



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA - UNEB
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS EXATAS E DA TERRA
COLEGIADO DO CURSO DE DESIGN
CAMPUS I - SALVADOR

A INFLUÊNCIA DOS VIDEOGAMES NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

SALVADOR-BA,
2024

LAURA TERESA DE CARVALHO SANTOS

A INFLUÊNCIA DOS VIDEOGAMES NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Monografia como Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentada ao colegiado do curso de Design do Departamento de Ciências Exatas e da Terra da Universidade do Estado da Bahia - UNEB, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Eudaldo Francisco dos Santos Filho

SALVADOR - BA,

2024



FOLHA DE APROVAÇÃO

TÍTULO: "A INFLUÊNCIA DOS VIDEOGAMES NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA ”

LAURA TERESA DE CARVALHO SANTOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Design da Universidade Estadual da Bahia, em 17 de Dezembro de 2024, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design, conforme avaliação da Banca Examinadora:

Documento assinado digitalmente
gov.br EUDALDO FRANCISCO DOS SANTOS FILHO
Data: 11/07/2025 09:15:37-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Orientador: Prof. Dr. Eudaldo Francisco dos Santos Filho - UNEB
Doutorado em Difusão do Conhecimento Universidade Federal da Bahia

Documento assinado digitalmente
gov.br RODRIGO LUZ SANTOS
Data: 26/05/2025 22:03:07-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Me. Rodrigo Luz Santos - UNEB
Mestrado em Gestão e Tecnologia Industrial (ITA/ UFBA/Universidade SENAI Cimatec)

Documento assinado digitalmente
gov.br MARCUS VINICIUS CORDEIRO SAMPAIO
Data: 27/05/2025 09:50:55-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. M.e Marcus Vinicius Cordeiro Sampaio– UNEB
Mestrado profissional em Gestão e Tecnologias Aplicadas à Educação - UNEB

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que contribuíram para a realização deste trabalho.

À Deus, pela crença na existência dessa força maior.

Aos meus pais, maiores incentivadores e motivadores dessa jornada.

Aos docentes do Curso de Design, que contribuíram na fomentação do senso crítico e direcionamento desta pesquisa.

Aos funcionários do Colegiado de Design, que estiveram presentes em toda a minha trajetória. Agradeço ao suporte e apoio acadêmico.

À minha psicóloga clínica, Aline Paraense, pelo apoio nesse processo, cuja temática deste trabalho me trouxe uma identificação conflituosa.

Aos amigos que dedicaram tempo com leitura, revisão, tradução, torcidas e discussões sobre o assunto.

E a minha grande inspiração: João Varella, cujas obras literárias sobre jogos me inspiraram, sua linguagem formal me aproximou dessa temática, me ajudou a ressignificar algumas estigmatizações que colocam os jogos como vilão, um perigo em potencial para a sociedade, comunidade da qual faço parte.

A todos vocês, meu mais sincero obrigado. Este trabalho é também um reflexo do esforço e dedicação de cada um de vocês.

RESUMO

A pesquisa bibliográfica em questão tem como objetivo explorar a relação recíproca entre videogames e sociedade nos dias atuais. Por meio de uma investigação, é possível identificar como as narrativas dos jogos frequentemente se inspiram em cenas culturais e como os contextos sociais e políticos reverberam na cultura popular, moldando, assim, nosso cotidiano.

Os videogames, que em meio século evoluíram de máquinas acionadas por moedas para experiências de realidade aumentada, são mais do que meros passatempos. Eles atingem a todos, mesmo aqueles que nunca pegaram um joystick, e suas histórias permeiam em inúmeras esferas da vida contemporânea. Ademais, a pesquisa ressalta a presença da gamificação nessas criações. A gamificação, fenômeno que incorpora elementos de design de jogos em aplicativos e atividades cotidianas, é um exemplo de como os videogames podem transcender seus próprios limites e se tornar parte integrante de nossa vida diária. Neste sentido, esta pesquisa não somente descreve a influência dos jogos na sociedade, mas também examina como a sociedade intervém nos jogos em retorno. Com isso, espero contribuir para um entendimento mais profundo e matizado do papel dos videogames na contemporaneidade.

Palavras-chave: Videogames. Gamificação. Sociedade.

ABSTRACT

The bibliographical research in question aims to explore the reciprocal relationship between video games and society today. Through an investigation, it is possible to identify how game narratives are often inspired by cultural scenes and how social and political contexts reverberate in popular culture, thus shaping our daily lives.

Video games, which in half a century have evolved from coin-operated machines to augmented reality experiences, are more than just pastimes. They reach everyone, even those who have never picked up a joystick, and their stories permeate countless spheres of contemporary life. Furthermore, the research highlights the presence of gamification within these creations. Gamification, a phenomenon that incorporates game design elements into everyday applications and activities, is an example of how video games can transcend their own boundaries and become an integral part of our daily lives. In this sense, this research not only describes the influence of games on society, but also examines how society intervenes in games in return. In doing so, I hope to contribute to a deeper and more nuanced understanding of the role of video games through contemporaneity.

Keywords: Video games. Gamification. Society.

LISTAS DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CCPA CALIFORNIA CONSUMER PRIVACY ACT

CS COUNTER-STRIKE

DOS DISK OPERATING SYSTEM

FPS FIRST PERSON SHOOTER

LoL LEAGUE OF LEGENDS

MIT MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY

MTV MUSIC TELEVISION

MOBA MULTIPLAYER ONLINE BATTLE ARENA

NES NINTENDO ENTERTAINMENT SYSTEM

PC PERSONAL COMPUTER

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. METODOLOGIA DE PESQUISA.....	13
 CAPÍTULO I	
3. A ORIGEM DOS VIDEOGAMES.....	14
3.1 ATARI: A STARTUP PIONEIRA DO VALE DO SILÍCIO	17
3.2 A ASCENSÃO JAPONESA.....	20
3.3 A CRISE DE 1983.....	23
3.4 NINTENDO.....	25
3.5 O FENÔMENO SOVIÉTICO.....	29
3.6 PC (PERSONAL COMPUTER).....	30
3.7 FPS (FIRST PERSON SHOOTER).....	32
3.8 E-SPORTS.....	35
 CAPÍTULO II	
4. VIDEOGAMES E POLÍTICA.....	38
5.1 PRIVACIDADE E DADOS.....	39
5.2 PROTEÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES.....	41
5.3 INCENTIVOS FISCAIS E FOMENTO À INDÚSTRIA.....	45
 CAPÍTULO III	
5. VIDEOGAMES, GAMIFICAÇÃO E REDES SOCIAIS.....	49
 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	 54
REFERÊNCIAS.....	55

1. INTRODUÇÃO

Ao mergulharmos na comunidade de jogadores, surge a pergunta: o que motiva milhares a segurarem joysticks, impulsionando a Indústria de Entretenimento mais valiosa do mundo? Como destaca McGonigal (2011), a riqueza vai além do valor de mercado, abrange as narrativas dos jogos e sua influência explícita no cotidiano, moldando experiências e conexões sociais. As narrativas envolventes dos jogos transcendem a tela, instigando a nossa maneira de pensar, agir e interagir com o mundo real. A riqueza desse impacto tangível é evidente nas comunidades online, nos relacionamentos formados durante partidas cooperativas e nas habilidades cognitivas aprimoradas pelos desafios dos jogos.

Além disso, a interseção entre entretenimento digital e impacto sociocultural ressoa não apenas na diversão, mas na complexidade e significado atribuídos aos jogos. É um campo fértil para análises mais profundas. Juul (2005), explora a complexidade dos jogos como sistemas interativos e suas implicações na cultura contemporânea. Os videogames não são apenas uma forma de escapismo; eles oferecem significado, desafio e uma proposta de expressões criativas com aspectos estéticos, culturais e comunicativos.

A trajetória dos videogames é marcada por inúmeros acontecimentos significativos. Em 1976, a Warner adquiriu a Atari, que era reconhecida como a primeira startup do setor de jogos eletrônicos. Contudo, pouco tempo após a aquisição, a empresa dispensou alguns dos desenvolvedores responsáveis pelos jogos de maior sucesso na América do Norte, substituindo-os por executivos com o objetivo de maximizar os lucros do investimento. Essa decisão resultou em uma grave crise que praticamente extinguiu os videogames do mercado norte-americano. O colapso foi tão severo que o excesso de estoque levou à inusitada solução de enterrar cartuchos em um deserto. Naquele momento, os videogames passaram a ser percebidos como uma tendência passageira.

Em 1985, a Nintendo lançou o Super Mario Bros, com uma estratégia diferenciada: apresentou o produto ao mercado e os pais como um sistema eletrônico de entretenimento, e não apenas como um videogame. Fundada no século XIX, a Nintendo dedicou grande parte da sua trajetória ao desenvolvimento de brinquedos voltados para o público infantil. Após a crise dos videogames, a empresa conseguiu convencer o mercado norte-americano de que seus dispositivos

possuíam qualidade superior àquela associada à Atari nos anos anteriores. Além disso, a Nintendo destacou-se por garantir aos pais que seus produtos eram seguros para as crianças, consolidando sua reputação no setor.

Na década de 90, os videogames passaram a priorizar o gênero de ação, intensificando a imersão dos jogadores por meio de dinâmicas de sobrevivência, nas quais as escolhas frequentemente se reduziram a “matar ou morrer”. Essa abordagem foi reforçada por uma lógica de mercado que habituou os jogadores a cenários onde ações como lutar, atirar e matar se tornaram elementos comuns nas narrativas dos jogos. Nesse contexto, surgiram audiências públicas e debates políticos que expressavam preocupações sobre os possíveis impactos negativos dos jogos eletrônicos na juventude.

As questões relacionadas à violência e a influência dos videogames tornaram-se centrais nas discussões, levando à consideração da necessidade de regulamentações e sistemas de classificação mais rigorosos para proteger os jovens. Legisladores buscaram explorar essas inquietações por meio de comissões e audiências, avaliando os riscos potenciais associados a esses produtos e, em alguns casos, ameaçando sua proibição. Como resultado desse cenário, os videogames passaram a ser vistos como um “guilty pleasure” (prazer culpado) por parte da comunidade de jogadores.

Desde o Massacre de Columbine, em 1999, no Colorado, Estados Unidos, quando dois jovens invadiram a High School Columbine e mataram 13 pessoas, videogames passaram a ser visto como bode expiatório para massacres escolares.

Em 2020, o Brasil testemunhou uma tragédia escolar em Suzano, resultando em sete mortes. O ex-vice-presidente Hamilton Mourão atribuiu a responsabilidade à “garotada viciada em videogames”, reacendendo uma discussão sensível sobre a relação entre videogames e o governo brasileiro. Já em 2008, esse tema provocou tensões, quando o mapa não oficial do jogo Counter-Strike, situado na favela do Rio de Janeiro, levou à censura do jogo em todo o território nacional.

Alguns jogos se tornaram tão repercutidas que refletem na cultura em massa, exemplo do E-Sports, competições disputadas em jogos eletrônicos, onde jogadores atuam como atletas profissionais de esportes tradicionais e são assistidos por uma audiência online ou presencial, através de plataformas de streaming online (Twitch, Youtube) e canais de TV (como SporTV).

Para Caillois (1990), jogos competitivos revelam como são intrinsecamente ligados à cultura, espelhando e influenciando os valores, estruturas sociais e dinâmicas coletivas. Os jogos competitivos são mais do que simples entretenimento; são arenas onde os princípios culturais são vividos e desafiados, onde indivíduos e sociedade se refletem e se redefinem continuamente.

A escolha do tema desta pesquisa fundamenta-se na relevância e potencialidade da indústria de videogames, bem como em sua influência expressiva na formação da cultura de massa. Este estudo busca examinar como essa indústria contribui para a construção do desenvolvimento coletivo da sociedade, ao mesmo tempo em que evidencia a escassez de discussões científicas decorrentes de lacunas nas políticas públicas.

Adicionalmente, ressalta-se o papel da mídia, um dos principais veículos de comunicação social de massa, cuja função primordial é informar e entreter. No entanto, quando instrumentalizada por figuras políticas, a mídia adquire o potencial de influenciar a opinião pública. Em muitos casos, tal utilização resulta na disseminação de discursos distorcidos ou estigmatizados, frequentemente desprovidos de embasamento científico, o que gera insatisfação e ressentimento entre uma ampla comunidade de jogadores.

Diante desse contexto, considera-se que a análise desse tema permitirá resultados e reflexões que possam contribuir para uma compreensão mais objetiva e fundamentada sobre o impacto dos videogames na sociedade contemporânea.

O primeiro capítulo – *A Origem dos Videogames* – tem como desígnio estabelecer um entendimento sobre seus primórdios e derivações. Isso envolve uma exploração do cenário econômico, social e cultural, destacando o público-alvo e a recepção dos videogames por parte dos usuários. O capítulo é concluído com uma análise das repercussões dessas narrativas ao longo das décadas seguintes.

O segundo capítulo – *Videogames e Política* – é destinado ao delineamento de questões de natureza políticas relacionadas aos videogames, abordando os debates e implicações envolvendo o setor e sua influência na sociedade.

Por fim, o terceiro capítulo – *Videogames, Gamificação e Redes Sociais* – propõe uma reflexão sobre a presença dos princípios da gamificação presentes nos instrumentos utilizados cotidianamente, exemplo das redes sociais e aplicativos, analisando ainda, como esses elementos moldam e influenciam a dinâmica da vida contemporânea.

Em suma, os videogames, outrora considerados uma mera forma de entretenimento, agora permeiam todos os aspectos da vida moderna, passando pela cultura e pelas relações sociais. Esta monografia explora como esses dispositivos eletrônicos se entrelaçaram à nossa vida cotidiana, moldando nossas experiências e relações sociais. Averiguando as várias maneiras pelas quais os videogames moldam e são moldados pela sociedade contemporânea, com o objetivo de fornecer uma compreensão mais completa deste fenômeno complexo e em constante evolução. Mesmo quando enterrados no deserto, os videogames têm o poder de ressurgir e transformar o mundo.

2. METODOLOGIA DE PESQUISA

Fonseca (2012) destaca a importância de um pesquisador compreender a necessidade de estabelecer um objetivo final ao embarcar em uma jornada científica. A metodologia científica oferece uma vertente de opções, e cabe ao pesquisador analisar e compreender cada uma delas para identificar melhor se adapta ao seu trabalho. Uma vez que o pesquisador identifica o método específico para o seu trabalho, ele abre espaço para o exercício do “senso crítico”, ou seja, ter a capacidade de questionar e analisar seus dados de maneira racional e inteligente, sempre buscando a verdade.

A presente monografia adota uma abordagem qualitativa de natureza básica, utilizando a pesquisa bibliográfica como principal procedimento técnico. Esta abordagem permitirá uma análise aprofundada e crítica do tema em questão, garantindo que a pesquisa seja conduzida de maneira sistemática. O foco é o estudo de conteúdo de elementos chaves da narrativa dos jogos de videogames que tiveram uma maior repercussão na cultura em massa, numa era marcada pela valorização do novo, em que impera a prática da obsolescência, no qual tudo fica velho rapidamente, sendo substituído por alguma novidade.

A relevância acadêmica deste estudo não se limita à mera descrição e análise desse fenômeno contemporâneo. Ademais, busca-se instigar a reflexão e fomentar o debate, visando à obtenção de um amplo espectro de perspectivas por meio de investigações para o progresso da área. Diante dessas circunstâncias, a pesquisa de natureza qualitativa emerge como a escolha mais apropriada, uma vez que não se propõe a testar hipóteses ou refutá-las ao término do estudo; seu objetivo primordial é a compreensão (MORAES, 2013).

A pesquisa qualitativa não tende sua inquietação por números ou resultados numéricos, seu foco está na compreensão de grupos sociais ou entidades (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Ela considera que o mundo real e o sujeito estão intrinsecamente ligados, e que essa relação não pode ser descrita e analisada numericamente (PRODANOV; FREITAS, 2013).

3. A ORIGEM DOS VIDEOGAMES

A etimologia singela do termo "videogame" (video + game) circula em torno do verbo "jogar". No entanto, a amplitude do inglês "to play" supera o sentido restrito do português. O termo "jogo" também pode ser redutível, pois representa uma narrativa abstrata semelhante à experiência cotidiana. Seja eletrônico ou não, todo jogo se transforma em um drama simbólico, onde o jogador é sempre o protagonista da ação simbólica, independentemente do conteúdo ou papel desempenhado. Alguns consideraram o ato de jogar um mero passatempo. Para Johan Huizinga (1872-1945) e Roger Caillois (1913-1978) o jogo é algo improdutivo e acima de tudo, os jogos são orientados por regras e estruturados em torno de marcação de pontos, de metas.

Segundo Rogers (2013), os videogames foram inventados nos anos 1950, eles apenas eram jogados por poucas pessoas em computadores. Os primeiros programadores foram estudantes de laboratórios de computação, em grandes universidades, como MIT, e funcionários de instalações militares no Brookhaven National Laboratories.

Durante o verão de 1965, Nolan Bushnell, um estudante de engenharia elétrica de 22 anos, cujo é conhecido hoje por ser a figura central na transformação dos videogames de projetos de laboratório para um empreendimento comercial, trabalhou em um parque de diversões em Salt Lake City, Utah. Lá ele teve sua primeira experiência com fliperamas, que naquela época eram dominados por máquinas de pinball e outros jogos analógicos que funcionavam com moedas. Essa experiência o deixou totalmente vislumbrado.

Em 1969, Bushnell e seu colega Samuel Frederick "Ted" Dabney Jr., um engenheiro elétrico, estabeleceram a Syzygy, uma empresa voltada para o desenvolvimento de entretenimento eletrônico. Para expandir suas operações, a Syzygy estabeleceu uma parceria com a Nutting Associates, uma empresa especializada na produção de máquinas de moedas. Nessa época, a Nutting Associates já possuía um jogo intitulado "Computer Quiz", primeiro fliperama eletrônico do mundo, de perguntas e respostas simples e diretas. No meio do caminho, o impronunciável nome Syzygy foi abandonado. A fabricante do fliperama agora se chamava Atari, um termo do jogo *Chinês Go*.

Nos Estados Unidos, Ralph Baer, engenheiro alemão naturalizado americano, um dos primeiros bacharéis em ciência em engenharia de televisão do mundo, trabalhava para a Sanders Associates, empresa especializada em eletrônica para aplicações militares que produzia sistema de radar e vigilância. Em 1968, apresentou um jogo eletrônico interativo que poderia ser jogado em um televisor comum. Esse projeto ficou conhecido como “Brown Box”, simples e não possuía circuitos integrados nem microprocessadores.

O “Brown Box” de Baer foi o protótipo do que se tornaria o Magnavox Odyssey, o primeiro videogame doméstico do mundo. Em 1971, seu protótipo foi rebatizado como Magnavox Odyssey e lançado em 1972. Apesar de ter apenas 29 jogos e não reproduzir sons, o console teve um relativo sucesso e vendeu 100 mil unidades.

Os primeiros sistemas, vinham com jogos fixos. Embora houvesse algumas variações disponíveis na memória do console, não era possível adicionar novos títulos. Após o lançamento do Odyssey, em 1972, a Atari surgiu como uma força dominante no mercado de videogames. A empresa se tornou o sinônimo de jogos e desempenhou um papel crucial na popularização dos videogames em residências. O console vinha como uma série de cartuchos, cada um contendo um jogo diferente, e usava sobreposições plásticas que os jogadores colocavam na TV para criar gráficos e cenários simples. Os jogos eram rudimentares, mas o conceito de jogar videogames em casa foi revolucionário.

Em 1976, a Fairchild, uma empresa da Califórnia, lançou o Fairchild Channel F. Este foi o primeiro videogame que permitia a adição de novos jogos através de cartuchos que podiam ser comprados separadamente.

De acordo com Chiado (2016), no Brasil, a história dos videogames começou de uma maneira peculiar. No contexto político da época, o país estava sob o comando do General João Baptista Figueiredo, que assumiu a presidência após a saída do presidente militar Ernesto Geisel. O país vivia um período de ditadura militar, iniciada em 1964, que estava em declínio. Era um período de grande turbulência para a economia brasileira. O déficit público aumentou significativamente, uma consequência direta do crescimento da dívida externa. Este crescimento foi impulsionado pelas elevações de taxas internacionais de juros. Tais ocorrências provocaram desajustes macroeconômicos que resultaram em uma alta inflação. A economia brasileira estava em um estado de instabilidade e incerteza.

Acordos com o Fundo Monetário Internacional (FMI) tornaram-se inevitáveis, estabelecendo metas trimestrais que resultaram em um aperto financeiro para a população, que já estava atordoada pelas conhecidas maxidesvalorizações e decretos salariais, presenciou a taxa de inflação atingir um pico de 211,02% ao final de 1983. Nessa época, o governo brasileiro implementou uma política de centralização de câmbio, executada pelo Banco Central. Esta medida tinha como objetivo conter a remessa de dólares para o exterior. Como resultado, as empresas só podiam realizar negócios se recebessem autorização do governo, e apenas na quantidade permitida. Restrição que tornou a situação ainda mais desafiadora para os empresários.

Somado a todas as dificuldades citadas, o governo militar ainda exigia que parte da fabricação dos produtos acontecesse no Brasil, a chamada “nacionalização”. Alguns componentes eletrônicos mais complexos, não produzidos ou não encontrados no Brasil, deveriam ser importados legalmente. Empresas nacionais iniciaram rapidamente a prática de copiar videogames americanos. Esses consoles eram desmontados, duplicados e, em seguida, adaptados para atender às especificidades do mercado brasileiro. Durante esse processo não havia uma preocupação significativa com questões de patentes e direitos autorais.

No final dos anos 60, a Diverama, empresa inovadora localizada em São Paulo, iniciou a importação de máquinas de fliperama, também conhecidas como pinballs. Quando as taxas de importação para produtos classificados como supérfluos aumentaram, a empresa começou a produzir essas máquinas localmente.

A chegada da Taito do Brasil, em 1972, marcou um momento de virada na indústria de jogos do país. A introdução de novas máquinas de vídeo, os arcades, levou a uma expansão dos jogos nos centros urbanos, tornando-se rapidamente populares. A empresa importava máquinas de pinball dos EUA e componentes japoneses para montá-las no território brasileiro, distribuindo-as ou mesmo operando-as para o mercado nacional.

Esse movimento estabeleceu um precedente para o desenvolvimento futuro da história da indústria de jogos no país. A influência da Taito no Brasil continua a ser sentida até hoje, à medida que a indústria de jogos continua a evoluir e a se adaptar às mudanças tecnológicas e culturais.

3.1 ATARI: A STARTUP PIONEIRA DO VALE DO SILÍCIO

O Vale do Silício, localizado na região da Baía de São Francisco, Califórnia, é conhecido como o epicentro da inovação tecnológica. A história remonta à corrida do ouro na década de 1840, quando a descoberta de ouro em São Francisco atraiu pessoas de todo o mundo. Eventos como a corrida espacial também contribuíram para transformar a região em um polo de inovação. Fundada por Robert Noyce e Gordon Moore, a Fairchild Semiconductor introduziu os primeiros microchips comerciais viáveis, abrindo caminho para a era dos computadores pessoais e estabelecendo o Vale do Silício como centro tecnológico.

Na década de 1970, o Vale começou a ganhar destaque com empresas como a Intel e a Hewlett-Packard, que desempenharam papéis cruciais no desenvolvimento da computação pessoal.

Outros marcos incluem o surgimento da Apple e da Microsoft nessa época, solidificando a reputação do vale como um hub de tecnologia. Graças à presença de universidades renomadas como Stanford e Berkeley, que forneciam um fluxo constante de talentos na área de engenharia e ciências da computação, tornou-se um ambiente fértil no que diz respeito ao desenvolvimento de softwares e hardwares.

A contracultura da época valorizava a liberdade de expressão e a inovação, permeando o ambiente, incentivando a criatividade e quebra de paradigmas. Nesse cenário provido de tecnologias de semicondutores, empreendedorismo, criatividade e redes de colaboração, o jogo **PONG** foi desenvolvido por Bushnell e outro cofundador da Atari, Ted Dabney. Eles instalaram uma máquina em um bar local, o Andy Capp's Tavern, em Sunnyvale, Califórnia. O jogo foi um sucesso instantâneo, com o compartimento de moedas ficando rapidamente cheio.

Considerado um marco na indústria de videogames, o sucesso se deve à apresentação massiva de uma tecnologia inédita para a maioria da população. As pessoas estavam acostumadas a interagir apenas com televisores. Podiam ligar e desligar os aparelhos, mudar de canal, ajustar o volume. A partir de **PONG**, em 1972, era possível interagir diretamente com o conteúdo ali exibido. Bastava uma moeda de 25 centavos. O conceito era simples: uma simulação bidimensional de tênis de mesa, onde os jogadores controlavam barras verticais (raquetes) na tela para rebater uma bola quadrada.

Os videogames saíram dos laboratórios para virar um negócio, uma mídia de massa, uma linguagem. Deste modo, Varella (2020, p. 21) afirma que ainda que hoje seja comum, na época o mecanismo físico era algo inédito. Ações que repercutiam em reações imediatas visuais e sonoras eram desconhecidas. Este jogo vislumbrou o público com sua tecnologia, por mais que os gráficos fossem pretos e brancos.

Em termos comerciais, **PONG** foi o primeiro jogo de videogame a ter sucesso lucrativo. O protótipo foi muito bem recebido pelos frequentadores do bar Andy Capp's Tavern. Após seu lançamento, gerava consistentemente quatro vezes mais receita que outras máquinas operadas por moedas, vendendo 35 mil cabines, sendo 8 mil só no primeiro ano. É esse um dos motivos que para muitos é considerado o marco inicial dos videogames, não só pela jogabilidade em si, mas também porque formou uma empresa lucrativa desse ramo.

Videogames passaram a ser indústria próspera. Esse sucesso não passou despercebido e começou a atrair concorrentes que passaram a fazer imitações de **PONG**. Nos Estados Unidos, em meados dos 1970, era raro não encontrar um bar ou um boliche que não tivesse ao menos uma máquina de fliperama, que posteriormente seria também conhecida como arcade, vindo a tornar-se um elemento da cultura popular.

Em 1975, a Atari lançou seu primeiro console, uma versão doméstica do icônico jogo **PONG**, para que pudesse replicar a experiência dos arcades. Conhecido como Home Pong, o engenheiro da Atari, Al Alcorn, desenvolveu a tecnologia necessária para miniaturizar os componentes eletrônicos do jogo e adaptá-los para o uso doméstico. Foi um desafio técnico significativo mas que foi logrado êxito e conseqüentemente publicado graças a um acordo comercial com a Sears, uma grande varejista.

Em 1977, solidificou sua posição como uma importante fornecedora de entretenimento doméstico com o lançamento do Atari VCS, também conhecido como Atari 2600. Ao contrário do Home Pong, o console sucessor foi projetado com o conceito inovador: um circuito incompleto que aguardava a inserção de um programa. Fitas ou cartuchos removíveis que quando inseridos no consoles completavam o circuito e permitiam que o videogame funcionasse. Permitindo uma nova fonte de receita: a venda de jogos avulsos. Lógica comercial que hoje parece óbvia, mas na época não era.

A Atari era conhecida por ter um ambiente de trabalho bastante informal, que refletia a cultura do Vale do Silício na época. A empresa era famosa por sua atmosfera descontraída e criativa, que intencionava incentivar a inovação e a experimentação. Em meio ao movimento hippie da Califórnia, a empresa era gerida num clima de festa. Adotava uma política de tolerância com o consumo de drogas em suas dependências, além de permitir aos funcionários que trabalhassem em horários flexíveis – que programavam a noite e que dormiam durante o dia. Mas logo, seria necessário apresentar novas opções ao público.

Em meados de 1977, uma profusão de clones do jogo **PONG** inundava o cenário dos videogames. Esse título, que simulava o tênis de mesa em gráficos bidimensionais, havia se transformado tão sucedidos que os olhos dos produtos brilhavam com ganância. No entanto, a repleção dos jogadores com essas cópias teve suas consequências.

Os empresários da Atari, ficaram vislumbrados pela teoria da maximização de lucro, que sustenta que as empresas busquem produzir em grande escala para atender à demanda do mercado e maximizar seus lucros. No entanto, essa aplicação excessiva sem considerar ademais fatores, como qualidade e inovação dos produtos, levou a consequências negativas na queda de vendas, gerado por desconfiança dos consumidores à medida que os videogames se tornaram mais mainstream, passaram a exigir jogos de maior qualidade e mais complexos.

Nos anos seguintes, a indústria de videogames passou por uma grande transformação. As empresas começaram a investir mais em desenvolvimento de jogos, buscando criar experiências únicas e envolventes para os jogadores. Além disso, a indústria começou a se diversificar, com novos gêneros de jogos surgindo e a expansão de novas plataformas. O Atari 7800 parecia promissor, mas sua trajetória foi abruptamente interrompida após a venda da Atari para Jack Tramiel. A Midway, por sua vez, também enfrentava obstáculos, apesar de seus sucessos anteriores. Títulos da Atari e Midway, como *Clowns*, *Firetruck*, *Sky Diver*, *Blue Shark* e *Football*, não conseguiram decolar. Os fliperamas que antes eram o refúgio dos entusiastas, não conseguiram competir com o NES. A SEGA, por sua vez, persistiu e, mais tarde, lançou o icônico Sega Genesis, marcando o início de uma nova era dos videogames. Enquanto os fliperamas lutavam para se desenvolver em outros locais, a indústria se transformava, e a SEGA continuava sua busca por uma fatia do bolo da Nintendo.

3.2 A ASCENSÃO JAPONESA

No alvorecer da indústria dos jogos eletrônicos, um título em particular emergiu, desafiando as expectativas e estabelecendo um precedente para o futuro – **SPACE INVADERS**. Lançado em 1978, foi desenvolvido pela Taito Corporation no Japão, especificamente pelo engenheiro japonês Tomohiro Nishikado. O jogo foi um sucesso estrondoso de vendas. Nos seus estágios iniciais, parecia ser apenas mais um entretenimento efêmero, um mero fliperama destinado a desaparecer no esquecimento. De acordo com Varella, o fenômeno cresceu de maneira tão avassaladora no Japão que provocou uma escassez sem precedentes de moedas de cem ienes, a moeda corrente para uma partida nos fliperamas da época (2020, pg. 25).

O jogo é considerado um dos mais influentes de todos os tempos, sendo o primeiro do gênero de tiro fixo. O objetivo é derrotar onda após onda de alienígenas descendentes com um canhão laser móvel horizontalmente para ganhar o máximo de pontos possível. O objetivo do jogo era simples: destruir a invasão alienígena com seu canhão, tentando se desvencilhar dos tiros das naves.

A ideia inicial de Nishikado era desenvolver um jogo com tema de guerra. No entanto, as limitações de hardware dos anos 1970 levaram a uma mudança de direção. Inspirado por jogos de tiro ao alvo norte-americano como Breakout (1976) e Gun Fight (1975), bem como pelas narrativas de filmes espaciais como Star Wars e Contatos Imediatos de Terceiro Grau, ele optou por uma temática espacial. O design dos alienígenas foi inspirado pela vida marinha, especificamente caranguejos, lulas e águas-vivas, bem como pelos extraterrestres da novela “A Guerra dos Mundos” de H. G. Wells. Apesar de ter apenas alguns pixels para criar seus desenhos, Nishikado conseguiu dar forma aos seus personagens, criando um dos jogos mais icônicos da história dos videogames.

Licenciado pela renomada Midway, o **SPACE INVADERS** aportou nos Estados Unidos em outubro de 1978. O jogo foi um sucesso instantâneo, conquistando uma legião de fãs e dando início à chamada era de ouro dos arcades (1978-1982). Durante esse período, era quase impossível encontrar uma cidade americana que não possuísse um fliperama, tamanha era a popularidade desses estabelecimentos.

No âmbito profissional, desempenhou um papel crucial. Ele demonstrou aos desenvolvedores norte-americanos que havia uma fonte inexplorada de criatividade, tecnologia do outro lado do mundo.

Até 1982, havia arrecadado 3,8 bilhões de dólares (14 bilhões em termos ajustados a 2023). Isso o tornou o videogame mais vendido e o produto de entretenimento de maior bilheteria na época, e o videogame de maior bilheteria de todos os tempos.

Com seus visuais hipnotizantes e jogabilidade viciante, **SPACE INVADERS** revolucionou a maneira como a mídia interagia com a tecnologia. Atuou como catalisador para a globalização do setor e desencadeou a ascensão da cultura do arcade e levou a um aumento na publicidade relacionada aos videogames.

Empresas de todo o mundo começaram a usar imagens e temas de **SPACE INVADERS** em seus anúncios para atrair o público jovem. Um exemplo disso foi um dos primeiros adverggames, criado pela Coca-Cola em 1983, Pepsi Invaders, onde lançaram uma versão do clássico com objetivo de enfrentar seu principal concorrente, a Pepsi. Adverggames são uma forma de publicidade que utiliza videogames para promover uma marca ou produto. Tornaram-se uma ferramenta de marketing poderosa e atraente que transcende as limitações da publicidade convencional. São projetados para serem divertidos e envolventes e oferecerem uma experiência positiva e interativa. Desta forma, permite às marcas alcançar seu público-alvo de novas maneiras.

Em 1980, o panorama dos jogos eletrônicos foi revolucionado pela chegada do emblemático **PAC-MAN**, ícone cuja concepção remonta à inventividade do designer Toru Iwatani. Lançado pela produtora japonesa Namco, promoveu uma experiência ludicamente envolvente que transcendeu meramente a competitividade, pois, pela segunda vez na história, o Japão sofreu com a falta de moedas de cêntimos, presas nos fliperamas de **PAC-MAN**, considerado o maior sucesso da chamada era do ouro dos fliperamas.

O nome "**PAC-MAN**" vem da onomatopeia japonesa "paku", que simula o som de abrir e fechar a boca ao comer. A essência do jogo reside na peregrinação de uma figura circular, de cor amarela, vorazmente decoradora de pixels, através de um labirinto preexistente, enquanto habilmente evita o fatídico encontro com fantasmas. A inspiração veio através de uma pizza com uma fatia faltando, o que levou Iwatani a criar um personagem que "come tudo em seu caminho".

Depois de ser consolidado no Japão foi migrado para os Estados Unidos através da Midway, distribuidora da Namco no Ocidente. Em pouco tempo foi convertido em um fenômeno de massa, catalisando uma mudança paradigmática no público-alvo dos jogos eletrônicos.

Distante dos temas beligerantes e marcadamente masculinos, **PAC-MAN** cativou um coletivo até então marginalizado nos arcades: crianças e mulheres. Este deslocamento estratégico não apenas ampliou o mercado consumidor, mas também injetou uma nova vitalidade no segmento, galvanizando o interesse de um público diversificado. Além disso, foi um dos primeiros jogos a criar uma narrativa em torno de seu personagem, introduzindo o gênero de perseguição aos videogames.

Sua influência não se limitou às telas, mas repercutiu em diversas vertentes da cultura popular. De camisetas a caixas de comida, o **PAC-MAN** também se tornou mascote da MTV (Music Television), programa de televisão, recém-nascida em 1981. Não era apenas um personagem; era um fenômeno cultural. Mais de 400 produtos derivados inundaram as prateleiras.

A transposição do jogo de fliperama **PAC-MAN** para o console caseiro Atari 2600 em 1982 foi um evento marcante. No entanto, essa adaptação, embora tenha alcançado sucesso comercial, revelou-se um paradoxo de qualidade e expectativas. No entanto, a versão para o Atari 2600, programada por Tod Frye, desapontou o público em diversos aspectos.

Os gráficos pixelados e simplificados destoavam drasticamente da experiência visual vibrante do fliperama. Os fantasmas, antes ameaçadores, pareciam agora formas abstratas, e o próprio **PAC-MAN** perdeu sua principal característica: a boca aberta. Os sons foram reduzidos a meros ruídos, não fazendo jus à trilha sonora marcante do original. A jogabilidade também sofreu com limitações técnicas. O Atari 2600 não conseguia reproduzir a fluidez das curvas e movimentos, resultando em controles imprecisos. O labirinto, antes um desafio estratégico, tornou-se um emaranhado confuso de corredores.

Apesar dessas limitações, **PAC-MAN**, vendeu mais de 8 milhões de cópias, tornando-se o jogo mais vendido para o sistema. No entanto, essa vitória comercial teve um custo. A Atari, sob a administração da Warner, priorizou o lucro em detrimento da qualidade. A avalanche de jogos de baixa qualidade inundou o mercado, minando a confiança dos jogadores e contribuindo para o maior colapso comercial dos videogames no início dos anos 80.

3.3 A CRISE DE 1983

A evolução tecnológica dos videogames é um fenômeno fascinante que reflete a rapidez com que nossa sociedade e cultura se adaptam e mudam. Segundo Varella (2020, p. 23), em apenas uma década houve uma transição da simplicidade dos jogos de boteco para a complexidade dos jogos como Pole Position, lançado em 1983 pela Atari, que tinha uma concepção gráfica avançada e modo de jogo inovador para a época.

No entanto, essa velocidade de mudança também teve suas desvantagens. A complexidade crescente dos jogos e a velocidade com que eles evoluíram levaram a um rechaço por parte do público. A dificuldade em acompanhar e entender essas mudanças rápidas pode ter sido um fator contribuinte para isso. Levantando questões sobre a relação entre a velocidade da inovação tecnológica e a capacidade da sociedade de se adaptar a ela.

Paralelamente, a ascensão dos computadores pessoais como alternativa de entretenimento desviou o interesse dos consumidores dos consoles. Os PCs ofereciam maior flexibilidade, capacidade de multitarefa e uma variedade de aplicativos além dos jogos. Essa mudança de preferência impactou diretamente as vendas de consoles, criando um cenário competitivo e desafiador.

Os videogames não estavam isolados em sua rápida evolução. A tecnologia digital como um todo estava avançando a passos largos nos anos 1970 e 1980. Isso teve um impacto significativo em outras formas de expressão cultural, como a literatura e o cinema. O surgimento de cenários cyberpunk e distopias de alto avanço tecnológico e baixa qualidade de vida estão representados em livros como Neuromancer, de William Gibson.

Logo deu-se início à crise dos jogos eletrônicos de 1983, também conhecida como Atari Shock, foi um período de recessão significativa na indústria de jogos eletrônicos que se estendeu de 1983 a 1985, principalmente nos Estados Unidos.

O Atari Video Computer System, popularmente conhecido como Atari 2600, havia conquistado uma base considerável de usuários. No entanto, a abundância de outros sistemas concorrentes, como o Odyssey, o Intellivision, o ColecoVision e o próprio Atari 5200, resultou em uma saturação do mercado. A multiplicidade de opções fragmentou a demanda e afetou negativamente as vendas.

Durante esse período tumultuado, a indústria de jogos testemunhou uma disparidade notável na qualidade dos títulos disponíveis. Enquanto alguns jogos exibiam sofisticação e profundidade, outros eram meramente superficiais, carecendo de inovação e refinamento. Essa discrepância resultou em uma percepção instável por parte dos clientes, que se viam diante de uma seleção heterogênea de experiências de jogos, disto isto, a confiança dos consumidores foi abalada devido à disseminação de jogos de baixo padrão. Títulos apressadamente desenvolvidos, com mecânicas repetitivas e gráficos rudimentares, minaram a credibilidade da indústria. A incerteza sobre a qualidade de um jogo tornou-se uma barreira para adoção, afetando negativamente o desempenho comercial global.

Um exemplo disso foi a infeliz adaptação da obra cinematográfica “E.T. the Extra-Terrestrial”, filme lançado em junho de 1982, para o mundo dos jogos eletrônicos. Nessa época, o filme de Steven Spielberg foi considerado um marco cultural, um dos melhores longas de todos os tempos, que desfrutou de sucesso tanto crítico quanto comercial nos cinemas do Estados Unidos e ao redor do mundo.

No entanto, a campanha de marketing da Atari não conseguiu disfarçar a ruindade do jogo, feito às pressas, com seis meses de prazo, sob pressão temporal para coincidir com a temporada natalina de 1982, para o console Atari 2600. O jogo prometia uma experiência interativa envolvente, no entanto a realidade foi diametralmente oposta. Segundo a crítica, gráficos rudimentares e jogabilidade confusa resultaram em uma experiência insatisfatória para os jogadores, sendo rapidamente um símbolo de fracasso criativo e comercial.

Dos 5 milhões de cartuchos produzidos, 3,5 milhões ficaram nos estoques da Atari, tal era a dificuldade em vender o produto. Além disso, muitos cartuchos foram devolvidos pelos consumidores insatisfeitos.

Resultado da superprodução e do excesso de cópias não vendidas, a empresa, secretamente, enterrou 720 mil cartuchos em um aterro do Novo México, cobertos com uma camada de concreto. Essa ação desesperada foi uma tentativa de evitar a publicidade negativa e esconder o fracasso comercial. Videogames estavam mortos e enterrados nos Estados Unidos, literalmente. No entanto, não foi uma morte definitiva. Os japoneses viriam reacender a indústria.

3.4 NINTENDO

Ao longo da era Edo (1603 - 1868), o regime japonês impôs incessantes interdições ao ato de apostar, abrangendo desde jogos de cartas até jogos de azar. Contudo, tais proibições frequentemente se mostravam ineficazes, e a prática de jogos de aposta persistia como um componente popular da cultura japonesa.

No final do século XIX, o Japão estava passando por transformações sociais, políticas e econômicas. A Era Meiji (1868-1912) marcou a modernização no país, com a abertura para o Ocidente, o imperador Meiji promoveu reformas que modernizaram a industrialização, educação e urbanização. O Japão passou por uma transição de um sistema feudal para uma monarquia constitucional. Kyoto, era uma cidade culturalmente rica e historicamente importante. A economia japonesa estava se expandindo rapidamente, com o crescimento da indústria, comércio e tecnologia.

Em 23 de setembro de 1889, na metrópole japonesa de Kyoto, Fusajiro Yamauchi fundou a Nintendo, uma corporação que, em seus primórdios, fabricava naipes artesanais denominados Hanafuda. Estes eram adornados com ilustrações vívidas e minuciosas em substituição a números, e os inventores argumentavam que dificilmente seriam empregados para efetuar apostas. Com a anuência do governo japonês e o monopólio essencial, a Nintendo se consolidou como principal companhia de jogos de cartas. Tais cartas eram inspiradas na flora japonesa e categorizadas em conjuntos que representavam os meses do ano. A denominação “Nintendo” provém de um adágio japonês que se traduz como “Deixe o destino para o céu”.

A Nintendo, durante décadas, permaneceu focada na produção desses baralhos. Nos anos 1960, começou a produzir brinquedos, nos anos 1970 entrou para o mundo dos videogames. Distribuiu o console americano Odyssey no Japão e, em 1977, lançou seu próprio produto, o “TV Game 6”, uma versão doméstica do famoso jogo **PONG**.

Após a crise de 1983, videogames estavam mortos no mercado norte-americano. Enquanto as corporações e os fundos de investimentos abandonaram a indústria em busca de segmentos mais lucrativos e estáveis, a Nintendo, com uma visão perspicaz, reinventou-se, transformando adversidades em oportunidades fulcrais.

A empresa observou o sucesso de empresas japonesas no mercado de fliperamas no final dos anos de 1970. **SPACE INVADERS** (1978), da Taito, **PAC-MAN** (1980), da Namco, **FROGGER** (1981), da Konami, e **BOMBERMAN** (1983), da Hudson Soft, comprovando que a cultura japonesa poderia ser exportada para o mundo todo (VARELLA, 2020, p.37).

Em 1981, a Nintendo apresentou o jogo de arcade **DONKEY KONG**. Nessa narrativa, desenrolava-se um triângulo amoroso, em que um macaco gigante mantinha refém uma jovem chamada Pauline no topo de uma construção, e o herói, o carpinteiro Jumpman, deve resgatá-la. Ao iniciar a partida, o jogador era contemplado com a emblemática cena do primata, Donkey Kong, escalando os andaimes vertiginosos, com a donzela em seus braços. Naquela época, os enredos das narrativas não eram apresentados de forma visual e quando acontecia, em raros momentos de exceção, eram feitos por meio de prosa escrita.

Na trama, o protagonista, Jumpman (ou “Homem-pulo”, como poderíamos traduzir), se via diante de barris atirados pelo símio. Para escapar desses obstáculos, ele precisava dominar uma habilidade inédita à época: o salto. Essa mecânica singular deu origem a um gênero de jogos que se tornaria icônico: os jogos de plataforma. Gênero que viria a dominar os videogames nos anos 1980 e 1990.

Em 1985, a Nintendo convenceu os pais e educadores americanos de que os videogames não eram apenas brinquedos, mas também tinham valor educacional e cultural. Com isso, lançou nos Estados Unidos o console NES (Nintendo Entertainment System), como um “Sistema de Entretenimento”, enfatizando que os jogos eram mais do que apenas diversão, mas também ofereciam oportunidades para o desenvolvimento cognitivo e social das crianças. Além disso, a Nintendo implementou medidas como “Nintendo Seal of Quality” para garantir que apenas jogos de alta qualidade fossem lançados para o console, ajudando a construir a confiança nos consumidores e educadores sobre a natureza dos jogos. A empresa também investiu em campanhas de marketing que destacavam aspectos positivos dos jogos, como resolução de problemas, criatividade, coordenação motora, para mostrar que os videogames poderiam ser uma ferramenta educacional e recreativa ao mesmo tempo.

Inaugurado no console NES, em 1985, nos Estados Unidos, o jogo **SUPER MARIO BROS** se destacou pela sua jogabilidade inovadora, gráficos vibrantes e trilha sonora marcante. Esse lançamento foi um marco na história dos videogames, pois não apenas revitalizou a indústria após a crise de 1983, mas também estabeleceu muitos padrões que definiram os jogos de plataforma modernos.

SUPER MARIO BROS foi um dos primeiros jogos a apresentar um design de níveis progressivamente mais desafiadores, incentivando os jogadores a explorar e dominar suas habilidades. Além disso, introduziu muitos elementos que se tornaram padrão nos jogos da série Mario, como power-ups com o cogumelo que aumenta o tamanho do personagem e a flor de fogo que concede a habilidade de arremessar bolas de fogo. O sucesso foi estrondoso, vendeu mais de 40 milhões de unidades.

Posteriormente, o icônico Mario, seria o progenitor de uma série de jogos de gênero diverso, com ênfase especial na frenética corrida de **MARIO KART (1992)**. Nesse jogo, pilotos lançam cascas de banana e carapaças de tartaruga uns contra os outros, criando uma competição caótica e repleta de reviravoltas.

Outro jogo notório foi **MEGA MAN**, conhecido como Rockman no Japão, desenvolvido e publicado pela Capcom em 1987 para o NES. Este título apresentava trilhas sonoras meticulosamente compostas por Takashi Tateishi e Manami Matsumae, que exploraram as capacidades do chip de som do console para criar melodias vibrantes e cativantes.

A série **MEGA MAN** foi um dos primeiros jogos a demonstrar o potencial das trilhas sonoras de chiptunes para se tornarem parte integrante da identidade de um jogo e para deixarem uma marca duradoura. O jogo teve um alto impacto e popularidade que ajudaram a solidificar o papel dos chiptunes como uma forma legítima de expressão musical na indústria de jogos eletrônicos. As trilhas sonoras destacaram-se pela sua complexidade melódica e pela capacidade de empolgação e aventura, características que se tornaram emblemáticas da série. A composição de chiptunes mostrou como os compositores poderiam aproveitar ao máximo as limitações técnicas de hardware do NES, criando músicas que não apenas acompanhavam a jogabilidade, mas também agregavam camadas de atmosfera e emoção à experiência do jogador.

Além disso, **MEGA MAN** desempenhou um papel crucial na introdução do sistema de passwords nos jogos, proporcionando aos jogadores a capacidade de

interromper e recomeçar o jogo a partir de fases específicas onde pararam. Esse sistema foi inovador na época e teve um impacto significativo na forma como os jogos eram jogados e percebidos pelos jogadores.

Antes do sistema de passwords, muitos jogos não ofereciam uma maneira conveniente para os jogadores continuarem seu progresso após desligar o console. Isso significava que muitas vezes, os jogadores tinham que completar um jogo inteiro de uma só vez, o que podia ser desafiador e frustrante, especialmente em jogos longos e difíceis. Com a introdução do sistema de passwords em **MEGA MAN**, os jogadores podiam anotar ou memorizar uma sequência alfanumérica específica que lhes permitia retomar o jogo a partir de um determinado ponto. Isso não apenas tornava os jogadores mais acessíveis e amigáveis para os jogadores, mas também adicionava um elemento estratégico, pois os jogadores podiam escolher onde começar com base em suas habilidades e objetivos.

Em meados da década de 1980, a indústria de videogames estava em pleno crescimento, com a Nintendo liderando o mercado, com participação de mais de 90%. No entanto, o engenheiro Gunpei Yokoi, conhecido por criar o popular Game & Watch, sentiu que era hora de inovar novamente. Assim, em 1989, a Nintendo lançou o icônico Game Boy, um dispositivo portátil que mudaria para sempre a forma como as pessoas jogavam.

O Game Boy apresentava uma tela pequena, monocromática e retroiluminada, com apenas quatro tons de cinza. A escolha da cor verde para o fundo ajudava a economizar energia e proporcionava uma experiência de jogo única. Ao contrário dos consoles domésticos, o Game Boy utilizava cartuchos intercambiáveis. Isso permitia que os jogadores escolhessem entre uma variedade de títulos e levassem seus jogos favoritos por onde quisessem.

No ano de 1993, a Nintendo ancorou no Brasil, consorciada sob o suporte colaborativo entre a Gradiente e a Estrela. Desse auspicioso acordo, surgiu a Playtronic, que se consagrou como legítima responsável dos estandartes no território brasileiro, que perante seu patrocínio ampliaram os aclamados consoles NES, Nintendo 64 e o Game Boy.

Ao longo de sua trajetória, o Game Boy vendeu mais de 100 milhões de unidades por todo o mundo. Ele passou por diversas iterações, com diferentes cores e tamanhos, até ser interrompido em 2003.

3.5 O FENÔMENO SOVIÉTICO

Em 1984, nasceu o **TETRIS**, um jogo que se tornaria um fenômeno global. Criado pelo programador soviético Alexey Pajitnov, surgiu no Centro de Computadores da Academia Russa das Ciências, programa responsável por calcular as rotas dos satélites lançados pelo programa Sputnik.

O **TETRIS** se tornou símbolo da habilidade e engenhosidade dos programadores soviéticos, que viviam em um regime comunista, desafiando a estigmatização de que a tecnologia estava ligada aos países do bloco ocidental. O jogo foi lançado em meio à Guerra Fria, cenário caracterizado pela rivalidade, sobretudo tecnológica, entre os Estados Unidos e a União Soviética. Ambos países viviam sob um acordo MAD, acrônimo em inglês para “destruição mútua assegurada”, lógica militar segundo a qual o ataque maciço de uma potência nuclear contra a outra levaria à eliminação das duas, pois o país que recebesse o primeiro ataque ainda teria capacidade de fazer um revide.

O design simples e intuitivo do **TETRIS**, permitiu que ele fosse acessível a pessoas de todas as idades e com diferentes níveis de habilidade. Inspirado por seu jogo de quebra-cabeça favorito, o Pentonominos, Pajitnov criou um jogo eletrônico que permitia aos jogadores organizar peças de quebra-cabeça em tempo real enquanto caíam do topo do campo de jogo.

O jogo consiste em um campo de jogo no qual peças de diferentes formas geométricas, chamadas de tetramínós, descem do topo. Durante essa descida, o jogador pode mover as peças lateralmente e girá-las até que toquem o fundo do campo ou aterrissem em uma peça que já havia sido colocada antes. O objetivo é completar linhas, fazendo com que elas desapareçam e concedam pontos ao jogador. O jogo termina quando as linhas não resolvidas atingem o topo do campo. Quanto mais o jogador puder adiar esse resultado, maior será sua pontuação.

Foi publicado por várias empresas e em várias plataformas, mas a disputa pelos direitos de publicação foi um marco importante. A Nintendo viu o seu potencial e firmou uma parceria para trazê-lo para o Game Boy. Após um período significativo, em 1996, os direitos reverteram para Pajitnov, que co-fundou a Tetris Company com Henk Rogers para gerenciar o licenciamento. A versão do Game Boy é um dos jogos mais vendidos de todos os tempos, com mais de 35 milhões de cópias vendidas.

3.6 PC (PERSONAL COMPUTER)

No início da era da computação, quando os transistores ainda eram recentes e os circuitos digitais pulsavam com a promessa do futuro, surgiram os primeiros jogos eletrônicos. Essas criações primordiais, embora modestas em comparação com os épicos digitais de hoje, apresentaram as bases para uma revolução que transformaria a maneira como interagimos com a tecnologia.

Os primeiros jogos em computadores eram como enigmas matemáticos, desafiando os jogadores a decifrar padrões e resolver quebra-cabeças. Programadores habilidosos criavam esses jogos diretamente em linguagem de máquina, sem a conveniência de ambientes de desenvolvimento modernos.

Os mainframes, gigantes de metal e válvulas, eram os palcos dessas primeiras conquistas digitais. Universidade, laboratórios de pesquisa e empresas tinham acesso a essas máquinas colossais, e os programadores se reuniam em torno delas para criar e compartilhar seus jogos.

Os computadores pessoais surgiram da evolução dos computadores maiores e mais caros, que eram usados principalmente por empresas e instituições acadêmicas. A criação dos primeiros computadores pessoais pode ser atribuída a várias empresas e indivíduos, como IBM, Apple, Commodore e Microsoft, que desenvolveram máquinas mais acessíveis e fáceis de usar, tornando a computação mais acessível para o público em geral. O Altair 8800, lançado em 1975, é considerado um dos primeiros computadores pessoais disponíveis comercialmente.

Lançado em 1975 pela MITS (Micro Instrumentation and Telemetry Systems), uma empresa fundada por Ed Roberts, o Altair era vendido principalmente como kit que os entusiastas poderiam montar em casa, com sua CPU Intel 8080 e 256 bytes de memória, ele abriu as portas para uma nova geração.

O Altair 8800 não tinha um teclado ou monitor como os computadores modernos. Em vez disso, os usuários interagiam com ele inserindo comandos em uma interface de interruptores e luzes LED. Apesar de suas limitações, o Altair atraiu a atenção de entusiastas de computadores e programadores, que começaram a desenvolver software para ele.

Um fator crucial na popularização do Altair, foi a capa da revista "Popular Electronics" em janeiro de 1975, que apresentava o computador. Isso levou a um grande interesse e levou muitas pessoas a comprarem o kit. Entre os interessados,

estava Bill Gates, que juntamente com Paul Allen, desenvolveu uma versão de linguagem BASIC para Altair, fundando assim a Microsoft em 1975.

A década de 1980 testemunhou a ascensão dos PCs (Personal Computers). A IBM lançou o IBM PC em 1981, e a compatibilidade com o sistema operacional MS-DOS permitiu que os jogos de proliferassem. Títulos como **PRINCE OF PERSIA**, **LEMMINGS** E **SIM CITY**, conquistaram os corações dos jogadores. A indústria de jogos estava em pleno crescimento, e os computadores pessoais se tornaram verdadeiras máquinas de entretenimento.

Os jogos eletrônicos, em sua intrincada composição, apresentavam desafios e complexidades singulares. Os pioneiros que desbravaram esse território inexplorado pavimentaram o caminho para a rica diversidade e a criatividade que hoje permeiam o universo dos jogos digitais. Enquanto o ato de acionar o interruptor de um console se resumia a um simples toque no botão “power”, a experiência de jogar em um computador demandava uma compreensão mais profunda das intrincadas lógicas subjacentes.

Questões como hardware necessário para rodar determinado programa, instalação, espaço em disco, divisão de arquivos pesados em diversos disquetes e entre outras, eram corriqueiras para o gamer de PC (Varella, 2020, pg. 53).

Lançado pela primeira vez em 1989 pela Maxis, para jogos de computadores, **SIM CITY**, trazia conceitos de gestão urbana, como zoneamento, infraestrutura e orçamento, muito antes do urbanismo virar mainstream. Portanto, para muitos, a curva de aprendizado inicial era íngreme. O jogo era baseado em menus, ícones e terreno, o que era relativamente novo para muitos jogadores na época. No entanto, o **SIM CITY** foi projetado como uma lógica interna e consistente e gradualmente os jogadores começaram a entender como funcionava e apreciar sua profundidade e complexidade. Com o tempo a interface foi refinada e tornada mais acessível em versões posteriores, mas nos primeiros dias, era uma experiência nova e desafiadora para muitos jogadores.

3.7 FPS (FIRST PERSON SHOOTER)

Em 1990, John Carmack e John Romero apresentaram à Nintendo uma versão destinada para o Disk Operating System (DOS), do zero, que adaptava os primeiros níveis para a plataforma computacional do icônico jogo **SUPER MARIO BROS 3**, uma realização notória para a época. A Nintendo recusou o projeto, logo após esses desenvolvedores criaram a id Software com o apoio de mais dois programadores: Adrian Carmack e Tom Hall.

Em 1992, a id Software lançou o **WOLFENSTEIN 3D**, um dos jogos mais influentes na história dos videogames. Situado durante a Segunda Guerra Mundial, o jogo colocava os jogadores no papel de William “B.J.” Blazkowicz, um soldado aliado em uma missão para derrotar as forças nazistas.

O jogo foi pioneiro do gênero de tiro em primeira pessoa, com gráficos revolucionários para o período e uma jogabilidade frenética. A ilusão proposta pelo jogo era o suficientemente convincente para época, que chamava de 3-D qualquer gráfico que impressionasse. No entanto, além do seu impacto técnico, **WOLFENSTEIN 3D** também gerou controvérsias devido à sua representação gráfica da violência e do nazismo.

Segundo Kushner (2003), a representação dos nazistas como inimigos no jogo levantou questões sobre a sensibilidade cultural e a glorificação da violência. Além disso, a música presente no jogo é derivada de The Horst Wessel-Lied, hino oficial do nazismo e o uso de símbolos nazistas, como suásticas pelas paredes, levou à proibição do jogo na Alemanha e em outros países com leis restritivas em relação à propaganda nazista.

A proibição do jogo na Alemanha destacou o debate em torno da liberdade de expressão versus a regulamentação de conteúdo potencialmente ofensivo. Enquanto alguns argumentam que o jogo era uma de arte e expressão criativa protegida pela liberdade de expressão, outros argumentam que a representação gráfica do nazismo poderia ser prejudicial e desrespeitosa para com as vítimas do Holocausto. O jogo foi julgado em 1998 e não foi aceito como manifestação artística. Por causa dessa decisão, desenvolvedores tiveram que fazer modificações significativas em vários jogos lançados na Alemanha.

No entanto, apesar das controvérsias, **WOLFENSTEIN 3D** teve um impacto duradouro na indústria de videogames, estabelecendo fundamentos para o gênero de tiro em primeira pessoa e influenciando inúmeros jogos posteriores.

O jogo da id Software dá um firme pontapé inicial nos chamados *mods*, jogos que fazem mudanças de design em cima da *engine* de determinado jogo, uma filosofia de acordo com os princípios hackers de Carmack. *Engine* é um conjunto de estruturas – gráfico, áudio, lógica, etc. – no código do software. Passou a ser comum empresas comprarem direitos sobre determinada engine em vez de começar sua codificação do zero. (Varella, 2020, pg. 83).

Desde então, os FPS evoluíram consideravelmente, incorporando avanços tecnológicos, narrativas mais complexas e modos de jogo inovadores. Títulos como **Quake, Half-Life, Counter-Strike, Call of Duty e Halo** expandiram os limites do gênero, atraindo milhões de jogadores em todo o mundo e influenciando outras formas de entretenimento, como filmes e literatura.

Ao jogar **SUPER MARIO 64**, Gabe Newell (1962-), então funcionário da Microsoft, a qual ajudou a desenvolver versões do sistema operacional Windows, ficou convencido que videogame é arte. Depois de experimentar **DOOM** (1993), passou a acreditar que esse seria o futuro do entretenimento. Chamou seu colega Mike Harrington para sair da Microsoft na era de ouro da empresa de Bill Gates, em meados dos anos 1990, quando autoridades americanas temiam o monopólio digital da empresa e cogitavam dividi-la. (Varella, 2020, pg. 131).

De acordo com Consalvo (2007), os jogos eletrônicos são uma forma de cultura contemporânea que transcende fronteiras geográficas e culturais. Disto isto, desde sua ascensão nos finais do anos 90, o **COUNTER-STRIKE** não é apenas um jogo; é uma experiência cultural que divide opiniões.

Desenvolvido por Minh Le e Jess Cliffe, como um mod do jogo **HALF-LIFE**, o **COUNTER-STRIKE**, também conhecido pelo apelido CS, rapidamente se tornou um dos jogos mais populares do gênero. Lançado em fase beta em 1999, recebeu cerca de 20 atualizações antes de abandonar o período de testes.

O foco gira em torno de disputas com diversos jogadores divididos em dois times. Terroristas e contra-terroristas se enfrentam em partidas on-line. Existem três objetivos principais nos mapas: 1. escoltar (ou matar) um jogador VIP; 2. deter ou instalar uma bomba em uma área ou 3. resgatar (ou impedir o resgate) de reféns.

A introdução de servidores online proporcionou experiências multiplayer mais dinâmicas e acessíveis. A internet desempenhou um papel fundamental na evolução de jogos como **COUNTER-STRIKE**, transformando-o de um jogo de LAN parties locais em um fenômeno global. Razão do jogo se converter em um sucesso crescente nas lan houses brasileiras nos anos 2000, das quais ofereciam o corujão – nome de pacotes econômicos de horas que começavam à noite e só acabavam ao amanhecer.

O jogo tem sido objeto de análises sob uma perspectiva política e social. Frequentemente levanta questões sobre violência e ética nos videogames, especialmente devido à representação realista de confrontos armados. Isso levou a debates sobre regulamentação e classificação indicativa, refletindo preocupações mais amplas da sociedade em relação aos efeitos dos videogames na juventude.

COUNTER-STRIKE permitia que os jogadores criassem os próprios mapas. Um dos mapas mais populares entre os extraoficiais era cs_rio, criado pelo jogador Mataleone, que colocava a disputa em uma favela do Rio de Janeiro. Inspirado na brasilidade e nas músicas do cantor Bezerra da Silva, o mapa rapidamente se popularizou entre os jogadores brasileiros. Em uma semana foram milhares de downloads. No entanto, sua fama também chamou atenção da justiça brasileira, que, ao tomar conhecimento do mapa, acionou o PROCON de Goiás em 2008 e pediu que fossem recolhidos do território nacional. O motivo alegado foi que o mapa influenciava negativamente na percepção da criminalidade, pois, o jogo “reproduz a guerra entre bandidos e policiais e impressiona pelo realismo”.

O juiz federal Carlos Alberto Simões de Tomaz acatou a requisição, cravando em sentença que **COUNTER-STRIKE** era um estímulo à “subversão da ordem social”. Comprar e vender **COUNTER-STRIKE** passou a ser um ilegal. A decisão teria caído no ano seguinte.

3.8 E-SPORTS

Os *e-sports*, ou esportes eletrônicos, é uma forma contemporânea de competição de jogos virtuais que se tornaram uma potência cultural, social e econômica inegável. Nesse espaço, os jogadores travam batalhas em arenas virtuais, que atraem platéias presenciais e virtuais. Habilidades, estratégias e reflexo são colocados à prova e admirados por uma audiência global, que se conecta através de plataformas de streaming e redes sociais.

As transmissões de jogos oficiais ao vivo contam com locutores, comentaristas, replays, intervalo com entrevistas, melhores momentos e tudo aquilo que tipicamente se vê em transmissões televisivas de futebol. (Varella, 2020, pg. 175).

Um grande destaque deste cenário é **LEAGUE OF LEGENDS**, conhecido como LoL, é um jogo do gênero MOBA (Multiplayer Online Battle Arena), onde são divididos em dois times com cinco jogadores, cada equipe. Em uma campo de batalha simétrico, onde o objetivo é destruir a base inimiga. Cada jogador escolhe um personagem, conhecido como “campeão”. Cada herói tem habilidades distintas e específicas de outros. No mapa há três trilhas que são separadas por selvas, das quais possuem monstros. Esses monstros da selva e as tropas das rotas podem ser “farmados”, ou seja, quando derrotados concedem ouro e experiência ao jogador.

Dentro de pouco tempo, **LEAGUE OF LEGENDS**, se converteu em um dos pilares no mundo dos esportes eletrônicos, exercendo um papel fundamental na popularização e no desenvolvimento da indústria. Desde o seu lançamento pela Riot Games em 2009, o LoL emergiu como fenômeno global, atraindo milhões de jogadores e espectadores. Sendo um dos primeiros jogos a adotar um modelo de liga profissional estrutura, com a League of Legends Championship Series (LCS) na América do Norte e a League of Legends European Championship (LEC) na Europa. Essas ligas ajudaram a estabelecer um caminho para jogadores aspirantes se tornarem profissionais, além de fomentar um ambiente competitivo estável e previsível para equipes e patrocinadores.

O mercado dos esportes eletrônicos viera se tornar uma indústria bilionária, um negócio próspero e crescente, com patrocínios, transmissões e premiações substanciais. O primeiro campeonato oficial de **LEAGUE OF LEGENDS** premiou o vencedor, FNATIC, time europeu, com US\$50 mil, em 2011. No ano seguinte, o primeiro prêmio passou para US\$1 milhão. Em 2014 foi o dobro disso.

Corporações tecnológicas, marcas do vestuário esportivo e organizações tradicionais de esportes, através de olhares perspicazes, apostam suas fichas nesse segmento. Adidas, Nike, Puma e Umbro, outrora símbolos do esporte tradicional, investem com veemência e vislumbram um horizonte onde o virtual e o real convergem em uma simbiose lucrativa.

O sucesso de **LEAGUE OF LEGENDS** também atraiu capitais significativos de marcas como a Louis Vuitton, que colaborou na criação de *skins* (roupas de avatares personalizadas) e no design do troféu do Worlds, torneio que reúne as melhores equipes de todas as regiões do mundo.

Um dos fatores do crescimento exponencial em popularidade e sucesso dos últimos anos dos *e-sports* é devido ao investimento de canais de transmissão tradicionais que têm legitimado o nicho. SporTV e ESPN, que historicamente se concentravam em esportes tradicionais, agora dedicam tempo de transmissão para campeonatos de esportes eletrônicos, trazendo uma mudança na percepção, uma reconfiguração do paradigma de como o esporte é consumido e valorizado na sociedade contemporânea.

Clubes internacionais como Paris Saint-Germain e Manchester City criaram suas equipes de e-sports. No Brasil, clubes de futebol como Santos, Corinthians e Flamengo, também investiram em criar seus próprios times. Competindo em jogos como **LEAGUE OF LEGENDS** e **CS:GO**. Essa expansão dos clubes tradicionais para o mundo digital favorece a visibilidade e a legitimidade, atraindo investimentos, consequentemente contribuindo para o crescimento econômico do setor.

Os próprios jogadores de futebol prestigiam as disputas digitais. Em plena Copa do Mundo da Rússia, em 2018, jogadores comemoraram gols fazendo gestos de **FORTNITE** (Antoine Griezmann na partida França x Argentina) e **COUNTER-STRIKE: GO** (Neymar Jr. em Brasil x México) (Varella, 2020, pg. 176).

Uma categoria em evidência que tem proporcionado uma experiência emocionante e imersiva para os esportes eletrônicos são os FPS, dos quais têm tido um impacto significativo na cultura popular, inspirando comunidades de jogadores e competições profissionais. A evolução e inovação em termos de mecânicas de jogo e equipamentos demonstram como os videogames podem ser uma forma poderosa de expressão artística, moldando a cultura e a maneira de interagir com o mundo digital. Precisão, controle de área, informações e estratégias dos times são colocados à prova.

A Riot Games, com uma visão estratégica meticulosamente arquitetada, inseriu o **VALORANT** para o panteão dos e-sports. Do qual dispõe elementos clássicos de atirador em primeira pessoa com habilidades únicas de personagens, tidos como Agentes. Desde sua estreia em junho de 2020, **VALORANT** ascendeu rapidamente ao estrelato no universo competitivo dos esportes eletrônicos. A dinâmica do jogo se desenrola em confrontos 5x5, onde jogadores têm apenas uma vida por rodada. A vitória é concedida à equipe que, com táticas e sinergia obter a supremacia em 13 rodadas.

Em 2023, a empresa detalhou um novo formato para as ligas competitivas, que inclui a criação de novas ligas, um sistema de classificação renovado e a integração do jogo com o Valorant Champions Tour (VCT). Além disso, houve uma expansão dos campeonatos Challengers para incluir mais jogadores em mais países e regiões, dividindo o cenário competitivo em 21 ligas em três regiões diferentes: Américas, EMEA e Ásia-Pacífico.

Esses aportes financeiros são uma manifestação eloquente da perspectiva que as corporações contemporâneas têm sobre o universo dos jogos. Não se trata meramente de entretenimento passageiro, mas sim de uma modalidade esportiva eletrônica de escala mundial. Este é um campo que transcende fronteiras, oferecendo uma experiência profunda e perpetuamente cativante.

Em suma, os *e-sports* converteram o entretenimento em um setor competitivo e lucrativo. Jogadores são exemplos de figuras públicas que não são apenas competidores; são ícones que transformaram o cenário com suas personalidades, habilidades e contribuições sociais. Através de suas plataformas, conquistam e delineiam o tecido social de suas comunidades. Definindo o futuro do entretenimento e da cultura contemporânea que torna-se cada vez mais digital.

4. VIDEOGAMES E POLÍTICA

Varella (2020), afirma que os videogames transcenderam suas origens de simples passatempo e se tornaram uma forma de arte, um meio de comunicação e uma ferramenta educacional. O cruzamento entre videogames e política ressalta a complexidade estrutural e o papel preponderante que este domínio exerce nas dinâmicas sociopolíticas contemporâneas. A influência dessa indústria na economia global é notável, gerando bilhões de dólares em receitas e criando milhões de empregos. Contudo, essa liberdade criativa enfrenta desafios políticos e morais.

Enquanto algumas pesquisas apontam que os jogos eletrônicos exercem um impacto significativo em crianças e adolescentes em processo de formação, os quais podem estar mais suscetíveis a influências negativas. Outros estudos demonstram outra perspectiva das relações entre videogames e violência que são frequentemente debatidas. Khaled (2018), analisa o discurso jornalístico e político sobre o tema, sustentando que muitas pesquisas apresentam falhas metodológicas e não capazes de estabelecer uma relação causal entre jogos e agressão ou perda de sensibilidade diante da violência real. O autor afirma que a alegada correlação entre jogos eletrônicos e comportamento violento não passa de um discurso engendrado pela mídia, acolhido por figuras políticas e grupos de pressão, e de certo modo, “autenticado” por alguns pesquisadores. O desfecho desse processo é a estigmatização cultural dos jogos. Tratando-se portanto, de um intrincado mecanismo de disseminação do pânico moral por parte de conservadores culturais.

Este capítulo propõe a analisar a sinergia entre os jogos eletrônicos e o espectro político, enfatizando a preeminência de diretrizes políticas perspicazes e bem delineadas para o avanço perene dessa indústria. Esta é vital para além do lazer, mas igualmente como pilar da economia e do patrimônio cultural. Mediante estímulos tributários, políticas de salvaguarda para o público infantojuvenil e um arcabouço normativo explícito, é viável incitar uma atmosfera favorável à ascensão sustentável do empreendimento dos jogos digitais.

Em síntese, os videogames sobrepõem sua natureza lúdica e se inserem em um contexto mais amplo, onde arte, comunicação e política convergem. Através de um arcabouço normativo claro e estratégias inteligentes, pode-se cultivar uma atmosfera propícia à ascensão contínua desse empreendimento digital, trazendo benefícios a toda a sociedade em geral.

4. 1 PRIVACIDADE E DADOS

A privacidade dos dados é um tema cada vez mais relevante no contexto político contemporâneo, especialmente em uma era marcada pela digitalização e pela coleta massiva de informações pessoais. A gestão e a proteção desses dados levantam questões cruciais sobre segurança, direitos individuais e influência de grandes corporações tecnológicas.

A privacidade de dados refere-se ao controle que os indivíduos têm sobre suas informações pessoais e como essas informações são coletadas, armazenadas e compartilhadas. No contexto político, essa questão se entrelaça com a regulamentação governamental e o poder das empresas de tecnologia, como Google, Facebook e Amazon, que possuem vastas quantidades de dados sobre seus usuários. Segundo Zuboff (2019), essas empresas operam dentro do que ela denomina “capitalismo de vigilância”, onde os dados são utilizados para prever e modificar comportamento em benefício comercial.

O documentário “O Dilema das Redes” (2020), dirigido por Jeff Orlowski, destaca como as redes sociais utilizam algoritmos para manipular o comportamento dos usuários, muitas vezes sem o consentimento explícito. Ex-funcionários de empresas como Google e Facebook revelaram práticas internas que priorizam o engajamento dos usuários, mesmo que isso implique em comprometer a privacidade e a segurança dos dados. O documentário sugere que essas práticas não só afetam a privacidade individual, mas também têm implicações políticas significativas, como a polarização do discurso público e a manipulação eleitoral.

Do ponto de vista legislativo, a União Europeia tem sido pioneira na proteção da privacidade dos dados com a implementação do Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (GDPR). Esse regulamento estabelece diretrizes rigorosas sobre como os dados pessoais devem ser tratados, impondo multas severas para as empresas que não cumprem os requisitos. O GDPR serve como um modelo global e já influenciou políticas de privacidade em diversas outras jurisdições.

Nos Estados Unidos, a situação é mais fragmentada, com leis estaduais, como o California Consumer Privacy Act (CCPA), liderando a proteção da privacidade. Para Solove & Schwartz (2020), no entanto, ainda há uma ausência de uma legislação federal abrangente, o que deixa lacunas significativas na proteção dos cidadãos americanos.

A indústria de jogos eletrônicos, que se estende por uma vasta gama de plataformas e dispositivos, acumula uma quantidade significativa de dados dos usuários. Estes dados, que variam desde informações básicas de cadastro até padrões de comportamento in-game, são extremamente valiosos tanto para desenvolvedores quanto para anunciantes. No entanto, a coleta e o uso desses dados suscitam preocupações substanciais relacionadas à privacidade e ao consentimento dos indivíduos.

A implementação prática de medidas de proteção de dados em um ambiente tão dinâmico e interativo requer constante vigilância e adaptação. As plataformas de jogos, como o *blockchain*, que visam preservar a privacidade dos usuários e suas transações, podem, paradoxalmente, facilitar o uso indevido por parte de criminosos.

Além disso, a questão da privacidade dos dados está intrinsecamente ligada à soberania nacional. Em mundo onde os dados atravessam fronteiras facilmente, governos enfrentam desafios sobre como seus cidadãos e assegurar que empresas estrangeiras respeitem as leis locais de privacidade. Por exemplo, a disputa entre a União Europeia e Estados Unidos sobre o “Privacy Shield”, um acordo que permitia a transferência de dados pessoais entre as duas regiões, ilustra as complexidades de garantir a privacidade em uma ambiente globalizado.

A indústria de jogos eletrônicos enfrenta o desafio de equilibrar a inovação e a proteção de dados. Por um lado, a inovação é essencial para o crescimento e a competitividade do setor; por outro, a segurança dos dados pessoais dos usuários não pode ser comprometida. A nova legislação brasileira, Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), por exemplo, introduz medidas de incentivo ao investimento e ao empreendedorismo inovador, reconhecendo a importância desse setor na promoção da produtividade e competitividade da economia nacional.

É necessário discutir sobre a adoção de práticas éticas e responsáveis, alinhadas com regulamentações rigorosas e atualizadas, fundamentais para garantir a confiança dos usuários e a sustentabilidade do setor em constante evolução.

Em suma, a privacidade de dados não é apenas uma questão técnica, mas também uma questão política profunda. Ela exige uma coordenação internacional robusta e uma conscientização pública sobre os direitos de privacidade, assim como a responsabilidade das corporações em proteger os dados dos indivíduos. Privacidade não é apenas um direito, mas uma necessidade de manter a integridade das democracias modernas.

4.2 PROTEÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES

Com seu crescente impacto cultural e tecnológico, os videogames oferecem benefícios para o desenvolvimento cognitivo e social dos jovens. No entanto, apresentam inquietações, sobretudo para os responsáveis. Dado o aumento da notoriedade desses produtos entre o público juvenil, a proteção de crianças e adolescentes tem sido um tema de crescente discussão no contexto dos jogos eletrônicos. Os temores vão desde o conteúdo inapropriado, a exposição de comportamentos nocivos até a proteção de dados pessoais.

Videogames são uma forma de entretenimento amplamente difundida entre crianças e adolescentes. Um relatório da Entertainment Software Association (ESA), de 2022, revelou que 76% dos menores de 18 anos jogam videogames regularmente nos Estados Unidos. No entanto, essa notoriedade traz à tona questões significativas sobre a exposição a conteúdos violentos ou sexualmente explícitos.

Somado a isso, os jogos eletrônicos coletam informações pessoais dos jogadores, que podem incluir dados sensíveis. A legislação como o COPPA (Childrens Online Privacy Protection Act), nos Estados Unidos, visa proteger a privacidade das crianças online, exigindo aos desenvolvedores de jogos que obtenham o consentimento parental antes de coletar dados de menores de 13 anos.

A interação online em muitos jogos multiplayer podem expor crianças e adolescentes a comportamentos como cyberbullying, assédio e exploração. Casos de *grooming*, onde adultos mal-intencionados se passam por jovens para estabelecer contato com menores, têm sido amplamente documentados, destacando a necessidade de supervisão parental e de ferramentas tecnológicas que possam ajudar a proteger os jovens. Governos e as organizações têm tomado medidas para mitigar esses riscos, enquanto a indústria de videogames busca responder a essas preocupações através da autorregulação e a inovação tecnológica.

Atualmente, consoles e plataformas de jogos oferecem recursos de controle parental. Essas ferramentas permitem aos pais restringir o acesso a determinados conteúdos e monitorar o tempo de jogo. Por exemplo, o console da PlayStation, da Sony, permite que os pais definam limites de tempo diários para o uso, ainda podem restringir compras na PlayStation Store para controlar os gastos dos filhos.

Por sua vez, o XBOX, da Microsoft, oferece aos pais o controle sobre quem pode se comunicar com a criança e quais jogos e aplicativos serão acessíveis. Além do mais, o XBOX, envia um relatório semanal para os responsáveis sobre a atividade dos jogos.

O impacto dos videogames na saúde mental dos jovens é um assunto latente. O vício em jogos eletrônicos foi oficialmente reconhecido como distúrbio pela Organização Mundial da Saúde (OMS), em 2018, que de acordo com King & Delfabbro (2018), podem levar a problemas como insônia, depressão e isolamento social. A OMS define esse distúrbio como um padrão comportamental caracterizado por um controle prejudicado sobre o ato de jogar, bem como pela priorização exacerbada do jogo em detrimento de outros interesses e atividades diárias.

Livingstone e Helsper (2008) abordam a necessidade de uma regulamentação robusta que assegure um ambiente seguro para os menores. As políticas incluem a classificação etária dos jogos, a limitação de conteúdos violentos e a implementação de mecanismos de controle parental. Essas medidas visam garantir que os limites sejam estabelecidos para não comprometer o desenvolvimento mental saudável das crianças e adolescentes.

Segundo Wang e Liu (2020), diversos países têm adotado medidas para proteger crianças e adolescentes dos potenciais danos dos videogames. A China, por exemplo, implementou regulamentações restritivas que limitam o tempo que menores de idade podem passar jogando videogames online. Em 2019, o governo chinês anunciou que menores de 18 anos não podem jogar entre as 22h e 8h. Além disso, o tempo de jogo é limitado a 90 minutos por dia durante a semana e 3 horas nos finais de semana e feriados.

A utilização de sistemas de classificação etária, como a ESRB (Entertainment Software Rating Board) nos Estados Unidos, o PEGI (Pan European Game Information) na Europa, e a CERO (Computer Entertainment Rating Organization) no Japão, desempenham papéis cruciais na orientação sobre a adequação dos conteúdos dos videogames para diferentes faixas etárias

A ESRB é um sistema de classificação de conteúdo para videogames e outros produtos de entretenimento interativo utilizado principalmente na América do Norte. Foi estabelecido em 1994 pela Entertainment Software Association (ESA) para ajudar pais e consumidores com base em diretrizes específicas, considerando a idade apropriada e os elementos de conteúdo dos jogos.

A PEGI, sistema de classificação de conteúdo usado na Europa, foi introduzida em 2003 pela Interactive Software Federation of Europe (ISFE) e está presente em mais de 30 países europeus. Com base na análise do sistema, 52% da população europeia joga videogames, incluindo crianças, a indústria leva a sério a sua responsabilidade em relação aos jogadores, especialmente os menores, onde as classificações etárias indicam a adequação de jogo para diferentes faixas etárias, exemplo, PEGI 3 é adequado para todas as idades; PEGI 7 pode conter algumas cenas que assustam crianças pequenas; PEGI 12 pode conter violência leve ou linguagem moderada; PEGI 16 pode incluir violência intensa, linguagem forte, ou temas de natureza adulta; PEGI 18 é conteúdo adulto, incluindo violência extrema, drogas ou outros temas explícitos.

No Brasil, existe um sistema similar chamado Classificação Indicativa, que é administrado pelo Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Qualificação (DEJUS) do Ministério da Justiça e Segurança Pública. Esse sistema não se aplica apenas para videogames, mas também a filmes, programas de televisão, e outros tipos de conteúdos audiovisuais. Um sistema de classificação dedicado exclusivamente a videogames no território brasileiro, poderia oferecer benesses para uma vasta comunidade de jogadores e profissionais da área. Isso incluiria maior precisão e relevância nas classificações, permitindo uma análise mais detalhada e precisa do conteúdo interativo, que possui características distintas de outras mídias, como filmes e programas de televisão. Além disso, seria possível desenvolver diretrizes que considerassem aspectos únicos dos jogos, como mecânicas de jogo, interatividade, realidade virtual e aumentada, entre outros. Proporcionando uma capacidade aprimorada de adaptação às mudanças na indústria de jogos.

Fortalecer a fiscalização e a conscientização entre pais e responsáveis é fundamental para garantir que as crianças e adolescentes estejam protegidos contra conteúdos inadequados. A colaboração internacional entre diferentes sistemas de classificação pode ajudar a harmonizar diretrizes e práticas, promovendo uma abordagem mais coesa e eficaz na proteção de crianças e adolescentes.

A participação de todos os stakeholders é essencial para o sucesso da empreitada. Desenvolvedores e distribuidores de jogos devem trabalhar em conjunto com órgãos reguladores para garantir o cumprimento de normas e promover boas práticas de desenvolvimento.

Livingstone (2002), afirma que, paralelamente, campanhas de educação e conscientização devem ser intensificadas para que os pais e responsáveis compreendam a importância das classificações e saibam como utilizá-las eficazmente. Essa abordagem integrada e colaborativa é fundamental para assegurar que os videogames continuem sendo uma fonte positiva de entretenimento e desenvolvimento para as novas gerações.

A proteção de menores abrange a prevenção de comportamentos abusivos, a mitigação dos riscos associados ao cyberbullying e a exposição de conteúdos violentos ou inadequados. As políticas de proteção devem, portanto, ser abrangentes e adaptativas, acompanhando as rápidas mudanças tecnológicas e as novas tendências dentro da indústria de videogames. A criação de um ambiente seguro e saudável para o consumo de jogos é fundamental para garantir que essa forma de entretenimento possa contribuir positivamente para o desenvolvimento cognitivo e social das crianças e adolescentes.

4.3 INCENTIVOS FISCAIS E FOMENTO À INDÚSTRIA

O mercado dos jogos eletrônicos desponta como um dos mais dinâmicos emolientes da indústria de entretenimento na atualidade, impulsionando a economia global. Consoante estatísticas recentes da Newzoo, o segmento cresce em média 10% ao ano, auferindo uma receita de US\$148 bilhões no ano de 2019 e congregando mais de 2,4 bilhões de jogadores globais. Ademais, a projeção para o ano de 2024 sugere uma expansão ainda mais robusta, com estimativas apontando para um ramo que poderá ultrapassar um faturamento de US\$200 bilhões, refletindo a crescente imbricação dos jogos digitais na vida cotidiana e nas práticas socioculturais contemporâneas.

Os incentivos fiscais constituem medidas adotadas pelos governos com o propósito de fomentar o desenvolvimento de setores econômicos específicos, concedendo benefícios. Esses estímulos geralmente incluem isenções, deduções ou créditos tributários. No contexto da indústria dos videogames, tais incentivos podem reduzir os custos de produção, encorajar investimentos e atrair empresas para determinadas regiões, fomentando o desenvolvimento econômico local. Um exemplo notável é o Canadá, onde a província de Quebec implementou um dos programas de incentivo mais generosos do mundo. Esses aportes ajudaram a transformar Montreal em um dos principais centros de desenvolvimento de videogames globalmente, atraindo gigantes como Ubisoft, Electronic Arts e Warner Bros. (Darchen, 2016).

A concessão de incentivos fiscais à indústria de videogames é uma estratégia que pode gerar empregos e impulsionar a inovação tecnológica. Segundo Cunningham e Banks (2016), tais políticas podem atrair investimentos significativos, promovendo o desenvolvimento de estúdios locais e aumentando a competitividade global. Em muitos países, o setor da tecnologia e entretenimento é visto como um motor de crescimento econômico, e os videogames, em particular, são reconhecidos por seu potencial de exportação. Além disso, o desenvolvimento dos jogos pode estimular outras indústrias, como as de software, hardware e design gráfico, criando um efeito multiplicador na economia. (Zackariasson e Wilson, 2012).

Muitas tecnologias utilizadas hoje são oriundas da indústria dos videogames, que impulsionaram a inovação tecnológica em áreas como gráficos, onde os avanços em hardwares e softwares permitiram gráficos cada vez mais realistas.

Desde texturas detalhadas até iluminação dinâmica e efeito de partículas, os jogos contemporâneos oferecem experiências visuais impressionantes. Outro exemplo é a inteligência artificial (IA), usada para criar personagens não jogáveis (NPCs) mais inteligentes e reativos. Algoritmos de aprendizado de máquina também melhoram a jogabilidade, adaptando-se ao estilo do jogador.

Nos Estados Unidos, estados como Califórnia e Geórgia têm ofertado créditos fiscais substanciais para atrair e reter empresas de videogames. Em 2020, a Califórnia ofereceu até 25% de créditos fiscais para empresas de videogames que desenvolvem e produzem no estado, ajudando a manter sua posição como líder global na indústria.

Na Europa, o Reino Unido introduziu o Video Games Tax Relief (VGTR) em 2014, que permite às empresas de desenvolvimento de jogos reivindicar até 20% dos custos de produção de jogos culturalmente britânicos. Essa medida atraiu investimentos estrangeiros significativos.

Além dos benefícios econômicos, os incentivos fiscais na indústria dos videogames também têm implicações culturais e sociais. Eles podem incentivar a criação de jogos que refletem a diversidade cultural e histórica de uma região, promovendo a identidade nacional de um povo. Jogos como *Never Alone*, que explora a cultura dos povos indígenas do Alasca, são exemplos de como esses investimentos podem ser utilizados para apoiar projetos que têm valor cultural significativo.

A indústria de jogos não está imune às flutuações econômicas globais, taxas de juros crescentes e desafios geopolíticos que podem afetar o investimento e o crescimento do setor. Por esse motivo, os incentivos fiscais devem ser bem planejados e acompanhados de estudos que comprovem sua eficácia e sustentabilidade. O risco de políticas mal implementadas pode levar a distorções de mercado, dependência de subsídios e ineficiências econômicas. Além disso, a volatilidade política pode resultar em mudanças abruptas nessas políticas, criando incertezas para os investidores.

O impacto macroeconômico da indústria de jogos eletrônicos é substancial, não apenas gera empregos e promove inovações tecnológicas, mas também contribui significativamente para o crescimento econômico dos países. A integração dos jogos eletrônicos em contextos culturais e de inovação reflete um esforço de atualização e sincronização dos textos legais com as realidades do século atual.

As tendências macroeconômicas atuais demonstram que a indústria de jogos eletrônicos é um setor vibrante e em constante evolução, funcionando como um catalisador para inovação e crescimento econômico. A diversificação das plataformas é uma característica marcante, com os dispositivos móveis emergindo como a tecnologia predominante. Além disso, a integração dos jogos eletrônicos em setores variados – como educação, saúde e marketing – está expandindo as fronteiras tradicionais do setor, aumentando a relevância e a aplicabilidade dos jogos em diferentes contextos da sociedade.

Para o desenvolvimento pleno do setor é essencial uma estrutura legal clara e eficaz. Segundo Tom Apperley e Justin Clemens (2017), um marco regulatório bem definido contribui para a segurança jurídica das empresas, facilita a captação de investimentos e promove a profissionalização do setor. Entre as principais políticas discutidas estão a proteção de propriedade intelectual, regulamentações trabalhistas específicas para o setor de jogos e incentivos à pesquisa e desenvolvimento. Tais políticas promovem a exportação de jogos e internacionalização de empresas locais.

Nos quatro principais mercados da União Européia (França, Alemanha, Espanha e Reino Unido), a receita de jogos destacam o impacto significativo dos videogames na economia, cultura e bem-estar. O setor de videogames tem experimentado um crescimento significativo. Em 2020, as receitas foram 4,3 vezes superiores às da música digital. Além disso, a União Européia tem trabalhado para criar um ambiente online mais seguro para consumidores e empresas, com regras destinadas a proteger os direitos dos consumidores.

No Brasil, o Projeto de Lei 2796/2021 representa um avanço significativo, propondo benefícios fiscais para a criação e comercialização de jogos, alinhando-os às regras de impostos de equipamentos de informática. A sanção do Marco Legal dos Jogos Eletrônicos pelo presidente Lula, em maio de 2024, é um passo importante, regulamentando o setor e estendendo incentivos fiscais semelhantes aos previstos para o setor cultural. Tais medidas são projetadas para reduzir os custos operacionais e incentivar o investimento em inovação, o que é vital para a competitividade global. O Marco Legal dos Jogos Eletrônicos no Brasil, traz uma série de incentivos significativos para os profissionais da área, abrangendo, desenvolvedores, designers, artistas, programadores, roteiristas e outros especialistas que compõem a indústria de videogames.

Com leis claras sobre direitos autorais, propriedade intelectual e contratos de trabalhos, os profissionais de jogos eletrônicos têm maior proteção contra práticas abusivas e litígios. A legislação também estabelece mecanismos de resolução de disputas, garantindo que os profissionais possam defender seus direitos de maneira eficiente e justa.

Nos últimos anos, o governo brasileiro promulgou uma significativa diminuição nas alíquotas do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) atreladas aos videogames. De acordo com os dados da Câmara Legislativa, esta decisão, permeada por uma aura de modernização fiscal, viu a tributação sobre consoles e máquinas de jogos de vídeo ser mitigada de 40% para 30%, um decréscimo não trivial que promete fomentar a acessibilidade e o consumo destes dispositivos. Paralelamente, os acessórios, também foram contemplados com redução tributária, passando de 32% para 22%. Tal medida é um aceno positivo para a indústria, que há tempos pleiteia um ambiente mais propício ao desenvolvimento tecnológico e à inovação. Ademais, os videogames que ostentam tela incorporada, arcades, juntamente com os dispositivos portáteis, tiveram suas alíquotas reduzidas de 16% para 6%. Essas medidas, ao reduzirem o custo final ao consumidor, não apenas estimulam o mercado interno, mas também podem ser vistas como um estímulo à cultura de jogadores, que cada vez mais estabelece como um segmento relevante no panorama cultural contemporâneo do Brasil

Por fim, a criação de incentivos à pesquisa e desenvolvimento é um aspecto crucial para o avanço tecnológico e a competitividade da indústria de jogos. Esses programas podem incluir financiamentos públicos e parcerias entre empresas e instituições acadêmicas, promovendo a inovação e o desenvolvimento de novas tecnologias e formatos de jogos. Além disso, a promoção da exportação de jogos e a internacionalização das empresas locais são estratégias importantes para ampliar o alcance e a influência da indústria de videogames em um mercado global cada vez mais competitivo.

5. VIDEOGAMES, GAMIFICAÇÃO E REDES SOCIAIS

Antes dos videogames, os jogos já davam o retorno para os participantes. Quando um gol é marcado, muda a contagem do placar, uma bola de sinuca encaçapada some da mesa, assim como as peças de um tabuleiro de xadrez ou de dama, porém, os videogames colocaram um tempero de vaidade no resultado. Por mais estranho que fosse, a pontuação dos videogames foram exportadas para os aplicativos.

Em uma época em que a conclusão de um jogo era tida como padrão, títulos como Space Invaders, ousou desafiar o status quo. Sem um final definido, o jogo estimulava os jogadores a perseguirem a excelência através da obtenção da maior pontuação possível. Este conceito, denominado “*high score*”, já popularizado no universo do pinball, foi transportado para a cultura dos fliperamas.

O high score, em essência, deu origem à chamada gamificação, uma estratégia de comunicação amplamente utilizada nos meios digitais atualmente. A gamificação envolve a aplicação de elementos e princípios de design de jogos em contextos não jogo, com o objetivo de aumentar o envolvimento do usuário, a participação e a motivação.

Mesmo para aqueles que não estão imersos no universo dos jogos, a estratégia da gamificação é reconhecida. Seja acumulando pontos em um programa de fidelidade, competindo por emblemas em um aplicativo, ou subindo de nível em um sistema de aprendizado online, estamos todos, de uma forma ou de outra, engajados em atividades gamificadas.

Na década de 1980, ocorreu uma revolução tecnológica que impulsionou a gamificação a um novo patamar. Durante esse período, os programas de passageiros frequentes foram introduzidos durante esta era, trazendo o conceito de recompensas de lealdade gamificadas. Além disso, o surgimento de jogos sociais de vídeo, como o Multi-User Dungeon (MUD1), abriu o caminho para tecnologias interativas.

No início dos anos 2000, plataformas como *Bunchball*, desempenharam um papel significativo na popularização do termo e na criação das bases para as estratégias modernas de gamificação. A gamificação começou a infiltrar-se na vida cotidiana, impulsionada por iniciativas como America 's Army, que usou os jogos como uma ferramenta educacional para envolver públicos diversos.

No universo dos videogames, a narrativa evoluiu para além de mera progressão linear de desafios e conquistas. As cutscenes, interlúdios cinematográficos que entrelaçam a tapeçaria da jogabilidade, emergiram como um mecanismo sofisticado para enriquecer a experiência lúdica. Essas sequências, meticulosamente orquestradas, não apenas recompensam a destreza do jogador, mas também expandem o universo diegético, oferecendo um vislumbre das motivações, do contexto histórico e das consequências das ações dos personagens.

As cutscenes funcionam como um feedback narrativo, um prêmio imersivo que sobressai a gratificação instantânea de superar um obstáculo. Elas são janelas para mundos meticulosamente construídos, onde a estética visual, a trilha sonora e o diálogo convergem para criar momentos de intensa emoção e conexão. Ao invés de serem meros intervalos na ação, as cutscenes são pontes que ligam o jogador a história, permitindo uma imersão mais profunda na psique dos protagonistas e antagonistas.

Além disso, as cutscenes são instrumentos de storytelling que permitem aos desenvolvedores de jogos explorar temas complexos e narrativas ramificadas. Com a implementação dessas cenas, os criadores têm a liberdade de desdobrar tramas secundárias, revelar reviravoltas inesperadas e construir mundos que respiram independência da jogabilidade. São essenciais para jogos que buscam oferecer uma experiência onde a história e o jogo se entrelaçam de maneira indissociável. Ao implementar cutscenes, os desenvolvedores não apenas mantêm a atenção dos jogadores, mas também os convidam a participar de uma jornada épica que permanece com eles muito depois de o console ser desligado.

A mecânica de pontuação, um legado dos jogos eletrônicos, ressurgiu com vigor nas redes sociais, instaurando um sistema de recompensas e reconhecimento virtual. O placar de seguidores, ostentando como destaque nas interfaces do perfil, não é apenas um número; é um testemunho do alcance e influência do indivíduo na esfera digital.

Essa pontuação, manifestada através de curtidas, compartilhamentos e comentários, atua como um feedback imediato, uma reminiscência dos sistemas de recompensa dos videogames. Ela é um indicativo de popularidade e engajamento, mas também um mecanismo que alimenta o ciclo vicioso de gratificação instantânea e busca incessante por validação social.

As plataformas de mídias sociais, imbuídas na lógica capitalista, capitalizam sobre o tempo de permanência dos usuários. Quanto mais imerso o usuário permanece, maior é o volume de anúncios veiculados, ampliando assim a rentabilidade da plataforma. Nesse contexto, a pontuação serve como um termômetro para aferir a relevância do conteúdo postado. Um alto índice de interações sugere que o conteúdo é digno de ser disseminado no vasto cosmos das redes sociais.

No entanto, essa lógica não é infalível. As interações podem ser ambíguas e não necessariamente refletem uma aprovação ao conteúdo. Em muitos casos, as reações são mais intensas diante de conteúdos polêmicos ou extremos, que provocam respostas emocionantes fortes. Assim, a pontuação pode ser um reflexo não da qualidade, mas da capacidade de um conteúdo em gerar controvérsia ou apelo emocional.

A implementação da pontuação nas redes sociais como forma de feedback é uma faceta complexa que reflete tanto a natureza humana quanto as estratégias de mercado. Enquanto oferece uma métrica de sucesso e visibilidade, também levanta questões sobre a autenticidade das interações e o verdadeiro valor do conteúdo na era digital. A partir dessas questões, instalou-se um ambiente propício para as fake news.

O fenômeno das fake news, ou notícias falsas, não é uma invenção do século XXI, mas seu impacto e disseminação foram exponencialmente amplificados pelo advento das redes sociais. Nesse panorama digital contemporâneo, as redes sociais se configuram como mais do que meras plataformas de interação. Elas constituem um ecossistema complexo onde cada usuário atua simultaneamente consumidor, difusor e produtor de conteúdo.

Essa dinâmica de interatividade e produção descentralizada de informação cria um terreno fértil para a disseminação das fake news. As redes sociais, ao explorarem as vulnerabilidades desse sistema, permitem que notícias falsas se espalhem de maneira alarmante e eficaz. Ao contrário dos meios de comunicação tradicionais, onde a produção e a distribuição de notícias são centralizadas e regulamentadas, nas redes sociais a informação se propaga sem um filtro editorial rigoroso. Possibilitando que qualquer indivíduo, independente de sua qualificação ou intenção, crie e distribua conteúdo potencialmente falso, situação fatal para pessoas que tendem a acreditar em informações que confirmem suas crenças existentes.

As fakes news podem se espalhar mais rapidamente do que notícias verdadeiras devido a uma série de fatores psicológicos e sociais. As notícias falsas geralmente são projetadas para evocar emoções fortes, como raiva ou medo, o que aumenta a probabilidade de serem compartilhadas. Além disso, a arquitetura das plataformas de mídia social, com seus algoritmos que priorizam o engajamento, tende a amplificar esse tipo de conteúdo. Conforme apontado por Vosoughi, Roy e Aral (2018), em seu estudo publicado no Science, as notícias falsas têm 70% mais probabilidade de serem retuitadas do que as verdadeiras.

O ambiente digital moderno também cria uma ilusão de democratização do acesso à informação, mas sem uma alfabetização midiática adequada, muitos usuários não têm as ferramentas necessárias para avaliar criticamente o conteúdo que consomem e compartilham. Segundo Wardle e Derakhshan (2017), em seu relatório para o Conselho da Europa, essa combinação de acesso ampliado e falta de discernimento crítico contribui significativamente para a propagação das fakes news.

Mesmo as tentativas bem intencionadas, de corrigir informações distorcidas acabam, paradoxalmente, ampliando o alcance da notícia falsa. Cada interação, mesmo aquelas que visam desmentir, serve como um vetor para a propagação da desinformação. Essa dinâmica reflete uma estratégia antiga, conhecida no universo dos videogames como “*cheese*” – a exploração de falhas no sistema para obter vantagens indevidas.

As redes sociais, com sua natureza reativa, muitas vezes se mostram lentas em corrigir essas distorções, deixando brechas abertas para exploração. O fenômeno do “*cheese*” foi habilmente manipulado por campanhas de marketing político, como ilustrado pelo caso da Cambridge Analytica, onde estratégias de dados foram usadas para influenciar eleições e moldar a opinião pública. Políticos que se apresentaram como *outsiders*, frequentemente capitalizam sobre essas táticas para disseminar promessas de ruptura com as estruturas vigentes.

As redes sociais desempenham um papel duplo na questão das notícias falsas: são tanto o meio pelo qual a desinformação é espalhada quanto a ferramenta que pode potencialmente ser usada para combatê-la. A necessidade de vigilância, educação midiática e regulamentações apropriadas são essenciais para preservar a integridade do discurso público na era digital.

O cenário político é apenas um exemplo. Vários segmentos também se aproveitam de furos no sistema e dessa forma que as pessoas se relacionam com as mídias sociais para obter vantagens. Assim como os jogadores buscam “cheats” para avançar nos jogos.

A gamificação, definida como a aplicação de elementos típicos de videogames em contextos não relacionados a jogos, tornou-se uma tendência significativa na sociedade contemporânea. Esse fenômeno reflete uma exportação das dinâmicas dos videogames para o mundo real, o que tem transformado a maneira como consumimos conteúdo, nos comportamos, nos comunicamos e participamos da vida cívica.

Videogames, desde sua criação, têm sido uma fonte de entretenimento e engajamento para milhões de pessoas ao redor do mundo. Eles operam em princípios de feedback imediato, recompensas e desafios progressivos, que mantêm os jogadores motivados e envolvidos. A gamificação utiliza esses mesmos princípios para criar experiências mais envolventes e gratificantes em diversas áreas da vida cotidiana. Os aplicativos estão presentes em várias esferas do nosso dia-a-dia. São utilizados para comunicar, trabalhar, exercitar, comer, aprender, viajar e outros. Portanto, a gamificação está inserida em instrumentos que usamos para viver.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização desta pesquisa proporcionou reflexões relevantes sobre como os videogames influenciam a vida contemporânea, dado o papel crescente e multifacetado que esse meio de entretenimento ocupa no mundo moderno. Ao longo desta monografia, foi possível traçar um panorama abrangente da evolução dos videogames, desde suas origens até os títulos que marcaram diferentes períodos, influenciando gerações e moldando comportamentos.

Com uma abordagem que abrangeu aspectos econômicos, sociais e políticos, a pesquisa proporcionou uma compreensão profunda e detalhada dos impactos dos videogames em diversas esferas da sociedade. Os videogames não são apenas um passatempo; eles se tornaram uma força econômica significativa, impulsionando indústrias e mercados globais. Além disso, seus efeitos sociais são amplamente reconhecidos, desde a formação de comunidades virtuais e redes de sociabilidade até as implicações na saúde mental e no desenvolvimento cognitivo de seus jogadores.

Os videogames também emergiram como um campo de influência e debate, sendo utilizados tanto como ferramentas de propaganda quanto como meios de expressão e resistência. A capacidade dos videogames de engajar e educar, bem como de refletir e desafiar questões sociais, destaca sua relevância contínua e crescente na sociedade contemporânea.

Esta pesquisa demonstrou que os impactos dos videogames transcendem fronteiras, refletindo e influenciando diferentes culturas. A análise de diferentes regiões e seus respectivos contextos mostrou que, apesar das variações culturais e econômicas, os videogames desempenham um papel unificador e transformador na sociedade.

Portanto, compreender a influência dos videogames na sociedade contemporânea é essencial para antecipar tendências futuras e para promover uma interação saudável e benéfica com essa forma de mídia. A investigação realizada nesta monografia contribui significativamente para o campo de estudos sobre videogames, oferecendo insights valiosos que podem orientar políticas públicas, práticas educacionais e estratégias de mercado. Conclui-se, assim, que os videogames, em sua complexidade e onipresença, são uma peça-chave para entender as dinâmicas sociais contemporâneas e suas futuras evoluções.

BIBLIOGRAFIA

- APPERLEY, Tom; CLEMENS, Justin. **Digital Games and the New Media Nexus**. Games Studies. 2017.
- CAILLOIS, Roger. **Os jogos e os homens, a máscara e a vertigem**. Livros Cotovia. 1990.
- CASTRANOVA, Edward. **Synthetic Worlds: The Business and Culture of Online Games**. Chicago e Londres: The University of Chicago Press, 2005.
- CHIADO, Marcus Vinicius Garrett. **1983 + 1984: Quando os videogames chegaram**. São Paulo. 2016.
- CLINE, Ernest. **Jogador Número 1**. São Paulo: Leya, 2012.
- CONSALVO, Mia. **Cheating: Gaining Advantage in Videogames**. 2007.
- CUNNINGHAM, Stuart; BANKS, John. **Creative Industries in Transition: More than Meets the Eye**. Intellect Ltd. 2016
- DARCHEN, Sebastien. **The role of flagship developments in urban regeneration: The case of Montreal's Quartier des Spectacles and the revitalization of Saint-Laurent Boulevard**. Cities, 56, 19-27. 2019.
- GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. 2009.
- HARRIS, Blake J. **A Guerra dos Consoles**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.
- HOLMES, Dylan. **A Mind Forever Voyaging: A History of Storytelling in Video Games**. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2012.
- HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens, o jogo como elemento da cultura**. Gallimard. 1971.
- JUUL, Jesper. **Half-real. Video Games between Real Rules and Fictional Worlds**. Cambridge MA: The MIT Press. 2005.
- KHALED, Salah H. Jr. **Videogame e violência: Cruzadas morais contra os jogos eletrônicos no Brasil e no mundo**. Editora Civilização Brasileira. 2018.
- KENT, Steven. **The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokemon and Beyond**. 2001.
- KING, Daniel L.; DELFABBRO, Paul H. **Video game addiction**. The international encyclopedia of media psychology. Wiley Blackwell. 2018.
- KUSHNER, David. **Masters of Doom: How Two Guys Created an Empire and Transformed Pop Culture**. Random House, 2003.
- LEE, Chong-Moon; MILLER, William F.; HANCOCK, Marguerite Gong; ROWEN, Henry S. **The Silicon Valley Edge: A Habitat for Innovation and Entrepreneurship**. 2000.
- LIVINGSTONE, Sonia; HELSPER, Ellen. **Parental Mediation and Children's Internet Use**. Journal of Broadcasting & Electronic Media. 2008.
- LIVINGSTONE, Sonia. **Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment**. 2002.

LOGUIDICE, Bill; BARTON, Matt. **Vintage Games: An Insider Look at the History of Grand Theft Auto, Super Mario, and the Most Influential Games of All Time**. Burlington: Focal Press, 2009.

MCGONIGAL, Jane. **Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World**. Penguin Books. 2017.

MORAES, Roque. **Uma tempestade de luz: a compreensão possibilitada pela análise textual discursiva**. Ciência e Educação. Bauru. 2003. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ciedu/a/SJKF5m97DHykhL5pM5tXzdj/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 05 março de 2024.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani César. **Metodologia do Trabalho Científico**. Feevale, 2013.

ROGERS, Scott. **Level Up, um guia para o design de grandes jogos**. Blucher, 2013.

RYAN, Jeff. **Nos bastidores da Nintendo**. São Paulo: Saraiva, 2009.

SOLOVE, Daniel J.; SCHWARTZ, Paul M. **Information Privacy Law**. Wolters Kluwer. 2020.

VARELLA, João. **Videogame, a evolução da arte**. 2020. São Paulo: Lote 42, 2020.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. **The spread of true and false news online**. Disponível em: <<https://ide.mit.edu/wp-content/uploads/2018/12/2017-IDE-Research-Brief-False-News.pdf>>. 2008. Acesso em: 01 de maio de 2024.

WARDLE, Claire; DERAKSHAN, Hossein. **Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. 2017. Disponível em: <<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>> Acesso em: 01 de maio de 2024.

ZACKARIASSON, Peter; WILSON, Timothy. **The video game industry: Formation, present state, and future**. Routledge. 2012.

ZUBOFF, Shoshana. **The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power**. PublicAffairs. 2019

FILMOGRAFIA

Atari: Game Over. Direção: Zak Penn. 2014. 66 minutos. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=03oC6-zPZHQ&t=15s>. Acesso em: 23 jul 2023.

GDLK: High Score. Direção: William Acks, Sam LaCroix, France Costrel e Melissa Wood. 2020. Minissérie. 6 episódios. Disponível em: <https://www.netflix.com/title/81019087>. Acesso em 29 ago 2023.

O Dilema das Redes. Direção: Jeff Orlowski. 2020. <https://www.netflix.com/title/81254224>. Acesso em 09 set 2023.