

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SÃO
PAULO – IFSP
CÂMPUS BARRETOS
CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO**

WEVERTON OLIVEIRA DE SOUZA

**ESTUDO DA REALIDADE AUMENTADA NO TURISMO ATRAVÉS DO JOGO
POKÉMON GO**

BARRETOS

2018

Weverton Oliveira de Souza

ESTUDO DA REALIDADE AUMENTADA NO TURISMO ATRAVÉS DO JOGO
POKÉMON GO

Artigo apresentado como requisito parcial
para obtenção do título de Graduado em
Turismo, pelo Curso de Tecnologia em
Gestão de Turismo do Instituto Federal de
São Paulo -IFSP

Orientador(a): Prof(a). Ms. Regiane Avena Faco

BARRETOS

2018

ESTUDO DA REALIDADE AUMENTADA NO TURISMO ATRAVÉS DO JOGO POKÉMON GO

*Weverton Oliveira de Souza

**Prof(a). Ms. Regiane Avena Faco

RESUMO

A realidade aumentada e os jogos eletrônicos surgem como uma maneira do turista realizar uma nova forma de turismo, interagindo o mundo real com o mundo virtual, ou seja, inserindo objetos virtuais no ambiente físico através de *Smartphones*, câmeras, ou com a utilização de um marcador, abrindo uma nova dimensão na qual a máquina ganha mais personalidade na resposta das ações humanas. O presente trabalho tem como objetivo principal analisar a interação dos moradores e turistas com os espaços urbanos através do jogo Pokémon Go, o qual utiliza tal tecnologia de interação além de analisar possíveis utilizações do jogo para auxiliar no turismo. Para tal fim, a tecnologia a ser utilizada será a qualitativa exploratória por meio de entrevistas com jogadores de Pokémon Go.

Palavras-chave: Realidade Aumentada. Pokémon Go. Turismo. Espaços Urbanas.

ABSTRACT

Augmented reality and electronic games emerge as a way for the tourist to realize a new form of tourism, interacting the real world with the virtual world, that is, inserting virtual objects in the physical environment through *Smartphones*, cameras, or with the use of a marker, opening a new dimension in which the machine gains more personality in the response of human actions. The main objective of the present work is to analyze the interaction of the residents and tourists with the urban spaces analyze possible uses of the game to aid in tourism. To this end, the technology to be used will be the qualitative exploratory through interviews with Pokémon Go players.

Keywords: Augmented Reality. Pokémon Go. Tourism. Urban Spaces

*Discente na instituição de ensino Instituto Federal de São Paulo - Câmpus Barretos

**Mestre em Turismo na instituição de ensino Instituto Federal de São Paulo- Câmpus Barretos

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	4
2.1 O TURISMO NA ERA MODERNA.....	4
2.2 TURISMO COMO ATIVIDADE ECONÔMICA.....	4
2.3 DEMANDA E OFERTA TURÍSTICA.....	6
2.4 A REALIDADE AUMENTADA.....	7
2.4.1 A REALIDADE AUMENTADA E OS JOGOS ELETRÔNICOS.....	7
2.4.2 A REALIDADE AUMENTADA NO UNIVERSO POKÉMON GO.....	8
3. MATERIAIS E MÉTODOS.....	11
3.1 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS DA PESQUISA.....	11
3.2 PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS DA PESQUISA.....	12
4. RESULTADOS.....	13
5. DISCUSSÃO.....	20
6. CONCLUSÃO.....	21
REFERÊNCIAS.....	22

1. INTRODUÇÃO

Desde que saíram do leste africano e passaram a ocupar diversas regiões no mundo, das áreas mais quentes, aos polos mais frios, o homem continuou suas jornadas de viagens motivadas por movimentos de animais e pela geminação de sementes as quais serviam de alimentos em certas épocas do ano. Após o término, eles saiam para explorar espaços e encontrar mais recursos. Segundo Mazoyer e Roudart (1998, p.58), os homens “Só podiam sobreviver pela colheita dos produtos vegetais e pela captura de animais mais acessíveis, em meios pouco hostis ou dispendo de locais protegidos”.

No entanto, os deslocamentos humanos continuaram por diversos outros motivos através do tempo, dentre esses o turismo, que foi se desenvolvendo para atender diferentes demandas.

Hoje, como o produto turístico de início é algo intangível, é preciso que, quem pretende consumi-lo busque aprofundar informações sobre o destino em agências, materiais impressos ou meios digitais. Atualmente, é importante que os vários destinos turísticos estejam presentes na *web*, para que o turista encontre o máximo de informações de maneira a torná-lo independente no ato da escolha de uma viagem. As ferramentas digitais ganham então, um importante valor e estão em

constante evolução, ganhando características cada vez mais personalizadas e interativas.

Ainda pensando sobre conteúdos digitais, pode-se ressaltar o uso de jogos eletrônicos como difusores de destinos e atrativos turísticos, através de imagens e sons. Além do mais, tecnologias recentes permitem a inserção de um ambiente virtual no mundo real a partir de dispositivos eletrônicos como *smarthphones*, por exemplo. Essa é denominada realidade aumentada. Dentre os jogos que utilizam tal tecnologia, ganhou notoriedade um dos principais *games* lançados no segundo semestre de 2016, o Pokémon GO.

Tendo em vista a grande notoriedade que esse jogo ganhou entre os mais variados perfis de pessoas e como isso se caracterizou de forma a auxiliar de maneira positiva na interação com os espaços urbanos, essa pesquisa exploratória se objetivou em analisar a interação do indivíduo com os espaços urbanos através do jogo e as possíveis formas de utilização do jogo como auxílio para o turismo.

O trabalho se justifica devido ao fato da grande notoriedade conquistada pelo jogo e a nova tecnologia de realidade aumentada e como os empreendedores que atuam no setor de turismo podem utilizar tais informações para compreensão e tomadas de decisões em ações voltadas para o público de jogadores.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção abordará teorias explicativas sobre o turismo, a realidade aumentada e a interação dos turistas com os espaços urbanos através do jogo Pokémon Go

2.1 O TURISMO NA ERA MODERNA

Os avanços tecnológicos que impulsionaram a Revolução Industrial no século XIX podem ser considerados os motores de avanço para o turismo moderno. Eles facilitaram as viagens ampliando o público em condições de realizá-las. O descobrimento do vapor como fonte de energia, propiciou o deslocamento em massa de pessoas através de navios por exemplo. Porém foi com a invenção do

trem e das ferrovias que se deu a maior excelência no aumento de pessoas viajando, o trem foi o meio de transporte utilizado por Thomas Cook para organizar uma viagem com serviços para 570 passageiros na Inglaterra dando início a época moderna do turismo. No Brasil, a primeira estrada de ferro foi a Estrada de Ferro Mauá, construída pelo Barão e Visconde de Mauá em 1854.

No início do século XX, Henry Ford introduziu ao mundo dos transportes seu primeiro automóvel.

A partir do ano de 1945, a aviação entra também como meio de transporte utilizado pela indústria turística, fenômenos importantes podem ser feitas daquela época, como o aumento do fluxo de norte-americanos que cruzam o oceano rumo a Europa num curto espaço de tempo, sendo inevitável o fortalecimento do turismo de massa, que é absorvido pelos países industrializados e entra em uma fase de “indústria de serviço”, sendo controlada por agências ou operadores turísticos.

Nessa contextualização Dencker (1998, p. 13), considera que “o turismo faz parte da vida moderna, que se caracteriza pela alta mobilidade proporcionada aos seres humanos pelos avanços da tecnologia nos mais diversos setores”.

2.2 TURISMO COMO ATIVIDADE ECONÔMICA

O turismo é uma atividade econômica e sociocultural e pode ser compreendido como um englobado de diversas atividades econômicas, dentre eles o transporte, a alimentação, o lazer, a hospedagem, etc. que provoca o deslocamento de pessoas, gerando renda para o local onde a atividade está inserida.

É essencial que esses serviços se adequem a uma demanda, estudando os vários perfis de público para melhor atendê-los. A esse respeito consideramos que:

Conhecer o comportamento do turista e planejar estratégias e ações com o objetivo de promover uma posição competitiva do destino junto aos nichos de mercado que se deseja conquistar e manter (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p. 11).

Percebe-se que a atividade é inteiramente humana, já que trabalha com sentimento, emoção, motivar, então, como sentimento não é algo tangível, o produto deve ser trabalhado com imaginário do turista, a modo de convencê-lo a comprar o destino.

De modo geral no ponto de vista turístico, esse mercado é entendido como o contato entre os turistas e aqueles que comercializam os produtos turísticos, oferta e demanda.

2.3 DEMANDA E OFERTA TURÍSTICA

A demanda pode ser definida de várias maneiras, em modo geral, é a busca que o consumidor faz para obter produtos. No turismo, a classificação da demanda pode ser classificada em pelo menos cinco tipos:

- **demanda real** que é aquela que mostra o número efetivo de viajantes;
- **demanda potencial** que é aquela que o turista pode viajar, porém podem não fazer por qualquer que seja o motivo;
- **demanda histórica** que é aquela baseada em dados passados relativos a mesma época;
- **demanda futura** que é aquela projetada a partir de dados analisados da demanda histórica;
- **demanda potencia vinculada à demanda real** que está relacionada aos gastos adicionais que o turista pode fazer em sua viagem conhecendo um destino próximo, por exemplo, fugindo dos gastos prévios pagos.

Caracterizar os turistas de acordo com a demanda pode ser errôneo e como consequência pode fortalecer estereótipos. No entanto, uma tipologia de turista citada por DIAS (2011, p. 83 *apud* COHEN, 1972) indica quatro tipos básicos de turista: o mochileiro que é o que se aventura em caminhos pouco conhecidos e considera sua experiência a única autêntica; o explorador que assim como o mochileiro, tenta traçar sua própria rota, fugindo das agências de turismo, porém, prefere acomodações e meios de transporte mais confiáveis; o turista de massa individual que prefere lugares que assemelham a seu local de origem e não mantém muito contato com os habitantes locais e o turista de massa organizado que é o que viaja em grupos, não arrisca destinos novos, segue os roteiros oferecidos pelas

agências e em nenhuma circunstância foge da sua cultura, evitando o máximo o contato com os moradores locais.

O ofertante ou produto turístico, por sua vez, é composto por diversos fatores que tornam possível sua visita, como por exemplo, vias de acesso, aeroportos, rodoviárias, meios de hospedagem, serviços receptivos, guias turísticos, restaurante, etc. A combinação desses componentes é que torna possível a visita do turista. Ainda de acordo com o Ministério do Turismo (2010, p. 25), “não se pode pensar em produtos turísticos de uma forma individual, mas sim como o conjunto de experiências relacionadas à viagem”.

Uma dessas matérias prima que atraem a demanda pode ser o próprio espaço urbano. Sua construção se dá pela necessidade humana de viver em sociedade em diferentes processos, há a interação de diferentes grupos e, por isso, há várias formas e funções que cada espaço possui. Pode-se pensar, por exemplo, que a memória e a cultura de um povo podem ser fator de influência para a caracterização de toda uma cidade. Todo esse conjunto de valores é o patrimônio.

Referindo-se a Memória, Tedesco (2001, p.59), afirma que “é sempre uma reconstrução psíquica e intelectual, porém, seletiva do passado, de um indivíduo inserido num contexto familiar, social, nacional”.

2.4 A REALIDADE AUMENTADA

Representações da imaginação e da realidade sempre fizeram parte da rotina humana e, com o passar do tempo, ele expressou cada vez mais essas emoções através de sons, desenhos primitivos, figuras, ópera, cinema e até jogos. O uso do computador potencializou a maneira como o homem moderno se manifesta, personificando aparelhos para atender de maneira mais precisa as necessidades de quem o comanda.

2.4.1 A REALIDADE AUMENTADA E OS JOGOS ELETRÔNICOS

Os vídeo-games também tiveram um grande avanço nessa nova linha de aparelhos personificados. A modelagem de ambientes virtuais através da realidade aumentada permite ao jogador inserir seres virtuais em ambientes reais.

Não demorou para que todas essas tecnologias convergissem e, rompendo a barreira da tela do monitor, passassem a gerar ambientes tridimensionais interativos em tempo real, através da realidade virtual. TORI, KIRNER e SISCOUTTO (2006).

Apesar de ser considerada uma tecnologia de ponta, a realidade aumentada não é uma área tão recente quanto se parece. Na década de 1950, um cineasta gerou o primeiro dispositivo que inseria os sentidos dos usuários em um mundo virtual tridimensional, já na década de 1960 um engenheiro construiu o primeiro capacete de realidade virtual e na década de 1980, um cientista da computação que também atuava como artista originou o termo realidade aumentada.

A interação das ações do usuário com o ambiente virtual é um dos importantes aspectos da realidade aumentada, a modelagem dada ao ambiente tridimensional permite a ele a manipulação do cenário e objetos ali pertencentes, além de se movimentar dentro desse espaço tridimensional utilizando algum dispositivo eletrônico. Alguns dos objetos pertencentes a esse ambiente, criados a partir de computador, podem ser animados e apresentar comportamentos autônomos ou que reaja por comandos, o dispositivo eletrônico detecta a ação que lhe foi dado e responde de maneira personificada de acordo com que lhe foi programado.

A possibilidade de o usuário interagir com um ambiente virtual tridimensional realista em tempo-real, vendo as cenas serem alteradas como resposta aos seus comandos, característica dominante nos videogames atuais, torna a interação mais rica e natural propiciando maior engajamento e eficiência. TORI, KIRNER e SISCOUTTO (2006).

A interação mais simples nos ambientes virtuais se dá pela navegação, onde o cenário vai se modificando de acordo com a posição tridimensional através de seu dispositivo eletrônico, os gestos capturados pelo aparelho respondem com a mudança de cenário. Para que isso ocorra, é importante que o usuário sinta como se estivesse atuando dentro do ambiente virtual o manipulando em tempo real.

Com a evolução tecnológica, os jogos eletrônicos ganharam mais espaços nos momentos de lazer e entretenimento, tornando-se cada vez mais presentes no dia a dia dos seres humanos, podendo ser acessados de dispositivos eletrônicos cada vez mais atuantes como smartphones e tablets, dando mobilidade para que o usuário acesse seus conteúdos em diversos lugares. Outro fator que contribuiu para

a expansão desses jogos foi a evolução gráfica, que hoje reproduz cenários com grande riqueza de detalhes.

2.4.2 A REALIDADE AUMENTADA NO UNIVERSO DE POKÉMON GO

Um dos jogos mais aclamados já lançados que utilizam a tecnologia de realidade aumentada é o Pokémon Go, estreado no início do segundo semestre de 2016 e disponibilizado para *download* gratuitamente. O objetivo do jogo é fazer com que o jogador saia da rotina de *games* na frente da tela de algum dispositivo eletrônico e explore o mundo real ao seu entorno a procura de vários pokémon¹, entre várias outras missões que lhe são dada durante essa exploração.

Uma questão importante a ser mencionada sobre a realidade aumentada, é que o termo é erroneamente agregado com realidade virtual, porém, essa segunda pode ter um cenário inteiramente criado a partir do imaginário, enquanto a primeira se dá pela interação do ambiente virtual com o ambiente real, que é a utilizada pelo jogo Pokémon Go e pode ser observada na figura 1.

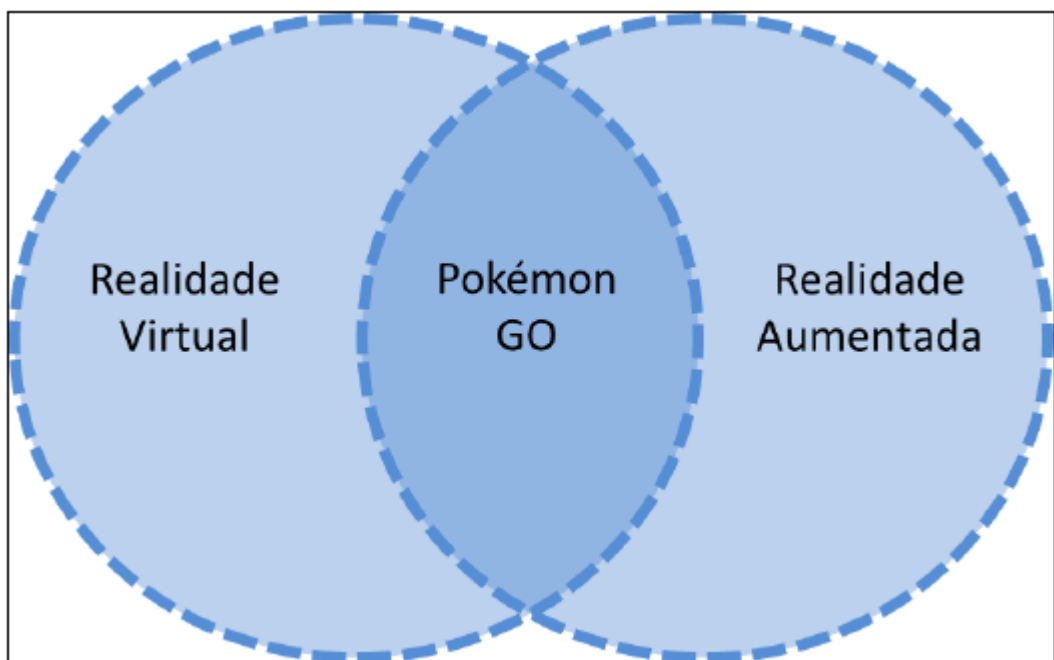


Figura 1

Os treinadores, como são denominados no jogo, através do seu dispositivo eletrônico com o auxílio do sistema de geolocalização *Global Positioning System* (GPS), visualiza os pokémon em sua tela e saem em deslocamento real com finalidade de capturá-lo. De acordo com Pereira (2013) a realidade aumentada é

quando cruzamos elementos do mundo real com elementos virtuais em uma plataforma 3D.

Um exemplo é a figura 2 exposta logo abaixo, onde o pokémon virtual Pikachu é sobreposto em um ambiente real e visto através de um aparelho de smarthphone.

-
- 1- A palavra pokémon vem de uma abreviação do inglês *Pocket Monsters* que já está no plural e significa Monstros de Bolso. Assim, a forma singular e plural da palavra Pokémon não se difere.

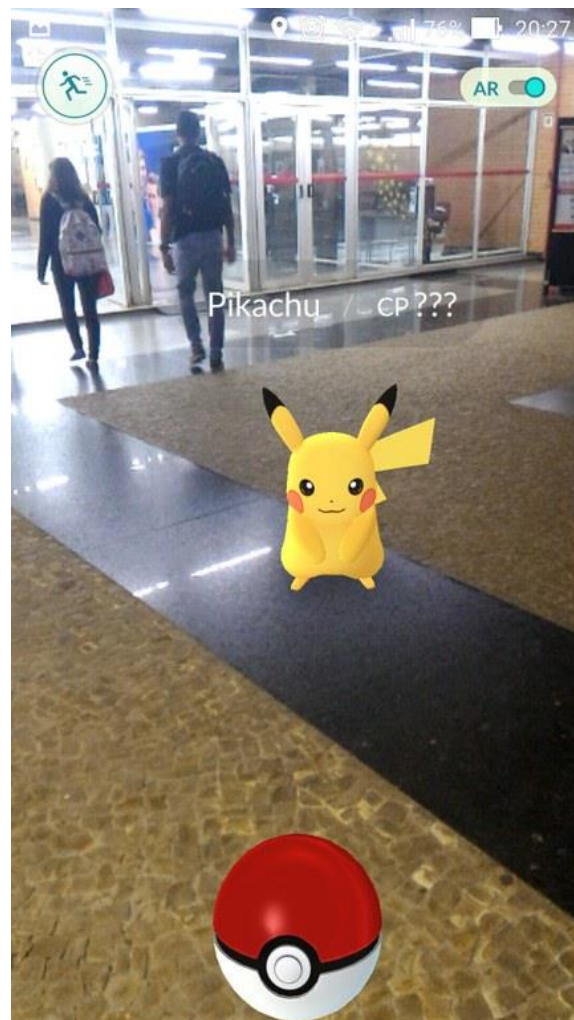


Figura 2. (Serjey Martins. 2016. “Pokemon Go: Campus Taquaral tem Ginásio Pokemon e Pokestops”. Unimep: Universidade Metodista de Piracicaba. Acesso em setembro de 2018. <http://unimep.edu.br/noticias/pokemon-go-chega-a-unimep-campus-taquaral-tem-ginasio-pokemon-e-pokestops>)

Também se deslocam para alcançar paradas (Pokéstop) localizadas em monumentos estratégicos do ambiente real, como museus, igrejas, estátuas, etc. e,

ao ser acionado pelo treinador, libera itens que ele utiliza para facilitar a captura dos monstros e, assim sendo, aumentar seu nível no jogo.

Outro incentivo para que o treinador se mova são os ovos que são coletados quando um Pokéstop é acionado. Esse ovo ao ser colocado em uma encubadora, cria a necessidade de o treinador caminhar a distância que pode variar entre 2 km até 10 km para que o ovo seja chocado e o pokémon possa nascer.

Desde que foi lançado em 5 de Julho de 2016, inicialmente nos Estados Unidos, Austrália e Nova Zelândia, o aplicativo já alcançou o número de 100.000.000 de *downloads* na plataforma da *Play Store*. Ao analisar toda a movimentação causada pelo jogo em outros países, o então prefeito do Rio de Janeiro Paes Leme, através de uma rede social, pediu para que a Niantic liberasse Pokémon GO para o Brasil antes dos Jogos Olímpicos de 2016 e pode-se dizer que de certa forma foi atendido, já que a empresa liberou o jogo há apenas dois dias da cerimônia de abertura dos jogos (O GLOBO, 2016).

Sobre os números atingidos pelo jogo no final de Julho de 2016, o jogo tinha 21 milhões de usuários ativos por dia, o tornando o *game* mais popular na história dos EUA (SILLIS, 2016).

Ainda sobre os números do Pokémon Go, (Sillis, 2016) também afirma que 26% foi o aumento nos lucros do Maxwell's Bar and Grill em Covent Garden, Londres, após o estabelecimento ser um ponto de parada de pokéstop.

Mesmo que as notícias apontem para um grande número de usuários ativos e isso amplia a visão de um nicho de mercado, é de se investigar se durante essa caçada pokémon, há interação dos treinadores com os espaços urbanos e se isso se deu verdadeiramente por motivação do jogo. Para isso, um estudo metodológico foi aplicado e será melhor detalhado na seção abaixo

3 MATERIAIS E MÉTODOS

Tendo em vista o objetivo do estudo, que é analisar as possíveis interações dos jogadores com os espaços urbanos através da realidade aumentada utilizada pelo jogo Pokémon Go, optou-se pela pesquisa exploratória que, segundo Gil (1991) procura aprimorar ideias ou descobrir intuições.

O estudo descritivo do caso responderá as variáveis qualitativas de “como” e “por quê” das motivações dos jogadores.

3.1 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS DA PESQUISA

A fase primária da pesquisa constituiu-se em conceituar o turismo em fontes bibliográficas já elaboradas, confiáveis para levantamento de dados históricos.

A coleta de dados para alimentar a fase exploratória se deu por meio de entrevistas estruturadas abertas, porém, norteadas por um roteiro e formulários. As questões foram voltadas para indivíduos de ambos os sexos na faixa etária entre os 15 e 35 anos de idade, jogador de Pokémon Go, moradores e turistas na cidade de Barretos-SP e esclarecidos da importância da clareza das respostas para o êxito da pesquisa, conseguindo, assim, ter maior perspectiva de respostas quanto ao impacto do jogo, porém, não abrindo espaço para generalização de resultados.

3.2 PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS DA PESQUISA

A realização da coleta de dados foi realizada na cidade de Barretos, no interior de São Paulo, na segunda quinzena do mês de Agosto, época que há maior concentração de visitantes na cidade, Setembro e Outubro do ano de 2018. Segundo Denker (1998, p. 165), “a coleta de dados é a fase do método de pesquisa que tem por objetivo obter informações sobre a realidade”

Situada na região norte do estado de São Paulo, Barretos está na região próxima ao estado de Minas Gerais, de onde herdou parte de suas tradições no processo de aculturação, que é a influência de duas culturas na concepção de uma terceira, Barretos tem um contraste do antigo com o moderno, congrega um complexo de atrativos culturais, histórico e sertanejo, fatores decisivos no reconhecimento da cidade como forte polo de interesse turístico.

Dentre os atrativos históricos e culturais que compõem o cenário turístico de Barretos, estão o Museu Municipal Jornalista Ruy Menezes, o Recinto Paulo de Lima Corrêa, o Cine Barretos e a Catedral do Divino Espírito Santo, todos vinculados à área de campo do jogo Pokémon Go onde foram feitas as pesquisas exploratórias.

Os entrevistados que residem na própria cidade, em sua maioria, mora relativamente nas proximidades do local onde a pesquisa foi aplicada. A abordagem foi feita de forma aleatória, onde, quem estava na imediação do pokéstóp poderia ser ou não jogador de Pokémon Go. Algumas das entrevistas foram previamente

marcadas através de um segundo aplicativo, *Whatsapp*, por questão de mobilidade de tempo. Já os turistas foram abordados na região do Barretos Country Acquapark, Hotel Mabruk e Parque do Peão de Boiadeiro de Barretos.

As perguntas foram divididas em duas seções, a primeira para identificar números complementares porém de suma importância para respostas mais claras dos resultados e a segunda seção para entender se houve interação desses jogadores com os espaços urbanos.

Ao total foram 47 entrevistas com moradores, sendo que, 13 eram do sexo feminino e 34 do sexo masculino. Sobre os turistas, ao total foram 11, sendo eles 4 do sexo feminino e 7 do sexo masculino.

4 RESULTADOS

Nesta seção será feita uma análise de resultados para obtenção precisa das respostas a modo de obter esclarecimento da conclusão, para isso, foi usado o livro em sua nona edição -Pesquisa em Turismo: Planejamento, Métodos e Técnicas da autora Ada de Freitas Moneti Dencker de 1998.

A categorização inicial dos dados para entender o perfil de comportamento dos jogadores residentes na cidade com o aplicativo Pokémon GO revelou que o tempo médio de uso do aplicativo é de 2 horas e 55 minutos por dia. Unanimamente, os treinadores fazem uso do aplicativo todos os dias da semana, “pode falar, 7 vezes por semana para não perder a frequência nos pokéstop” opina um dos entrevistados ao defender que joga todos os dias para ganhar bônus de frequência ao visitar uma pokéstop.

Outro dado a ser discutido é que, a grande maioria afirma que a realidade aumentada tornou o local mais atrativo, desses, apenas cinco dos entrevistados relataram que não sabem a importância da realidade aumentada.

Para completar a categorização dos dados, dos 47 entrevistados, todos relataram fazer caminhadas entre bairros motivados pelo jogo.

Já a tabulação com os 47 resultados para as perguntas abertas para os residentes, onde eles puderam dar respostas conforme sua necessidade obteve-se resultados satisfatórios. Para melhor compreensão, a tabela foi dividida em 6 colunas verticais representadas por Sexo, Idade, a letra “A” que corresponde a

pergunta: O jogo já te motivou a visitar algum atrativo da cidade?, a letra “B” que corresponde a pergunta: Você já conheceu algum monumento antes não percebido através do jogo?, a Letra “C” que corresponde a pergunta: O breve histórico do atrativo disponibilizado no jogo te ajudou a conhecer mais sobre ele? e pela letra “D” que corresponde a pergunta: Em caso de ter feito alguma viagem, o jogo te motivou a explorar aquela localidade?

As colunas horizontais são preenchidas de acordo com as respostas dos entrevistados, confira:

Sexo	IDADE	A	B	C	D
M	17	Pior que sim	Opa! Com certeza	Tem vez que eu olho	Sim, Birigui
M	19	O parque que fica longe	Sim	Pior que leio, pessoa curiosa é assim mesmo	Só Belo Horizonte e Ouro Preto
M	19	Sim, quando tem eventos principalmente	Aquele leãozinho na sacada	Opa, eu li a história da catedral lá	Toda vez em Ribeirão Preto
M	21	Todo dia o jogo faz isso	As placas nas praças	Eu nem sabia onde era o Liceu, depois que fui ver no mapa	Sim, sempre que viajo eu jogo e vejo
M	20	O parque do peão pra dominar ginásio	As estátuas do parque que eu nunca vi	Eu sempre lia	Sempre
F	22	Todas as vezes	Sim, principalmente as placas	Tem vez que olho e tem vez que não	Em São Paulo eu via o nome dos lugares pelo jogo
M	27	Sempre dá	Pior que sim, em	Eu sempre que posso leio e acho legal eles falarem lá	Em Rio Preto eu saí para dar uma volta no centro
F	22	Aqui no lago sim	Com certeza	Eu leio todos pra aprender	Toda vez que viajo eu jogo e sempre vejo lugares legais
F	22	Aqui no lago principalmente	Só depois que comecei a jogar que vi	Eu leio e acho interessante	Em Rio Preto andando no

			essas placas		centro
F	22	Perto de casa na praça da Primavera	Eu olhei mais para o calçadão	Sinceramente não	Também em Rio Preto
M	23	No almoço do serviço eu ando o centro todo	O próprio centro que eu nunca prestei atenção	Sim, eu nem sabia onde era a prefeitura	Em São Paulo eu andei o centro olhando as pokestops
M	31	A gente vai jogando e tem que caminhar	Sempre morei aqui e nunca percebi um monte de coisas	Sinceramente, não	Sim, até em Monte Azul
M	15	Saindo da escola eu sempre vou pela rua de baixo do Antônio Olímpio	Aqui não	Eu quase não leio, só o nome mesmo	Só quando joguei em Rio Preto
F	24	Dentro da Feb mesmo eu fico andando pra jogar	Aquele leão do shopping eu já conhecia, mas não dava importância	Quando me interessa sim, igrejas não	Sempre que viajo
M	24	Sim	Sim	As vezes quando leio	Quando tava em Frutal sim
M	24	Já e muito	Não lembro, acho que não	Na verdade nem tanto	Sempre que eu to viajando eu to jogando e vejo os lugares
F	23	Já, jogo sempre	Eu percebi mais os muros do Cemart	Já, já sim	Sim
F	22	Aqui perto de casa mesmo eu faço isso	Os muris do Cemart também, com certeza	Eu leio	Em São Paulo
M	35	Todos eles eu visito pra jogar	Conhecer não, mas passei a ver com outros olhos	Isso sim	Todas as viagens eu jogo e saio procurando
F	25	Não pelo jogo,	O leãozinho	Acredito que	Sim

		as vezes to lá e jogo, mas só pra jogar não	na sacada que eu nunca tinha visto	em alguns casos sim	
M	17	Já	Acho que não	Sim	Aas vezes quando jogo
F	22	Com certeza	Aquele boi no Parque do Peão	Já, os desconhecidos	Já sim
M	26	Já, claro	Sim	Eu leio todos sempre que posso	Na minha viagem pra Minas
M	24	Sim	Sim	Eu não presto atenção não	Em São Paulo eu andava nas praças olhando pro jogo e as estátuas
M	27	Parece besteira, mas sim	Já sim	Já, sou curiosa pra isso	Sim
F	20	Sim	Não	Quando leio alguns, mas bem pouco	Algumas cidades sim, em outras quase não tem onde jogar
M	19	A gente sai bastante no lago pra jogar	Já sim	Não	Sim
F	28	Já	Já	Eu leio bastante, mas alguns não tem nada escrito	Quando tem Pokémon bom, sim
M	28	O lago que tem Pokémon de água	Eu vi mesmo esse monte de placas	Sim, até fico lendo sobre os lugares	Quase nunca viajo, acho que não
M	22	O centro eu ando todo dia no almoço	Acho que já conhecia todos	Alguns sim	Quando viajei pra Santos e teve evento de Lapras eu andava tudo lá
M	22	O centro mesmo que to lá todo dia	Já, vários	Eu não leio muito	O evento do Lapras acho que foi o melhor

M	31	Eu sempre dou uma volta a noite pra caçar	Conhecer não	Alguns não tem, eu nem leio	Olímpia que eu faço isso sempre
M	20	Sim	Não	Em alguns casos	Até em Colina eu ando pra jogar
M	23	O lago é o melhor lugar pra jogar	Já mas só placas	Não	Em Ribeirão apareceu um Charmander num lugar que eu não sabia onde era e eu saí atrás procurando
M	17	Quando aparece um mais raro eu vou atrás	Acho que não	Isso sim	As vezes sim
M	20	Ontem mesmo fui atrás de um Lapras lá no Rosário	Já	Os que me interessa eu leio	Não sei, eu só tava passando e comecei a jogar, não foi bem pelo jogo
M	23	Eu atravesso a Feb inteira pra dominar ginásio	Alguns	Aqui conheço todos	No Rio de Janeiro eu fui atrás de uns e já conheci o posto B
M	22	Sim, quando aparece uns raros eu até atravesso a cidade	Na verdade não	Sim, até lá na faculdade	Sim
M	17	Já	Eu só achei mais bonito	Sim, principalmente quando vi minha igreja	Eu jogo mais por jogar
M	19	Eu vou no lago caçar e já faço caminhadas	Nenhum	Sim	Em Olímpia só que fica longe pra andar
M	25	O Parque do Peão, só que	No próprio parque eu vi	Sim	Na verdade eu andava

		é longe	uns lá		mais por andar
M	29	Em Barretos não	Os muros do Cemart com certeza	Alguns eu já conhecia, mas outros eu gostei	Acho que não pelo jogo em si
M	15	Mudou meu caminho para voltar da escola	Já, aquela capela lá no Paulo Prata	Só alguns	Não
M	24	Todo dia, ainda mais agora que sempre tem eventos	Sim, até aquela placa indo pro Barretos Country	Sim, a Etec mesmo eu achava que era lá no Cristiano, só vim saber que era aqui depois que vi no mapa	Não foi bem pelo jogo, sabe?
M	22	Pra ter uma ideia eu até mudei meu caminho pra ir pro serviço	Acho que não, conhecia todos	Sim	Eu não saia pelo jogo, mas jogava onde eu ia
M	23	O Parque do Peão pra domiar ginásio	Não lembro	Só sobre alguns	Só mesmo quando quero evoluir algum e aparece no mapa
M	24	A região dos lagos costuma ter uns legais e eu to sempre lá	Não em Barretos	Sim, vários deles inclusive	Isso sim, eu abro o mapa e vou nos lugares pelas fotos que ele mostra

Já sobre os turistas, a categorização apontou que o tempo médio gasto jogando por dia na cidade de Barretos era de 16 minutos, a frequência de vezes com que esses turistas jogavam era de 7 dias por semana.

Quando foram abordados sobre a realidade aumentada deixar o local mais atrativo, apenas 2 não opinaram não saber a resposta, enquanto 9 alegaram que sim.

A tabelação para sistematização das respostas dadas pelos turistas segue as mesmas regras impostas a tabela anterior. Por estarem em viagem de Turismo, a pergunta D não foi aplicada por estar fora do contexto de turistas.

SEXO	IDADE	A	B	C	D
M	22	Aqui por perto pela manhã e a noite vamos andar mais	Vários	Não tive tempo de ler, mas já vi vários em outros lugares	x
F	22	Já sim, visitamos todos os pokéstop aqui no centro	Sim, o mais bonito foi o museu	Sim, pra quem tem curiosidade isso é ótimo	x
F	25	Sim, o próprio jogo mesmo me fez caminhar todo o calçadão	Por enquanto todos aqui do centro	Sim	x
F	19	Sim e ainda vamos atrás de mais a noite	Todo lugar que vou sempre conheço algo enquanto jogo	Sim, tanto aqui quanto em outros lugares	x
M	23	Já	Aqui ainda não	Só um até agora	x
M	23	Já, quando entrei no jogo já vi um Lapras no mapa e fui atrás mesmo sem conhecer aqui por perto	Estou caminhando o Parque inteiro enquanto jogo	Sim	x

F	20	Dentro do parque sim	Só jogando percebi que ali tinha uma estátua de boi	Não tive tempo pra ler	x
M	24	Ainda não	Andando pelo parque fui conhecendo vários lugares legais	Eu não li	x
M	23	Sim, antes de chegar no hotel eu já estava jogando	Sim	Ajudou	x
M	25	Me motivou a caminhar pelo centro	Tem uns detalhes que a gente vai girar o disco e vê a foto e fica curioso pra encontrar	Todos que estou lendo	x
M	19	Quando cheguei ontem e vi que estava rodeado de pokéstop não pensei duas vezes e fui atrás	Estou conhecendo praticamente a cidade enquanto jogo	Eu não li nenhum	

Vale ressaltar a fala de um dos entrevistados que reforça o objetivo de associar realidade aumentada com interação com espaços urbanos onde relata que “alguém deveria ter feito algum jogo assim antes, principalmente envolvendo os monumentos que são parte da cultura de uma cidade, os jovens se interessam mais quando se fala na língua deles”

5 DISCUSSÃO

Após a análise das tabelas de resultados, tomamos como verdade a citação de Pereira (2013) onde ele relata que a realidade aumentada é quando cruzamos

elementos do mundo real com elementos virtuais e cruzamos com Tori, Kirner e Siscoutti (2006) que apontavam que a tecnologia ia romper a barreira do monitor e ia passar a trabalhar com ambientes tridimensionais interativos em tempo real.

Tanto os residentes quanto os turistas através da tecnologia de realidade aumentada e da georeferência em seus aparelhos eletrônicos, apontam que há sim uma interação com os espaços urbanos em seus deslocamentos.

6 CONCLUSÃO

Como a proposta do jogo Pokémon Go é deslocamento, este pode ser considerado um indutor para a prática do turismo, uma vez que o mesmo induz as pessoas a conhecerem locais que saem da sua rotina. A partir de objetivos a serem alcançados pelo treinador no jogo e a procura por pokémon no ambiente real, este acaba por consequência conhecendo os mais diversos atrativos da cidade, seja esse treinador residente local ou turista. Há ainda a interação com outros jogadores que também saem com os mesmos objetivos.

Também é válido registrar que a realidade aumentada, mesmo quando o treinador conhece o local, deixou o ambiente mais atraente, já que expôs detalhes antes não perceptivos.

Durante a pesquisa exploratória também, foi enriquecedor observar como os turistas interagem com o ambiente local, mostrando respeito pelas tradições da cidade, pelo patrimônio e pela cultura inserida. O jogo conseguiu, através de imagens dos atrativos que retratam a realidade da cidade voltada para o sertanejo e aspectos históricos, cativar os visitantes.

Há ainda o fomento do comércio, já que esse jogador precisa suprir suas necessidades fisiológicas enquanto joga e acaba por consumir os mais variados produtos na jornada.

Cabe destacar também que, não só o jogo Pokémon GO, mas outros jogos que usam da tecnologia de realidade aumentada podem enriquecer a interação do usuário com o ambiente real e isso pode ser uma ferramenta para ampliar a experiência no turismo.

REFERÊNCIAS

CAILLOT, A. **O mundo virtual, as necessidades e as motivações: jogos eletrônicos e turismo**. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em turismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Paraná.

CHARLES, G.; RITCHIE, J.; McINTOSH, R. **Turismo: Princípios, Práticas e Filosofias**. 8. ed. Bookman, 2002

DENCKER, A. **Pesquisa em turismo: Planejamento, métodos e técnicas**: 9.ed. futura, 1998

DIAS, R. **Introdução ao Turismo**. 1. ed. São Paulo, 2011.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do Turismo e o Mercado**. Disponível em:

http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf . Acesso em: 12 de outubro de 2018.

O GLOBO. **Eduardo Paes pede game 'Pokémon Go' no Brasil antes da Olimpíada do Rio**. Julho de 2016. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/esportes/eduardo-paes-pede-game-pokemon-go-no-brasil-antes-da-olimpiada-do-rio-19702110?versao=amp>>. Acesso em: 14 de outubro de 2018.

OLIVER HAUTSCH, **Como funciona a Realidade Aumentada**. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/realidade-aumentada/2124-como-funciona-a-realidade-aumentada.htm>>. Acesso em 28 de março de 2018.

PEREIRA, Flávio da Silva. **"Desenvolvimento de uma Aplicação Móvel para o Turismo"**. Mestrado em Engenharia Informática. Ubiwhere, Lda. / Departamento de Engenharia Informática, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade de Coimbra, julho de 2013. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/15961569-Desenvolvimento-de-uma-aplicacao-movel-para-o-turismo.html>>. Acesso em: 13 de outubro de 2018.

SILLIS, B. **Os números absurdos por trás de Pokémon GO**. 28 Julho 2016. Disponível em: <http://www.redbull.com/br/pt/games/stories/1331808907000/pokemon-go-8-estatisticas>. Acesso em: 13 DE OUTUBRO. 2018.

Serjey Martins. 2016. "Pokemon Go: Campus Taquaral tem Ginásio Pokemon e Pokestops". Unimep: Universidade Metodista de Piracicaba. Acesso em setembro de 2018. <http://unimep.edu.br/noticias/pokemon-go-chega-a-unimep-campus-taquaral-tem-ginasio-pokemon-e-pokestops>

SOUZA, A. A.; HORODYSKI, G.S; MEDEIROS, M.L. Realidade Aumentada no Turismo (...). *Revista Hospitalidade*. São Paulo, volume 13, número especial, p. 01-21, novembro de 2016.

TEDESCO, João Carlos. *Memória e cultura: o coletivo, o individual, a oralidade e fragmentos de memórias dos nonos*. Porto Alegre: Ed. Escola Superior de Teologia e Espiritualidade Franciscana, 2001.

TORI, R.; KIRNER, C.; CISCOUTO, R. A. **Fundamentos e tecnologia de realidade virtual e aumentada**. Porto Alegre: SBC, 2006.