



Signos do Consumo

ISSN: 1984-5057

Escola de Comunicações e Artes da USP

Senra, Karin Borges; Vieira, Francisco Giovanni David
O CONSUMO DE JOGOS ELETRÔNICOS COMO UM FENÔMENO SOCIAL, CULTURAL E HISTÓRICO
Signos do Consumo, vol. 14, núm. 2, e198043, 2022, Julho-Dezembro
Escola de Comunicações e Artes da USP

DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-5057.v14i2e198043>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=350277665003>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais informações do artigo
- ▶ Site da revista em redalyc.org

UAEM redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc
Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

O CONSUMO DE JOGOS ELETRÔNICOS COMO UM FENÔMENO SOCIAL, CULTURAL E HISTÓRICO

The consumption of electronic games as a social, cultural and historical phenomenon

El consumo de juegos electrónicos como un fenómeno social, cultural e histórico

Karin Borges Senra

Universidade Estadual de Maringá, Maringá, Brasil

Doutora em Administração pela Universidade Estadual de Maringá. Ocupa o cargo de professora colaboradora no Departamento de Administração na Universidade Estadual de Maringá.

E-mail: kbsenra2@uem.br

Francisco Giovanni David Vieira

Universidade Estadual de Maringá, Maringá, Brasil

Doutor em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Ocupa o cargo de professor associado do Departamento de Administração e do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Estadual de Maringá.

E-mail: fgdvieira@uem.br

RESUMO Ao longo do tempo, o consumo de jogos eletrônicos ganhou destaque mundial por sua capacidade de movimentação do mercado e da economia. No entanto, a literatura ainda apresenta contradições na compreensão desse fenômeno, uma vez que existem diferentes perspectivas sobre o conceito, o escopo e os benefícios dos jogos eletrônicos. Diante disso, consideramos que esse fenômeno deve ser compreendido como uma construção social, envolvendo indivíduos, relações e significados. Dessa maneira, o objetivo deste trabalho é apresentar uma revisão teórica envolvendo a história e a definição dos jogos eletrônicos, compreendendo este fenômeno de consumo como cultural, social e histórico.

PALAVRAS-CHAVE Jogos eletrônicos, Consumo, História, Cultura, Construção social.

ABSTRACT Over time, the consumption of electronic games has gained worldwide prominence for its ability to move the market and the economy. However, the literature still presents contradictions in understanding this phenomenon, since there are different perspectives on the concept, scope, and benefits of electronic games. Therefore, we believe that this phenomenon should be understood as a social construction, involving individuals, relationships, and meanings. Thus, the aim of this paper is to present a theoretical review involving the history and the definition of electronic games, understanding this consumption phenomenon as cultural, social, and historical.

KEYWORDS Electronic games, Consumption, History, Culture, Social construction.

RESUMEN Con el paso del tiempo, el consumo de juegos electrónicos adquiere protagonismo mundial por su capacidad de mover el mercado y la economía. Sin embargo, aún existen contradicciones en la literatura en cuanto a la comprensión de este fenómeno, debido a diferentes perspectivas sobre el concepto, el alcance y los beneficios de los juegos electrónicos. Por lo tanto, creemos que este fenómeno debe entenderse como una construcción social, en la que intervienen individuos, relaciones

Como citar este artigo:

Como citar este artigo: SENRA, K. B.; VIEIRA, F. G. D. O consumo de jogos eletrônicos como um fenômeno social, cultural e histórico. *Signos do Consumo*, São Paulo, v. 14, n. 2, p. 1-12, jul./dez. 2022.

Submetido: 20 maio 2022
Aprovado: 9 dez. 2022

y significados. De esta manera, el objetivo de este trabajo es presentar una revisión teórica que involucre la historia y la definición de los juegos electrónicos, entendiendo este fenómeno de consumo como cultural, social e histórico.

PALABRAS CLAVE Juegos electrónicos, Consumo, Historia, Cultura, Construcción social.

INTRODUÇÃO

O termo “jogos eletrônicos” vem do inglês “*videogames*”, referindo-se aos diversos jogos de computador, de consoles ou de dispositivos móveis (*mobile*, a exemplo de celulares, *tablets*, entre outros) que foram desenvolvidos ao longo do tempo. Os jogos eletrônicos são resultado de desenvolvimentos tecnológicos, e, por isso, ao longo do tempo, percebemos diversas transformações tanto na forma de jogar, quanto nos jogos em si, nos equipamentos e dispositivos e na interação do jogo com os indivíduos. Os jogos eletrônicos ganharam aceitação de uma forma muito rápida (PANELAS, 1983), de modo que a indústria cresce consideravelmente anualmente, além de ser caracterizada por altos níveis de inovação e dinamicidade (MARCHAND; HENNIG-THURAU, 2013).

Dados do instituto Newzoo (GLOBAL..., 2022) mostram que o mercado de jogos eletrônicos faturou U\$ 175,8 bilhões em 2021, com previsão de crescimento para U\$ 219 bilhões até 2024. Ainda, em 2022, 74,5% dos brasileiros jogam algum tipo de jogo eletrônico, tendo movimentado U\$ 2,3 bilhões em 2021, com um crescimento de 6% previsto para 2022. Com isso, o Brasil é o país com maior representatividade no mercado de jogos eletrônicos da América Latina e ocupa o 12º lugar no ranking de maiores mercados de jogos eletrônicos.

Diante do evidente crescimento de mercado, tanto do ponto de vista econômico, quanto do ponto de vista de consumo, e com a necessidade de compreender o conceito dos jogos eletrônicos como uma construção social, o objetivo deste trabalho é apresentar uma revisão teórica envolvendo a história e a definição dos jogos eletrônicos, compreendendo este fenômeno de consumo como cultural, social e histórico.

Essa construção pode contribuir para os estudos que envolvem esse fenômeno, sugerindo a adoção de perspectivas principalmente da sociologia e da antropologia para a sua compreensão. As próximas seções apresentam a história e a construção da definição do que são jogos eletrônicos, e ao final são apresentadas algumas considerações finais, que demonstram a conclusão deste trabalho: de que os jogos eletrônicos são fenômenos de consumo sociais, históricos e culturais.

HISTÓRIA DOS JOGOS ELETRÔNICOS

A origem dos jogos eletrônicos apresenta controvérsias. É inegável que eles se originaram nos desenvolvimentos tecnológicos, mas algumas polêmicas circundam seu surgimento e desenvolvimento. Uma delas corresponde à sua criação como função puramente econômica (DENEGRINKNOTT; MOLESWORTH, 2010; PANELAS, 1983), enquanto uma outra polêmica comum se refere aos malefícios que o consumo dos jogos eletrônicos pode causar nos indivíduos (BARLETT; ANDERSON; SWING, 2009).

Ao longo do tempo, diversos jogos foram desenvolvidos, envolvendo diferentes dispositivos, tecnologias e histórias. E toda a história do desenvolvimento dos jogos eletrônicos é bem documentada e detalhada por autores como Kent (2001) e Herz (1997), por exemplo.

Nesses trabalhos, percebemos o quão extenso e plural é o desenvolvimento dos jogos, envolvendo diferentes momentos na história, e aqui vamos nos ater a alguns desses momentos que são considerados marcos no desenvolvimento dos jogos eletrônicos.

Os primeiros jogos eletrônicos foram desenvolvidos em laboratórios e centros de pesquisa de universidades, durante os anos de 1960 e 1970 (KENT, 2001; LOWOOD, 2009). Embora existam alguns possíveis registros anteriores, o primeiro jogo eletrônico da história é atribuído a um grupo de pesquisa do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), que funcionava como um clube de nerds em busca de algum equipamento que pudesse ser utilizado para o desenvolvimento de jogos. Desenvolvido em 1962 por Steve Russell, num computador PDP-1 (Processador de dados programável-1) doado à universidade, o jogo *Spacewar* recebe o título de primeiro jogo eletrônico para computador (HERZ, 1997; KENT, 2001; LOWOOD, 2009).

Spacewar foi um jogo de computador simples, que demonstrava uma batalha entre dois foguetes. Os jogadores controlavam a velocidade e a direção dos foguetes e disparavam torpedos entre si (HERZ, 1997; KENT, 2001). Os desenvolvedores não quiseram comercializar, acreditando que ninguém compraria o jogo. Decidiram, então, disponibilizar cópias do jogo para quem quisesse. As cópias se espalharam de forma tão ampla pelos Estados Unidos que esse jogo não só despertou o interesse de diversos jovens programadores, mas do público em geral, que viu nessa experiência uma nova forma de diversão (HERZ, 1997).

Spacewar demonstrou as possibilidades da tecnologia e das capacidades técnicas dos programadores, abrindo caminhos para desenvolvimentos subsequentes. Como o jogo mantinha um código aberto, os diversos centros de pesquisa nos Estados Unidos adentraram na experiência de adicionar novos elementos ao jogo, caracterizando a cultura inicial dos jogadores e programadores como uma espécie de comunidade (LOWOOD, 2009). A partir desse pioneiro, então, vários outros jogos de computador foram desenvolvidos (KENT, 2001).

Em 1966, Ralph Baer, um engenheiro de televisão que gerenciava uma grande equipe de desenvolvedores numa empresa chamada Sanders Association, pensava em como utilizar a televisão de outra forma, que não para assistir aos canais. Ele teve a brilhante ideia de utilizá-la para jogos eletrônicos, e colocou alguns membros de sua equipe para trabalhar secretamente nesse projeto. Alguns anos depois, com a patente das invenções desenvolvidas vendida para a empresa Magnavox, nasceu, em 1972, o primeiro console da história, o Odyssey, com alguns jogos eletrônicos associados a ele. Os jogos ainda não possuíam cores nem sons e suas variações eram na verdade o mesmo jogo em diferentes formatos. Até o Natal do ano de lançamento, haviam sido vendidos 100.000 consoles nos Estados Unidos (HERZ, 1997; KENT, 2001).

Nesse mesmo período, Nolan Bushnell, um engenheiro elétrico interessado por jogos eletrônicos e influenciado pelo recente *Spacewar*, iniciou um projeto de desenvolvimento do jogo *Computer Space*, por volta de 1969, na empresa Ampex, líder no desenvolvimento de tecnologias de vídeo e de registros de computador. Essa empresa se situava no Vale do Silício, local em que havia grande quantidade de start-ups entre 1967 e 1969, momento em que Bushnell estava lá. Então, em 1971, o jogo foi lançado. Tratava-se da primeira máquina de jogo comercial “*arcade*”, conhecida no Brasil como “fliperama”, para a instalação em bares do Vale do Silício. Por conta disso, Bushman hoje é considerado o pai dos jogos eletrônicos (HERZ, 1997; KENT, 2001; LOWOOD, 2009).

Essa máquina não obteve muito sucesso de público, principalmente por sua complexidade, que demandou a criação de um longo manual explicativo sobre como jogar. Por outro lado, aqueles que entendiam de jogos e desenvolvimento viam no *Computer Space* um grande feito, que abria novas possibilidades para os jogos do futuro. Dessa maneira, a máquina ajudou no desenvolvimento de consoles e jogos eletrônicos subsequentes.

A falha do jogo, porém, não desanimou Bushnell; pelo contrário, motivou-o a continuar o seu projeto de forma independente (KENT, 2001). Conforme afirma Lowood (2009, p. 10), “*Computer Space* estabeleceu uma filosofia de desenho e uma configuração técnica geral para consoles de fliperamas e reduziu os jogos de computador baseados em laboratório para um formato que iria lançar os jogos eletrônicos como produtos de consumo”. Nesse momento, começamos a perceber o interesse de diversas empresas pela produção de jogos eletrônicos como objetos de consumo. Quando esse interesse se inicia, cresce a quantidade de jogos produzidos, bem como a sua formatação passa a ser pensada para o que o consumidor vai se interessar, abrangendo profissionais de diversas áreas como comunicação e design.

Junto com seu sócio Ted Dabney, Bushnell fundou em 1972 a empresa chamada Atari. Inspirada pelo jogo de pingue-pongue do Odyssey de Baer, a Atari desenvolveu um jogo numa máquina de moedas chamado *Pong* (KENT, 2001). *Pong* é um simples jogo de pingue-pongue em que cada lado da imagem apresenta uma barra (raquete) controlada pelos jogadores, e estas são usadas para rebater uma bola. Essa máquina obteve muito sucesso de público e tornou-se conhecida internacionalmente, e sua simplicidade fez com que *Pong* fosse fácil de ser jogado pela maioria dos indivíduos. Devido à proximidade com a indústria de diversão, *Pong* passou a ser comercializado seguindo os mesmos caminhos das máquinas de *pinball*, o que permitiu sua grande expansão (KENT, 2001; LOWOOD, 2009).

Após esse projeto, em 1975, Bushnell concretizou o próximo projeto da Atari, a versão do *Pong* para ser usada em casa, o chamado Home Pong, um console que poderia ser acoplado aos televisores caseiros. Esse console só contava com o jogo de pingue-pongue, mas custava bem menos que o Odyssey. Em contato com uma influente loja de departamento da época, Bushnell vendeu 150.000 unidades do Home Pong no Natal daquele ano. Todos foram vendidos e o Home Pong ultrapassou o Odyssey em pouco tempo de mercado, tornando-se o console favorito dos consumidores. Tanto adultos quanto crianças viam no jogo uma nova forma de utilizar a televisão, aliada à diversão. Em dez anos, a Atari passou a ser a empresa que mais cresceu na história dos Estados Unidos, chegando a U\$ 2 bilhões anuais (KENT, 2001).

A partir do sucesso do Home Pong, diversas empresas passaram a desenvolver consoles. Destaques para o Odyssey 100 (1975) da Magnavox, que adicionou som e pontuação aos jogos, o Channel F (1976) da Fairchild, que foi o primeiro console a permitir o uso de cartuchos (fitas), e o Telstar (de 1976) da Coleco, que tinha um controlador na forma de volante, uma pistola para jogos de tiros e botões para outros jogos. Em 1976, a Mattel iniciou um projeto de jogos eletrônicos portáteis, que deram origem, em 1989, ao Gameboy, lançado pela Nintendo, ao Game Gear, da Sega, e ao Lynx, da Atari. A cada jogo novas tecnologias eram implantadas, facilitando a interação com o jogador e adicionando elementos chamativos.

A Atari foi vendida para a Warner por U\$ 28 milhões em 1996. Herz (1997) considera os anos de 1977 a 1983 a “Era da Atari”, marcada pelo desenvolvimento de diversos consoles e pela sobrevivência à crise no

mercado de jogos eletrônicos, no final de 1977, ano em que a empresa lançou seu novo console, o Atari 2600. Seu sucesso foi tanto, que até 1980 aproximadamente quatro milhões de unidades foram vendidas. Esse console permitia jogar mais de um jogo eletrônico e apresentava uma interface colorida, com som e com uma variedade de nove cartuchos de jogos. Além disso, o Atari 2600 tinha como complementos um *paddle* e um *joystick*, que são objetos controladores de jogos (HERZ, 1997; KENT, 2001).

Também em 1977, a Nintendo lançava no Japão seu primeiro console para casa. Em 1978, a Taito, também do Japão, lançou o jogo *Space Invader*, de fliperama, que teve grande sucesso mundial. Em 1979, ex-programadores da Atari lançaram o Activision, primeiro console que não possuía hardware, funcionando somente com cartuchos de jogos. E no mesmo ano, foi lançado o primeiro jogo comercial com gráficos vetoriais, em formato parecido com o 3D (HERZ, 1997; KENT, 2001).

De maneira geral, de 1979 a 1983 Kent (2001) considera a Idade Dourada dos jogos eletrônicos, pois nessa época diversas empresas adentraram esse meio, e com o desenvolvimento de cartuchos muitas passaram a se especializar no ramo. As novas tecnologias que surgiam deixavam os jogos cada vez mais interessantes para o público consumidor, fazendo das vendas de cada lançamento um sucesso. Após o desenvolvimento dos primórdios dos jogos eletrônicos, de fliperamas, consoles caseiros e do computador, ao longo do tempo os esforços de desenvolvedores e empresas do ramo se concentraram em aperfeiçoar esses dispositivos e criar novos jogos. Nesse meio, podemos destacar a Atari, a Coleco, a Nintendo, a Sega, a Sony e a Microsoft.

Os consoles passaram, então, a ser fabricados com tecnologias de 8-bits (Famicon da Nintendo, em 1983), 16-bits (Mega Drive da Sega, em 1988), 32-bits (3DO da Panasonic e Eletronic Arts, em 1993), 64-bits (Nintendo 64 da Nintendo, em 1996) e 128-bits (Sega Dreamcast da Sega, em 1998). Outras inovações, como o Sega CD em 1992, o primeiro console de 32-bits com CD-ROM da Sony, processadores com tecnologia *dual core*, acesso à internet, entre outras, passaram a fazer parte do escopo anual dos jogos eletrônicos (HERZ, 1997; KENT, 2001).

Como jogos, diversos títulos ganharam destaque ao longo do tempo, como *Pac-Man* (1979), *Battlezone* (1980), *Donkey Kong* (1980), *Super Mario Bros.* (1985) e *Sonic* (1991). Os jogos eletrônicos para computadores e celulares também ganham destaque até os dias de hoje, com diversas empresas comercializando diferentes tipos de jogos, como *Doom* (1993), *Myst* (1995), *Warcraft* (1995), *Quake* (1996), *Street Fighter* (1987), *Mortal Kombat* (1992), *Final Fantasy* (1987), *Counter Strike* (1999), *GTA* (1998), *League of Legends* (2009), entre tantos outros (HERZ, 1997; KENT, 2001; SEO; BUCHANAN-OLIVER; FAM, 2015).

Um movimento paralelo ao desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação, especialmente da internet, é a criação de *lan houses*, locais onde existem computadores em rede para que a população possa ter acesso à internet e a jogos em rede, para diversos jogadores ao mesmo tempo. Com origem na Ásia, as *lan houses* inicialmente foram desenvolvidas em comunidades de baixa renda para fornecer acesso à internet de forma barata (LEMO; MARTINI, 2010). Elas tornaram-se um espaço para jogadores ávidos explorarem o mundo dos jogos em grupo, num processo de integração e interação entre indivíduos, tanto no espaço físico das *lan houses*, quanto nos espaços on-line. Essa estrutura favoreceu a disseminação da cultura de consumo dos jogos eletrônicos e a criação de identidades de grupo, percebidas por meio de linguagens, ações e interações entre grupos (PEREIRA, 2007).

Outra característica comum nos jogos eletrônicos é a competição, que pode se dar em maior ou menor grau. Por exemplo, pode-se competir com outras pessoas, de forma presencial ou on-line, competir contra a máquina, ou competir consigo mesmo, envolvendo tempo, recordes, entre outras coisas. Ao longo do tempo surgiram algumas competições de jogos eletrônicos, como com o jogo *Spacewar*, em 1972. A partir de 1980, começam a ser registrados recordes mundiais e o espaço para competições maiores se abre. Em 1990, a Nintendo criou um campeonato mundial, e a partir de 2000 diversos campeonatos foram criados, como o World Cyber Games, a Major League Games, entre outros, até os atuais, como o League of Legends World Championship. Dessa forma, percebemos que os jogos eletrônicos podem ser utilizados de maneira competitiva, tanto individualmente quanto por meio da realização de campeonatos. A esse movimento se dá o nome de *e-sports*, que são práticas organizadas, competitivas e profissionais de jogos eletrônicos. É um fenômeno recente, que tem sido debatido na academia e na prática, por sua influência na economia e sua capacidade de movimentar formas de consumo (HUTCHINS, 2008; JONASSON; THIBORG, 2010; SEO, 2013; 2016; SEO; JUNG, 2014; WITKOWSKI, 2012). Mais recentemente ainda, os jogos eletrônicos ganharam novos arranjos, com metaverso e jogos em *blockchain* (BELK; HUMAYUN; BROUARD, 2022).

Ao longo desses aproximadamente 50 anos de desenvolvimento dos jogos eletrônicos, muitas mudanças foram desenvolvidas. Primeiramente, os jogos tiveram um início em centros de pesquisa, sem se preocuparem com questões de mercado ou de comunicação com o público. Somente no início dos anos de 1980 que preocupações sobre a comunicação começam a se estabelecer. Pinheiro (2007) fala sobre essa inserção da comunicação como responsável pela interface mais realística que os jogos ganham ao longo do tempo. Além disso, questões de narrativa, o espaço e tempo dos jogos e o envolvimento com os jogadores são elementos advindos dessa perspectiva (PINHEIRO, 2007).

Por fim, embora possamos reconhecer a natureza comum entre outras formas de jogos e os jogos eletrônicos, é necessário ressaltar a natureza multifacetada e complexa que eles adquiriram ao longo do tempo, oferecendo múltiplas possibilidades de experiências de consumo (SEO; BUCHANAN-OLIVER; FAM, 2015). Isso faz com que sejam criados diferentes significados para as práticas de consumo de jogos eletrônicos, que influenciam a forma como eles são vistos e aceitos em cada sociedade, em cada época.

DEFINIÇÃO DE JOGOS ELETRÔNICOS

Por meio da história do desenvolvimento dos jogos eletrônicos é possível perceber que eles envolvem diversos dispositivos, formatos e tecnologias. Dada essa diversidade, ao longo do tempo vários gêneros foram estabelecidos (ex.: ação, aventura, lutas, quebra-cabeças, narrativas, simulações da vida real, esportes, estratégia, entre outros), fazendo com que as experiências de consumo de jogos eletrônicos sejam variadas e diferentes. Diante dessa multiplicidade de formas, o contexto de desenvolvimento de jogos eletrônicos, bem como de sua definição, também apresenta alguns debates e contradições (TRAVINOR, 2008).

Recorremos ao dicionário Michaelis (VIDEOGAME, 2022), em que “videogame” (isto é, “jogo eletrônico”) define-se como “jogo em que imagens e sons aparecem numa tela de televisão ou de computador

desafiando o usuário a manipulá-las eletronicamente, a tomar decisões rápidas e/ou a responder a perguntas e desafios exibidos na tela”. Essa definição não parece incluir tudo o que chamamos de jogos eletrônicos e ao mesmo tempo restringir o que não é jogo eletrônico. Por exemplo, não considera os jogos de celular, *tablets* ou equipamentos portáteis. Ainda, não restringe o caráter lúdico e prazeroso dos jogos, que pode incluir elementos como simuladores de voo, direção, entre outros. Dessa forma, precisamos de mais informações para compreender o que são os jogos eletrônicos, bem como a sua função na sociedade.

Esposito (2005) define os jogos eletrônicos com base em quatro termos relacionados: jogo, jogar, aparato audiovisual (interatividade) e história (narrativa). Para ele, os jogos eletrônicos são “jogos em que nós jogamos devido a um aparato audiovisual e que podem ser baseados em uma história” (ESPOSITO, 2005, p. 2). O autor esclarece o *jogo* como sendo um entretenimento interativo, que é realizado de forma voluntária e que possui características básicas, como experiência comum, igualdade, liberdade e atividade, podendo haver regras ou não. Já o *jogar* é a atividade voluntária limitada no tempo e espaço do jogo, que envolve competição, alcance de resultados, gosto pela narrativa e uma experiência audiovisual. Sobre o *aparato audiovisual*, Esposito (2005, p. 3) argumenta que é “um sistema eletrônico com capacidades computacionais, dispositivos de entrada e de saída”, podendo ser fliperamas, consoles, consoles portáteis, computadores, celulares, entre outros dispositivos. Nesse sentido, a interatividade é uma das principais características dos jogos eletrônicos. Por fim, para o autor, os jogos eletrônicos podem ser baseados em uma *história*, e, embora ele coloque essa característica na definição, fica claro que a história não é uma condição para um jogo eletrônico (ESPOSITO, 2005).

Em busca de um conceito que consiga incorporar todas as formas possíveis de jogos eletrônicos, Travinor (2008) apresenta uma definição disjuntiva que combina algumas condições para considerar o que são jogos eletrônicos:

X é um jogo eletrônico se é um artefato em uma mídia digital visual, é projetado em princípio como um objeto de entretenimento, e destina-se a proporcionar esse entretenimento através do emprego de um ou dos dois modos de engajamento: jogabilidade vinculada a regras ou ficção interativa.

Assim, as condições necessárias para um jogo eletrônico são as duas primeiras: “artefato em uma mídia digital” e “objeto de entretenimento”. Essas duas condições definem o que é um jogo eletrônico e separam outros artefatos da definição, como simuladores de voos ou jogos físicos. As condições de existência de regras e ficção interativa irão delimitar o tipo de jogo em questão, definindo quais objetivos devem ser atingidos nele e as formas de interação entre o jogador e o próprio jogo (TRAVINOR, 2008).

Ao analisar a definição de Travinor (2008), Bruni (2017) a amplia, dizendo que:

X é um *videogame* se é um artefato em uma mídia audiovisual e digital; é planejado como um objeto de entretenimento e se destina a fornecer tal entretenimento através do emprego agregativo dos seguintes modos de engajamento com o jogador: a ficção interativa, as regras do jogo e a incorporação por meio do avatar.

As diferenças fundamentais desta definição para a de Travinor são a mudança de “mídia visual” para “mídia audiovisual”, a alteração de “jogabilidade vinculada a regras” para “regras”, sob o argumento de que as regras já delimitam uma jogabilidade, e a modificação mais radical, que acrescenta um elemento de “incorporação por meio do avatar”¹ às possibilidades de variações do jogo (BRUNI, 2017). Apenas a noção audiovisual parece ser questionável, uma vez que não inclui os primeiros jogos eletrônicos, que, como mostrado, não possuíam som.

As definições de jogos eletrônicos, assim como qualquer definição de conceitos, devem transmitir alguma ideia do objeto em questão, criando limites que cercam o que pode ser considerado ou não um jogo eletrônico (ARJORANTA, 2014). Entretanto, os limites das definições, especialmente de fenômenos culturais e sociais, como é o caso dos jogos eletrônicos, não podem ser fixos, de forma a limitar a visão do fenômeno; eles devem se mover à medida que o fenômeno é construído social e culturalmente.

Com uma perspectiva que considera os jogos eletrônicos como artefatos culturais, Pannels (1983) apresenta que esses jogos constituem-se de atividades sociais organizadas, que desenvolvem materiais simbólicos na formação de grupos culturais; são como textos culturais cujos significados podem ser interpretados. Molesworth e Watkins (2016) identificam os jogos eletrônicos como integrantes de uma atividade de lazer, o jogar, que fornece um sentido de progresso para os indivíduos. Outros autores consideram os jogos eletrônicos como uma forma de consumo lúdica em que os consumidores adentram em uma história coconstruída, integrando o jogar com a narrativa dos jogos (BUCHANAN-OLIVER; SEO, 2012). Denegri-Knott e Molesworth (2010), por sua vez, argumentam que os jogos eletrônicos, estando dentro de um contexto de consumo digital virtual, são capazes de estimular os desejos dos consumidores, como forma de atualização de seus sonhos diários e suas fantasias, sendo um processo de experimentação que permite aos indivíduos assumir diferentes identidades.

Em complemento, alguns autores exaltam a característica de interatividade dos jogos eletrônicos como a sua principal distinção perante outras mídias (KLIMMT; HARTMANN, 2006; SCHOTT; KAMBOURI, 2003; VORDERER; HARTMANN; KLIMMT, 2003). Vorderer, Hartmann e Klimmt (2003) acrescentam que o que faz essa interatividade ser tão atraente para os indivíduos é a competição, ressaltando o aspecto social do consumo de jogos eletrônicos. Ainda, Schott e Kambouri (2003) evidenciam a socialização e a comunicação social como elementos fundamentais provocados pelos jogos eletrônicos, uma vez que há atividade colaborativa e a formação de grupos sociais.

Outra forma de definir ou delimitar o que são jogos eletrônicos é compreendendo quem joga e por que joga. Do ponto de vista cultural, é importante compreender quem faz parte dessa cultura, quem representa a cultura, quem está dentro ou fora dos grupos sociais considerados, quem pode falar com autoridade e ser ouvido (SHAW, 2010).

Marchand e Hennig-Thurau (2013) dissertam sobre a ampliação dos grupos de consumidores dos jogos eletrônicos. No início, as crianças e adolescentes, geralmente do sexo masculino, correspondiam ao perfil de jogadores; hoje, esse quadro mudou, incluindo adultos, mulheres, famílias, todos jogando de forma casual e profissional. Essa ampliação

1. Avatar é o personagem criado pelo jogador dentro dos jogos. Normalmente pode ser personalizado, de forma que o jogador possa criar um personagem com o qual se identifique.

pode ter acontecido tanto pela multiplicidade de jogos eletrônicos, que atende todos os públicos, quanto pela facilidade em obter jogos eletrônicos, especialmente com o aumento do uso de celulares. Sobre essa ampliação, Shaw (2010) esclarece que, embora o perfil de jogadores tenha se ampliado, é necessário pensar em diferentes grupos de consumidores de jogos eletrônicos. Ele defende a ideia de que existem jogadores e jogos mais avançados, que devem ser compreendidos separadamente de uma cultura de consumo de jogos eletrônicos mais ampla.

Sobre o porquê de jogar, autores buscam delimitar o que são jogos eletrônicos em função dos resultados positivos – a exemplo de Boot *et al.* (2008) e Granic, Lobel e Engels (2014) – e negativos – a exemplo de Barlett, Anderson e Swing (2009), Ferguson (2007) e Kirsh (2003) – que o seu consumo traz para os indivíduos, que podem ser motivacionais, sociais, emocionais e comportamentais (GRANIC; LOBEL; ENGELS, 2014; HOLBROOK; CHESTNUT; OLIVA; GREENLEAF, 1984). Devido à grande variedade de jogos, os resultados nos indivíduos dependem do nível de complexidade do jogo e da extensão de interação social requerida (GRANIC; LOBEL; ENGELS, 2014).

Dentre as respostas negativas, o efeito dos jogos violentos nos indivíduos é um tema de debate desde o início do desenvolvimento dos jogos, quando os primeiros jogos de lutas surgiram (KENT, 2001). Barlett, Anderson e Swing (2009) realizam uma revisão dos achados na literatura, concluindo que os principais efeitos do consumo de jogos nos indivíduos envolvem emoções e aprendizados agressivos, que consequentemente influenciam um comportamento agressivo.

Por outro lado, os estudos sobre os resultados positivos indicam que o consumo de jogos eletrônicos desenvolve habilidades de atenção, consciência espacial, solução de problemas, memória e criatividade, além de habilidades sociais (BARLETT; ANDERSON; SWING, 2009; BOOT *et al.*, 2008; GRANIC; LOBEL; ENGELS, 2014). Como respostas emocionais, o consumo de jogos eletrônicos parece diminuir a ansiedade, auxiliar no relaxamento, desenvolver orgulho e autoestima, além dos efeitos emocionais provenientes da diversão, como respostas sociais (GRANIC; LOBEL; ENGELS, 2014).

Molesworth e Watkins (2016) acrescentam que mais do que trazer emoções positivas, os jogos eletrônicos auxiliam os indivíduos a lidar com as emoções negativas do dia a dia, como frustração, angústia e sentimento de estagnação. Por meio dos jogos, os indivíduos adquirem um sentido de progresso, e níveis pequenos de sucessos diários podem amenizar situações negativas da vida real. Granic, Lobel e Engels (2014) complementam essa discussão considerando que os efeitos negativos do uso de jogos eletrônicos, como emoções agressivas, podem ser gerenciados pelos indivíduos, por meio da habilidade de controlar as emoções, que é também desenvolvida durante os jogos, devido às diferentes emoções experienciadas.

Com base nas considerações sobre as definições e funções dos jogos eletrônicos, percebemos que eles são um fenômeno de consumo em que a interação com os indivíduos é fator essencial. Ainda, o sentido de progresso e os benefícios resultantes do consumo de jogos eletrônicos parecem motivar essa prática. Ao mesmo tempo, eles formam grupos de consumidores que se relacionam por meio do próprio jogo, motivando também as relações sociais.

Todas as formas de definição ou delimitação do que é considerado jogo eletrônico são tentativas de continuar o processo de compreensão do fenômeno (BRUNI, 2017). Como um fenômeno cultural, uma definição única e imutável não é possível, nem mesmo desejável, na medida em

que é um fenômeno construído social e culturalmente, e, portanto, está em constante mudança (ARJORANTA, 2014). Assim, fica claro que os jogos eletrônicos possuem uma função social, que envolve a cultura e o consumo dos bens e serviços associados a eles.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos trabalhos analisados, compreendemos que o consumo de jogos eletrônicos é entendido como um comportamento motivado, especialmente em busca de recompensas, satisfação e emoções positivas. Por isso, é estudado no contexto das experiências de consumo (HOLBROOK; HIRSCHMAN, 1982; HOLBROOK; CHESTNUT; OLIVA; GREENLEAF, 1984), como experiências em que os consumidores são direcionados pelos resultados positivos esperados. Os jogos eletrônicos são entendidos por adquirir, dessa forma, uma importância social (BROCK, 2017; GRANIC; LOBEL; ENGELS, 2014).

Diante do crescimento e da sua importância social, os jogos eletrônicos passaram a fazer parte do dia a dia dos indivíduos (GOSLING; CRAWFORD, 2011), sendo sua prática entendida como um fenômeno cultural de consumo. Eles se tornaram, desde a sua origem, uma das principais mídias culturais, sendo um elemento fundamental na construção das imaginações coletivas (LATORRE, 2015). Enquanto fenômeno de consumo, os jogos eletrônicos vêm sendo estudados como experiências que auxiliam os indivíduos a escapar das rotinas e a adquirir um sentido de progresso na vida (MOLESWORTH; WATKINS, 2016). São capazes de produzir oportunidades de transformação para os consumidores, fornecendo formas de experiências e prazer (DENEGRÍ-KNOTT; MOLESWORTH, 2010). Ainda, os jogos eletrônicos são recursos que contribuem para a construção da identidade e para as narrativas de vida dos indivíduos (GOSLING; CRAWFORD, 2011). Mais que isso, o consumo de jogos eletrônicos tem sido estudado como fonte de valor social e cultural, no contexto da cultura de consumo pós-moderna (SEO; BUCHANAN-OLIVER; FAM, 2015).

Assim, esses jogos passam a despertar interesse de várias disciplinas, tanto pelo seu envolvimento com a cultura e com o consumo, quanto pela sua capacidade de movimentar a economia. Áreas como antropologia, economia, filosofia, psicologia, sociologia, entre outras, hoje estudam os jogos eletrônicos e sua interação com os indivíduos (SHAW, 2010). E os diferentes tipos que existem em diversos dispositivos criam inúmeras possibilidades de experiências de consumo.

Os indivíduos reproduzem ideais culturais por meio de práticas de consumo, contribuindo com os discursos e práticas associados a elas (MOLESWORTH; WATKINS, 2016). Dessa forma, o desenvolvimento dos jogos eletrônicos está relacionado, também, com o desenvolvimento da sociedade. Seu consumo acontece em ambientes socioculturais, com amigos, familiares e até desconhecidos, envolvendo, assim, diferentes dinâmicas de socialização (BREWER, 2021) e pertencimento (XUE; NEWMAN; DU, 2019). Pannels (1983) argumenta que a popularidade e o desenvolvimento dos jogos eletrônicos refletem a junção de grupos sociais e práticas de mercado da indústria do lazer, ligando os produtos culturais ao gosto dos indivíduos, criando valores simbólicos entre os consumidores de jogos.

Com isso, concluímos que o consumo de jogos eletrônicos é um fenômeno de consumo social, cultural e histórico, e sua compreensão depende do momento e da sociedade que se analisa. Por isso, considera-se

a importância de visualizar e apreender esse fenômeno por meio de perspectivas sociológicas e antropológicas que sejam capazes de identificar tanto as relações que envolvem o fenômeno, quanto sua relação com a sociedade, a cultura e o momento social vivido.

REFERÊNCIAS

- ARJORANTA, Jonne. Game definitions: a Wittgensteinian approach. *Game Studies: The International Journal of Computer Game Research*, Sverige, v. 14, n. 1, p. 1-14, 2014.
- BARLETT, Christopher P.; ANDERSON, Craig A.; SWING, Edward L. Video game effects—Confirmed, suspected, and speculative: a review of the evidence. *Simulation & Gaming*, Thousand Oaks, v. 40, n. 3, p. 377-403, 2009.
- BELK, Russell; HUMAYUN, Mariam; BROUARD, Myriam. Money, possessions, and ownership in the Metaverse: NFTs, cryptocurrencies, Web3 and Wild Markets. *Journal of Business Research*, Amsterdam, v. 153, p. 198-205, 2022.
- BOOT, Walter R. *et al.* The effects of video game playing on attention, memory, and executive control. *Acta Psychologica*, Amsterdam, v. 129, n. 3, p. 387-398, 2008.
- BREWER, Joseph R. Exploring socialization processes for leisure-based esports: a qualitative study. *Electronic Theses and Dissertations*, paper 3621, 2021.
- BROCK, Tom. Videogame consumption: the apophatic dimension. *Journal of Consumer Culture*, Thousand Oaks, v. 17, n. 2, p. 167-183, 2017.
- BRUNI, Paolo. Videogame: uma proposta definicional. In: SEMINÁRIO DE JOGOS ELETRÔNICOS, EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO, 12., 2017, Salvador. *Anais [...]*. Salvador: Universidade do Estado da Bahia, 2017. p. 124-134. Disponível em: <https://revistas.uneb.br/index.php/sjec/article/view/3546>. Acesso em: 23 dez. 2022.
- BUCHANAN-OLIVER, Margo; SEO, Yuri. Play as co-created narrative in computer game consumption: the hero's journey in Warcraft III. *Journal of Consumer Behaviour*, New York, v. 11, n. 6, p. 423-431, 2012.
- DENEGRI-KNOTT, Janice; MOLESWORTH, Mike. Concepts and practices of digital virtual consumption. *Consumption Markets and Culture*, Oxfordshire, v. 13, n. 2, p. 109-132, 2010.
- ESPOSITO, Nicolas. A short and simple definition of what a videogame is. In: Changing Views: Worlds in Play: Selected Papers of the 2005 Digital Games Research Association's Second International Conference. Vancouver: DiGRA, 2005. Disponível em: <https://bit.ly/3FQGvEb>. Acesso em: 23 dez. 2022.
- FERGUSON, Christopher John. The good, the bad and the ugly: a meta-analytic review of positive and negative effects of violent video games. *Psychiatric Quarterly*, Berlin, v. 78, n. 4, p. 309-316, 2007.
- GLOBAL Games Market Report. Amsterdam: Newzoo, 2022. Disponível em: <https://bit.ly/3hMCgBy>. Acesso em: 21 dez. 2022.
- GOSLING, Victoria K.; CRAWFORD, Garry. Game scenes: theorizing digital game audiences. *Games and Culture*, Thousand Oaks, v. 6, n. 2, p. 135-154, 2011.
- GRANIC, Isabela; LOBEL, Adam; ENGELS, Rutger C. M. E. The benefits of playing video games. *American Psychologist*, Washington, DC, v. 69, n. 1, p. 66-78, 2014.
- HERZ, Jessie Cameron. *Joystick nation: how videogames ate our quarters, won our hearts, and rewired our minds*. Boston: Little, Brown & Company, 1997.
- HOLBROOK, Morris B.; CHESTNUT, Robert W.; OLIVA, Terence A.; GREENLEAF, Eric A. Play as a consumption experience: the roles of emotions, performance, and personality in the enjoyment of games. *Journal of Consumer Research*, Oxford, v. 11, n. 2, p. 728-739, 1984.
- HOLBROOK, Morris B.; HIRSCHMAN, Elizabeth C. The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, Oxford, v. 9, n. 2, p. 132-140, 1982.
- HUTCHINS, Brett. Signs of meta-change in second modernity: the growth of e-sport and the World Cyber Games. *New Media & Society*, Thousand Oaks, v. 10, n. 6, p. 851-869, 2008.

- JONASSON, Kalle; THIBORG, Jesper. Electronic sport and its impact on future sport. *Sport in Society*, Oxfordshire, v. 13, n. 2, p. 287-299, 2010.
- KENT, Steven L. The ultimate history of video games: from Pong to Pokémon and beyond — the story that touched our lives and changed the world. California: Prima Publishing, 2001.
- KIRSH, Steven J. The effects of violent video games on adolescents: the overlooked influence of development. *Aggression and Violent Behavior*, Amsterdam, v. 8, n. 4, p. 377-389, 2003.
- KLIMMT, Christoph; HARTMANN, Tilo. Effectance, self-efficacy, and the motivation to play video games. In: VORDERER, Peter; BRYANT, Jennings. *Playing video games: motives, responses, and consequences*. New York: Routledge, 2006. p. 133-145.
- LATORRE, Óliver Pérez. The social discourse of video games analysis model and case study: GTA IV. *Games and Culture*, Thousand Oaks, v. 10, n. 5, p. 415-437, 2015.
- LEMOES, Ronaldo; MARTINI, Paula. LAN Houses: a new wave of digital inclusion in Brazil. *Information Technologies & International Development*, Los Angeles, v. 6, p. 31-35, 2010.
- LOWOOD, Henry. Videogames in computer space: the complex history of pong. *IEEE Annals of the History of Computing*, New York, v. 31, n. 3, p. 5-19, 2009.
- MARCHAND, Andre; HENNIG-THURAU, Thorsten. Value creation in the video game industry: industry economics, consumer benefits, and research opportunities. *Journal of Interactive Marketing*, Thousand Oaks, v. 27, n. 3, p. 141-157, 2013.
- MOLESWORTH, Mike; WATKINS, Rebecca D. Adult videogame consumption as individualised, episodic progress. *Journal of Consumer Culture*, Thousand Oaks, v. 16, n. 2, p. 510-530, 2016.
- PANELAS, Tom. Adolescents and video games: consumption of leisure and the social construction of the peer group. *Youth & Society*, Thousand Oaks, v. 15, n. 1, p. 51-65, 1983.
- PEREIRA, V. A. Entre games e folgações: apontamentos de uma antropóloga na lan house. *Etnográfica: Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia*, Lisboa, v. 11, n. 2, p. 327-352, 2007.
- PINHEIRO, Cristiano Max Pereira. Videogames: do entretenimento à comunicação. In: CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 5., 2007, São Paulo. *Anais [...]*. São Paulo: Intercom, 2007.
- SCHOTT, Gareth; KAMBOURI, Maria. Moving between the spectral and material plane: interactivity in social play with computer games. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Thousand Oaks, v. 9, n. 3, p. 41-55, 2003.
- SEO, Yuri. Electronic sports: a new marketing landscape of the experience economy. *Journal of Marketing Management*, Oxfordshire, v. 29, n. 13-14, p. 1542-1560, 2013.
- SEO, Yuri. Professionalized consumption and identity transformations in the field of eSports. *Journal of Business Research*, Amsterdam, v. 69, n. 1, p. 264-272, 2016.
- SEO, Yuri; BUCHANAN-OLIVER, Margo; FAM, Kim-Shyan. Advancing research on computer game consumption: a future research agenda. *Journal of Consumer Behaviour*, Hoboken, v. 14, n. 6, p. 353-356, 2015.
- SEO, Yuri; JUNG, Sang-Uk. Beyond solitary play in computer games: the social practices of eSports. *Journal of Consumer Culture*, Thousand Oaks, v. 16, n. 3, p. 635-655, 2014.
- SHAW, Adrienne. What is video game culture? Cultural studies and game studies. *Games and Culture*, Thousand Oaks, v. 5, n. 4, p. 403-424, 2010.
- TRAVINOR, Grant. Definition of videogames. *Contemporary Aesthetics*, Barrington, v. 6, 2008.
- VIDEOGAME. In: MICHAELIS: Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. São Paulo: UOL: Melhoramentos, 2022. Disponível em: <https://bit.ly/3va8tWq>. Acesso em: 21 dez. 2022.
- VORDERER, Peter; HARTMANN, Tilo; KLIMMT, Christoph. Explaining the enjoyment of playing video games: the role of competition. In: PROCEEDINGS OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE ON ENTERTAINMENT COMPUTING, 2., 2003, Pittsburgh. *Anais [...]*. Pittsburgh: Carnegie Mellon University, 2003.
- WITKOWSKI, Emma. On the digital playing field: how we “do sport” with networked computer games. *Games and Culture*, Thousand Oaks, v. 7, n. 5, p. 349-374, 2012.
- XUE, Hanhan; NEWMAN, Joshua I.; DU, James. Narratives, identity and community in esports. *Leisure Studies*, Oxfordshire, v. 38, n. 6, p. 845-861, 2019.

