também aquelas criadas por outros participantes da rede que seriam potencialmente interessantes (figura 63).

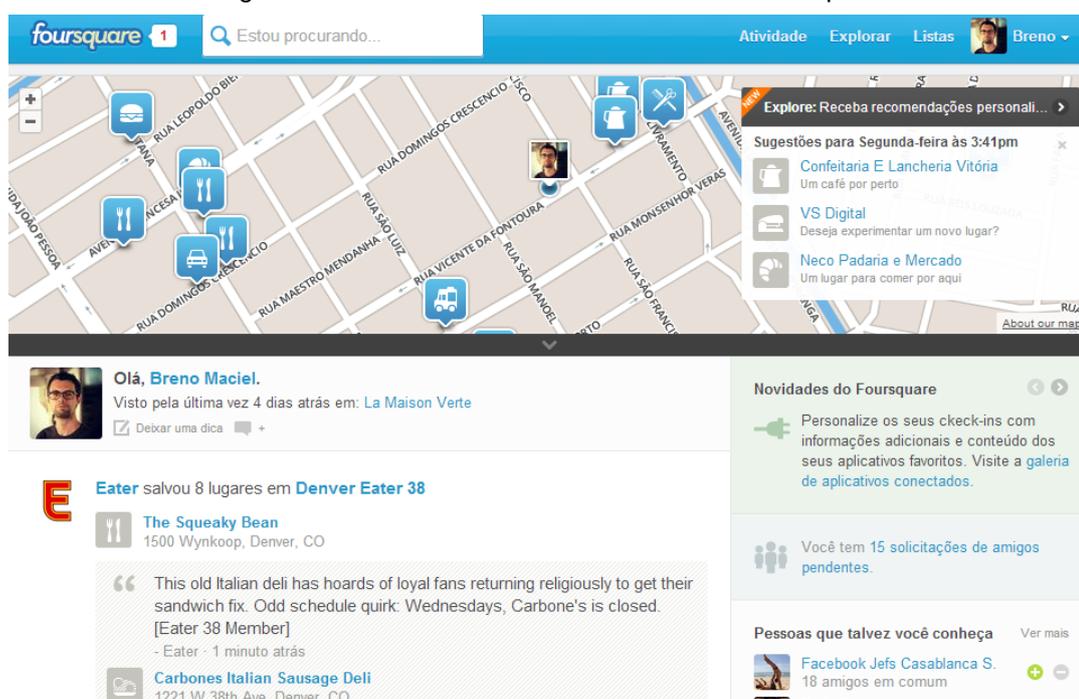
Figura 63: subseção *Listas* do aplicativo Foursquare para dispositivos móveis



Fonte: o autor (2013)

Já em relação à versão web, disponível através da página da rede social para dispositivos tradicionais (figura 64), consideramos que possui uma função complementar em relação à móvel, uma vez que não é possível realizar *check-in* através da mesma (exceto a partir da instalação de extensões para navegadores buscando burlar as regras do sistema, procedimento conhecido na linguagem de jogos como *cheat*, prática que falaremos a seguir). Ou seja, o propósito dessa versão é o gerenciamento, busca e visualização de informações relativas ao perfil, além da procura na base de dados do Foursquare de locais, também baseados na localização geográfica e preferências do perfil. Assim, a página apresenta um pequeno mapa, indicando locais de interesse na região onde o usuário se encontra, além das seções da página web, que são:

Figura 64: interface inicial da versão web do Foursquare



Fonte: o autor (2013)

a) *Atividade*: semelhante à guia *amigos* da versão móvel, é a página inicial padrão da interface web, como mostra a figura acima. Apresenta, do lado direito, as notícias do sistema, como novos aplicativos, solicitações de amizade pendentes de avaliação, além de sugestões de pessoas que o usuário talvez conheça, baseadas na quantidade de amigos em comum entre elas, conforme pode ser visto na figura acima. As atividades dos amigos é exibida sem nenhum tipo de filtro, ao contrário da

versão móvel – ou seja, não é permitida a escolha de visualização somente de contatos próximos. Pode-se também criar comentários em relação aos *check-ins* alheios, bem como curtir as suas atividades e visualizar as fotos porventura incluídas no registro;

b) *Explorar*: essa área do sistema se propõe basicamente a cumprir o mesmo papel que no aplicativo para dispositivos móveis, ou seja, um guia inteligente da cidade e dos estabelecimentos baseado em recomendações sociais, de acordo com categorias específicas: seleções principais, alimentação, café, vida noturna, compras e artes. Pode-se também pesquisar por locais ou palavras-chave por meio de um campo de busca, a partir do rastreamento da geolocalização do usuário pelo próprio navegador, através de protocolos específicos de rede (figura 65);

Figura 65: seção *explorar* da versão *web* do Foursquare



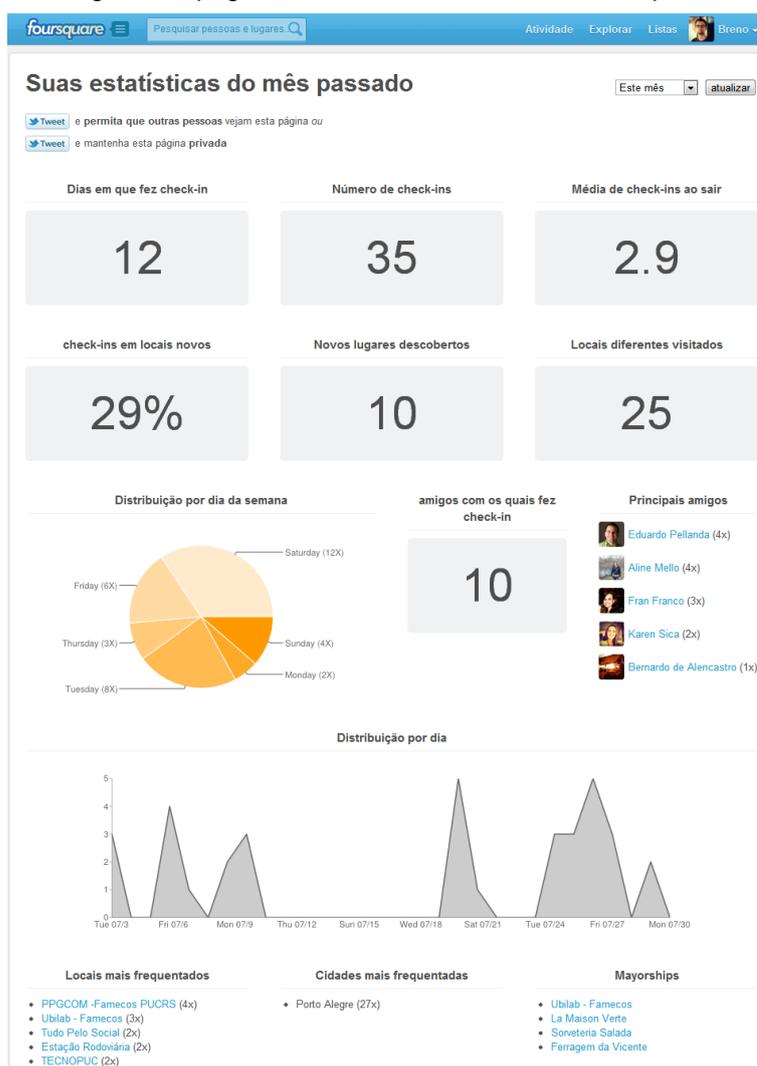
Fonte: o autor (2013)

c) *Listas*: semelhante à função existente na versão *mobile*, aqui é permitido visualizar, buscar e gerenciar listas criadas, inserindo e modificando o seu conteúdo, e ainda encontrar listas de interesse criadas por outros usuários e adicioná-las ao perfil pessoal, através de um comando conhecido como seguir. Também podem ser criadas listas colaborativas, as quais vão sendo construídas coletivamente e que são de visualização pública.

d) *Menu de personalização e gerenciamento do perfil*: identificado a partir da fotografia do usuário e de seu nome, ela apresenta o número de *check-ins* realizados e o número de dias fora, independentemente da quantidade de registros feitos no mesmo dia. Expõe também o número de medalhas, exibindo aquelas mais recentes; exibe também as prefeituras conquistadas e a quantidade de *check-ins* feitos em cada uma delas, nos últimos 60 dias – e, caso possua privilégios de SuperUsuário, a identificação é exibida logo abaixo, através de uma medalha específica e a explicitação do nível: 1, 2 ou 3. Podem ainda ser verificadas as listas salvas, de forma resumida, além das páginas institucionais que foram selecionadas para o recebimento de atualizações.

Um item interessante da versão *web* é a seção *estatísticas*, com mais opções de visualização e mais completa que a versão disponível no aplicativo móvel, contendo representações gráficas sobre os hábitos pessoais de utilização da rede, as quais podem ser exibidas semanal ou mensalmente: os dias da semana em que mais foram feitos *check-ins*, a média de registros por dia de utilização do sistema; e a descoberta de novos locais. Um outro aspecto que merece ser destacado é a existência de um gráfico apontando os contatos da rede com quem o usuário faz *check-in* com mais frequência, constituindo assim uma ferramenta de visualização das interações sociais realizadas em locais físicos das cidade e na sua camada informacional, no Foursquare; além disso, são exibidas também os locais e as cidades mais frequentadas (figura 66).

Figura 66: página de estatística de uso do Foursquare



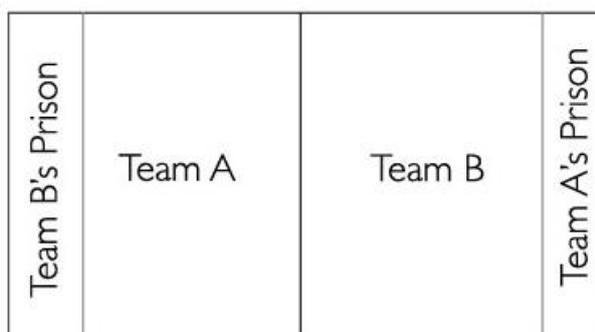
Fonte: o autor (2013).

## 7 – A FACE LÚDICA DO FOURSQUARE: DESVENDANDO AS DINÂMICAS DE JOGO NA REDE

Tendo descritas as funções básicas do Foursquare e o funcionamento do sistema, acreditamos ser possível trabalharmos as dinâmicas de jogo propriamente ditas passíveis de reconhecimento no mesmo. Parece-nos bastante clara a intenção do fundador do serviço, e também de outro sistema de rede social móvel, o *Dodgeball*, em 2000 (descrito em capítulo anterior), em atribuir a ambas as redes uma característica lúdica de experimentação da cidade, transformando-a em um espaço de diversão e pelo qual se transita com prazer. Dizemos isso, pois as duas redes fundadas por Crowley possuem nomes de jogos muito populares nos Estados Unidos da América, e também no Brasil, além de possuírem uma íntima conexão com o conceito de jogo que utilizamos aqui, ou seja, da relação íntima existente entre o mesmo e a noção de espaço, tanto material e física, quanto simbólica – o que Huizinga denomina de círculo mágico, como vimos no capítulo primeiro dessa dissertação.

*Dodgeball* é o nome em inglês para um popular jogo de origem estadunidense, e que no Brasil é denominado queimada, constituído por dois times, cada um com um número de jogadores que não é rígido, em dois campos de igual dimensão, com uma linha divisória central entre eles. Atrás de cada área reservada às equipes, existe outro pequeno campo, denominado prisão, pertencente ao time rival para acomodar jogadores atingidos por uma bola, elemento que é lançado de um lado ao outro pelos jogadores, alternadamente, com o objetivo de acertar jogadores da equipe rival, eliminando-os (figura 67).

Figura 67: esquema básico de um campo de queimada, ou *dodgeball*

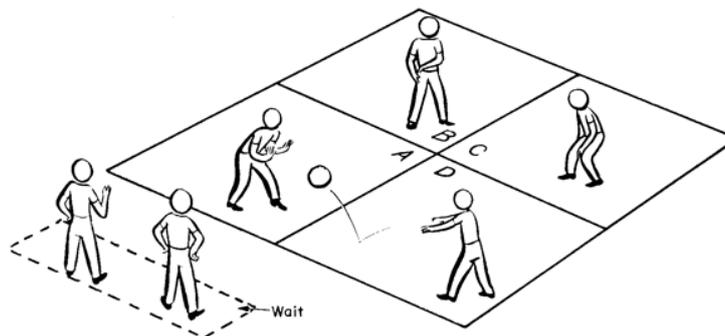


Fonte: <http://www.mudpiegames.com/active-games-peoples-ball-dodge-ball-with-a-twist/>. Acesso em 21 jan. 2013.

Os jogadores de uma equipe podem se movimentar à vontade dentro de seu próprio campo; porém, não podem invadir o território adversário, exceto quando acertados pela bola, quando devem se dirigir ao campo pertencente ao seu próprio time, atrás do da equipe adversária. O objetivo do jogo é eliminar o maior número possível de participantes da equipe rival, enviando-os para o campo traseiro; vence aquela que atingir primeiro essa meta, ou, caso possua limite de tempo, aquela que tiver atingido o maior número de participantes do time adversário. Existem inclusive ligas oficiais e campeonatos de *dodgeball* nos EUA; no Brasil, é muito praticado por crianças em escolas e como atividade recreativa.

Já o Foursquare, também conhecido como *Hand Ball* e *Square Ball*, é um jogo também desenvolvido a partir da divisão do campo de jogo em quatro territórios, ou quadrantes, numerados de um a quatro, de tamanhos iguais e com um participante em cada (figura 68), os quais atiram uma bola no chão, que deve ser agarrada pelo adversário, com o objetivo de eliminá-los, das seguintes formas: fazendo com que saiam de seus respectivos campos, que a bola toque os mesmos e depois toque o chão, ou ainda que caia dentro da área de um jogador e depois vá para fora da mesma, sem que ela a tenha agarrado. Não é permitido segurar a bola, sendo obrigatório, após a mesma ter sido lançada para um participante, jogá-la imediatamente para o jogador do quadrante seguinte.

Figura 68: esquema básico de um campo de foursquare



Fonte: <http://seldomred.com/mike/?p=48>. Acesso em 21 jan. 2013

Fizemos essa rápida incursão pelas dinâmicas de dois jogos populares para buscar entender o objetivo do criador das duas redes, em seu intento de transformação das atividades cotidianas de locomoção pelo espaço físico das cidades em uma rede social móvel com caráter intrínseco de jogo. Parece-nos que essa realmente foi a intenção do desenvolvedor, ao observarmos uma entrevista recente de Dennis Crowley ao programa *On The Verge*<sup>74</sup>, explicando o processo de criação do Foursquare e a importância das dinâmicas de jogo para a manutenção e atração de novos adeptos na rede.

Segundo Crowley, o Foursquare possui um objetivo claro: auxiliar as pessoas a se locomover pelo espaço público e ter novas experiências em relação aos locais que frequentam, além de descobrir outros nunca antes frequentados por um usuário. Ou seja, a rede social também funciona como um guia da cidade, construído pelos usuários através de recomendações, dicas e opiniões sobre os locais que estes frequentam no seu dia-a-dia. Assim, quando um usuário realiza *check-in* em algum restaurante já visitado por um amigo que tenha deixado algum registro sobre o mesmo na rede social, automaticamente ele é exibido, como uma dica – partindo da premissa que aquelas pessoas que se encontram na lista de amigos compartilham os mesmos gostos, e cuja opinião é relevante.

<sup>74</sup> Entrevista disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=Q80lv6JfR80>. Acesso em 05 de jan. 2013.

Além disso, o fundador da rede enfatiza o conceito de transformar as experiências e o deslocamento espacial em uma atividade divertida, utilizando, para isso, mecânicas de jogo para proporcionar um ambiente lúdico. O objetivo principal não é de transformar as atividades cotidianas em um jogo, mas sim, introduzir mecânicas pertencentes aos jogos, como recompensas, conquistas e pontuação, para tornar mais prazerosas as atividades desempenhadas pelos usuários do Foursquare e enriquecidas simbolicamente. Além disso, Crowley deixa claro que, embora a rede não seja um jogo propriamente dito, as *dinâmicas* que utiliza para a atração, engajamento e retenção de usuários, são justamente aquelas que poderíamos aqui considerar como pertencentes aos jogos.

Isso posto, quais são então essas dinâmicas, e como elas são aplicadas ao Foursquare? Para que seja possível empreender uma busca às mesmas, acreditamos necessário iniciar por aquilo que torna o Foursquare também um jogo móvel locativo, ou seja, a inserção de mecânicas de jogo e a transformação do cotidiano em atividades mais divertidas, através do que se chama hoje *gamification*.

## 7.1 – MECÂNICAS DE JOGO NO FOURSQUARE

A transformação de atividades corriqueiras dos indivíduos e as interações sociais em experiências lúdicas, através da inserção de mecânicas de *gamification* na vida humana, é um tema que divide opiniões, inclusive dentro do próprio campo dos *game studies*. Nesse trabalho, expusemos diversos autores que entendem a existência do jogo como intrínseca às experiências humanas no mundo, a partir do entendimento da sociedade como um sistema regulamentado que se origina a partir das tensões e forças entre esferas individuais e coletivas; outros já entendem essas práticas contemporâneas como transposições de dinâmicas específicas dos jogos digitais para outras áreas não consideradas primordialmente como sendo do domínio do jogo, como o trabalho e situações de ensino e aprendizagem.

Uma vez que o objeto aqui proposto não se configura como um jogo em si, mas sim uma rede social voltada para dispositivos móveis que incorpora dinâmicas

de jogo como motor de adesão e engajamento em sua rede, reconhecer e classificar dentro de uma categorização única de um tipo de jogo se tornou uma tarefa deveras desafiadora, sobre a qual nos debruçamos, com o intento de desvendar tais processos, inicialmente sob a luz das ideias expostas por Caillois (1990) em relação à sua classificação dos jogos quanto ao seu tipo e seu sistema de regras. Posteriormente, traremos também a interessante perspectiva de Pinheiro e Branco (2011; 2012) de análise das características de um jogo segundo seus ludemas, ou seja, as partes mínimas de ação do jogador que fundamentam a atividade.

### 7.1.1 – SISTEMA DE REGRAS E COMPETIÇÃO COMO FORÇAS-MOTRIZES.

Como afirma Caillois (1990), existem quatro categorias de jogos, as quais fundamentam a sua teoria, e que servem como classificação a partir das características principais que essas atividades possuem: *alea*, *agon*, *mimicry* e *ilinx*. Já detalhamos cada uma delas no primeiro capítulo, além da dicotomia entre jogos estruturados em regras rígidas sob as quais os jogadores devem se submeter, caso não queiram ser enquadrados na categoria de estraga-prazeres: o *ludus* seria então o tipo de jogos cujo sistema de regras se tornam obrigatórias. Já aqueles que permitem uma maior inventividade e flexibilidade na combinação e negociação regulatória, Caillois chama de *paidia*.

É claro que a divisão estabelecida pelo autor foi feita numa era pré-jogos digitais e possibilidades de interação em redes sociais virtuais, portanto, a classificação dos jogos contemporâneos pode reunir características de dois ou mais sistemas proposta por ele. Nesse sentido, Pinheiro (2007, p. 34) confirma essa ideia, afirmando que eles “[...] hibridam as categorias propostas por Caillois de forma que nenhum outro jogo, sem ser digital, consegue”. Levando também em consideração que o objeto aqui analisado ultrapassa as fronteiras do ambiente circunscrito por jogos tradicionais e se entrelaça com a vida cotidiana dos indivíduos, uma vez que é a partir das atividades realizadas pelos mesmos que se dá a inserção no ambiente social e lúdico da rede, indagamos: seria possível classificar as dinâmicas de jogo presentes no Foursquare de acordo com Caillois (1990)?

Tendo tais conceitos como norteadores, parece-nos que no tocante ao seu aspecto de jogo, o Foursquare é um sistema estruturado por regras que limitam a atividade do usuário na rede. Tal característica é própria dos jogos, conforme vimos em diversos autores no primeiro capítulo dessa dissertação. Porém, as regras de um jogo não são necessariamente as mecânicas presentes no mesmo, muito embora elas constituam o princípio das últimas.

Não é permitido a ele inventar novas funções ou mesmo ultrapassar os limites da rede, por ser ela mesma fechada. Quando afirmamos isso, equivale a dizer que as escolhas das ações na rede subordinam-se às possibilidades oferecidas pela arquitetura e código de programação da mesma – o usuário não pode, por exemplo, alterar os passos necessários para a realização do *check-in*, muito menos automatizá-lo. A própria customização da interface do aplicativo, bem como da sua versão *web*, é limitada à inserção de informações textuais ou *links* com perfis em outras redes, além de uma foto pessoal para identificação do usuário. Aliás, uma característica comum em jogos contemporâneos é inexistente no Foursquare: a criação de atalhos (*shortcuts*) para determinadas ações.

Entretanto, esse mesmo sistema de regras estabelece desafios para sua a apropriação e transformação em jogo, como o estímulo à obtenção de medalhas, principalmente as de expertise, possíveis de serem acumuladas em níveis crescentes, nas quais são acrescentados níveis de dificuldade cada vez maior para serem obtidas, à medida que são explorados novos locais pertencentes a uma mesma categoria, conforme dissemos anteriormente, e aqui retomamos. Para que isso ocorra, a dinâmica é a seguinte:

- a) *Nível 1*: cinco *check-ins* em um mesmo local ou em três diferentes locais da mesma categoria;
- b) *Nível 2*: cinco *check-ins* em novos lugares da mesma categoria;
- c) *Nível 3, até 10*: cinco novos *check-ins* em *venues* diferentes, da mesma categoria, para cada nível.

O nível de cada *badge* fica explicitado na área reservada às mesmas no perfil do participante da rede, com o objetivo de demonstrar simbolicamente a

expertise do mesmo em relação às suas preferências gastronômicas, culturais, esportivas e de lazer, entre outros (figura 69).

Figura 69: *badges* de expertise com a visualização do nível de experiência da mesma



Fonte: <http://blog.foursquare.com>. Acesso em 12 dez. 2012.

Uma das características de jogos baseados em um sistema regulatório mais estruturado (*ludus*), para Caillois (1990), é a existência da dificuldade gratuita, e o prazer proporcionado pela sua superação, ou seja, “[...] a resolução de uma dificuldade tão propositadamente criada e tão arbitrariamente definida, que o facto de a solucionar tem apenas a vantagem da satisfação íntima de o ter conseguido” (idem, p. 50). Como também já vimos em Simmel (1982), as motivações que um jogo podem assumir um caráter objetivo, ou seja, a vitória em relação ao adversário, mas também subjetivas, através da busca pela satisfação individual proporcionado pelo cumprimento de metas pessoais estabelecidas pelo jogador.

Além disso, o caráter de competição que a rede possui nos permite também entendê-la como agonística, sendo possível reconhecer suas dinâmicas de jogo como pertencentes à categoria *agôn*, da qual fala Caillois (1990). No que se refere ao Foursquare, é possível identificar que a ocorrência dessas duas possibilidades, ou seja, o indivíduo pode assumir tanto a competição com outras pessoas no sistema de classificação semanal da rede (placar), quanto à disputa pela prefeitura de um local com grande fluxo de *check-ins*, constitui para Simmel uma a realização da competição como forma social, que é quando ambas as motivações se misturam, propiciando a existência de processos socializantes ainda mais complexos, pois de motivações de ordem subjetiva emergem relações exteriores a ela, que perpassam o social. Assim, a competição

[...] do ponto de vista da sociedade, oferece motivação subjetiva como meio de produção de valores sociais objetivos; e do ponto de vista das partes concorrentes, usa a produção de valores subjetivos como meio de alcançar satisfação objetiva (SIMMEL, 1983, p. 137-138)

Vale acrescentar também que, de acordo com Caillois, os jogos agonísticos possuem como característica principal a inexistência prévia de nenhum tipo de vantagem entre os jogadores, sendo criada uma condição de igualdade e de possibilidades de vitória. Trata-se aqui mais de demonstração de superação pessoal, ou seja, reivindica mais uma responsabilidade pessoal pelo seu desempenho no jogo do que a dependência da sorte; e sob essa perspectiva, o *agôn* representa o mérito pessoal conquistado pelo jogador.

Em relação aos processos de competição do Foursquare, podemos também perceber que as *badges* representam exatamente o reconhecimento de práticas realizadas cotidianamente, diretamente ligadas à circulação do indivíduo pelo espaço físico da cidade. Principalmente no tocante às medalhas que podem ser acumuladas em diferentes níveis, como já dissemos, elas parecem ressaltar também, na dinâmica da rede, as qualidades individuais, através do estilo de vida que um jogador leva, baseado nos locais que frequenta. Mais uma vez nos apoiando em Caillois (1990, p. 35), o autor parece corroborar nossas considerações, afirmando que no caso dos jogos de competição, a motivação principal é

o desejo de ver reconhecida a sua excelência num determinado domínio. É a razão pela qual a prática do *agôn* supõe uma atenção permanente, um treino apropriado, esforços assíduos e vontade de vencer. Implica disciplina e perseverança. [...] O *agôn* apresenta-se como a forma pura do mérito pessoal e serve para o manifestar (grifos do autor).

As *badges*, que por si só já são elementos de *gameplay* presentes na rede social em questão, podem ser entendidas como itens de *status*<sup>75</sup> no jogo, ou seja, efetivos marcadores de progressos no jogo proposto pelo Foursquare. A esse respeito, Zichermann e Cunningham (2011) parecem confirmar tal ideia, uma vez que os autores entendem que, em relação ao Foursquare, a conquista das medalhas representam os avanços dos jogadores na interface do sistema, os quais fornecem

---

<sup>75</sup> Para Zichermann e Cunningham, o *status* em um jogo é a posição relativa de um jogador em relação a outros, ou seja, dado o caráter social da atividade, é um demarcador social. Podem incluir estratégias como placar e pontos, medalhas e progressão em níveis, entre outros, combinando, inclusive, duas ou mais das mesmas – como no caso do nosso objeto, o Foursquare. O objetivo aqui também é criar um ambiente de competição entre usuários, através de benefícios materiais ou simbólicos ou recompensas, que dão aos jogadores habilidades mais desenvolvidas ou superiores em relação a outros jogadores.

ao mesmo um sentimento de surpresa e satisfação inesperada, enquanto realizam suas atividades cotidianas. Os autores ainda acrescentam que reside aí o grande mote do Foursquare, uma vez não é claro em que momento, ou sob qual circunstância, o sistema vai premiar seu jogador com uma *badge*, ou seja, normalmente não é de conhecimento prévio qual medalha será obtida em seguida (p. 56), ou a quantidade de pontos será atribuída ao *check-in*, e até mesmo a conquista de prefeituras. Existem também medalhas passíveis de obtenção através do registro combinado a palavras-chave, como já dissemos anteriormente. Nesse caso, percebemos também a aplicação de outro aspecto de jogos digitais na rede social: o uso de *passwords*, códigos que, quando inseridos, fornecem ao jogador algum tipo de vantagem, como itens especiais ou pontos extra.

No caso do Foursquare, os elementos acima citados proporcionam aos seus usuários um desafio permanente, gratuito e crescente – uma vez que, conquistadas as medalhas mais comuns do sistema, se torna progressivamente mais difícil obter outras mais específicas ou raras. Aqui encontramos mais uma vez uma característica do jogo para todos os autores: a imprevisibilidade do resultado final de uma ação, ou seja, seu *outcome* (SALEN e ZIMMERMANN, 2005; JUUL, 2005).

Podemos, nesse sentido, entender as *badges* sob uma dinâmica conhecida como *achievements*, ou conquistas, as quais, para Adams e Dormans (2012) podem se dar de formas variadas: por níveis de dificuldade; constituir um momento de surpresa, visando proporcionar um sentimento de satisfação no jogador; e ainda obtidas através de esforços unicamente individuais ou coletivos. Como ainda afirmam os autores, essas conquistas

[...] são uma forma de conceder ao jogador uma maneira de gabar-se de seus feitos, e indiretamente também adicionar desafio e personalidade a um jogo. *Achievements* são comumente considerados 'bloqueados' até que você cumpra uma série de tarefas requeridas para 'desbloquear' o prêmio (idem, p.

Percebemos, assim, a existência de uma relação íntima, no caso do objeto aqui estudado, entre o *ludus* e o *agôn* como essenciais às dinâmicas básicas de jogo no Foursquare. Como afirmamos, embora o sistema possua um subsistema regulatório que defina as pontuações, destravamento de *badges* e aquisição de

prefeituras, o engajamento nas atividades propostas pela rede social representam um desafio imposto ao indivíduo, que parece ver refletida no ambiente simbólico da rede as suas experiências cotidianas. Em relação à junção do *ludus* com o *agôn*, Caillois (1990, p. 51) afirma que essa combinação é a mais evidente na maioria dos jogos que se desenvolvem na sociedade, uma vez que ela suscita no jogador “[...] uma auto-emulação, permitindo-lhe consciencializar as etapas de um progresso de que ele se apraz e orgulha frente aos que partilham esta sua preferência”.

### 7.1.2 – O CONCEITO DE LUDEMA E SUA APLICAÇÃO NAS DINÂMICAS DE JOGO DO FOURSQUARE

A despeito de uma dicotomia no campo dos game studies entre a ludologia e a narratologia, Pinheiro e Branco (2011, 2012), propõe uma abordagem para a análise dos jogos que considera aspectos das duas vertentes. Como vimos no capítulo dedicado às teorias do jogo, o fenômeno aqui estudado, em suas diversas manifestações, combina sempre a existência de uma narrativa, ou um contexto no qual a atividade se desenrola, com um sistema de regras próprios, que condiciona o que é ou não possível de ser realizado no jogo – regras estas muitas vezes válidas somente durante o desenvolvimento da atividade, perdendo sua validade logo após o encerramento da mesma. São esses os pressupostos básicos para a existência do círculo mágico do qual falam Huizinga (2001) e Caillois (1990): a suspensão da realidade material e simbólica da realidade e a sua substituição por uma outra, também de caráter simbólico, e que deve ser de conhecimento de todos os participantes – tanto o enredo, que se cristaliza na própria aceitação dos jogadores à sua existência, como a regulamentação, que legitima e torna lícitas as ações desempenhadas pelos participantes.

Em relação ao objeto em questão, poderíamos, por exemplo, identificar a existência narrativa no elemento de jogo na rede, a partir da constituição de rastros simbólicos, ou georastros (OLIVEIRA, 2012), que, como vimos, entrecruzados com os registros de outros usuários do Foursquare, funcionam como uma metanarrativa dentro da própria lógica do jogo. Ou seja, diante das possibilidades de enunciações

presentes na rede, quando reunidas sob a perspectiva da narratologia, consideraríamos o discurso presente no objeto em questão – tanto o que emerge da própria rede, através da escolha de suas funções e programação, quanto aquele produzido pelos usuários. Logo, podemos afirmar que esse discurso só é possível pois quando da programação e concepção da rede, foi concebido um campo específico para essa função, ou seja, o sistema de regras que regulam o funcionamento das aplicações e do sistema Foursquare permite determinadas ações em detrimento de outras, que não podem ser recombinações ou reinventadas ao bel-prazer do usuário.

Os autores, reconhecendo então a inseparabilidade entre essas duas esferas, a narrativa e a ludológica, sugerem que, ao invés de tratá-las como elementos independentes, os estudos dos jogos deveriam se apropriar das mesmas, uma vez que ambas são fundamentais e compõem a experiência de qualquer jogo. Além disso, o jogo, entendido como uma prática comunicacional, demanda a interpretação do mesmo por parte do jogador, de seu discurso e da tomada de ações a partir disso. Outrossim, qualquer jogo, além de ser um sistema de regras e possuir uma narrativa, só se completa com o ato da participação ativa daqueles que o jogam – antes disso, ele existe somente em potência, a qual é constantemente atualizada e novamente virtualizada, uma vez que, como vimos em Lévy (1996), o virtual consiste em um complexo problemático com possibilidades ainda desconhecidas, as quais só serão ativadas a partir da entrada da subjetividade humana no processo.

Nesse sentido, os autores propõem uma análise do jogo a partir do efeito que elas produzem conjuntamente naquele que joga, através da incorporação de um elemento denominado *ludema*. Sob tal perspectiva, podemos entender esse elemento como a menor parte da ação de um jogador quando diante de um jogo qualquer, ou seja, “é a forma como o jogador acessa informações do sistema ludológico e transforma em game as informações fornecidas pelo sistema narrativo” (PINHEIRO e BRANCO, 2012, p. 73). O ludema, assim, é compreendido quando o jogador, dentro de todas as possibilidades de ação e interação oferecidos pelo discurso e pelo sistema de regras do jogo, reconhece a existência de um desafio e atua diretamente sobre o mesmo, interferindo e transformando o cenário do jogo

através de situações que, antes dessa ação, não existiam. Assim, para os autores, o ludema

é a resposta do jogador ao reconhecimento de uma situação/desafio específico contido no sistema de regras. É a unidade mínima do jogo, ponte entre a ação do interator e o resgate das regras do sistema de regras. É a potência ofertada pelo sistema de regras performatizada em ato pelo *gamer* (PINHEIRO e BRANCO, 2011, p. 2, grifo dos autores).

Para os autores, para que exista um ludema, são necessárias duas condições básicas: que, quando da realização de uma ação no jogo, o resultado final da mesma não seja de conhecimento prévio do jogador, ou seja, que o resultado seja ainda tido como incerto pelo mesmo (como já dissemos em relação ao *outcome*); e também que a potência transformada em ato pelo jogador altere o conteúdo previamente existente. Isso nos permite também recuperar as considerações de Caillois (1990), em relação à imprevisibilidade do jogo, o que significa dizer que ele é uma atividade da qual não se conhece o resultado, ou seja, “um desfecho conhecido *a priori*, sem possibilidade de erro ou de surpresa, conduzindo claramente a um resultado inelutável, é incompatível com a natureza do jogo” (idem, p. 27).

Assim, para Pinheiro e Branco (2011), os ludemas podem ser de diferentes tipos, os quais são classificados de acordo com os objetivos que possuem dentro da dinâmica do jogo (seu discurso e sistema de regras), além das experiências que podem proporcionar aos jogadores, derivando não das ações que devem ser tomadas pelo jogador, mas sim das exigências cognitivas e sensações que eles demandam ou provocam no jogador. As classificações dos autores são:

a) *Ludemas de exploração*: são aqueles que operam de imediato quando um jogador inicia uma atividade, fundamental a todos os jogos. Ou seja, é a necessidade de testar os limites e as regras do jogo, apreender os comandos básicos para que possa jogar. Assim, a partir do reconhecimento de uma possibilidade de interação, o jogador age deliberadamente para compreensão e exploração do próprio jogo – a qual é desconhecida. Corresponde também a jogos nos quais é necessário explorar e conhecer um território no qual o jogo se desenvolve, movimentando seu personagem objetivando testar o ambiente. Para os

autores, esses são ludemas fundamentais em qualquer jogo, uma vez que eles representam o contato primeiro entre o jogo e um jogador; entretanto, tendem a desaparecer uma vez apreendidas as ações possíveis no jogo, ou mesmo quando da repetição de um mesmo jogo. Nesses casos, para o autor, o apelo da exploração pode ser substituído por outros ludemas.

Em relação ao Foursquare, podemos entender que o seu ludema de exploração se divide em duas partes: o contato inicial com a rede, com as ações de realização do *check-in* e o aprendizado das dinâmicas da rede, como as possibilidades de ganho de pontos e de *badges*, sendo logo após, quando apreendidas, substituídas pela exploração do próprio espaço físico, uma vez que é ele mesmo o território no qual o sistema se desenvolve, verificando os locais disponíveis para registro. Entretanto, como sabemos, uma vez que o usuário tem domínio dos processos permitidos pelo sistema do jogo, esse ludema tende a perder sua importância; sendo assim, podemos avançar em relação às outras categorias descritas pelos autores.

b) *Ludemas de performance física*: são aqueles nos quais o desafio imposto ao jogador é primordialmente de caráter motor, como no caso de jogos nos quais ele tem que interagir fisicamente. Podemos facilmente reconhecer esse tipo de ludema presente nos jogos que necessitam de atividade física intensa, como aqueles desenvolvidos a partir do Kinect<sup>76</sup> ou mesmo através de aparatos especiais, como no caso do Guitar Hero<sup>77</sup>. O objetivo aqui não é a finalização da tarefa em si, mas a performance; o jogador está interessado mais na precisão e excelência com que realiza a atividade, fazendo com que qualquer outro aspecto do jogo seja colocado como secundário (PINHEIRO e BRANCO, 2011, p. 5). De forma distinta dos ludemas de exploração, os de performance física tendem a permanecer após o fim

---

<sup>76</sup> Kinect é um dispositivo que, conectado ao console XBOX 360 criado pela empresa Microsoft, funciona como um sensor de movimentos físicos dos jogadores, dispensando a necessidade de uso de controles (joystick), além de receber e realizar comandos via voz e permitir reconhecimento facial, facilitando a identificação dos jogadores.

<sup>77</sup> *Guitar Hero* é um jogo para o console *Playstation* desenvolvido pela *Harmonic Music Systems*, lançado em 2005 nos Estados Unidos da América, possuindo diversas versões desde então. O jogo necessita de um controle especial na forma de uma guitarra semelhante a um instrumento musical tradicional, que é utilizado pelo jogador para simular as notas musicais de canções disponíveis no jogo, como se ele estivesse de fato tocando a música, exigindo assim destreza e agilidade motora cada vez maior, na medida em que são realizados avanços nos níveis de dificuldade do jogo.

do jogo ou quando o jogador adquire domínio sobre o mesmo – através do aperfeiçoamento ou seleção de níveis mais complexos de movimentos.

A questão da performance física no Foursquare parece-nos estar condicionada ao próprio deslocamento espacial pelo espaço físico, uma vez que o movimento é o princípio básico para a utilização da rede. Excetuando ocasiões específicas, como por exemplo, a *badge* conquistada pela subida ao Monte Everest, ponto mais alto da Terra, a performance física daqueles que utilizam da rede Foursquare como jogo é condicionada apenas ao seu deslocamento pela cidade e a visita a estabelecimentos. Não podemos desconsiderar, também, que a performatização física aqui está também intrinsecamente ligada a questões cognitivas, as quais serão descritas a seguir.

c) *Ludemas de performance cognitiva*: são aqueles nos quais o jogador é desafiado a interpretar o discurso do jogo, buscando solucionar algum problema apresentado. A ação do jogador decorre de um processo cognitivo interpretativo, como um jogo de quebra-cabeças ou de palavras-cruzadas. Podem proporcionar satisfação pelo cumprimento das tarefas propostas, bem como estimular o avanço a níveis de dificuldade cada vez maiores. Para os autores, podem compreender enigmas decifráveis tanto fisicamente, quanto intelectualmente, como os jogos de adivinhação e charadas.

Para o Foursquare, cremos que os ludemas cognitivos são de fundamental importância para as dinâmicas de jogo que a rede possui. Como dissemos, quando inseridos no sistema, os jogadores tendem a se engajar com o objetivo de aquisição e acúmulo de bens simbólicos do jogo, como títulos de Prefeito e, principalmente, as *badges*. Cremos que esses selos representam, reconhecimentos públicos ofertados pela rede ao jogador, em função das atividades que supostamente são realizadas no cotidiano do mesmo; por exemplo, um número elevado de *badges* de expertise relacionadas à gastronomia, como a *Wino* (figura 70), dedicada a apreciadores de vinho e frequentadores de adegas e vinotecas – as quais podem ser acumuladas em diferentes níveis.

Figura 70: *Badge* de expertise Wino para frequentadores de locais ligados a vinho.



Fonte: <http://www.foursquare.com>. Acesso em 10 jan 2013

d) *Ludemas de performance estética*: são aquelas ações que os usuários realizam em um jogo com o objetivo de apreciar aspectos gráficos e estéticos do mesmo, como a personalização do seu *avatar*, ultrapassando muitas vezes o objetivo principal do jogo (conquista de prêmios, derrota de inimigos, etc). Por exemplo, quando um jogador realiza a mesma atividade repetidas vezes pela simples visualização de um efeito visual que produz, esse tipo de ludema é muito comum em jogos com excelente qualidade gráfica, como cenários, efeitos sonoros realistas, e até mesmo a customização do personagem que o representa no ambiente do jogo. Essa característica é facilmente notável em jogos em rede, nos quais o *avatar* desempenha também fator de motivação e reconhecimento entre a comunidade de jogadores; é perceptível, por exemplo, no jogo em rede para computadores *League of Legends*<sup>78</sup>, cujos personagens podem utilizar diferentes *skins*, muitas delas somente possíveis de aquisição através da compra pelo sistema do jogo através do pagamento de valores correntes, que são transformados em créditos internos do sistema.

Em relação ao objeto aqui estudado, os ludemas estéticos não parecem constituir elementos de grande importância, dada a sua simplicidade gráfica e inexistência de muitas possibilidades de personalização, exceto pela inserção de uma fotografia ou imagem que represente o usuário na rede; entretanto, a mesma não representa um fator que possui grande influência na utilização do serviço, haja vista que é permitido a sua utilização sem a mesma. Entretanto, podemos reconhecer também sua existência na possibilidade de inserir, de forma conjunta com o *check-in*, uma fotografia relacionada ao local onde o usuário se encontra, a qual se torna disponível para visualização em toda a rede, pois é automaticamente vinculada ao cadastro do local na rede Foursquare.

<sup>78</sup> <http://na.leagueoflegends.com/>. Acesso em 10 dez. 2012

e) *Ludemas de coleta*: esse ludema é caracterizado pela ação do jogador em função da aquisição e acúmulo de bens simbólicos em um jogo. Em jogos tradicionais, principalmente os digitais, pode contemplar itens, pontos e desenvolvimento de habilidades e poderes especiais que favorecem a sua progressão em termos de experiência, os quais podem ou não ter caráter utilitário ou mesmo de diferenciação e atribuição de capital social ao jogador em relação aos outros participantes. A acumulação dos mesmos se dá sob diversas motivações, e, não obstante, pode proporcionar ao sujeito sensações de prazer, muitas vezes não diretamente relacionada a benefícios diretos (PINHEIRO e BRANCO, 2011, p. 7). Além disso, de acordo com regras próprias a cada jogo, pode ser possível a obtenção dos mesmos de forma individual, através de esforços unicamente do jogador, ou podem, também, ter natureza social, sendo necessário para isso, que dois ou mais jogadores se articulem para a aquisição, dependendo diretamente da ação do outro para que haja a coleta do item.

Rebs (2012, p. 2-3) entende o ato de colecionar bens simbólicos em jogos em redes sociais no ciberespaço (principalmente no Facebook e Orkut) como uma modalidade de consumo, que reflete a escolha do jogador, e que não está ligado diretamente ao seu caráter funcional, mas que possuem qualidades de diferenciação entre sujeitos inseridos em uma rede. Esses bens simbólicos (BOURDIEU, 1974) estão relacionados às práticas e valores individuais, expressos em informações referentes àquele que os possui; ou seja, no caso dos jogos, eles refletem de algum modo as apropriações do jogador das possibilidades oferecidas pelo sistema. Para a autora, eles parecem representar

[...] um significado diferenciado para o seu proprietário que parece estar associado diretamente ao 'prazer' de adquiri-los e de integra-los aos outros elementos de uma mesma natureza de sua coleção virtual" (REBS, 2012, p. 12).

Parece-nos que aqui temos um ludema fundamental do Foursquare no tocante às suas dinâmicas de jogo, e que está diretamente ligado a outros expostos anteriormente, como o de performance cognitiva e de exploração. Como dissemos anteriormente, a rede social móvel aqui estudada se baseia na realização de *check-ins*, que informam a localização geográfica do usuário, em uma camada

informacional vinculada diretamente à infraestrutura e configuração espacial das cidades em sua materialidade. As *badges* são, portanto, recompensas simbólicas que os participantes da rede recebem pelo compartilhamento e uso frequente da mesma, que podem ser de diversos tipos: medalhas padrão do sistema, de expertise, de cidades, ou ainda de parceiros comerciais e institucionais do Foursquare. Esses distintivos são expostos em uma área específica de cada perfil individual construído na rede, na forma de um rol de premiações, que como dissemos, estão relacionadas às atividades desempenhadas pelo sujeito em seu cotidiano.

Elas estão, também, diretamente ligadas à exploração do espaço urbano, à descoberta e frequência a novos locais, e também a preferências culturais, gastronômicas e de lazer. Como dissemos, os processos de ativação das *badges* não são, em um primeiro momento, expostos de forma clara para o conhecimento prévio do usuário; elas são desbloqueadas de diversas formas: a partir da combinação de diferentes *check-ins* em locais pertencentes à mesma categoria, registros frequentes na mesma *venue*, atividades conjuntas de amigos em uma rede, número elevado de *check-ins* em um mesmo local ao mesmo tempo, entre outros. Nesse sentido, percebemos a questão da imprevisibilidade do resultado da ação como inerente ao fornecimento de tais medalhas, além da alteração de um estado inicial em função da resposta do sistema ao comando iniciado pelo sujeito – como elemento de ligação entre um bem simbólico potencialmente adquirível e sua obtenção – ou, como utilizamos anteriormente, o conceito de *achievements*, característico das mecânicas de *gameplay*.

Ora, esse é o princípio básico para a existência do ludema para Pinheiro e Branco (2011). Como os autores afirmam, a lógica dos ludemas e sua aplicação podem ultrapassar o campo do que é facilmente reconhecível como jogo, e perpassar também outros aspectos da vida social – o que confirma a ideia da ocorrência do fenômeno aqui estudado em todas as esferas da vida humana em sociedade. Entretanto, aqui percebemos a aplicação direta do conceito de *gamificação* pelo Foursquare, relacionada especificamente com o ludema de coleção e acúmulo de *badges* como lógica principal da incorporação de dinâmicas de jogo a uma rede social móvel, objetivando, assim, atrair e reter usuários no

sistema; além de proporcionar uma sensação de prazer e amplificar a ideia de diversão causada pela utilização da rede.

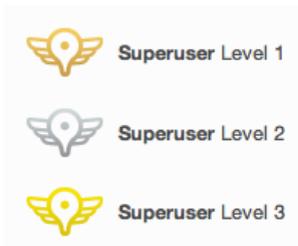
Os autores ainda acrescentam que, em relação aos ludemas de coleta, é um indício da existência dos mesmos a manutenção, em sites, blogs e fóruns de jogadores, de manuais e dicas com o propósito de facilitar a obtenção de tais bens simbólicos, tornando o processo menos trabalhoso e imprevisível. Tal prática, conhecida como *cheat*, é bastante recorrente e característica em jogos digitais, se configurando como uma estratégia por parte do jogador para enganar o sistema de um jogo; principalmente através do reconhecimento de falhas na programação do mesmo, as quais, quando descobertas pelos jogadores, funcionam como vias alternativas na resolução de problemas, avanço de níveis ou mesmo obtenção fácil de itens – essa última, diretamente relacionada com o ludema em questão.

Caillois (1990) entende os jogadores que violam o sistema de regras existente em um jogo como estratégia de obtenção de vantagens, tanto em relação ao próprio jogo, quanto a outros jogadores, como *estraga-prazeres*. Embora tal prática represente uma possível ameaça ao ambiente no qual o jogo se desenvolve, o autor afirma que, quando um jogador subverte as regras vigentes no mesmo, ao mesmo tempo em que pode ser considerado um ato de rebeldia, pode ser visto como uma prova de reconhecimento às mesmas; portanto, ela representa uma subversão não do jogo em si, mas da obediência dos jogadores à sua regulamentação – e, por isso, não compromete o campo imaterial lúdico do qual eles participam.

Durante a realização da pesquisa de campo dessa dissertação, encontramos diversos sites dedicados a desvendar as dinâmicas de obtenção de medalhas no Foursquare, alguns contendo detalhadas todas as *badges* disponíveis e os modos de obtenção das mesmas, como dissemos anteriormente nesse capítulo – inclusive, fornecendo estratégias de burlar o sistema de geolocalização da rede, através da instalação de aplicativos adicionais em computadores e dispositivos móveis, ou mesmo indicando formas de *check-in* remoto em locais nos quais o usuário não se encontra fisicamente.

Acrescentamos, ainda, o título de SuperUsuários (SU), o qual é concedido a alguns poucos indivíduos que adquirem privilégios especiais na rede Foursquare, como ferramentas administrativas, de edição e eliminação de cadastros de *venues*, além de reportar atividades suspeitas – os quais recebem, como estratégia de diferenciação dos demais, um emblema especial de acordo com o nível de SU ao qual pertencem, visível por todos em sua página de perfil (figura 71):

Figura 71: *Badges* concedidas a SuperUsuários



Fonte: <http://www.foursquare.com>. Acesso em 05 dez 2012

Entretanto, existe ainda um último ludema de acordo com a perspectiva de Pinheiro e Branco (2011), que também parece convergir em direção ao acúmulo desses bens simbólicos, e que também consideramos de fundamental importância para o objeto aqui estudado.

f) *Ludemas sociais*: este tipo de ludema ocorre quando um jogador atua em função das possibilidades de interação social proporcionada por um jogo, baseado não apenas na presença de outros jogadores simultaneamente, mas sim, em função da afetação que essa presença tem em relação ao jogador. Ou seja, o fato de existir a possibilidade de interação não garante a ocorrência do ludema social; mas sim, a partir do momento em que a presença do outro faz com que sejam tomadas ações em função da mesma. Essa interação pode se dar de diversos meios: através da utilização de campos textuais onde um jogador se comunica com outros, pelo uso de microfones, entre outros, proporcionadas pelo sistema de regras do jogo. Aqui são abarcadas tanto as relações baseadas na cooperação dos usuários, objetivando angariar forças e recursos para o atingimento de um objetivo comum, como também as de caráter conflituoso, como a competição.

Percebemos também a existência do ludema social como intrínseco ao caráter de jogo que o Foursquare possui, em processos interacionais entre os sujeitos, tanto de cooperação, quanto de conflito, uma vez que a ambos se dão primordialmente através de ações individuais (*check-ins*) ou mesmo coletivas. Nos casos de cooperação, existem *badges* que só podem ser desbloqueadas a partir de do *check-in* conjunto do usuário com três amigos, caso da *Player Please* (figura 72), ativada quando um usuário se registra em um local no Foursquare ao mesmo tempo que mais três pessoas do sexo oposto pertencentes à sua rede de amigos; ou mesmo sendo necessária uma grande concentração de pessoas ao mesmo tempo, como as categorias *Swarm* (acima de 50 *check-ins* simultâneos no mesmo lugar), *Super Swarm* (acima de 250), *Super Duper Swarm* (500 registros) e *Epic Swarm* (acima de 1000), conforme ilustra a figura 73:

Figura 72: *Badge Player Please*



Fonte: <http://www.foursquare.com>. Acesso em 10 jan 2013

Figura 73: *Badges* desbloqueadas a partir de *check-ins* em massa de usuários do Foursquare



Fonte: <http://www.foursquare.com>. Acesso em 10 jan 2013

Vimos, quando trouxemos Simmel (1982) à discussão no capítulo 4, buscando entender a questão da interação social e, especificamente, do conflito como um elemento essencialmente socializante, que a competição desempenha papel fundamental nos fenômenos humanos em sociedade. Longe de possuir um aspecto negativo, para Simmel ela perpassa todos os processos sociais, como a comunicação e o jogo – particularmente, área de interesse dessa dissertação. Assim, a competição se apresenta como elemento de construção simbólica sobre o

mundo, através da *práxis* social humana. Podemos também recuperar que, haja vista que tratamos aqui de um objeto que possui íntimas relações com noções de território, espaço físico e a forma como pensamos e vivenciamos o mesmo, através de imbricações entre camadas informacionais no ciberespaço e as cidades contemporâneas; acreditamos assim que a competição, quando aplicada a uma rede social móvel que possui também um forte caráter de jogo, emerge como um paradigma desse trabalho.

Nos casos de conflito e competição, percebemos também a existência do ludema social como intrinsecamente ligado ao já dito, de coleta e acúmulo de bens simbólicos. O sistema Foursquare comporta – e incentiva – a competição entre os usuários como forma de manutenção da rede e estímulo para a ação principal à qual ela se destina: tornar a relação do sujeito com a cidade mais divertida e lúdica, através de sua utilização. Além das *badges*, sabemos que a rede social também dispõe de outras formas de competição, próprias das mecânicas de *gameplay*: o placar com o *ranking* semanal, construído a partir dos pontos obtidos a cada *check-in* (e que podem variar desde a assiduidade a uma *venue* específica, até a realização frequente de registros com amigos), e a disputa pelo título de Prefeito de um local.

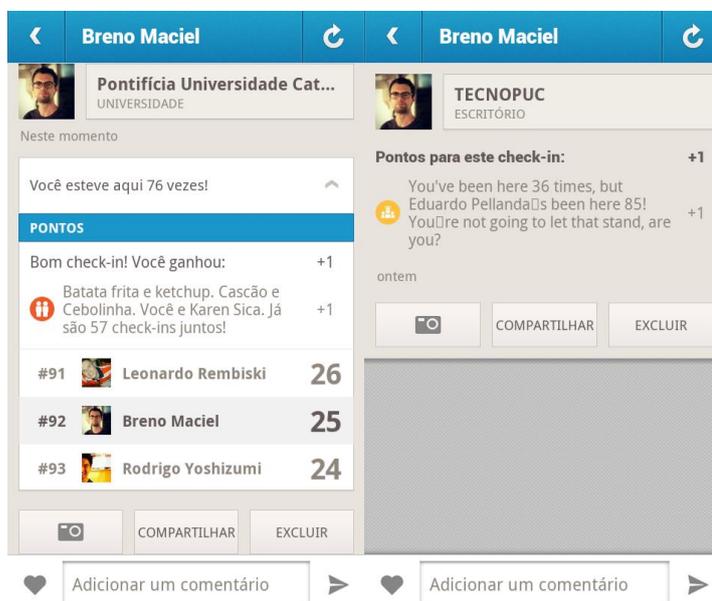
Em relação ao placar, quanto maior o número de *check-ins* realizados, maior o número de pontos. Interessante observar que o sistema privilegia tanto a frequência, conferindo pontuação diferenciada em locais nos quais um usuário detém a prefeitura, quanto a descoberta de novos estabelecimentos e *venues*. Como já dissemos, a lógica interna que regula a atribuição de pontos não é clara e não é fornecida pelo Foursquare – o que também confere um fator de imprevisibilidade a cada registro que o usuário efetua na rede. Contudo, durante a pesquisa de campo realizada para essa dissertação, percebemos que o sistema valoriza *check-ins* frequentes com usuários pertencentes à mesma rede, inclusive inserindo mensagens amigáveis<sup>79</sup> ou incentivando a competição entre os mesmos (figura

---

<sup>79</sup> “Batata frita e ketchup. Cascão e Cebolinha. Você e Karen Sica. Já são 57 check-ins juntos!”

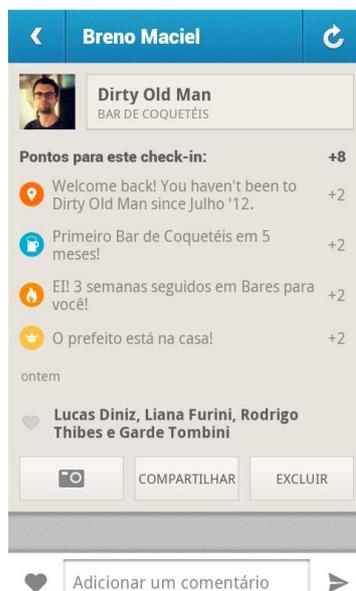
74)<sup>80</sup>, além de informar a frequência, ou retorno a locais os quais não são visitados há algum tempo (figura 75).

Figura 74: mensagem com atribuição de pontos por *check-in* realizado com contato da rede do autor no Foursquare, à esquerda; e incentivando a competição entre amigos na rede, à direita.



Fonte: o autor (2013)

Figura 75: mensagem com atribuição de pontos por *check-in* realizado



Fonte: o autor (2013)

<sup>80</sup> Na tradução livre, "Você esteve aqui 36 vezes, mas Eduardo Pellanda esteve 85! Você não vai deixar isso durar, vai?". O texto original é "You've been here 36 times, but Eduardo Pellanda is been here 85! You're not going to let that stand, are you?".

## 7.2 – OUTROS JOGOS PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS QUE SE UTILIZAM DA BASE DE DADOS DO FOURSQUARE E O USO DE APIS.

Podemos, ainda, acrescentar a existência de jogos móveis propriamente ditos, que utilizam a base de dados do Foursquare através da incorporação de sua API, para a radicalização dos conceitos aqui trabalhados. Podemos citar três exemplos que nos parecem bem representativos das potencialidades da transformação e apropriação da rede social em jogo, funcionando com a mesma de forma conjunta. O primeiro caso é o World of Fourcraft, que será descrito a seguir.

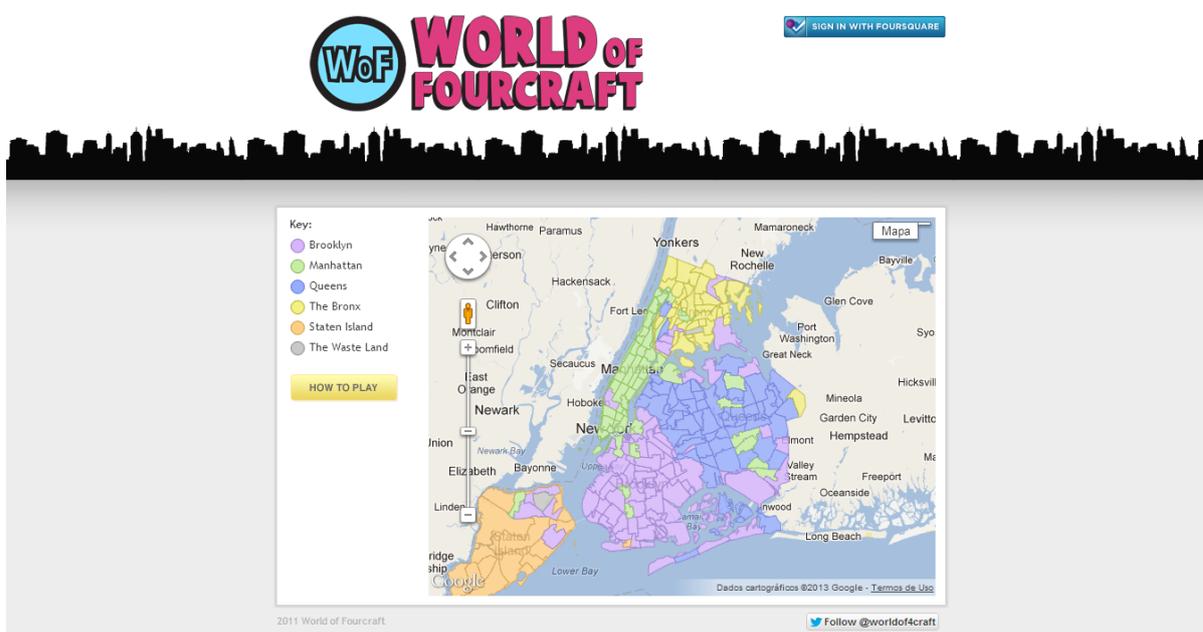
### 7.2.1 - O WORLD OF FOURCRAFT (WOF)

Jogo lançado pelo próprio Foursquare em 2011, durante o evento *Game Hackday*, somente na cidade de Nova York. Através do vínculo da conta do usuário na rede social ao jogo, deve ser escolhida uma das seis áreas selecionadas como uma espécie de time: Brooklin, Manhattan, Queens, The Bronx, Staten Island e The Waste Island. O jogo utiliza a base de dados do próprio Foursquare e o sistema de mapas do Google (*Google Maps*) para transformar a cidade literalmente em um tabuleiro (*game board*), elemento muito conhecido e presente em diversos tipos de jogos populares. O objetivo do jogo, assim, é unir forças com outros jogadores que pertencem ao mesmo time regional (*Borough Buddies*), para efetivamente “enxamear” (*swarm over*) um território adversário, realizando *check-ins* em massa no Foursquare, os quais são contabilizados e transformados em pontos – sendo possível, assim, destituir uma equipe rival e conquistar o seu território.

O jogo combina elementos de jogos de tabuleiro tradicionais, como o conhecido *War*, com o *World of Warcraft* (jogo de colaboração online). A cada vez que um usuário de um time se registra em um espaço do time adversário, é como se fossem sendo colocados exércitos no local. Quando, por exemplo, o número de *check-ins* de usuários de Manhattan na área pertencente ao Bronx for maior do que o do próprio time local, o espaço é “roubado” e concedido ao time adversário. Cada equipe possui uma cor que a caracteriza e que, exibida no mapa disponível no site

do projeto<sup>81</sup>, possibilita que se acompanhe o andamento do jogo, através das áreas com cores diferenciadas (figura 76). Não é necessária a instalação de nenhum aplicativo ou ação adicional por parte do jogador: uma vez que ele vincule sua conta no serviço ao jogo, os seus próximos *check-ins* são automaticamente contabilizados para a equipe de sua escolha, ou seja, passa-se a jogar efetivamente simplesmente pelo deslocamento físico pela cidade e utilização da rede social.

Figura 76: site do projeto World of Fourcraft, exibindo o mapa de Nova York com as áreas de domínio das equipes representada por cores diversas



Fonte: <http://www.worldoffourcraft>. Acesso em 12 dez. 2012.

Segundo a página do projeto, não há premiação para a equipe que dominar uma equipe rival, exceto a satisfação pela conquista e expansão dos domínios de sua equipe. Entretanto, os desenvolvedores pensam em aplicar à dinâmica do jogo níveis de dificuldade, assim como é comum em jogos eletrônicos, à medida que avanços vão sendo feitos. Não foi possível localizar a quantidade de jogadores ativos no sistema, uma vez que o dado não se encontra disponível na página oficial; porém, como foi informado por um dos criadores do WoF em entrevista<sup>82</sup> durante o evento, a proposta é justamente potencializar a transformação do espaço público

<sup>81</sup> <http://www.worldoffourcraft.com>. Acesso em 10 mar. 2012.

<sup>82</sup> <http://wiki.gamehackday.org/nyc11/show/World+of+Fourcraft>. Acesso em 10 mar. 2012.

das cidades em ambientes mais divertidos e lúdicos. Além disso, parece representar também um incentivo ao engajamento no Foursquare, tornando a sua utilização ainda mais baseada em elementos de competição e conflito – entretanto, dessa vez elevando a sua abrangência não somente entre usuários, mas sim entre bairros e regiões vizinhas em uma mesma cidade.

### 7.2.2 - O CASO DO METROPOLI

Em 2011, três estudantes da Universidade de Miami, nos EUA, desenvolveram uma ideia similar a exposta anteriormente: se aproveitar das dinâmicas típicas de tradicionais jogos de tabuleiro e incorporá-las ao ambiente das cidades, valendo-se para isso das possibilidades de conexão constante à rede através de dispositivos móveis, e também a base de dados do Foursquare, disponível para utilização na forma de API por programadores e desenvolvedores de aplicativos móveis. A premissa básica do jogo inicialmente chamado Foursquaropoly (junção do nome da rede social com o popular jogo de tabuleiro *Monopoly* – no Brasil conhecido como Banco Imobiliário), e depois renomeado para Metropoli, era a transposição das regras e lógica do jogo supra citado para as ruas da cidade. Assim, de acordo com o vídeo promocional<sup>83</sup> disponibilizado na página do projeto<sup>84</sup>, o objetivo é, de maneira semelhante às rotinas do tradicional jogo de tabuleiro, comprar, acumular e vender propriedades, como edifícios, monumentos e companhias de serviços (figura 77).

---

<sup>83</sup> <http://vimeo.com/28431085>. Acesso em 15 jan. 2013.

<sup>84</sup> <http://www.metropoligame.com/>. Acesso em 05 ago. 2012.

Figura 77: página do jogo Metropoli



Fonte: <http://www.metropoligame.com/>. Acesso em 20 out. 2012.

Entretanto, essas propriedades não são outras senão aquelas existentes de fato no espaço físico das cidades. Por meio da instalação de um aplicativo no telefone celular do jogador e incorporação de sua conta no Foursquare, o jogo rastreia as *venues* cadastradas no sistema da segunda rede, as quais podem ser adquiridas, e passam a constar na rede do Metropoli como sendo de propriedade de um jogador. A exemplo de como ocorre na sua versão de tabuleiro, o jogador se movimenta pelo espaço físico das cidades como um peão, e a cada *check-in* realizado, o proprietário recebe um valor correspondente ao aluguel do local, em uma moeda virtual no jogo – mesmo que o registro realizado por outros seja exclusivamente pelo Foursquare, e não tenha diretamente o objetivo de jogo.

Até a última data de análise desse trabalho, o jogo ainda se encontrava em desenvolvimento, portanto, não foi possível verificar seu funcionamento ou mesmo realizar alguma observação do mesmo; acreditamos que devido a problemas relacionados a marcas e direitos de uso. Entretanto, percebemos que a iniciativa dos estudantes parece ter inspirado a criação de uma versão similar pela empresa

brasileira Estrela<sup>85</sup>, detentora dos direitos de uso do Monopoly no Brasil, lançada em 2012, denominada Banco Imobiliário Geolocalizado, conforme veremos a seguir.

### 7.2.3 - O BANCO IMOBILIÁRIO GEOLOCALIZADO

Lançado em maio de 2012 pela empresa Estrela, o jogo móvel Banco Imobiliário Geolocalizado, em parceria com o Banco Itaú<sup>86</sup> e a agência DM9DDB<sup>87</sup>, busca expandir o caráter social próprio do jogo, e, inspirados pela experiência do Metropoli, transformar a relação dos sujeitos com a cidade em uma experiência mais divertida e lúdica, através do uso de redes informacionais e de dispositivos móveis com tecnologias de geolocalização. Através da instalação no telefone celular e da criação de uma conta no serviço, o jogador deve também vincular a sua conta no Foursquare à rede, e, a partir desse momento, se utilizar da base de dados para adquirir, negociar e vender bens simbólicos do jogo (imóveis) correspondentes àqueles disponíveis no espaço físico da cidade (figura 78).

Figura 78: aplicativo para dispositivos móveis do jogo Banco Imobiliário Geolocalizado



Fonte: <http://macmagazine.com.br/2012/05/10/estrela-lanca-banco-imobiliario-geolocalizado-totalmente-adaptado-para-iphonesipods-touch/>. Acesso em 20 out. 2012.

A mecânica do jogo em sua versão geolocalizada para dispositivos móveis (existe uma outra que não utiliza a localização do jogador) é bastante semelhante à sua versão de tabuleiro: o jogador inicia com uma certa quantidade de dinheiro virtual, e, a partir disso e condicionado à sua localização geográfica, pode adquirir

<sup>85</sup> <http://www.estrela.com.br>. Acesso em 21 de nov. 2012.

<sup>86</sup> <http://www.itaubank.com.br>. Acesso em 21 de nov. 2012.

<sup>87</sup> <http://www.dm9ddb.com.br>. Acesso em 21 de nov. 2012.

imóveis ou, quando os mesmos já possuírem dono, pagar uma quantia referente ao aluguel do local. O jogador recebe também uma conta bancária fictícia no Itaú, a qual pode ser movimentada, com depósitos, retiradas e até solicitando empréstimos para a aquisição de propriedades (figura 79).

Figura 79: conta bancária do jogo Banco Imobiliário Geolocalizado



Fonte: <http://macmagazine.com.br/2012/05/10/estrela-lanca-banco-imobiliario-geolocalizado-totalmente-adaptado-para-iphonesipods-touch/>. Acesso em 20 out. 2012.

Quando o jogador realiza *check-in* em algum local, imediatamente o registro é informado ao sistema Foursquare, ou seja, não é necessária a utilização das duas redes, basta que o procedimento seja realizado via aplicativo do jogo. Também é possível procurar por amigos que também joguem a versão geolocalizada do jogo e agrega-los a uma rede interna de contatos, e é permitido também enviar mensagens convidando outros contatos a aderirem à rede. Além disso, de forma semelhante ao que ocorre no jogo tradicional de tabuleiro, nessa versão, a cada *check-in* realizado, o jogador recebe uma carta sorte-revês, que pode desde fornecer benefícios, como ganhos financeiros inesperados, ou o pagamento de supostas dívidas, e ainda retirá-lo temporariamente do jogo, mandando-o para a prisão.

Há ainda a possibilidade de obtenção de *badges* próprias ao jogo, que qualificam desde bons investidores que adquirem um imóvel virtual a um preço baixo e depois os revendem obtendo lucro, até aos acumuladores - o que também

corresponde a bens simbólicos típico das mecânicas de *gameplay*, além da existência também de um placar exibindo tanto a classificação de jogadores mais bem sucedidos por cidade, ou entre amigos dentro da rede interna do jogador.

De acordo com o vídeo<sup>88</sup> divulgado quando do lançamento do jogo, o objetivo é fazer com que as pessoas explorem o espaço urbano através da recuperação do sentido lúdico sobre o mesmo, inserindo aí dinâmicas de jogo buscando promover a interação social inerente ao jogo e a competição como modificadores também das relações dos sujeitos com a cidade.

Não analisaremos detalhadamente cada aspecto dos exemplos de jogos acima descritos, uma vez que o objetivo citando-os é confirmar a potencialidade do Foursquare enquanto jogo móvel locativo, e sua apropriação por parte de terceiros na criação de novos produtos e exploração de mercados relacionados à rede. Sendo assim, cremos ser possível agora expor os perfis de usuários que analisamos como pesquisa de campo de participantes da rede social móvel em questão, os quais foram selecionados de acordo principalmente com o comportamento e hábitos dos mesmos no Foursquare. Trataremos disso a seguir.

---

<sup>88</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=W9rhA003E2o>. Acesso em 21 set. 2012.

## 8. OBSERVAÇÕES COMPLEMENTARES DE PERFIS E ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS

Nesse capítulo serão apresentados os dados obtidos a partir do acompanhamento dos perfis selecionados e a interpretação do autor em relação às informações coletadas nos mesmos, buscando identificar a apropriação da rede social móvel Foursquare como jogo. Tendo em vista que partiremos de uma análise primariamente quantitativa dos mesmos, para posteriormente utilizarmos os indícios obtidos como *corpus* de análise qualitativa, procederemos a partir dos seguintes critérios:

a) *Verificação da participação frequente dos usuários na rede:* a partir da relação entre a quantidade de *check-ins* realizados por cada um deles, e os dias fora – ou seja, os dias em que o serviço Foursquare foi utilizado pelos mesmos – cremos que tal critério pode fornecer indícios sobre os hábitos de cada um dos perfis analisados, principalmente no tocante à assiduidade dos mesmos na rede. Julgamos *sine qua non* que o usuário seja ativo na rede, haja vista que o comportamento que aqui buscamos identificar é bem específico e não atinge a totalidade de possibilidades de apropriação do sistema;

b) *As prefeituras simultâneas:* a conquista de prefeitura constitui o que chamamos de competição por eliminação, uma vez que, para que se obtenha tal título, é necessário destituir do posto o antigo prefeito. Ainda, é possível, como já dissemos, a criação de novas *venues* no Foursquare, mesmo que duplicadas, as quais podem inclusive ser fictícias, não possuindo nenhum tipo de correspondência com locais fisicamente existentes. Entendemos que tal prática, quando realizada, constitui também aspectos de jogo por parte do usuário, o qual deseja não somente se engajar em processos competitivos, mas também de acúmulo das mesmas. De tal maneira, investigamos, com base no número de prefeituras, a importância que tais itens possuem para os usuários;

c) *Análise das badges:* como dissemos, a divisão das medalhas em três categorias também pode ser um fator de verificação da apropriação do Foursquare como um jogo pelos usuários analisados. Partiremos da premissa que a obtenção

das *badges* de parceiros e de cidades (principalmente aquelas não disponíveis para ativação em território brasileiro) não é possível exceto se o usuário se deslocar fisicamente até os países ou locais aos quais elas estão vinculadas, ou se utilizada alguma estratégia, como *check-ins* falsos a partir de estratégias disponíveis em sites dedicados a tal prática, como expusemos em capítulo anterior. Tanto este item, quanto o anterior, constituem a inserção do usuário na dinâmica do jogo Foursquare a partir da competição por acúmulo de bens simbólicos (BOURDIEU, 1974).

Para tanto, selecionamos dez perfis no Foursquare, os quais foram acompanhados diariamente pelo período de dois meses, entre dezembro de 2012 e janeiro de 2013, intentando capturar as ações que cada um deles realiza e as suas possíveis estratégias de jogo, para a progressão do mesmo na dinâmica do sistema. Com o objetivo de fornecer subsídios para a análise, primeiramente coletamos os dados de forma quantitativa, para posteriormente, realizar a interpretação dos mesmos, com base em nossas observações durante a pesquisa de campo. Tal método nos parece adequado, embora pareça que as abordagens quanti e qualitativas excluem-se mutuamente ou são incompatíveis. A esse respeito, Fragozo *et al* (2011, p. 67) afirmam que é possível a utilização das duas perspectivas como complementares, “[...] a serem mobilizadas conforme os objetivos de cada pesquisa, de forma integrada ou em etapas sucessivas”.

Destarte, foram enviadas solicitações de incorporação dos mesmos à rede pessoal do autor no Foursquare, e, dos dez selecionados, nove foram atendidas. Isso permitiu acompanhar as atividades daqueles perfis; entretanto, no caso do perfil que não obtivemos resposta até a data final da coleta dos dados, foi analisado a partir dos elementos disponíveis para visualização pública, os quais serão relatados aqui até a data da última verificação, em 31 de janeiro de 2013. Anotações no decorrer desse período de observação também foram realizadas, bem como capturas de tela registradas nas versões móvel e *web* do sistema, para que pudessemos registrar essas ações e catalogá-las.

De tal maneira, uma vez que o Foursquare é uma rede considerada por muitos usuários como íntima e invasiva (já que revela hábitos de deslocamento espacial, sendo muitas vezes possível, inclusive, obter o endereço residencial dos

mesmos), não faremos a identificação nominal em relação aos perfis analisados. Ao invés disso, utilizaremos o termo “usuário 1”, e assim sucessivamente. Além disso, quando forem utilizadas imagens e capturas de tela de seus perfis no Foursquare, procederemos à utilização de desfoque em seus nomes e fotografias, com o mesmo objetivo.

## 8.1 - DADOS QUANTITATIVOS DOS PERFIS ANALISADOS

Em relação aos perfis analisados, com vistas a testar o procedimento metodológico adotado e a premissa de que, a partir da apropriação da rede social Foursquare e a sua transformação em jogo móvel locativo, os usuários passariam a adotar comportamentos condizentes a tal – como competição, acúmulo de medalhas, principalmente aquelas mais difíceis de serem obtidas – analisamos os perfis especificamente no tocante aos bens simbólicos possuídos pelos mesmos, enquanto elemento de distinção na rede, a saber: a quantidade de *check-ins* realizados e dias fora; as *badges*, em suas diferentes categorias, por nós já expostas; e as prefeituras que os usuários possuíam. Os dados coletados são os seguintes:

### Usuário 1

- Quantidade de *check-ins*: 4.229
- Dias fora: 574
- *Badges*: 36
  - Foursquare: 24
  - Expertise: 12
  - Parceiros: 0
- Prefeituras simultâneas: 48

## Usuário 2

- Quantidade de *check-ins*: 9.541
- Dias fora: 352
- *Badges*: 277
  - Foursquare: 108
  - Expertise: 36
  - Parceiros: 121
- Prefeituras simultâneas: 111

## Usuário 3

- Quantidade de *check-ins*: 6.387
- Dias fora: 403
- *Badges*: 36
  - Foursquare: 21
  - Expertise: 15
  - Parceiros: 0
- Prefeituras simultâneas: 95

## Usuário 4

- Quantidade de *check-ins*: 2.574
- Dias fora: 735
- *Badges*: 61
  - Foursquare: 34
  - Expertise: 16
  - Parceiros: 11
- Prefeituras simultâneas: 8

### Usuário 5

- Quantidade de *check-ins*: 3.607
- Dias fora: 729
- *Badges*: 49
  - Foursquare: 27
  - Expertise: 12
  - Parceiros: 10
- Prefeituras simultâneas: 11

### Usuário 6

- Quantidade de *check-ins*: 2.417
- Dias fora: 317
- *Badges*: 54
  - Foursquare: 28
  - Expertise: 18
  - Parceiros: 8
- Prefeituras simultâneas: 17

### Usuário 7

- Quantidade de *check-ins*: 3.810
- Dias fora: 498
- *Badges*: 37
  - Foursquare: 24
  - Expertise: 12
  - Parceiros: 1
- Prefeituras simultâneas: 17

**Usuário 8**

- Quantidade de *check-ins*: 3.111
- Dias fora: 472
- *Badges*: 30
  - Foursquare: 20
  - Expertise: 10
  - Parceiros: 0
- Prefeituras simultâneas: 16

**Usuário 9**

- Quantidade de *check-ins*: 4.589
- Dias fora: 440
- *Badges*: 32
  - Foursquare: 20
  - Expertise: 12
  - Parceiros:
- Prefeituras simultâneas: 28

**Usuário 10**

- Quantidade de *check-ins*: 7.377
- Dias fora: 480
- *Badges*: 49
  - Foursquare: 29
  - Expertise: 19
  - Parceiros: 1
- Prefeituras simultâneas: 74

Com o objetivo de facilitar a visualização dos dados obtidos, indicamos a seguinte tabela:

Tabela 1: dados coletados de perfis de usuários do Foursquare.

	<i>Check-ins</i>	<i>Dias fora</i>	<i>Badges</i>			<i>Prefeituras simultâneas</i>
			<i>Foursquare</i>	<i>Expertise</i>	<i>Parceiros</i>	
<b><i>Usuário 1</i></b>	4.229	574	24	12	0	48
<b><i>Usuário 2</i></b>	9.541	352	108	36	121	111
<b><i>Usuário 3</i></b>	6.387	403	21	15	0	95
<b><i>Usuário 4</i></b>	2.574	735	34	16	11	8
<b><i>Usuário 5</i></b>	3.607	729	27	12	10	11
<b><i>Usuário 6</i></b>	2.417	317	28	18	8	17
<b><i>Usuário 7</i></b>	3.810	498	24	12	1	17
<b><i>Usuário 8</i></b>	3.111	472	20	10	0	16
<b><i>Usuário 9</i></b>	4.589	440	20	12	0	28
<b><i>Usuário 10</i></b>	7.377	480	29	19	1	74

Fonte: o autor (2012).

## 8.2 – ANÁLISE QUALITATIVA DOS DADOS OBTIDOS

Expostos os dados qualitativos, procederemos agora à interpretação do autor para os mesmos, os quais serão analisados segundo os critérios já descritos anteriormente. Vale ressaltar que todos os usuários, no período observados, se revelaram frequentes no Foursquare, com no mínimo três *check-ins* realizados por dia fora (medida própria do sistema para contabilizar os dias em que foram feitos registros na rede). Isso nos permite considerar a inserção dos mesmos como ativa no objeto dessa dissertação, tanto através dos registros propriamente ditos, quanto através das dicas presentes nos perfis dos mesmos.

Creemos que, nesse ponto da pesquisa, interessa primordialmente a realização de *check-ins* em relação aos outros aspectos presentes enquanto rastros simbólicos da rede pessoal, uma vez que é a partir dele que se dão as mecânicas de jogo, como acúmulo de *badges*, pontos e competição por conquistas e manutenção de prefeituras. De tal maneira, em relação à primeira condição por nós estabelecida, de escolha de usuários com participação frequente e ativa na rede, obtida através da quantidade de *check-ins* realizados e os dias em que o serviço foi utilizado, tal critério foi fundamental para a escolha de alguns perfis em detrimento de outros.

Podemos perceber também uma distinção no tocante aos bens simbólicos da rede e sua apropriação pelos jogadores, entre aqueles passíveis de acúmulo (*badges* e pontos) e também de eliminação (prefeituras), quanto a junção desses dois aspectos. Desse modo, percebemos que, enquanto alguns usuários se preocupam primordialmente em desbloquear e acumular medalhas, outros têm por objetivo competir por prefeituras. Essas ações representam, de fato, assimilações da rede pelos mesmos, e sua transformação em jogo parece se dar a partir da importância que cada um desses itens adquire para eles.

### 8.2.1 – DAS PREFEITURAS

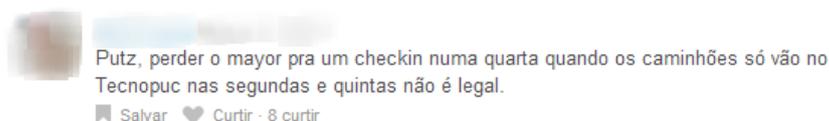
Possuir o título de *venues* no Foursquare parece desempenhar grande importância para os perfis analisados na rede social. Além do acúmulo desses títulos, percebemos, com base nas observações realizadas, que para alguns usuários (por exemplo, o 1, 3 e 10), as prefeituras são mais importantes que a conquista de medalhas fornecidas por *check-ins*, uma vez que o número das primeiras supera as *badges* em todas as suas categorias somadas.

Dentre as prefeituras, podemos perceber a existência de locais fisicamente existentes, como academias de ginástica, lanchonetes e outros estabelecimentos comerciais, bem como *venues* duplicadas, inexistentes ou mesmo subpartes das mesmas, como por exemplo, o usuário 1, que possui três prefeituras do mesmo local, porém com nomes distintos. Foi possível comprovar tal fato a partir da utilização de ferramentas de *SuperUsuário*, com a procura pelas coordenadas geográficas dos três locais (um caminhão que, em dias específicos, comercializa produtos alimentícios dentro do polo tecnológico da PUCRS, o TecnoPUC).

Durante as observações, percebemos que o usuário em questão fez um *check-in*, aparentemente falso, em um dia em que o veículo não se encontrava de fato no local, obtendo a prefeitura do mesmo; ao perceber tal fato, o antigo prefeito inseriu uma mensagem na página do local, reivindicando o fato que lhe foi tirada a prefeitura através de um registro realizado nessas circunstâncias (figura 80). Isso

nos fornece indícios de duas práticas aqui já mencionadas: primeiro, a competição por eliminação, a qual se dá exclusivamente nos processos de conquistas de prefeitura; a segunda, a prática de *check-in* falsos, haja vista que foi esse o caso, para obtenção de algum tipo de vantagem competitiva na rede social.

Figura 80: mensagem deixada na página de uma *venue* do TecnoPUC



Fonte: o autor (2013).

Outro perfil que nos chamou bastante atenção foi o do usuário 2, que se demonstrou o utilizador mais frequente da rede entre todos os analisados, e também possui diversas prefeituras em diversos estados do Brasil, como Minas Gerais, São Paulo e Rio Grande do Sul, e até na cidade de Atenas, na Grécia, perfazendo um total de 111 *mayorships* (figura 81). Em relação aos hábitos de utilização desse perfil específico, acompanhamos durante o período de observação para a construção dessa Dissertação, e pudemos constatar hábitos frequentes de *check-ins* sem que ele estivesse fisicamente no local, uma vez que diferentes registros eram feitos em estados, e até países, geograficamente distantes entre si e em um curto intervalo de tempo, como por exemplo, realizados em Zurique, na Suíça, e, 5 horas depois, novos registros feitos na Califórnia, Estados Unidos da América. A título de curiosidade, realizamos uma pesquisa sobre o tempo médio de voo entre as duas cidades, que é em torno de 15 horas, o que torna improvável o deslocamento real entre as duas cidades.

Figura 81: página do usuário 2 no Foursquare

**Luis Fernando B...**  
 Belo Horizonte, MG  
 Visto pela última vez em: South Branch Library Breckenridge

9,624 Check-ins    355 Dias fora    Always On

**Fotos**    Ver todas as 5 fotos

**Dicas**    Ver todas as 4 dicas

**Badges (277)**    See All

**Histórico (Últimos 5)**

- South Branch Library Breckenridge, CO 1 hora atrás
- Mountain Thunder Lodge Gym Breckenridge, CO 1 hora atrás
- Vista Haus Breckenridge, CO 1 hora atrás
- Peak 8 Breckenridge Breckenridge, CO 1 hora atrás
- Ten Mile Station Breckenridge, CO 1 hora atrás

**Mayorships (111)**    O que é um mayor?

- Universidade Batista
- Dançar Escola de Dança

Fonte: o autor (2013).

Uma vez que o usuário 2 foi incorporado à rede pessoal do autor no Foursquare, foi possível realizar um acompanhamento das atividades do mesmo, no tocante à conquista de pontos e sua colocação no placar. Como dissemos, o ranking dos usuários mais ativos na rede social é composto por pontos concedidos pelo sistema a cada registro, com variações que vão desde a primeira visita a um local ou o primeiro de sua rede a fazer *check-in* ali, até a alta frequência a um local e mesmo o título de prefeito. Um outro aspecto é que, quando o usuário realiza *check-in* em algum aeroporto, e logo depois, em outra cidade, o sistema contabiliza a distância geográfica entre os dois pontos informados e concede pontos extras de bônus, os quais são chamados de *milhas viajadas*.

Tal procedimento acaba por conceder uma grande quantidade de pontos, resultando em posição privilegiada no placar semanal da rede. Durante o período de coleta desses dados, o usuário 2 sempre esteve em primeiro lugar no ranking

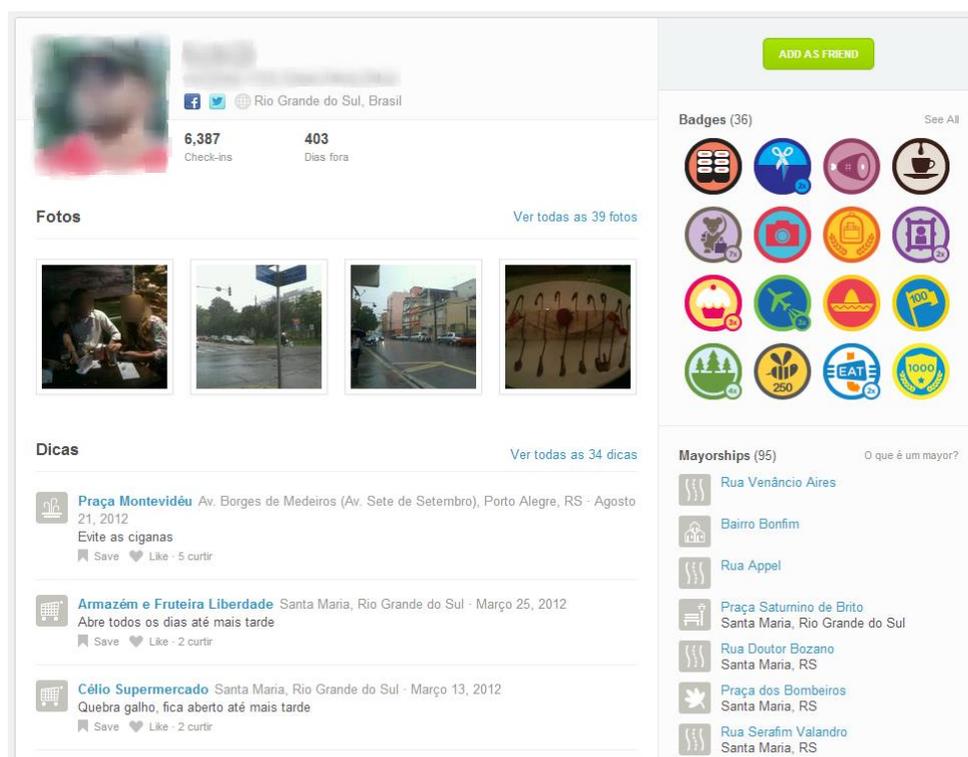
consultado, e cremos que tal manutenção se deva ao fato da realização de registros em variados locais e países com grande frequência – o que lhe garante muitos pontos, se destacando entre o maior utilizador do sistema dentre os perfis analisados.

Foi possível concluir, assim, que os bens simbólicos e registros do usuário 2 no sistema Foursquare não necessariamente correspondem aos locais físicos visitados pelo mesmo. Pudemos perceber que sua utilização se dá primordialmente com o objetivo de coletar os bens simbólicos tantos quanto forem possíveis, muitas vezes, para isso, burlando o sistema de *check-ins*, realizando-os a cada dia em um local diferente do mundo, os quais, como dissemos, e tão rapidamente, seriam impossíveis de serem viajados, mesmo com a utilização de transporte aéreo. Além disso, verificamos também que todas os progressos conquistados pelo mesmo eram compartilhados em outras redes sociais, especificamente o Facebook. Isso nos permite entender que sua progressão no Foursquare a partir de sua apropriação das dinâmicas de *gameplay* se tornam, também, importantes de replicação em outras redes sociais, pois, como vimos em Simmel (1982), a competição pode assumir um caráter individual, da conquista de benefícios reais ou simbólicos somente para si, entretanto,

Cremos que, em relação especificamente a esse usuário, que também detém o maior número de *badges* dentre os analisados, a competição se dê primordialmente através do acúmulo dos bens simbólicos, como veremos também quando forem analisadas as suas medalhas e as diferenças entre elas.

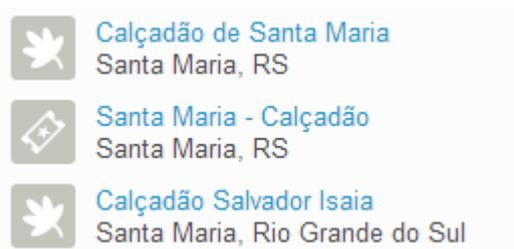
A existência de prefeituras de locais repetidos na base de dados do Foursquare foi uma ocorrência percebida também no perfil do usuário 3 (figura 82), que possui ao todo 95 *mayorships*. Dessas, a maior parte corresponde a ruas, avenidas e bairros, ou seja, áreas do espaço público, nas cidades de Santa Maria e Porto Alegre. Percebemos, especificamente no caso desse usuário, que é recorrente a existência de locais repetidos em sua lista de prefeituras, assim como foi observado no perfil 1. Em uma das ocorrências, um calçadão na cidade de Santa Maria, figura consecutivamente em sua lista de prefeituras por 3 vezes, em distintas *venues*, conforme mostra a figura 83.

Figura 82: página do usuário 3 no Foursquare



Fonte: o autor (2013).

Figura 83: local repetidos na lista de prefeituras do usuário 3.



Fonte: o autor (2013).

Entretanto, de forma distinta do perfil do usuário 2, descrito anteriormente, que detém um grande número de prefeituras obtidas principalmente através de estratégias de utilização de *check-ins* aparentemente falsos, ou seja, sem que ele esteja de fato no local em que se registra, percebemos que no caso específico do perfil 3, o processo se dê a partir da criação e registros múltiplos em *venues* que correspondem ao mesmo ponto físico onde o mesmo se encontra; porém, com o objetivo semelhante de acumular o título de *mayor* em grande quantidade de *venues* no Foursquare.

Os usuários 4, 5, 6, 7 e 8, durante nossas observações, mantiveram as mesmas prefeituras, sem grandes variações em seus números ou relações de disputa por novas, com base nos *check-ins* realizados durante esse período – porém, com registros frequentes nas mesmas, o que dá indícios de que buscam primordialmente manter-se como prefeitos desses locais. Isso nos permite também entendê-los como competidores; entretanto, a competição não é pela conquista e acúmulo de *mayorships*, mas sim a manutenção das mesmas através da assiduidade, uma vez que foi possível também observar a presença de *tips*, ou dicas, em relação a esses locais em seus perfis. Um aspecto que nos chamou atenção, dentre eles, é relativo ao usuário 4, que detém a prefeitura da *venue* correspondente à cidade de Porto Alegre. Obviamente, por se tratar de um cadastro bastante amplo na base de dados do Foursquare em comparação a outros mais específicos, como por exemplo, um bar ou uma loja, a quantidade de *check-ins* realizados por demais utilizadores da rede nessa *venue* é, também, bastante intenso. Como dissemos, quanto maior o número de registros que um local do sistema Foursquare possui, mais difícil se torna para se obter o título de prefeito do mesmo, em uma relação diretamente proporcional.

Pudemos perceber, no decorrer da pesquisa, que o proprietário do perfil 4 realiza *check-ins* quase diários na *venue* Porto Alegre, perfazendo um total de 46 registros nos últimos 60 dias, conforme informação disponível na página do local, conforme ilustra a figura 84. Isso parece confirmar a importância para o mesmo a manutenção dessa prefeitura especificamente, competindo assim pela conservação de seu posto.

Figura 84: página da *venue* corresponde à cidade de Porto Alegre.

The screenshot shows a social media interface for the city of Porto Alegre. At the top left, there is a home icon and the text "Porto Alegre" followed by "Capital dos Gaúchos, Porto Alegre, RS" and "Cidade". Below this is a map showing the city's layout with a blue location pin. To the right of the map are icons for a heart, a location pin, and a "SALVO" button. Below the map, there are statistics: "SEUS CHECK-INS 0", "TOTAL DE PESSOAS 8.132", and "TOTAL DE CHECK-INS 17.464". Below these statistics, it says "HÁ 11 PESSOAS AQUI AGORA." and "Prefeito(a):" followed by a blurred name and "46 check-ins nos últimos 60 dias". There is a section for "30 amigos estiveram aqui" with a grid of 30 small profile pictures. Below that, it says "Lugares semelhantes" and lists "Canoas, Xangri-Lá, Gramado, Esteio, Cachoeirinha". There is also a section for "Explorar o que há por perto" with links for "Restaurantes, Vida Noturna, Compras, Seções principais". At the bottom, it says "Aparece em 89 listas" and "Ver tudo" with a small image of a landscape and the text "Capitais do Brasil Criado por Murilo D. 27 Places, 258 Saves".

Fonte: o autor (2013).

Os usuários 9 e 10 possuem, também, um grande número de prefeituras, tendo sido contabilizadas 28 e 74 para cada um deles, respectivamente. Em relação ao 9 (figura 85), durante o período observado e de forma semelhante ao já exposto, percebemos uma assiduidade no tocante aos registros nos locais dos quais o mesmo possui o título, os quais consistem em *venues* correspondentes à residências, empresas e pontos de alimentação, como lanchonetes e restaurantes, nas cidades de Porto Alegre e Cachoeirinha. cremos que se trate de estabelecimentos e locais de fato frequentados pelo usuário 9, uma vez que foi constatada também a inserção de fotografias e dicas sobre os mesmos.

Figura 85: página do usuário 9 no Foursquare

The screenshot displays the Foursquare profile of 'usuário 9' in Porto Alegre, Brazil. The profile includes a profile picture, a location tag 'Porto Alegre, Brasil', and statistics: 4,589 check-ins and 440 days away. The 'Fotos' section shows 5 photos, including a stage performance, a building, a person, and a logo for 'CEJUQUINHA'. The 'Dicas' section lists 5 tips, such as 'Madam Stage' (R. Washington Luiz, 48, Porto Alegre, RS - Novembro 7, 2011) and 'Posto BR Center' (Av. Flores da Cunha, 897, Cachoeirinha, RS - Janeiro 1, 2011). The 'Badges' section shows 32 badges, including 'EAT', '100', '1000', and '10000'. The 'Mayorships' section lists 28 mayorships, including 'Grande Oriente do Rio Grande do...' (Porto Alegre, RS), 'Home T'S' (Cachoeirinha, Rio Grande do Sul), 'Sicredi Cachoeirinha' (Cachoeirinha, RS), 'L'occitane' (Porto Alegre, RS), and 'Cejuquinha' (Porto Alegre).

Fonte: o autor (2013).

Em relação às 74 prefeituras do usuário 10, elas estão divididas entre as cidades de Caxias do Sul, Fortaleza e Recife – além de uma venue em Paris, França. Consistem primordialmente também em residência, estabelecimentos comerciais e locais públicos, como parques e outras áreas ao ar livre (figura 86). Curioso observar que, especificamente no tocante à sua mayorship na capital francesa, o local se apresenta na base de dados do Foursquare como uma residência universitária, na qual o usuário se registrou duas vezes nos últimos 60 dias – período ao qual nos dedicamos ao acompanhamento das atividades dos perfis aqui selecionados. Interessante notar que não foram feitos outros *check-ins* na cidade de Paris, apenas na *venue* descrita, a qual também não apresenta fluxo de pessoas, tendo somente duas pessoas se registrado na mesma desde a sua criação (figura 87).

Figura 86: página do usuário 10 no Foursquare

**7,377** Check-ins    **480** Dias fora

**Fotos** Ver todas as 32 fotos

**Dicas** Ver todas as 3 dicas

- Zaffari** Caxias do Sul, RS - Março 15, 2012  
Adoro Zaffari!!  
Save Like - 3 curtir
- Coliseu** - Março 25, 2012  
Pessssssssimo atendimento!!  
Save Like
- Casa do Frango Sushibar** Fortaleza, CE - Janeiro 3, 2012  
2h para ser atendido, entre a espera e a entrega dos pratos! Além de na terceira tentativa o sal foi entregue.

**Badges (49)** See All

**Mayorships (74)** O que é um mayor?

- Far From My Monster RS
- Área Verde Caxias do Sul, RS
- Mercado Monte Castelo Caxias do Sul, RS
- Rua Francisco Steffi Caxias do Sul, RS
- Igreja

Mostrar tudo

Fonte: o autor (2013).

Figura 87: página de *venue* da qual o usuário 10 possui o título de prefeito, em Paris

**Terrasse De L'etudiant Bastille**  
Residence universitaire Bastille, Paris, Ile-de-France, France  
República Masculina (Editar)

SEUS CHECK-INS: 0    TOTAL DE PESSOAS: 2    TOTAL DE CHECK-INS: 3

Prefeito(a): [User Name]  
2 check-ins nos últimos 60 dias

Explorar o que há por perto  
Restaurantes, Vida Noturna, Compras, Seleções principais

Fonte: o autor (2013).

### 8.2.2 – DAS BADGES

Aqui, encontramos um aspecto fundamental no tocante à apropriação da rede social móvel pelos seus utilizadores, a partir das dinâmicas de *gameplay* presentes na mesma, já descritas em capítulo anterior. Como dissemos, as *badges* se configuram como *achievements*, ou seja, medalhas concedidas ao participante da

rede como representações na rede de suas preferências, locais mais frequentados, como os de expertise. Além disso, as medalhas de parceiros, com formato diferenciado, são promocionais e possíveis de desbloqueio somente mediante a condição de seguir as páginas institucionais das mesmas no Foursquare, além de realizar *check-in* em locais previamente designados pelos parceiros como sendo válidos para a ativação das insígnias.

Considerando a divisão das medalhas disponíveis de ativação no sistema por nós exposta no capítulo 5, entre padrão, de expertise, de cidades e de parceiros, procederemos à análise daquelas disponíveis nos perfis selecionados, partindo do pressuposto que elas se apresentam em diferentes níveis de dificuldade para serem obtidas, demandando, portanto, esforços distintos do usuário para a sua obtenção.

Logo, não serão consideradas aqui *badges* fornecidas quando do início de utilização da rede, como a *Newbie* e a *Local*, as quais são fornecidas, respectivamente, com o primeiro *check-in* e a partir do 25º registro na mesma cidade. Além disso, essas são comuns a todos os perfis analisados, haja vista que são utilizadores frequentes e engajados nas dinâmicas da rede. Nesse sentido, serão priorizadas as *badges* de expertise e de parceiros, buscando identificar, primordialmente, aquelas que indiquem algum tipo de apropriação de dinâmicas de jogo no Foursquare, no tocante à sua obtenção a partir de códigos, palavras-chave que necessariamente devem ser inseridas em campos específicos ou parceiros da rede social que devem ter suas atualizações acompanhadas, como anteriormente dito.

Durante o período observado, o usuário 1 obteve 5 medalhas do Foursquare, sendo que dessas, 4 são da categoria expertise e 1 padrão (a *Swimmers*, dedicada a locais próximos a água, como praias, lagos e rios), tendo progredido em nível em duas delas: a *Mall Rat* (para frequentadores de centros de compras) e a *Great Outdoors* (frequência a diferentes locais ao ar livre). As outras duas de expertise correspondem à *badge Bento*, para apreciadores de culinária japonesa, e a *Ziggy Wagon*, concedida a partir de três *check-ins* realizados em pontos de alimentação vendidos em caminhões e similares. Interessante observar que o desbloqueio dessa última se deu durante a obtenção do título de prefeito com

a realização do registro no dia em que o veículo não se encontrava de fato no local, o que levou quem detinha o título do local anteriormente a expressar seu descontentamento com o acontecimento, como expusemos acima.

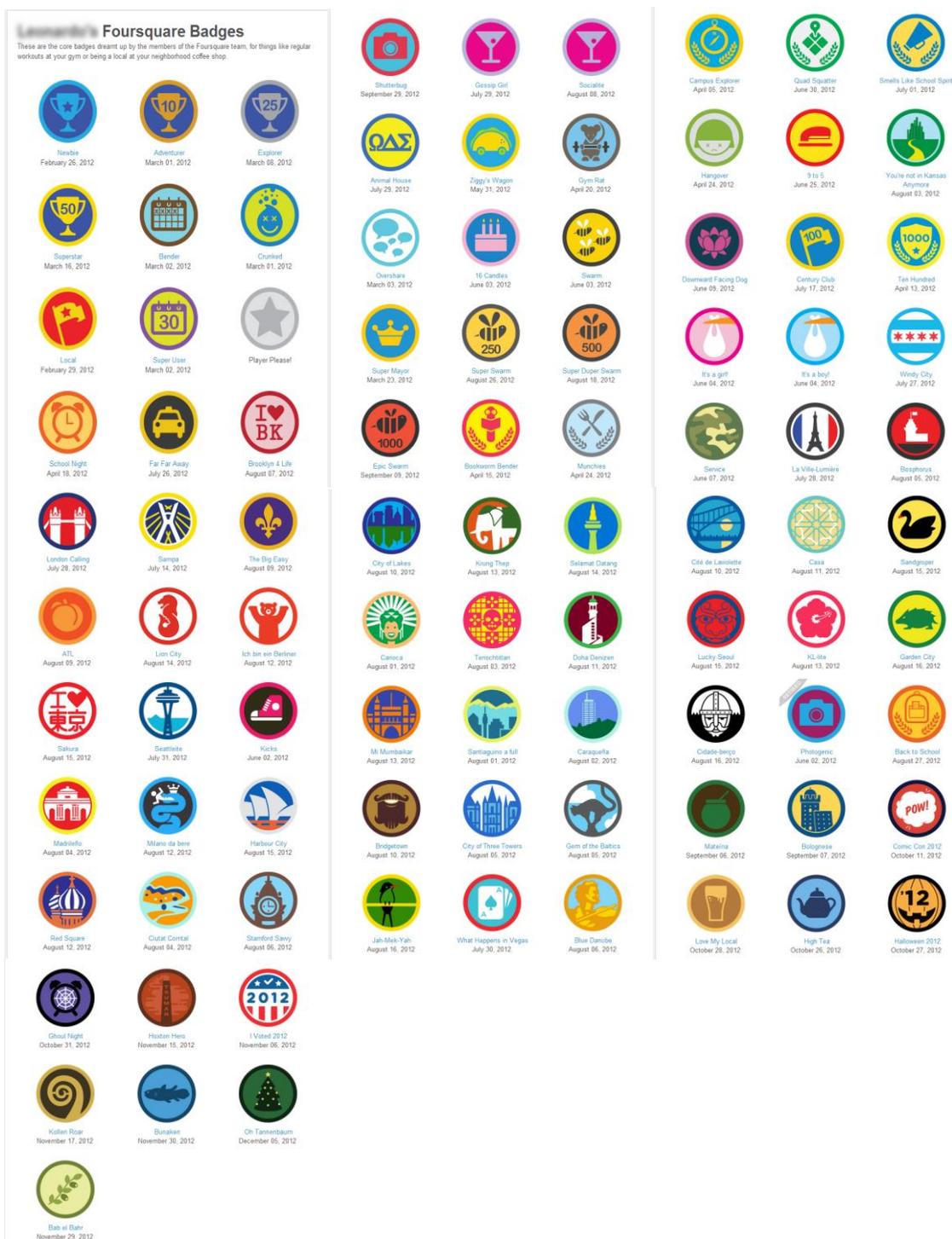
Muito embora em relação ao perfil do usuário 1 o acúmulo se dê primordialmente através da conquista e manutenção de prefeituras, percebemos nesse caso o uso do possível *check-in* falso como estratégia de obtenção de vantagens a partir das dinâmicas de jogo no Foursquare. Como dissemos, em uma comunidade de jogadores comprometidos na aceitação do sistema de regras que fundamentam a atividade, um indivíduo que burla as regras não é bem visto perante os outros membros – e assim, podemos entender a mensagem deixada pelo outro usuário como uma sanção negativa à ação desencadeadora do processo, essencialmente conflituoso.

Aqui percebemos uma ação individual gerando uma reação que, inserida na própria página da *venue*, se torna um registro em rede visível por todos os outros usuários – dentre os quais, alguns parecem corroborar a condenação ao ato, através da atribuição de oito comandos “curtir”, dos quais já falamos anteriormente. Assim, parece-nos pertinente recuperar a ideia de Simmel (1982), e entender a constituição das relações no Foursquare, especificamente quando na forma de conflito, como um espaço público e social, em que o próprio confronto pode ser visto como uma metamorfose entre as relações possíveis a partir de uma ação originária. Além disso, outra perspectiva que nos parece também vir ao encontro dessas assertivas é a tese interacionista de que as relações sociais, e aqui especificamente o conflito sob a forma da competição, se formam a partir de uma tríade, que corresponde à ação inicial de um indivíduo, a interpretação e como os outros indivíduos reagem à primeira, e o produto resultante desse processo como a transformação da própria interação estabelecida entre eles.

Outro usuário que possui um perfil bastante interessante é o de número 2. Como dissemos, durante a observação dos mesmos, especificamente esse nos chamou bastante atenção pela participação frequente no Foursquare. Como exposto na tabela 1, em seu perfil, até a data da última observação, foram contabilizadas 277 *badges*, dentre as quais 108 são padrão do Foursquare e dedicadas à cidades, 36

são de expertise e 121 são de parceiros. Durante o período de observação e coleta de dados, foram desbloqueadas 36 *badges*, de todos os tipos, as quais serão descritas a seguir.

Dentre as *badges* de cidades, existem, até a data da última verificação, 55 dedicadas a diversas cidades do continente americano, Europa e Ásia, no sistema Foursquare. Destas, o usuário 2 possui 54 (figura 88) – lembrando que para serem obtidas, faz-se necessário a visita a no mínimo 5 *venues* diferentes, nas cidades às quais estão vinculadas. Durante o período de observação, foi possível perceber que, tão logo o Foursquare anunciava uma nova *badge* de homenagem à cidades, imediatamente o usuário realizava *check-ins* massivos naquela localidade – não somente nos necessários ao desbloqueio da medalha, mas em diversos outros, como aeroportos, estações de metrô, museus, dentre outros – o que acaba por lhe fornecer também outros tipos de *badges*, ou ainda acréscimo de nível em itens de expertise que porventura ele já possuísse.

Figura 88: *Badges* padrão e de cidades desbloqueadas pelo usuário 2

Fonte: o autor (2013)

Como dissemos, uma mecânica de *gameplay* presente no Foursquare é o acúmulo de bens simbólicos fornecidos aos seus utilizadores a partir do engajamento na rede. Tais bens podem ser de sentido operacional ou utilitário,

como por exemplo, descontos concedidos por *check-ins* em locais com ofertas ou outros privilégios possíveis de obtenção a partir do título de prefeito. No tocante às *badges*, não foi identificada nenhuma característica nesse sentido, o que nos permite entendê-la como essencialmente de caráter simbólico e até mesmo cognitivo; nesse caso, como elemento de diferenciação entre usuários do sistema. A esse respeito, Rebs (2012, p. 2) entende tal prática como uma forma de colecionismo, os quais se configuram como um tipo específico de consumo, capaz de expor escolhas e traços da individualidade do sujeito – que, expostas publicamente na rede social móvel em questão, parecem representar uma apropriação da mesma a partir do acúmulo de *achievements*.

As medalhas de cidade, por exemplo, têm por objetivo recompensar habitantes e, sobretudo, visitantes que por elas passam, a partir da visita e da realização de *check-in* em locais turísticos, históricos e culturais. Servem, assim, como um demarcador, um registro simbólico das experiências de um indivíduo durante sua estadia em um local específico. A partir do momento em que são realizadas inserções na rede buscando apenas obter uma medalha para que ela figure no seu rol individual de conquistas na rede, percebemos a subversão do próprio sentido com o qual elas foram criadas; ou seja, elas deixam de representar possíveis rastros de experiência concreta no espaço físico e exposta na sua camada informacional da rede social – o que, como já dissemos, vai de encontro às regras de conduta expostas pelo Foursquare<sup>89</sup>.

Em relação às *badges* de expertise, percebemos que as que foram obtidas, ou acrescidos níveis, se deram em face dos *check-ins* realizados aparentemente sem que o usuário estivesse de fato no local; entretanto, elas aconteceram primordialmente devido a registros objetivando o desbloqueio de outras medalhas, como as de cidades e as de parceiros. O seu efeito, desse modo, para o usuário 2 é secundário, não constituindo a sua conquista a motivação inicial de suas ações no Foursquare.

---

<sup>89</sup> Para maiores detalhes sobre as regras de utilização segundo o próprio Foursquare, ver a página dedicada às mesmas, disponível em <https://pt.foursquare.com/info/houserules>. Acesso em 21 de jan. 2013.

Já em contrapartida, as medalhas de parceiros parecem possuir uma grande importância para o proprietário do perfil em questão, haja vista que elas se apresentam como o maior número dentre as que o mesmo possui – perfazendo um total de 120. Aqui percebemos um aspecto que também parece-nos revelar sobre as práticas do mesmo em relação às dinâmicas de jogo no sistema Foursquare. Como dissemos, para que seja possível obter *badges* de parceiros, é necessário que, previamente, tenha sido visitada a página dos mesmos e escolhido acompanhar suas atualizações através do comando *curtir*. A partir desse momento, caso sejam feitos *check-ins* em locais definidos pelo Foursquare como relacionados à página, torna-se elegível a obtenção desses selos especiais.

Ocorre que a grande maioria dos parceiros não disponibiliza suas medalhas em território nacional, sendo necessário para a sua conquista que o registro seja efetuado em *venues* de cidades específicas, como museus, estádios ou eventos diversos – ou, ainda, vinculadas às categorias dos locais, como o caso da *Nasa Explorer*, a qual é fornecida caso o usuário tenha curtido sua página e efetue um registro em algum local cadastrado como planetário ou observatório, ou mesmo tornando obrigatória a inserção de palavras ou frases específicas no campo *shout*. Logo, para a maior parte dessas *badges*, o processo de obtenção se baseia em uma ação dupla, que compreende *curtir* a página do patrocinador, bem como estar localizado na região determinada pela mesma como válida para a sua aquisição ou proceder aos comandos necessários ao mesmo. Podemos, inclusive, recuperar esses termos que devem ser utilizados para o desbloqueio dos *achievements*, como característico de mecânicas de *gameplay*, chamado de *passwords*.

Ou seja, de forma distinta das outras *badges*, que são fornecidas de forma imprevista por meio de registros realizados nas atividades cotidianas dos usuário, esse tipo necessita um conhecimento maior das estratégias de obtenção das mesmas – nos permitindo entendê-las como pertencentes a um grau de dificuldade superior aos selos padrão, de cidades e expertise, uma vez que a sua obtenção não se dá simplesmente por meio de *check-ins*, mas a partir de uma combinação de elementos.

Nesse sentido, em nossas observações sobre a apropriação do sistema Foursquare pelo usuário 2 e os processos utilizados pelo mesmo para a obtenção das medalhas já referidas, contabilizamos a opção *curtir* selecionada para 217 páginas de parceiros. Também foram obtidas 28 *badges* desse tipo durante o período de monitoramento das ações do participante na rede, de forma semelhante à ocorrência no caso das dedicadas às cidades: imediatamente após ofertadas, as medalhas eram por ele obtidas com *check-ins* nos locais indicados.

Como dissemos apoiados em Caillois (1990), uma característica de jogos baseados em regras é justamente a existência da dificuldade gratuita, em que a motivação principal se encontra justamente no sentimento de satisfação proporcionado ao jogador que vence a dificuldade imposta pelo jogo. Parece-nos que, quando os *achievements* se transformam em bens simbólicos colecionáveis em uma rede social, quanto mais específicos e raros eles se apresentam, mais podem ser considerados como fatores de diferenciação entre o possuidor dos mesmos e os outros sujeitos da rede (REBS, 2012, p. 6).

Nos casos até agora citados, percebemos a importância dos ludemas de coleta e de caráter cognitivo, conforme defendem Pinheiro e Branco (2011; 2012) e que expusemos no capítulo anterior. Os ludemas de coleta, conforme nos esclarece os autores, salvo em raras exceções, não possuem valor objetivo e direto, senão simbólico. Funcionam como demarcadores individuais na rede estudada, e parece-nos que, mesmo nos casos em que seu sentido original é subvertido a partir de estratégias como a prática de *check-ins* falsos buscando majoritariamente o acúmulo de bens simbólicos em detrimento de registrar de fato as experiências individuais no espaço físico. Por outro lado, tal prática também pode ser entendida como uma exposição das habilidades do jogador, que lança mão de tais artifícios a partir identificação das brechas existentes para burlar o sistema, atribuindo assim um novo sentido, distinto do inicialmente proposto – constituindo, assim, uma apropriação do sistema pelos mesmos.

Os outros usuários, durante o período observado, se revelaram usuários típicos do Foursquare, embora frequentes na rede: seus *check-ins*, via de regra, eram em locais nos quais os mesmos são assíduos; devido a isso, não foi registrada

nenhuma ocorrência como a identificada no usuário 2. Percebemos que, para eles, aparenta ser mais importante a aquisição e manutenção de prefeituras em detrimento das *badges* – alguns dos analisados, inclusive, não possuem nenhuma medalha de parceiros, embora sejam participantes ativos na rede. Isso parece reforçar a ideia exposta anteriormente, de que esse tipo específico e sua obtenção se encontra em nível de dificuldade superior às demais.

Em relação às medalhas, e com base no acompanhamento dos seus registros, foi possível identificar que elas correspondem majoritariamente a locais visitados pelos mesmos, haja vista que o número de medalhas de expertise e padrão são as que mais se revelaram como apontadores reais das experiências dos mesmos em relação ao espaço urbano. Aqui, parece-nos mais pertinente entendê-los efetivamente como de caráter cognitivo do que pelo aspecto de coleta, embora não seja descartada a hipótese de que possam ter, em diferentes níveis de importância, aspectos do acúmulo e coleção de bens simbólicos na rede, como defende Rebs (2012).

As diferentes perspectivas observadas parecem confirmar que a apropriação do Foursquare se dá de forma distinta para cada um deles, inclusive no tocante às páginas de parceiros acompanhadas pelos mesmos. Foi possível constatar, por exemplo, que os usuários 4 e 5, embora tenham se inscrito para receber dicas e atualizações de 145 e 139 delas, respectivamente, elas são primordialmente de instituições e empresas brasileiras ou locais, o que revela a preferência dos mesmos mais pelo conteúdo informacional disponibilizado pelas mesmas, que pela possibilidade de, através delas, obter *badges* ou qualquer outro bem simbólico da rede – embora conste em sua galeria de medalhas a conquista de 10, para o usuário 4, e 11 para o perfil de número 5, dessa mesma categoria.

## 9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O referencial teórico aqui exposto e as observações realizadas, nos permitem entender o jogo como um fenômeno não exclusivamente humano, mas que possui em nós uma diferença basal em relação à sua ocorrência em outros animais, que é a sua função de mediador fundamental nas relações que por meio dele se dão (BUYTENDIJK, 1977), tanto em esferas individuais, entre o sujeito e o mundo, quanto entre sujeitos, através do compartilhamento simbólico que é intrínseco à atividade. Como defende Huizinga (2008), a sociedade se forma e surge como jogo, sendo a sua presença possível de reconhecimento nas mais variadas formas que o mesmo pode assumir no corpo social. Por ser de fundamental importância, Gadamer (1997) considera o jogo como autônomo, e não controlado pelo jogador – há, para o autor, uma inversão de papéis, haja vista a capacidade que o lúdico tem de absorver seus jogadores, suspendendo temporariamente a realidade e inaugurando um espaço com regras próprias, distinto do cotidiano: o círculo mágico do jogo, proposto por Huizinga e corroborado por todos os outros autores trabalhados nesta dissertação, especificamente Caillois (1990).

Como vimos, o jogo, ao mesmo tempo em que atua como elemento ativo de construção cultural, também reflete como uma sociedade se organiza e o modo de vida humano em um determinado momento histórico, constituindo-se assim como um registro preciso, capturando o espírito do tempo, como defende McLuhan (2007). Desde o surgimento dos primeiros jogos eletrônicos e depois digitais, percebemos como seu desenvolvimento acompanha a própria evolução da humanidade no último século, funcionando como verdadeiros evangelizadores de uma cultura digital que se anunciava – concretizada com a informatização da sociedade e a digitalização dos processos humanos e a transformação de átomos em *bytes*, como sugere Negroponte (1995).

Se na contemporaneidade vivemos sob uma lógica de hiperconexão à redes mundiais informacionais, a partir do acesso ubíquo e *always on* (PELLANDA, 2005), o jogo nesse contexto assume formas também pervasivas, se misturando a outras atividades nas quais sua presença não era tão evidente ou mesmo considerada. As cidades pós-modernas (entendidas como artefatos humanos) transformadas em

cibercidades (LEMOS, 2004) a partir da imbricação da materialidade do espaço, da infraestrutura tecnológica e suas apropriações pelos sujeitos, se caracterizam como emaranhados nos quais múltiplas camadas de sentido parecem se sobrepor e criar imbricações entre o físico e seu correspondente virtual – que, enquanto potência latente, se atualiza e novamente se virtualiza a partir da subjetividade humana no processo, alterando nossa percepção sobre o mundo, os territórios e inclusive nós mesmos.

Sob tal perspectiva, ao considerarmos a existência das sociedades humanas como um processo, e não matéria acabada, podemos observar a importância do lúdico como uma força que insere novas dinâmicas e propicia a sua característica de se apresentar como um devir, como defende Simmel (1983); constituída primordialmente através da interação entre os indivíduos que se engajam em tais processos, a partir de motivações individuais que vão sendo negociados socialmente e transformados em relações de cooperação, conflito e competições, que fundam o próprio sentido do social enquanto materialização desses antagonismos e relações de força. Compreendemos que, muito embora o conflito e a competição pareçam nocivos e ameaças à própria sociedade, eles representam um elemento indispensável à mesma, uma vez que rompem com o cristalizado e pré-estabelecido, demandando novos ajustamentos e renegociação constante.

Ora, se o que se apresenta no mundo não é algo dado, mas uma construção humana, o próprio sentido sobre o espaço físico parece ter também sua origem nas relações sociais, como vimos com o Interacionismo Simbólico. Logo, se as cidades são constituídas a partir de tessituras simbólicas e redes de sentido a partir das interferências que os corpos e as subjetividades causam nas mesmas, podemos concluir que, radicalizadas e expostas essas camadas imateriais em redes informacionais públicas, tal fato pode contribuir na reformulação de significado sobre as apropriações possíveis nesses territórios flutuantes (MAFFESOLI, 2001). A cultura da mobilidade na qual estamos inseridos, tanto dos corpos, quanto das informações, insinua a prevalência de um não pertencimento, um enraizamento dinâmico, ou o retorno do arcaico nomadismo: entretanto, como sugere Meyrowitz (2004), somos agora nômades globais na savana digital, assumindo também um

caráter essencialmente lúdico a partir das perambulações e registros em rede das mesmas.

Florescem aí novas possibilidades de interação social entre sujeitos em constante movimento, como as redes sociais móveis, possibilitadas pela presença constante de aparatos tecnológicos com capacidade de conexão às redes informacionais, como telefones celulares e *tablets*, inaugurando mediações entre o seu portador e o ambiente, seja por permitir um mapeamento preciso do espaço físico, através de tecnologias de geoposicionamento, e até mesmo transformando o cotidiano em atividades mais prazerosas, e uma das formas se dá por meio da inserção de mecânicas de jogo nas mesmas – processo conhecido como *gamification* (ADAMS e DORMANS, 2012; ZICHERMANN e CUNNINGHAM, 2011).

Em relação ao objeto aqui analisado, pudemos confirmar que, embora não se caracterize essencialmente como um jogo móvel locativo, possui elementos de *gameplay*, os quais podem ser responsáveis pela grande adesão de membros na rede – que é, certamente, a de maior sucesso desse tipo na atualidade. Através da descrição de suas funções e possibilidades de apropriação, percebemos que uma das facetas de uso do Foursquare é a sua incorporação como jogo, ultrapassando seu objetivo principal de rede social móvel destinada a funcionar essencialmente a partir dos registros dos deslocamentos cotidianos pelo espaço físico e de descoberta de novos lugares, como já dissemos em relação à sua função *explorar*.

Um aspecto que parece corroborar a noção de que ele pode se confirmar como um jogo – mas não é essencialmente um – é que ele pode ser encarado sob essa perspectiva, mas não obriga a todos os seus participantes a agirem como jogadores. Nesse sentido, trazemos à baila o conceito fundamental de Huizinga (2008) e Caillois (1998) quando afirmam que a obrigatoriedade do jogo desfaz imediatamente todo o sentido encerrado no mesmo. Ou seja, enfatizamos que o jogo no Foursquare é uma possibilidade, dentre tantas outras de uso da rede, e que depende sobretudo dos modos como esta é utilizada – não descartamos, inclusive, que o aspecto de jogo nele presente possa desempenhar pouca ou nenhuma importância para alguns usuários, que se inserem na rede com outros fins.

Entretanto, acreditamos que, para aqueles que se engajam nos processos de competição e acúmulo de *achievements* enquanto bens simbólicos próprios da rede, a sua apropriação e transformação em um tipo particular de jogo é evidente – tanto se considerados os ludemas que compõe os mecanismos lúdicos que a mesma comporta, quanto a partir da observação realizada nos perfis e apresentada como complementar à própria análise do sistema Foursquare. Temos ciência que, diante das múltiplas possibilidades de uso da rede, buscamos capturar aqui uma específica, o que não compõe em absoluto nem reflete a totalidade das referências permitidas em relação à mesma.

O que aqui se procurou destacar é que, a partir da transformação das metrópoles contemporâneas em cibercidades, abrem-se novas perspectivas de relação entre o sujeito e espaço físico, as quais se concretizam por meio de imbricações existentes entre a materialidade dos mesmos e as camadas informacionais que se amalgamam e propiciam práticas individuais e coletivas em relação ao mundo. Percebemos como, hoje, nossa percepção em relação ao ambiente encontra-se mediada de tal maneira por dispositivos tecnológicos que a própria experiência urbana se configura como uma atividade essencialmente comunicacional, como sugere Di Felice (2009), e que exige que repensemos a forma como habitamos e nos inserimos nesse ambiente em permanente transformação. Ou, como o autor afirma,

na metropoletrônica tudo se desloca, nada nem ninguém está parado, sempre somos estendidos para além da paisagem que desloca, alterando-se continuamente. Os espaços se metamorfoseiam, fazendo do nosso habitar uma forma instável e múltipla” (idem, p. 169).

Habitar as cidades hoje significa, portanto, não apenas se inserir em uma dada configuração espacial e urbana, mas, sobretudo, navegar em um ambiente fluido e em constante devir, o qual nos convida que olhemos a ele não com a perspectiva de quem admira suas estruturas e arranha-céus, mas que participe de forma ativa na construção simbólica daquele espaço, transformando-o e deixando nossas marcas através dos discursos proferidos e concretizados em rastros em rede; compondo redes de escrituras que se entrelaçam, como vimos em Certeau

(1998) e que podem, em algum futuro não muito distante, ser utilizadas como registros efetivos do modo de vida de um período da civilização humana.

Nesse sentido, essas novas possibilidades de habitação do espaço admitem também a sua transformação em ambientes essencialmente lúdicos, ou seja, as cidades contemporâneas como espaços de fluxos que assumem características de jogo pela sua transmutação em um tabuleiro, no qual os próprios jogadores são os peões se movimentando pelos locais – mas não mais apenas em momentos específicos em que o círculo mágico do jogo, conforme sugere Huizinga (2008) encontra-se em evidente existência. A característica pervasiva do jogo, que lhe é própria, como defendemos nessa dissertação, encontra nas tecnologias móveis de comunicação ubíquas ferramentas que fazem com que sua existência se dê de forma cada vez mais permanente e invisível, imbricada com a própria vida cotidiana.

Assim como a própria rede e a tecnologia se infiltra no corpo social e é por ele incorporada, retornando como práticas sociais e culturais, o jogo também encontra um vetor que potencializa a diluição das fronteiras entre o jogo e não jogo, o trabalho e o lúdico. A cidade, que passou a representar durante um longo período, o enraizamento do sujeito em detrimento da pulsão da errância ou do nomadismo; na qual era permitido ao sujeito se apropriar apenas parcialmente de suas camadas de sentido que sempre existiram, porém, eram restritas a locais ou grupos específicos, encontra agora na sua transformação em ambiente lúdico e em rede, possibilidades de ampliação de suas capacidades de comportar e dar visibilidade à multiplicidade de sentidos que sempre lhe foi característica.

Essas espacialidades eletrônicas emergentes, além das concretas, retornam antigas práticas, como defende Maffesoli (2001), ao fornecer subsídios para novas esferas de sociabilidade, de relações entre o sujeito e o mundo e ampliando inclusive a cidadania, como vimos em recentes manifestações políticas e sociais organizadas majoritariamente via redes informacionais. Encontrando na materialidade do espaço urbano suporte para a sua concretização – que retorna novamente virtualizado e torna a atualizar, o que constitui a base da mudança entre aquilo que é estabelecido e novas formas de repensar a nós mesmos e a realidade qual fazemos parte e ajudamos a construir cotidianamente – o lúdico desempenha

um papel fundamental nesses processos, principalmente ao considerarmos o crescente uso do conceito de *gamification* para atividades as mais variadas.

Julgamos necessário prosseguir no estudo dessa problemática, tendo em vista que ainda há muito adiante, principalmente quando consideramos projetos audaciosos como óculos e outros dispositivos vestíveis conectados constantemente à internet, e que prometem trazer essa camada informacional para ainda mais perto de nossos corpos, através do acoplamento de tais tecnologias aos nossos sentidos propriamente ditos, radicalizando a característica de mediação que possuem. Acreditamos, quanto a isso, haja vista que tratam-se ainda de ensaios, que levarão um certo tempo para a penetração na sociedade, assim como foi o caso dos computadores e dispositivos portáteis, mas que podem também iniciar novas possibilidades de redes sociais móveis e principalmente radicalizar a existência dos jogos locativos, por meio da visualização efetiva de diversas camadas de sentido que compõe o mundo.

Ainda acrescentamos que, hoje, a sociedade parece retomar um conceito básico do jogo para os autores que trabalhamos, e que por vezes foi deixado de canto em detrimento de uma sociedade industrial e de acúmulo frenético de bens materiais: a ideia de que o jogo proporciona àquele que adentra em seu círculo uma sensação de prazer e encantamento única, não possibilitada por nenhuma outra atividade, de pensar outras realidades e, mesmo que temporariamente, se desligar das pressões da vida diária e adentrar um universo propriamente mágico, no qual é permitido reinventar e produzir a si mesmo, refletindo sobre quem somos e produzindo incessantemente novas versões do nosso próprio mundo.

## 10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AARSETH, Espen. **O jogo da investigação**: Abordagens metodológicas à análise de jogos. *In*: Caleidoscópio – Revista de Comunicação e Cultura. Nº 04, 2003. Disponível em <http://revistas.ulusofona.pt/index.php/caleidoscopio/article/view/2228>. Acesso em 01 jun 2012.

ADAMS, Ernest; DORMANS, Joris. **Game mechanics**: Advanced game design. Berkeley: New Riders, 2012.

AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Lucina. **Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital**. Sessões do Imaginário: cinema, cultura, tecnologias da imagem. Porto Alegre. Ano 13, nº 20 p. 34-40, 2008.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do Mercado de massa para o Mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

BLUMER, Herbert. **A natureza do interacionismo simbólico**. *In*: MORTENSEN, C. David (Org.). **Teoria da comunicação**: textos básicos. São Paulo: Ed. Mosaico, 1980.

BOURDIEU, Pierre. **O mercado dos bens simbólicos**. *In*: MICELI, Sérgio (Org.). A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 1974.

BRANCO, Marsal Alves. **Jogos digitais**: Teoria e conceitos para uma mídia indisciplinada. Tese de Doutorado. Unisinos, 2011.

BUYTENDIJK, U. F.J.J. **O jogo humano**. *In*: GADAMER, H.G; VOGLER, P. (orgs). **Nova antropologia**: o homem em sua existência biológica, social e cultural. Vol. 4. São Paulo: EPU, 1977.

CAILLOIS, R. **Os jogos e os homens**: A máscara e a vertigem. Lisboa: Cotovia, 1990.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. **A questão urbana**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

\_\_\_\_\_. **Comunicação móvel e sociedade**: Uma perspectiva global. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2009.

\_\_\_\_\_. **The informational city**: Information technology, economic restructuring and the urban-regional process. Oxford: Blackwell, 1989.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1998.

DE LANGE, M. **From always on to always there**: Locative media as playful technologies. In: SOUZA E SILVA, A; SUTKO, D. M. **Digital cityscapes**: Merging digital and urban spaces. Nova York: Peter Lang, 2009.

DI FELICE, Massimo. **Paisagens pós-urbanas**: O fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar. São Paulo: Annablume, 2009.

DOVEY, Jon; KENNEDY, Helen W. **Game cultures**: Computer games as new media. Londres: Open University, 2006.

FELINTO, Erick. **Passeando no labirinto**: Ensaio sobre as tecnologias e as materialidades da comunicação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2011.

FRASCA, Gonzalo. **Ludology meets narratology**: Similitude and differences between (video)games and narrative. 1999. Disponível em <http://www.ludology.org/articles/ludology.htm>. Acesso em 15 jul. 2012.

GADAMER, Hans-Georg. **Verdade e método**. Petrópolis: Vozes, 1997.

GIBSON, William. **Neuromancer**. São Paulo: Aleph, 2008.

HEIDEGGER, M. **Construir, habitar, pensar**. 1954. Disponível em: [www.prourb.fau.ufrj.br/jkos/p2/heidegger\\_construir,%20habitar,%20pensar.pdf](http://www.prourb.fau.ufrj.br/jkos/p2/heidegger_construir,%20habitar,%20pensar.pdf). Acesso em 25 abr 2012.

\_\_\_\_\_. **Os Conceitos Fundamentais da Metafísica**: Mundo, Finitude, Solidão. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

\_\_\_\_\_. **Ser e Tempo**. Petrópolis: Vozes, 2006.

HENRIQUES, Sandra Mara Garcia. **O fator da mobilidade nas redes sociais e tecnologias da informação**: Um estudo sobre as potencialidades da plataforma Locast. Diss. (Mestrado). Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. Porto Alegre, 2011.

HINE, Christine. **Virtual Ethnography**. Londres: Sage, 2000.

HJORTH, Larissa. **Games and gaming**: And introduction to new media. Nova York: Berg, 2011.

HUIZINGA, J. **Homo ludens**: O jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 2008.

JONES, S.G. **Understanding community in the information age**. In: JONES, S.G. (org.) **Cybersociety**: Computer-mediated communication and community. Thousand Oaks: Sage, 1995.

JUNIOR, José Alcântara. **Georg Simmel e o conflito social**. In: Caderno Pós Ciências Sociais. São Luís: v.2, nº 3, 2005. Disponível em <http://www.periodicoeletronicos.ufma.br/index.php/rpcsoc/article/viewFile/222/154>. Acesso em 20 nov. 2012.

\_\_\_\_\_. **O conceito de sociabilidade em Georg Simmel**. In: Ciências Sociais em Revista. São Luís: v.3, nº 2, 2005. Disponível em [http://www.nucleohumanidades.ufma.br/pastas/CHR/2005\\_2/jose\\_alcantara\\_v3\\_n2.pdf](http://www.nucleohumanidades.ufma.br/pastas/CHR/2005_2/jose_alcantara_v3_n2.pdf). Acesso em 20 nov. 2012.

KIEFER, P.; MATYAS, S.; SCHLIEDER, C. **Systematically exploring the design space of location-based games**. In: CAHILL, V., QUIGLEY, A. (org.). Pervasive 2006 Workshop Proceedings. Dublin: 2006.

KOZINETS, Robert V. **Netnography: Doing ethnography research online**. Londres: Sage, 2010.

LEMOS, André (Org.). **Cibercidades: A cidade na cibercultura**. Rio de Janeiro: E-paper Serviços Editoriais, 2004

\_\_\_\_\_. **Ciberespaço e tecnologias móveis: Processos de territorialização e desterritorialização na cibercultura**. Online. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/territorio.pdf>. Acesso em 15 out. 2012.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura: Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

\_\_\_\_\_. **Cultura da mobilidade**. Revista da Famecos. nº 40. Porto Alegre, 2009.

\_\_\_\_\_. **Jogos móveis locativos: Cibercultura, espaço urbano, mídia locativa**. *Rev. USP* [online]. 2010, n.86. Disponível em: <[http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-99892010000300006&lng=pt&nrm=iso](http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-99892010000300006&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em 01 abr 2012

\_\_\_\_\_. **Mídia locativa e territórios informacionais**. Online. Disponível em [http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia\\_locativa.pdf](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia_locativa.pdf). Acesso em 06 mar 2012

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**. Rio de Janeiro, 1993.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: 34, 1999.

\_\_\_\_\_. **O que é o virtual?** Rio de Janeiro: 34, 1996

LITTLEJOHN, Stephen W. **Fundamentos teóricos da comunicação humana**. Rio de Janeiro: Ed. Guanabara, 1988.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.

\_\_\_\_\_. **O tempo das tribos:** O declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

\_\_\_\_\_. **Sobre o nomadismo:** Vagabundagens pós-modernas. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MATYAS, S.; MATYAS, C.; SCHLIEDER, C.; KIEFER, P. **CityExplorer:** A geogame extending the magic circle. *In:* Informatik 2008 - Workshop of mobile gaming. Disponível em <http://goo.gl/oLMIC>. Acesso em 18 jul 2012.

MÄYRÄ, Frans. **An introduction to game studies.** Londres: Sage, 2008.

\_\_\_\_\_. **Welcome to mapping the global game cultures:** Issues for a socio-cultural study of games and players. Disponível em [http://www.uta.fi/~tlilma/mapping\\_global\\_game\\_cultures.pdf](http://www.uta.fi/~tlilma/mapping_global_game_cultures.pdf). Acesso em 01 mai 2012.

MCGONIGAL, Jane. **Reality is broken:** Why games makes us better and how they can change the world. New York: The Penguin Press, 2011.

MCLUHAN, M. **A galáxia de Gutenberg:** A formação do homem tipográfico. São Paulo: Nacional, 1977.

\_\_\_\_\_. **Understanding media:** Os meios de comunicação como extensão do homem. 4ed. São Paulo: Cultrix, 2007.

MEAD, George Herbert. **Mind, self and society.** London: The University of Chicago Press, 1934.

MEYROWITZ, Joshua. **No sense of place:** The impact of electronic media on social behavior. New York: Oxford University, 1985.

MITCHELL, William. **City of bits:** Space, place and the infobahn. Boston: MIT Press, 2000.

\_\_\_\_\_. **E-topia:** A vida urbana - mas não como a conhecemos. São Paulo: Senac, 2002.

MITSUISHI, Yara. **Game Studies:** A problemática metodológica. UniRevista, Vol. 01, nº 03. Disponível em [http://www.unirevista.unisinos.br/\\_pdf/UNIrev\\_Mitsuishi.PDF](http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Mitsuishi.PDF). Acesso em 15 abr 2012

MONT'ALVERNE, Adelino C. A. **Jogos móveis locativos:** Uma proposta de classificação. **Revista Contemporânea.** Ed. 19, Vol. 10, nº 01. 2012. Disponível em [http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed\\_19/contemporanea\\_n19\\_08\\_mont\\_alverne.pdf](http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_19/contemporanea_n19_08_mont_alverne.pdf). Acesso em 01 jul. 2012.

MONTOLA, Marcus; STENROS, Jaakko; WAERN, Annika. **Pervasive games, theory and design:** Experiences on the boundary between life and play. Burlington: Elsevier, 2009.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida Digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

OLIVEIRA, Priscilla Guimarães de. **A constituição de georastros em contextos locais de Porto Alegre a partir do sistema Foursquare**. Diss. (Mestrado). Fac. de Comunicação Social, PUCRS. Porto Alegre, 2012.

PEARCE, Celia. **Communities of play: Emergent cultures in multiplayer games and virtual worlds**. Cambridge: MIT Press, 2009.

PELLANDA, Eduardo C. **A conexão entre lugares e espaços proporcionada pela rede Foursquare**. *In: Intexto*, Porto Alegre, v. 1, n. 24, p. 164-175, jan/jun de 2011.

\_\_\_\_\_. **Internet móvel: novas relações na cibercultura derivadas da mobilidade na comunicação**. Tese de Doutorado. PUCRS, 2005.

\_\_\_\_\_. **Nomadismo em espaços sociais: Uma discussão sobre as novas formas de interações potencializadas pela mobilidade da informação**. *UniRevista*, Vol. 01, nº 03. Disponível em [http://www.unirevista.unisinos.br/\\_pdf/UNIrev\\_Pellanda.PDF](http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Pellanda.PDF). Acesso em 15 abr. 2012.

\_\_\_\_\_. **Comunicação móvel no contexto brasileiro**. *In: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fabio (Org.). Comunicação e mobilidade: Aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil*. Salvador: EDUFBA, 2009.

PINHEIRO, Cristiano Max Pereira. **Apontamentos para uma aproximação entre jogos digitais e comunicação**. Tese de Doutorado. PUCRS, 2007.

PINHEIRO, Cristiano Max Pereira; BRANCO, Marsal. **Em busca dos ludemas perdidos**. *In: VII SBGames 2012. Anais*. Disponível em <http://www.sbgames.org/papers/sbgames08/ad/papers/p10.pdf>. Acesso em 14 nov. 2012.

\_\_\_\_\_. **Lógica de sedução nos games**. *In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais*. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-3001-1.pdf>. Acesso em 14 nov. 2012.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: Comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulinas, 2007.

REBS, Rebeca Recuero. **Colecionando fragmentos de identidade: Perspectivas do colecionismo virtual em social network games**. *Revista Contemporânea*. Ed. 19, Vol. 10, nº 01. 2012. Disponível em [http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed\\_19/contemporanea\\_n19\\_03\\_recuero.pdf](http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_19/contemporanea_n19_03_recuero.pdf). Acesso em 01 ju. 2012

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2009.

RHEINGOLD, Howard. **Smart mobs: The next social revolution**. Cambridge: Basic Books, 2002.

ROCHA, Paula Jung; MONTARDO, Sandra Portella. **Netnografia: Incursões metodológicas na cibercultura**. *In: e-Compós - Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. Disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/55/55>. Acesso em 15 jun 2012.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da Comunicação**. Porto Alegre: Penso, 2011.

SALEN, Katie (Org.). **The ecology of games: Connecting youth, games and learning**. Boston: MIT Press, 2007.

SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Rules of play: Game design fundamentals**. Boston: MIT Press, 2004.

SIMMEL, Georg. **Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SOUZA E SILVA, Adriana; HJORTH, Larissa. **Playful urban spaces: A historical approach to mobile games**. *In: Simulation & Gaming*. Nova York: Sage, 2009. Disponível em [http://nickttaylor.net/wp-content/uploads/2012/08/deSouzaeSilva\\_MobileGames.pdf](http://nickttaylor.net/wp-content/uploads/2012/08/deSouzaeSilva_MobileGames.pdf). Acesso em 10 jun 2012.

TEIXEIRA, Luís Filipe B. **Jogo #1/Nível#2: em torno da fenomenologia do jogo cerimonial - do lúdico à categoria operatória do sagrado**. *In: Caleidoscópio – Revista de Comunicação e Cultura*. Nº 04, 2003. Disponível em <http://revistas.ulusofona.pt/index.php/caleidoscopio/article/view/2231/1748>. Acesso em 01 jun 2012.

\_\_\_\_\_. **Jogo #1/Nível#3 Ludologia: Uma disciplina emergente?** *In: IV Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação*. 2005. **Anais...** Disponível em <http://www.sopcom.pt/actas/teixeira-luis-jogo1-nivel3.pdf>. Acesso em 15 jul. 2012

VIRILIO, Paul. **O espaço crítico**. Rio de Janeiro: 34, 1993.

WEISER, Mark. **The computer for the 21st century**. *Scientific American*, vol. 265, nº03, 1991.

WITTGENSTEIN, Ludwig. **Investigações filosóficas**. São Paulo: Nova Cultural, 1989.

ZICHERMANN, Gabe; CUNNINGHAM, Christopher. **Gamification by design**. Sebastopol: O'Reilly Media, 2011.