

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

KARINE REGINA FACINI

**Do real ao virtual: a influência dos jogos eletrônicos para uma possível  
resignificação dos espaços de lazer**

São Paulo

2022

KARINE REGINA FACINI

**Do real ao virtual: a influência dos jogos eletrônicos para uma possível  
ressignificação dos espaços de lazer**

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestra em Ciências pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo.

Versão corrigida contendo as alterações solicitadas pela comissão julgadora em 06 de dezembro de 2021. A versão original encontra-se em acervo reservado na Biblioteca da EACH/USP e na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP (BDTD), de acordo com a Resolução CoPGr 6018, de 13 de outubro de 2011.

Área de Concentração:  
Desenvolvimento do Turismo

Orientador:  
Prof. Dr. Ricardo Ricci Uvinha

São Paulo

2022

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca da Escola de Artes, Ciências e Humanidades,  
com os dados inseridos pelo(a) autor(a)  
Brenda Fontes Malheiros de Castro CRB 8-7012; Sandra Tokarevicz CRB 8-4936

Facini, Karine Regina

Do real ao virtual: a influência dos jogos eletrônicos para uma possível ressignificação dos espaços de lazer / Karine Regina Facini; orientador, Ricardo Ricci Uvinha. -- São Paulo, 2022.  
67 p.

Dissertacao (Mestrado em Ciencias) - Programa de Pós-Graduação em Turismo, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, 2022.  
Versão corrigida

1. Lazer. 2. Espaço virtual. 3. Jogos eletrônicos. 4. Turismo. 5. Cultura e identidade de grupo. I. Uvinha, Ricardo Ricci, orient. II. Título.

Nome: FACINI, Karine Regina

Título: Do real ao virtual: a influência dos jogos eletrônicos para uma possível ressignificação dos espaços de lazer

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestra em Ciências pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo.

Área de Concentração:  
Desenvolvimento do Turismo

Aprovada em: 06/12/2021

### **Banca Examinadora**

Prof. Dr. Edmur Antonio Stoppa

Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades

Profa. Dra. Cynthia Harumy Watanabe Correa

Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades

Prof. Dr. Pedro Paulo Araujo Maneschy

Universidade Federal do Pará

## **Agradecimentos**

Durante todo o processo do meu mestrado, desde o momento da inscrição até a defesa, muitas pessoas me acompanharam e me ajudaram de diferentes formas e, portanto, serei eternamente grata à todas elas.

Sendo assim, eu gostaria de agradecer imensamente:

Ao meu querido orientador, Prof. Dr. Ricardo Ricci Uvinha, pois seu apoio e direcionamento foram fundamentais para a realização dessa pesquisa. Sou grata por acreditar em meu potencial, mesmo quando eu duvidei, e por me proporcionar a oportunidade de aprender ainda mais contigo.

À minha irmã, Renata, por ter me incentivado a estudar e a me formar na universidade. E, acima de tudo, por ser um exemplo de coragem e persistência para mim.

Ao meu pai, por apoiar minha decisão de ingressar no mestrado e dar suporte financeiro quando necessário.

À minha melhor amiga Michelle, que me ouve, aconselha, apoia e me dá forças em todos os momentos. Obrigada por todas as risadas, lágrimas, conselhos e confidências. Contar com sua amizade nesses últimos dez anos fez toda a diferença em minha trajetória pessoal, profissional e acadêmica!

Ao meu falecido amigo, Renato A. Santos, que me deixou o maior exemplo de simplicidade, humildade e perseverança. Seu legado nunca será esquecido!

Ao meu querido amigo e eterno parceiro de estudos, Danilo Santos Lopes, por aceitar ser minha dupla durante a graduação e a escrever artigos comigo, por proporcionar discussões prazerosas e ricas em conhecimento e experiências únicas, por me ensinar muito e contribuir com meu aprendizado, e por me apoiar, de diversas formas, ao longo do processo de escrita de minha dissertação. Obrigada por tudo, parceiro.

Aos meus amigos mestrandos do Programa de Pós-Graduação em Turismo, Leonardo Paulino, Fillipe Romano, José Ribamar Ferreira Júnior, Denise Rodrigues, Natalia Pais, Isabel Santos Mayer e Janaina Costa que foram essenciais para me encorajar e me auxiliar no desenvolvimento e finalização de minha dissertação.

À todas as professoras e a todos os professores de Lazer e Turismo, especialmente ao Prof. Dr. Sidnei Raimundo e Prof. Dr. Renato Seixas que me encantaram com sua didática, humildade e humanidade em sala de aula. Vocês são os maiores exemplos de profissionais que eu levarei por toda minha vida e que eu pretendo seguir.

A todos, deixo o meu muito obrigada!

## RESUMO

FACINI, Karine Regina. **Do real ao virtual**: a influência dos jogos eletrônicos para uma possível ressignificação dos espaços de lazer. 2022. 67 f. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021. Versão corrigida.

Com o surgimento de artefatos tecnológicos como o computador e a internet, a dinâmica de vida em sociedade foi alterada. Tais tecnologias se tornaram importantes no âmbito profissional, acadêmico, doméstico, social e, principalmente, no lazer. Neste contexto, o espaço virtual ganha novas proporções, possibilitando vivências e assumindo a função de suporte para o lazer no espaço virtual, inclusive no que se refere à jogos eletrônicos. A “ressignificação” do espaço de lazer, que extrapola os limites físicos e geográficos se manifestando no virtual é entendida como uma tendência da sociedade contemporânea. Como justificativa pessoal, destaca-se que a pesquisadora possui afinidade com essa temática por ser jogadora desde a infância e por consumir, na fase adulta, assuntos relacionados a esse “mundo” dos *games*. Com tal panorama, o presente trabalho aborda o seguinte problema: como a utilização do ambiente virtual para a prática de jogos eletrônicos pode ressignificar os espaços de lazer? Em busca de responder à essa pergunta, estabelecemos como objetivo geral: analisar o uso do ambiente virtual para prática de jogos eletrônicos como potencial forma de ressignificar os espaços de lazer. E, como objetivos específicos: investigar o ambiente virtual como um potencial espaço de lazer e compreender a prática de jogos eletrônicos como uma atividade de lazer. Para o desenvolvimento deste trabalho, optamos pela pesquisa de abordagem qualitativa, adotando como procedimentos metodológicos, o levantamento bibliográfico, a observação participante, a realização de entrevistas com roteiro semi-estruturado e a análise de dados. A partir dos dados coletados, podemos concluir que os(as) jovens são os(as) principais jogadores(as) de jogos eletrônicos, visto que possuem maior afinidade com as ferramentas tecnológicas existentes. A grande maioria joga com bastante frequência diferentes tipos de jogos eletrônicos, como *League of Legends*, *FIFA*, *PUBG*, *Counter-Strike*, *The Sims* e *Counter-Strike: Global Offensive*. A plataforma mais utilizada para jogar é o computador, pois oferece a opção de *download* gratuito de jogos eletrônicos, diferente dos jogos de console que são muito caros. Inclusive, algumas das barreiras de acesso informadas foram a financeira e o preço dos equipamentos. A casa é o local mais usado para a prática de jogos eletrônicos, pois a presença física não é mais

um fator determinante; o espaço virtual se tornou um espaço de lazer que proporciona experiências semelhantes às da vida real. A recorrente prática de jogos eletrônicos pode ser entendida como uma atividade de lazer presente no cotidiano de muitos jovens. Conclui-se ainda que o evento Campus Party Brasil - CPBR12, lócus principal da coleta dos dados para a pesquisa, incentiva o turismo doméstico, seja entre cidades, municípios e estados. Neste evento, verificou-se que a intermodalidade oferecida entre os sistemas de transporte torna possível os deslocamentos dentro e fora da cidade de São Paulo, ainda que sejam um tanto caóticos e estressantes. O CPBR12 foi indicado pelos(as) respondentes como um evento que ajuda na promoção dos jogos eletrônicos e isso ajuda a demonstrar, no nosso entendimento, como o universo dos *games* está em alta e se tornou, para determinados segmentos, uma estratégia de negócios.

Palavras-chave: Lazer. Espaço virtual. Jogos eletrônicos. Turismo. Cultura e identidade de grupo.

## ABSTRACT

FACINI, Karine Regina. **From real to the virtual**: the influence of electronic games for a possible resignification of the leisure spaces. 2022. 67 p. Dissertation (Master in Sciences) – School of Arts, Sciences and Humanities, University of São Paulo, São Paulo, 2021. Corrected version.

The dynamics of life in society have changed with the emergence of technological artifacts such as the computer and the internet. Suchlike technologies have become important in the professional, academic, domestic, social, and, mainly, leisure areas. In this context, virtual space gains new proportions, enabling experiences and assuming the function of support for leisure in the virtual space, including electronic games. The “resignification” of the leisure space, which goes beyond the physical and geographical limits manifesting itself in the virtual, is understood as a trend in contemporary society. As a personal justification, it is noteworthy that the researcher has an affinity with this theme for being a player since childhood and for consuming, in adulthood, subjects related to this “world” of games. Within this panorama, the present composition addresses the following question: how can the use of virtual space for the practice of electronic games redefine the leisure spaces? To answer this question, we established a general objective: to analyze the use of the virtual space for the practice of electronic games as a potential manner to reformulate leisure spaces and, as specific objectives: to investigate the virtual space as a potential leisure space and to comprehend the practice of electronic games as a leisure activity. We opted for the research of qualitative approach for the development of this study, adopting as methodological procedures, bibliographic survey, participant observation, an achievement of interviews with a semi-structured script and data analysis. From the data collected, we can conclude that young people are the main players of electronic games since they have a major affinity with the existing technological tools. The vast majority often play different types of electronic games, akin to League of Legends, FIFA, PUBG, Counter-Strike, The Sims, and Counter-Strike: Global Offensive. The computer is the most used platform to play as it grants the option of free download of electronic games, different from very expensive console games. Related to this, some of the reported access barriers were financial and equipment prices. Home is the most used place for practicing electronic games considering physical presence is no longer a determining factor; virtual space has become a leisure area that provides experiences similar to those of real life. That said, the recurrent practice of

electronic games could be understood as a leisure activity present in the daily lives of many young people. It is also concluded that the Campus Party Brazil event - CPBR12, the main form of data collection for research, encourages domestic tourism, whether between cities, municipalities, and states. In this event, it was found that the modality allowed between the transportation systems makes it possible to travel within and outside the city of São Paulo, even though they are somewhat chaotic and stressful. CPBR12 was indicated by respondents as an event that benefits the promotion of electronic games and this helps to demonstrate, in our understanding, how the gaming universe is on the rise and has become for certain segments a business strategy.

Keywords: Leisure. Virtual space. Electronic games. Tourism. Group culture and identity.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Lançamento dos consoles ao longo dos anos (1972-2020).....	25
Figura 2 – Simulador de asa delta no evento Campus Party Brasil (CPBR12).....	34
Figura 3 – Arena Gamer no evento Campus Party Brasil (CPBR12).....	35
Figura 4 – Pesquisadora e <i>youtubers</i> do canal Diva Depressão no evento Campus Party Brasil (CPBR12).....	36
Figura 5 – Jogo de realidade virtual no evento Campus Party Brasil (CPBR12).....	37
Figura 6 – Jogadora de <i>League of Legends</i> no evento Campus Party Brasil (CPBR12).....	39
Figura 7 – Principais jogos mencionados pelos entrevistados no evento Campus Party Brasil (CPBR12).....	50
Figura 8 – Lista de jogos mencionados pelo público entrevistado no evento Campus Party Brasil CPBR12).....	52

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Faixa etária dos(as) entrevistados(as) no evento Campus Party Brasil (CPBR12).....	40
Gráfico 2 – Naturalidade do público entrevistado no evento Campus Party Brasil (CPBR12).....	42
Gráfico 3 – Transporte utilizado pelos(as) entrevistados(as) no Campus Party Brasil (CPBR12) para acessar o evento.....	45
Gráfico 4 – O público entrevistado no evento Campus Party Brasil (CPBR12) joga ou não algum jogo.....	47
Gráfico 5 – Motivos que levam os(as) entrevistados(as) no evento Campus Party Brasil (CPBR12) a não jogar algum jogo eletrônico.....	48
Gráfico 6 – Jogos que o público entrevistado no evento Campus Party Brasil (CPBR12) costuma jogar.....	49
Gráfico 7 – Plataforma utilizada pelos(as) entrevistados(as) no evento Campus Party Brasil (CPBR12) para jogar.....	53
Gráfico 8 – Frequência com que o público entrevistado no evento Campus Party Brasil (CPBR12) joga algum jogo.....	54
Gráfico 9 – Local escolhido pelos(as) entrevistados(as) no evento Campus Party Brasil (CPBR12) para jogar.....	55
Gráfico 10 – Barreiras de acesso aos jogos mencionadas pelo público entrevistado no evento Campus Party Brasil (CPBR12).....	56
Gráfico 11 – O evento Campus Party Brasil (CPBR12) promove ou não os jogos na visão dos(as) entrevistados(as).....	57

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

<b>ARPA</b>	Advanced Research Projects Agency
<b>BGS</b>	Brasil Game Show
<b>CCXP</b>	Comic Con Experience
<b>CPBR</b>	Campus Party Brasil
<b>CS</b>	Counter-Strike
<b>CS:GO</b>	Counter-Strike: Global Offensive
<b>DOTA</b>	Defense of the Ancients
<b>ENIAC</b>	Electronic Numerical Integrator and Computer
<b>FPS</b>	First Person Shooter
<b>IBGE</b>	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
<b>LoL</b>	League of Legends
<b>MOBA</b>	Multiplayer Online Battle Arena
<b>OMT</b>	Organização Mundial do Turismo
<b>PC</b>	Personal Computer
<b>PNAD</b>	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
<b>VR</b>	Realidade Virtual

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	13
2 Lazer no espaço virtual.....	18
3 Jogo eletrônico enquanto atividade de lazer .....	22
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	27
5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS.....	31
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	58
REFERÊNCIAS .....	60
APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE ESCLARECIDO .....	66

## 1 INTRODUÇÃO

O contexto urbano em que nos encontramos inseridos foi (e continua sendo) construído à base dos avanços tecnológicos da sociedade. Nossas vidas se tornaram tão dependentes das tecnologias, que se tornou inconcebível imaginar um modo de viver sem o auxílio delas, seja no ambiente profissional, acadêmico, doméstico e social.

Por meio da tecnologia, o ambiente e a dinâmica de vida em sociedade foram alterados, principalmente a partir do surgimento de artefatos tecnológicos, como o computador e a internet.

O primeiro computador intitulado *Electronic Numerical Integrator and Computer* (ENIAC) passou a ser desenvolvido pelos cientistas John Presper Eckert e John W. Mauchly, no contexto da Segunda Guerra Mundial, no final da década de 1940. O computador ENIAC, diferente dos atuais computadores – muito mais desenvolvidos e de fácil manuseio –, “[...] ocupava uma área de 140 metros quadrados, pesava cerca de 27 toneladas, e continha umas 19.000 válvulas eletrônicas” (HENRIQUE, 2013, p.12).

Já a internet surge “[...] de um projeto de pesquisa militar (*ARPA: Advanced Research Projects Agency*), no período da guerra fria, no final dos anos cinquenta e início dos anos sessenta” (OLIVEIRA, 2007, p.39), com o intuito de estabelecer a comunicação entre pessoas e de conectar diversos computadores em uma única rede. Desde então, o computador e a internet permanecem sendo atualizados continuamente, adquirindo novas funções e, sua utilização conjunta, possibilita novas vivências aos usuários.

No contexto profissional, por exemplo, tais tecnologias se tornaram importantes para a comunicação instantânea, vídeo conferências, armazenamento de dados e informações das empresas por meio de softwares, programas de computador específicos e também por meio do armazenamento em nuvem (*cloud computing*). Conforme Eduvirges e Santos (2013), a criação do *e-mail* (correio eletrônico) possibilitou tanto a comunicação interna, entre os próprios funcionários das empresas, quanto externa, entre empresas e clientes.

No âmbito acadêmico, o computador e a internet tornaram possível o compartilhamento de pesquisas entre pesquisadores por meio da publicação de seus trabalhos em revistas acadêmicas. No caso dos estudantes, a internet se tornou uma ótima ferramenta de busca de informações em geral, inclusive acadêmicas, por meio de sites como Google Acadêmico, Scielo etc. (EDUVIRGES; SANTOS, 2013).

A utilização do computador com acesso à internet também se tornou comum no ambiente doméstico, a partir da década de oitenta e com forte expansão na década de

noventa com a popularização dos microcomputadores ou *personal computers* (PC). De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2015, publicada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística em 2016, “[...] 31,4 milhões de domicílios possuíam microcomputador, e desse total, 27,5 milhões de unidades domiciliares tinham computador com acesso à Internet” (IBGE, 2016).

Aliado ao fácil acesso ao computador e à internet, a carência de proteção e relatos de violência são fatores que contribuem para que os indivíduos permaneçam a maior parte do tempo dentro de suas casas (MARCELLINO, 2007). Dessa forma, esses indivíduos “conectados” compram produtos, pagam contas, obtêm informações, assistem filmes, jogam jogos *online* etc., sem sair de suas casas. Inclusive, aproveitam a privacidade do espaço doméstico para entrarem em contato com pessoas de diferentes partes do mundo, apenas com o auxílio de redes sociais, tais como Facebook, Instagram e Twitter.

Neste sentido, conforme apontou Castells (2005), o advento da internet se tornou o precursor da vida em rede, permitindo que pessoas de diferentes lugares do mundo vivam conectadas, a qualquer hora e em qualquer lugar, facilitando ainda mais a socialização entre elas.

De fato, estamos vivendo em uma era digital onde:

[...] A sociedade de informações estabeleceu-se de forma global com a internet, ultrapassando fronteiras, territórios, doutrinas, ideologias, mercados e culturas, integrando comunidades virtuais, desde as acadêmicas, governamentais e comerciais até as mais distintas “tribos” de pessoas, de ambientes urbanos aos mais distantes e isolados lugares do planeta, que se expressam livremente e ocupam o ciberespaço. As informações são transmitidas em textos, imagens, voz e sons digitais. O ciberespaço que o mundo da internet revelou é a mais fascinante plataforma tecnológica de comunicação já inventada pela humanidade (GUERREIRO, 2006, p.126, grifo do autor).

Constatamos assim que os avanços tecnológicos transformaram a dinâmica da sociedade. Muitas das atividades que eram realizadas presencialmente, hoje não necessitam mais de aproximação física; as experiências físicas se tornaram “virtuais”.

Até mesmo no que diz respeito ao lazer, o ambiente virtual também ganhou significativa projeção, se tornando parte do cotidiano de muitos, em especial dos mais jovens. Nesta perspectiva, a prática de jogos eletrônicos, principalmente de jogos *online*, ganhou espaço no lazer dos jovens. Conforme mostra a quinta edição da Pesquisa Game Brasil realizada em 2018, “[...] 75,5% dos brasileiros jogam, independente da plataforma, jogos eletrônicos. [...] Seguindo a tendência de anos anteriores, o smartphone continua o

mais popular (84,3%), seguido de consoles (46,0%) e computadores (44,6%)” (FERREIRA, 2018).

Dentre os jogos mais jogados em diversos países, seja por meio de computador, videogame ou plataforma móvel, podemos citar: *League of Legends*, *Hearthstone: Heroes of Warcraft*, *Minecraft*, *Counter Strike: Global Offensive*, *World of Warcraft*, *Overwatch*, *Player Unknown’s Battleground*, *Heroes of the Storm*, *World of Tanks* e *Rocket League* (TNH1, 2017).

Inclusive, a própria pesquisadora também faz parte deste universo de jogadores de jogos eletrônicos. Aos 10 anos de idade, ganhou seu primeiro videogame Megadrive e, com o passar do tempo, foi adquirindo novos consoles, como Super Nintendo e PlayStation 1 e 2. Durante sua adolescência, a pesquisadora se tornou jogadora de *games*, podendo citar como exemplos, os jogos *Sonic*, *Street of Rage*, *Super Mario Kart*, *Crash Team Racing*, *Mortal Kombat*, *Silent Hill*, entre outros.

Devido à outras responsabilidades inerentes à fase adulta, a pesquisadora optou por jogos de celular, visto que podem ser jogados em quaisquer locais, além do ambiente doméstico. Mesmo que a frequência dedicada aos jogos tenha diminuído com o tempo, a pesquisadora não deixou de entrar em contato com o universo dos *games*. Seus irmãos e primos são jogadores assíduos desde à infância e sempre a mantêm informada sobre os lançamentos de novos jogos. Além disso, alguns canais de *Youtube* trabalham com esse tipo de conteúdo, trazendo *gameplays* (vídeos que ensinam os espectadores a jogar diferentes jogos eletrônicos).

A utilização do ambiente virtual para a prática de jogos digitais é um campo que cresceu e, possivelmente, continuará crescendo, pois se trata de uma realidade do momento histórico e cada vez mais tecnológico em que vivemos. De fato, muitos jovens utilizam seu tempo livre para jogar jogos eletrônicos.

Isso se tornou ainda mais evidente com o limiar da pandemia da COVID-19 – “[...] doença infecciosa causada pelo novo coronavírus (SARS-CoV-2) e tem como principais sintomas febre, cansaço e tosse seca” (ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE, s.d.) –, em meados de março de 2020 e que perdura até os dias atuais. De maneira repentina, entramos em quarentena e permanecemos durante meses em isolamento social. Em outras palavras, nos vimos obrigados a nos adaptar ao que alguns chamam de “o novo normal”, onde as relações sociais, de trabalho, de lazer e de turismo foram diretamente afetadas.

Nos deparamos com o adiamento de eventos presenciais, com o horário de funcionamento e forma de atendimento diferenciados em bares, baladas e restaurantes, com o fechamento das fronteiras de diversos países impedindo as viagens, e com a adaptação do trabalho presencial para *home office*. Este novo cenário provocou uma nova forma de sobreviver por meio do espaço virtual.

Eventos corporativos passaram a acontecer via plataforma virtual; bares e restaurantes utilizaram o serviço delivery por meio de aplicativos de celular, como Ifood, Uber Eats e Rappi; os shows em baladas começaram a ser transmitidos por *lives* em Facebook; reuniões corporativas migraram para plataformas como Zoom, Microsoft Teams e Google Meet etc.

No âmbito do lazer, o mercado de jogos foi um dos setores que teve maior crescimento durante a pandemia da COVID-19. De acordo com a empresa Sony, no ano passado foram vendidas 91 milhões de cópias de jogos. “[...] Na Nuuvem, maior plataforma brasileira de venda digital de jogos para PC, o crescimento das vendas passou de 150% em relação a 2019” (TECMUNDO, 2020). Já algumas “[...] projeções feitas pela Newzoo consideram que o faturamento do segmento gamer pode movimentar globalmente US\$ 196,0 bilhões até 2022 [...], atingindo mais de 2,5 bilhões de jogadores pelo mundo” (CARDOZO, 2020, p.45).

Isso posto, acreditamos que a “ressignificação” do espaço de lazer que extrapola os limites físicos e geográficos e se manifesta no virtual faz parte de nova uma tendência da sociedade atual que merece ser analisada. Inclusive, esse tema possui conexão direta com a linha de pesquisa Conhecimento e Tendências do Programa de Pós-Graduação em Turismo, a qual procura estudar as relações entre turismo, lazer, mobilidades e entretenimento.

De fato, a prática de jogos eletrônicos não se limita ao lazer exercido virtualmente, mas ela também estimula o deslocamento e o contato presencial de jogadores e jogadoras através de eventos de entretenimento que acontecem no país, como o Campus Party Brasil (CPBR), o Brasil Game Show (BGS) e o Comic Con Experience (CCXP), tratados aqui como turismo de eventos. Conforme aponta Tenan (2002, p. 49), “[...] pode-se dizer que o turismo de eventos alavanca o turismo de lazer e que o mercado de eventos está profundamente ligado à atividade turística”.

Assim, esta pesquisa tem como problema a seguinte indagação: como a utilização do ambiente virtual para a prática de jogos eletrônicos pode ressignificar os espaços de lazer?

Em busca de responder à essa pergunta, estabelecemos como objetivo geral: analisar o uso do ambiente virtual para prática de jogos eletrônicos como potencial forma de ressignificar os espaços de lazer.

E, como objetivos específicos:

- Investigar o ambiente virtual como um potencial espaço de lazer;
- Compreender a prática de jogos eletrônicos como uma atividade de lazer.

Para o desenvolvimento metodológico, optamos pela pesquisa de abordagem qualitativa, adotando como procedimentos metodológicos, o levantamento bibliográfico, a observação participante, a realização de entrevistas com roteiro semi-estruturado e a análise de dados. Os dados sobre a metodologia serão detalhados mais à frente.

A fundamentação teórica desta pesquisa aborda três principais temas. O primeiro deles diz respeito às proporções que o espaço virtual (ou o ciberespaço) vem ocupando na vida cotidiana. O segundo tema traz uma reflexão a respeito do ambiente virtual como um potencial espaço para o exercício do lazer. Já o terceiro discute a prática de jogos eletrônicos enquanto uma atividade de lazer, cada vez mais presente na sociedade atual.

## 2 Lazer no espaço virtual

Quando se trata de analisar devidamente um espaço, seus limites geográficos são apenas uma pequena parte do estudo, sendo necessário e muito importante examinar a relação entre a sociedade e o meio. De acordo com Santos (1988), o espaço é produzido através da interação mútua entre esses agentes, isto é, a sociedade tanto pode intervir no meio como pode sofrer interferência do mesmo.

Essa sociedade, constituída por diferentes grupos sociais heterogêneos, permanece em constante transformação, seja com relação aos seus direitos, deveres, interesses, desejos, necessidades, ideologias, crenças, valores etc. Conseqüentemente, tais mudanças de ordem social influenciam e modificam, de diferentes formas, os espaços que foram criados para e pelos homens, nos quais eles mesmos estão inseridos. De acordo com Barros (2006), por estar inserido neste processo, o homem não só modifica o meio que apropria, como também é modificado por ele.

O processo de transformação mútua entre sociedade e meio, de certa forma, é que dá origem ao próprio espaço. Na visão do geógrafo Milton Santos (1997, p.1), “[...] o espaço não pode ser apenas formado pelas coisas, os objetos geográficos, naturais e artificiais, cujo conjunto nos dá a Natureza. O espaço é tudo isso, mais a sociedade”.

De maneira mais ampla, podemos entender que o principal espaço que vem sendo transformado desde o surgimento dos primeiros seres humanos, há aproximadamente 4 milhões de anos, é a própria Terra – que até então, era um espaço tipicamente natural, sem interferência humana. Somente com o passar dos anos é que outros espaços (em escalas menores) foram sendo construídos dentro desse espaço expandido que é o planeta Terra.

Logo, a interação entre sociedade e meio é um fator que se encontra dentro de determinado espaço e que seu resultado se torna parte integrante e determinante de um todo. Assim, cada espaço possui suas características, pois é “[...] um conjunto de formas contendo cada qual frações da sociedade em movimento” (SANTOS, 1988, p.10).

Devido à interação entre os agentes envolvidos nesse processo de transformação, o espaço deve ser considerado como um “espaço social”, ocupado, modificado e usufruído por seres humanos (FERNANDES, 1992) e não somente como um ambiente físico, composto originalmente por aspectos naturais (solo, vegetação, clima etc.).

Assim, de acordo com Santini (1993, p.27), o espaço é construído e modificado “[...] de acordo com as necessidades da população”, e acaba adquirindo novas formas e funções. Ao passo que a tecnologia avança, novas estruturas físicas vão sendo construídas

e atualizadas a fim de atender às demandas e interesses da sociedade com relação a moradia, trabalho, saúde, educação, lazer e turismo. Dentre elas, podemos citar casas, comércios, hospitais, escolas, “[...] centros culturais e de eventos, baladas temporárias e temáticas, [...] centros de entretenimento, dentre outros” (VARGAS; PAIVA, 2016, p.364).

Desta forma, as transformações observadas dentro de um espaço dependem do tempo, do conhecimento que o próprio homem adquire do espaço/meio/natureza em que habita e da sua “[...] capacidade de uma utilização geral e global das coisas que o cercam”, tornando o “[...] espaço cada vez mais instrumentalizado, culturizado, tecnificado” (SANTOS, 1988, p. 11 e 16).

Mas não foi só o espaço físico que ganhou novas proporções. Como aponta Santini (1993, p.78-79), “[...] com o avanço da investigação tecnológica [...] surgiu no mercado uma imensa variedade de ‘diversões eletrônicas’”. Neste sentido, podemos citar um novo ambiente: o espaço virtual.

A dimensão virtual rompe com as fronteiras geográficas, permitindo que as vivências que, até então, somente aconteciam no ambiente físico, pudessem ocorrer também no mundo virtual. Assim sendo, as experiências possibilitadas no meio virtual ultrapassam qualquer extensão física; elas adquirem novas proporções espaciais; territoriais.

[...] Pode-se entender, então, que os processos de desterritorialização estão ligados ao aumento da mobilidade, seja de pessoas, de bens materiais, de capital ou de informação e que a dinâmica e a fluidez provocadas por esse processo podem ser vinculadas ao enfraquecimento ou diminuição do controle das fronteiras. Dessa forma, a possibilidade de interconexão de todos com todos proporcionada pelo ciberespaço, bem como o aumento da velocidade de transmissão das redes, vem apagando as fronteiras, encurtando as distâncias geográficas e gerando processos de desterritorialização, reterritorialização e multiterritorialidade (BICHALHO; MORAIS, 2016, p.19).

Segundo Monteiro (2007, p.6), este espaço virtual ou “ciberespaço”, assim como também é comumente conhecido, pode ser compreendido “[...] como um novo mundo, um novo espaço de significações, um novo meio de interação, comunicação e de vida em sociedade. Esse universo não é irreal ou imaginário, existe de fato, e o faz em um plano essencialmente diferente dos espaços conhecidos”.

Ressaltamos que a virtualidade não se opõe à realidade. O espaço virtual existe, de fato, e proporciona experiências reais, porém não necessita de presença física dos usuários para que tais vivências aconteçam. Conforme aponta Dornelles (2008),

[...] O uso continuado da tecnologia computador/Internet e sua gradual importância em nossas vidas constroem esse significado de “coisa real” da virtualidade. Se de fato as pessoas procuram empregos, fazem compras e interagem “realmente” via Internet, nada mais aceitável do que outras dimensões das práticas humanas também receberem status de veracidade mesmo sendo praticadas virtualmente e serem diferentes dos seus paralelos tradicionais [...] (DORNELLES, 2008, p.18).

Logo, o ciberespaço e outros artefatos tecnológicos que dão acesso a ele, como o computador e a internet foram criados pelo e para o usufruto do ser humano a fim de atender à uma nova demanda de interesses e necessidades. Neste sentido, o ciberespaço se tornou “[...] um novo meio de comunicação possibilitado pela interconexão mundial dos computadores” (BACH, 2014, p.6).

Além de ser um meio de comunicação, o espaço virtual fornece aos usuários fácil acesso à diferentes dados e informações, seja de interesse educacional, profissional, social e, inclusive, de lazer. Conforme Baptista (2008, p.42), a “[...] busca pela informação, atualização, ou simplesmente divertimento, faz com que os usuários desse espaço cibernético, muitas vezes, percam a noção do tempo em frente à tela (mesmo em dispositivos móveis) [...]”.

O espaço virtual não se tornou apenas um facilitador da transmissão de informações e da comunicação. Ademais, o “[...] ambiente virtual [também] pode ser compreendido como uma das possibilidades de vivências do contexto do lazer” (SANTIAGO, 2011, p.17), seja de crianças, adolescentes, jovens, adultos e idosos.

Os autores Requixa (1980) e Marcellino (1990) teorizam o lazer como uma atividade livre, de caráter desinteressado, satisfatória e prazerosa que é exercida após as obrigações. Para Dumazedier (1979), o lazer é caracterizado pelas seguintes particularidades:

[...] 1) Caráter libertário – o lazer é compreendido como a liberação das obrigações profissionais, familiares, socioespirituais e sociopolíticas, resultando de uma livre escolha do sujeito; 2) Caráter desinteressado – o lazer não precisa estar vinculado a algum fim específico, seja de ordem profissional, utilitário, lucrativo, material, social, político; 3) Caráter hedonístico – a vivência do lazer é marcada pela busca do prazer e por isso o hedonismo representa o seu motivo principal; 4) Caráter pessoal – as funções de descanso, divertimento e desenvolvimento pessoal e social do lazer respondem às necessidades do indivíduo perante a gama de rígidas obrigações impostas pela sociedade (SILVA et al, 2011, p.16).

Neste sentido, existem diferentes atividades de lazer que podem ser realizadas no tempo livre e que são definidas pela predominância de alguns elementos e características, sendo possível dividi-las no que o autor Dumazedier (1980) intitula de interesses culturais físico-esportivos; manuais; intelectuais; sociais e artísticos.

[...] Tais interesses se diferenciam de maneira geral pela predominância em suas características fundamentais. Como o prazer de movimentar-se ou apreciar e assistir a movimentação corpórea nos interesses físicos; a experiência estética e a expressão das artes em suas diferentes formas: cinema, dança, música, dentre outras, nos interesses artísticos; a manipulação de objetos e produtos nos interesses manuais; o exercício no ato de raciocinar nos interesses intelectuais e a busca do encontro entre as pessoas e a frequência na participação em espaços de convivência nos interesses sociais (SILVA, 2011, p.7).

Ainda que tais interesses culturais estejam delimitados de acordo com suas respectivas características, não é possível separá-los. Eles não são conteúdos individuais, mas conforme Marcellino (2007, p.13-14), eles se relacionam, formando “um todo interligado e não constituído por partes estanques”. Dessa forma, uma atividade predominantemente físico-esportiva, também pode ter relação com outro conteúdo cultural do lazer, como por exemplo, o social – conforme observado em partidas de futebol jogadas nos fins de semana por grupos de amigos.

É interessante notar que, na visão de Schwartz e Moreira (2007), o lazer exercido no ambiente virtual pode ser considerado um “conteúdo virtual do lazer”.

[...] Na atualidade, uma das vertentes de maior demanda, no que concerne aos interesses do âmbito do lazer, está relacionada à utilização de tecnologias computacionais e do ambiente virtual, que tomou vulto com a disseminação do uso da internet e do ciberespaço. [...] Isto parece afetar, substancialmente, a estrutura de disseminação de comunicação e de vivência de conteúdos culturais, especialmente no que concerne ao contexto do lazer (SCHWARTZ; MOREIRA, 2007, p.150).

Ainda que seja uma outra forma de compreender e teorizar este lazer que ocorre, especialmente, no espaço virtual, nesta pesquisa concluímos que não se trata de um novo conteúdo cultural. Antes, consideramos que o ambiente virtual seja somente um local; uma plataforma onde qualquer atividade de lazer, seja esportiva, social, artística, manual e/ou intelectual pode ser realizada.

Com isso posto, podemos concluir que, se “[...] o espaço é encarado como suporte para os equipamentos [de lazer]” (SANTINI, 1993, p.47), logo entendemos que o espaço virtual também assume esta função, tornando possível que diferentes atividades de lazer sejam praticadas nele, inclusive no que se refere à prática de jogos eletrônicos.

### 3 Jogo eletrônico enquanto atividade de lazer

Para discutirmos a respeito dos jogos eletrônicos, recorremos ao que Huizinga (2019) definiu, há algum tempo, enquanto jogo. Para o autor, o jogo é uma atividade que existe antes mesmo da cultura e que é própria dos seres vivos, humanos e animais. Possui como características o fato de ser livre, desinteressado, isolado e limitado e de ter uma ordem.

Já na visão de Caillois (1990), jogo é uma atividade:

1. Livre: uma vez que, se o jogador fosse a ela obrigado, o jogo perderia de imediato a sua natureza de diversão atraente e alegre;
2. Delimitada: circunscrita a limites de espaço e de tempo, rigorosa e previamente estabelecidos;
3. Incerta: já que o seu desenrolar não pode ser determinado nem o resultado obtido previamente, e já que é obrigatoriamente deixada à iniciativa do jogador uma certa liberdade na necessidade de inventar;
4. Improdutiva: porque não gera bens, nem riquezas nem elementos novos de espécie alguma; e, salvo alteração de propriedade no interior do círculo dos jogadores, conduz a uma situação idêntica à do início da partida;
5. Regulamentada: sujeita a convenções que suspendem as leis normais e que instauram momentaneamente uma legislação nova, a única que conta;
6. Fictícia: acompanhada de uma consciência específica de uma realidade outra, ou de franca irrealidade em relação à vida normal (PICCOLO, 2008, p.3).

Além dessas características, Caillois (2017) ainda acrescenta que o jogo pode se dividir nas seguintes categorias: *agôn* (jogo de competição); *alea* (jogo de azar); *mimicry* (jogo fictício); *ilinx* (jogo de vertigem).

[...] Denomino-as respectivamente *Agôn*, *Alea*, *Mimicry* e *Ilinx*. As quatro pertencem ao campo dos jogos: *jogamos* futebol ou bolinhas de gude ou xadrez (*agôn*) ou *jogamos* na roleta ou na loteria (*alea*), *jogamos de brincar* de pirata ou *jogamos de representar* Neto ou Hamlet (*mimicry*), ou o jogo é provocar em nós, por um movimento rápido de rotação ou de queda, um estado orgânico de confusão e de desordem (*ilinx*) (CAILLOIS, 2017, p.47, grifo do autor).

Para exemplificar, a categoria *agôn* pode ser comumente observada em competições esportivas (futebol, vôlei, handebol); *alea* pode ser representada em jogos de azar (loteria, bingo); *mimicry* se refere aos jogos fictícios (criança que brinca de ser adulto ou jogo em que há interpretação de personagem); *ilinx* é encontrada em jogos de vertigem que causam movimentos corpóreos (brinquedos em parque de diversões) (PICCOLO, 2008).

É interessante ressaltar que o jogo acontece em um espaço imaginário; paralelo, fictício; lúdico. Neste sentido, o jogo faz uma separação entre o que é realidade e o que é

fantasia. Porém, ainda que seja fictício, o jogo se apresenta “[...] como um elemento altamente socializador e de grande potencial no que se refere à transmissão de valores” (JULIA, 1996, p.88).

De maneira similar, os jogos eletrônicos – enquanto uma forma de entretenimento da atualidade (TRIGO, 2003) –, acontecem em um espaço fictício, porém que geram aprendizados para a vida cotidiana. Segundo Bryce (2001), é possível que o lazer praticado no ambiente físico seja reproduzido, de maneira similar, no espaço virtual. Até mesmo as sensações provocadas por determinadas atividades de lazer, como a descontração, a interação, o estímulo etc., são as mesmas tanto presencialmente quanto virtualmente.

Neste sentido, os jogos de computador podem replicar uma atividade exercida no mundo real e, ao mesmo tempo, causar as mesmas sensações. “[...] De maneira geral, os jogos são quase uma catarse, na medida que levam o jogador a um estado alterado da realidade, numa mistura frenética de felicidade e infelicidade” (CARDOZO, 2020, p.33).

Não é de admirar que o mercado de *games* esteja crescendo nos últimos anos, especialmente devido às novas tecnologias desenvolvidas que promovem maior interação entre os(as) jogadores(as) e o mundo virtual dos jogos. De acordo com Silva e Resende (2012), esse mercado

[...] passa a produzir jogos que possibilitam diferentes situações, mais complexas, desafiantes e imprevisíveis que provocam constantemente o jogador a buscar alternativas diferentes e aperfeiçoar suas habilidades dentro do jogo, mobilizando e exercendo, assim, suas capacidades de raciocínio, criatividade e motricidade. O jogador passa, então, a enfrentar raciocínios e atitudes similares aos humanos, muito mais que respostas repetitivas e programadas (SILVA; RESENDE, 2012, p.4).

Ao analisarmos o processo de desenvolvimento dos consoles ao longo dos anos, temos os lançamentos dos seguintes *videogames*:

Figura 1 – Lançamento dos consoles ao longo dos anos (1972-2020)

## Lançamento de consoles (1972-2020)

- 1972: Odyssey 100 e Magnavox Odyssey;
- 1975: Pong;
- 1976: Coleco Telstar; Binatone TV Master; Fairchild Channel F;
- 1977: Nintendo Color TV Game; Atari 2600; Bally Astrocade;
- 1978: Magnavox Odyssey 2;
- 1980: Intellivision;
- 1982: Arcadia 2001; ColecoVision; Atari 5200; Vectrex;
- 1983: Famicom / NES, SG-1000;
- 1985: Master System;
- 1986: Atari 7800;
- 1987: TurboGrafx-16/PC-Engine;
- 1988: Sega Mega Drive/Genesis;
- 1990: Neo-Geo; Super Nintendo/Super Famicom;
- 1993: 3DO Interactive Multiplayer; Amiga CD-32; Atari Jaguar;
- 1994: Sega Saturn; PlayStation;
- 1996: Nintendo 64;
- 1998: Dreamcast;
- 2000: PlayStation 2;
- 2001: Nintendo GameCube; Xbox;
- 2005: Xbox 360;
- 2006: PlayStation 3; Wii;
- 2012: Wii U;
- 2013: PlayStation 4; Xbox One;
- 2016: PlayStation 4 Pro;
- 2017: Xbox One X; Nintendo Switch;
- 2020: PlayStation 5; Xbox série X.

Junto ao crescimento e desenvolvimento de novos consoles, passaram a surgir novos modelos de jogos eletrônicos, com diferentes formas de se jogar e interagir com o cenário virtual. De fato, os computadores e os consoles (*videogames*), enquanto plataformas para jogar, bem como os próprios jogos eletrônicos, passaram e continuarão passando por transformações tecnológicas significativas a fim de proporcionar experiências, ainda mais reais e interativas, para os(as) jogadores(as).

Tal interação se refere não somente a aproximação que o(a) jogador(a) pode ter com o ambiente virtual proporcionado no jogo, mas também à conexão com outros(as) jogadores(as) de forma *online*. Atualmente, grande parte dos jogos *online*, seja de computador ou de console, disponibilizam um *chat* para envio de mensagens de texto e de voz, de maneira simultânea. De acordo com Dornelles (2008, p.24), essa é uma forma de “[...] praticar o jogo com outros players sem sair de casa. Em muitos casos é realmente isso que acontece. [...] O computador funciona metaforicamente como uma ‘prótese’ para o acesso à plataforma virtual do jogo”.

De fato, “[...] os jogos não são todos iguais e podem variar muito de acordo com a idade, com o sexo, com a sociedade em questão, entre outras coisas” (JULIA, 1996, p.87). Portanto, existem diferentes tipos de jogos eletrônicos para atingir públicos distintos. Lemes (2009) cita alguns programados originalmente para videogames, como o *Super Mario Bros*, *Sonic*, *Quake*, *God of War*, *Grand Theft Auto (GTA)* etc. Já Baffa et al (2016) mencionam o jogo de computador *League of Legends (LoL)*, um dos mais conhecidos e jogados no momento. Recentemente, surgiram novos tipos de jogos, como os de realidade virtual e aumentada.

[...] Realidade virtual, realidade aumentada e suas variações representam técnicas de interface computacional que levam em conta o espaço tridimensional. Nesse espaço, o usuário atua de forma multisensorial, explorando aspectos deste espaço por meio da visão, audição e tato. Conforme a tecnologia disponível, é possível também explorar o olfato e o paladar. Percepções corpóreas, como frio, calor e pressão, estão incluídas no tato, através da pele (RIBEIRO; ZORZAL, 2011, p.11).

É interessante notar que, mesmo que tais jogos eletrônicos tenham surgido recentemente e sob outro formato, é possível, de certa forma, estabelecermos uma relação com as categorias do jogo propostas por Caillois (2017). Para exemplificar, utilizaremos os nomes de alguns jogos eletrônicos já mencionados, como *God of War*, *League of Legends* e jogos de realidade virtual (VR). O primeiro deles, poderia ser classificado como *mimicry*, pois se trata de um jogo de fantasia; o(a) jogador(a) assume o papel de um Deus da Guerra. O segundo, com *agôn* visto que é um jogo de competição entre times; o

time vencedor ganha. Já o terceiro, com *ilinx* tendo em vista que determinados jogos de realidade virtual, bem como os simuladores de jogos utilizam equipamentos que simulam as sensações e reações reais.

Essa crescente utilização do tempo livre, principalmente de jovens, para a prática de jogos digitais é uma realidade que vem crescendo na contemporaneidade. Durante a pandemia da COVID-19, por exemplo, a quantidade de horas investidas na prática de jogos cresceu ainda mais. De acordo com a Pesquisa Game Brasil (PGB), “[...] 75,8% dos gamers brasileiros afirmam jogar mais durante o período de isolamento social” (OLHAR DIGITAL, 2021).

Segundo Spracklen (2015, p.36), “[...] o crescimento do acesso a computadores em casa e as conexões com a internet, bem como o recente desenvolvimento de consoles de jogos que têm capacidade de rede, aumentaram a participação em jogos online e comunidades de jogos virtuais”.

#### 4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para o desenvolvimento do presente trabalho, optamos pela pesquisa de natureza qualitativa com intervenção em campo. De acordo com Minayo (2001, p.21-22), a pesquisa qualitativa “[...] se preocupa com um nível de realidade que não pode ser quantificado [...] o que corresponde a um espaço mais profundo [...] dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis”.

Em linhas gerais, esta pesquisa seguiu os seguintes procedimentos metodológicos: levantamento bibliográfico, observação participante, realização de entrevistas com roteiro semi-estruturado e análise de dados.

Sendo assim, o primeiro passo se refere ao levantamento da bibliografia que foi utilizada na composição da discussão teórica. Para tanto, fizemos uso das principais bases de dados, Dedalus, Scielo e Google Scholar. Nelas, buscamos livros, artigos científicos, dissertações de mestrado e teses de doutorado que abordavam aspectos relacionados aos temas: espaço, virtualidade, lazer e jogos eletrônicos, a fim de “[...] conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existentes” (CERVO; BERVIAN, 1996, p.48). Para compor o referencial teórico, selecionamos os autores Santos (1988), Caillois (2017), Huizinga (2019), Dumazedier (1980), dentre outros.

A próxima fase da pesquisa envolveu dois passos: a observação participante em paralelo a intervenção em campo. Segundo Veal (2011, p.276), a observação participante implica em “[...] realizar anotações detalhadas [...]”; em alguns casos, isso pode ser complementado com fotografias ou até gravações de vídeo e áudio”. Neste caso em específico, utilizamos o telefone celular tanto para descrever o que era observado no bloco de notas, quanto para capturar imagens e vídeos com o auxílio da câmera.

Para a realização da coleta de dados, elaboramos o termo de consentimento, bem como o roteiro semi-estruturado de entrevista, “[...] composto [...] por questões abertas” (ver apêndice A). No momento das entrevistas, solicitamos a assinatura do termo e fizemos “[...] uso do gravador” do telefone celular e, posteriormente, do aplicativo WhatsApp, com o intuito de registrar, por áudio, “[...] palavras, silêncios, vacilações e mudanças no tom de voz” (BELEI et al, 2008, p.189) dos(as) respondentes. A utilização desses dois meios de gravação será explanada posteriormente no tópico a seguir.

A escolha por este estilo de perguntas se deve às diferentes possibilidades que elas oferecem aos entrevistados de responderem de maneira espontânea. Conforme destaca Schlüter (2003), as perguntas abertas não apresentam respostas prévias, mas permite que sejam expressas palavras e opiniões pessoais dos respondentes.

De modo geral, esse roteiro buscou levantar dados sobre: escolaridade; atuação profissional; utilização do tempo livre para a prática de jogos eletrônicos; criação de redes de relacionamentos por meio desses jogos; influência dos jogos eletrônicos no turismo; relevância de tais jogos na vida contemporânea.

Portanto, teve como público-alvo, pessoas que estavam desocupadas no momento das entrevistas, escolhidas de maneira aleatória, que estiveram presentes na décima segunda edição do evento de entretenimento Campus Party Brasil (CPBR12), que ocorreu no período entre 12 e 17 de fevereiro de 2019, no Expo Center Norte, em São Paulo. Dessa forma, a amostra (desta pesquisa) – enquanto “[...] todo subconjunto de unidades retiradas de uma população para obter a informação desejada” (VIEIRA, 2015, p.129) –, é formada por uma parcela significativa da população total dos(as) frequentadores(as) desse evento.

A escolha pelo evento Campus Party Brasil se deve à sua relevância em meio a outros eventos de entretenimento que acontecem no país, como o Brasil Game Show (BGS) e o Comic Con Experience (CCXP). O Campus Party é considerado um dos eventos de tecnologia mais antigos, tendo sua primeira edição em 1997 na Espanha e, posteriormente, em outros países (UOL, 2017).

No Brasil, ele já acontece desde 2008 e completou sua décima segunda edição em 2019, diferente do CCXP que, no mesmo ano, ainda estava em sua sexta edição. Ademais, o CPBR tem uma considerável abrangência mundial, acontecendo também em outros 14 países, o contrário da BGS que é um evento originalmente brasileiro realizado apenas dentro do país (CAMPUS PARTY BRASIL, 2020b; TECMUNDO, 2019; MAGELA, 2019).

Por meio do Campus Party Brasil foi possível atingir um público mais diversificado, de diferentes idades, sexos e interesses, pois este evento não se resume à um conteúdo específico de *games*, mas trata de várias temáticas tecnológicas, tais como: Inovação, Criatividade, Ciências, Empreendedorismo e Universo Digital. De fato, o CPBR se consolidou, ao longo dos anos, como um dos principais eventos no âmbito do lazer, do entretenimento e do turismo e, por esses motivos, ele merece atenção especial nesta pesquisa.

A partir das entrevistas realizadas no CPBR12, chegamos a última etapa da pesquisa que diz respeito a análise de dados. Mesmo que hoje já existem “[...] *softwares* para auxiliar o processo”, optamos por analisar os dados qualitativos “[...] de forma manual” (VEAL, 2011, p.280), seguindo o típico modelo tradicional. Com o auxílio do

programa gratuito Infogram e do Microsoft Excel, as respostas foram condensadas e apresentadas em gráficos de barras e de setores, bem como por meio de tabelas, tornando a visualização mais didática e compreensível. As respostas consideradas como complexas e mais relevantes para essa pesquisa foram citadas, integralmente, no decorrer do texto.

Como limitações da pesquisa, entendemos que seja imprescindível mencionar os fatores que influenciaram, de maneira negativa, os processos de levantamento de referenciais teóricos e de coleta de dados.

O primeiro fator que merece destaque é a pandemia da covid-19, que desencadeou a quarentena e, conseqüentemente, o fechamento de inúmeros estabelecimentos (escolas, universidades, comércios etc.). Neste contexto, tanto as bibliotecas públicas quanto as bibliotecas das universidades passaram a seguir o protocolo de segurança e encerraram suas atividades por tempo indeterminado.

Com isso, foi suspensa temporariamente a possibilidade de realizar empréstimos de livros ou de utilizar o espaço da biblioteca para os estudos. Logo, a busca por materiais bibliográficos ficou comprometida, pois muitos referenciais teóricos não estão disponíveis na internet.

Tendo em vista essa situação, a pesquisadora realizou a compra *online* de alguns livros. Porém, uma nova greve dos Correios, que durou trinta e cinco dias, atrasou não somente a entrega dos exemplares, como também o desenvolvimento dessa pesquisa que dependia desses livros para a finalização da discussão teórica.

Associado a esse problema, é possível citar como a ausência de um espaço exclusivo e dedicado aos estudos influencia diretamente na produção acadêmica. O fato das bibliotecas e de outros espaços públicos, como centros culturais, estarem fechados ao público em geral, tornou o processo de escrita dessa pesquisa ainda mais dificultoso e desafiador, à medida que o ambiente doméstico não é um espaço tranquilo, silencioso e favorável para se manter uma rotina de estudos.

Outro fator que pode ser mencionado é a própria tecnologia que, neste caso, está relacionada ao aparelho celular e ao gravador portátil. Como se trata de artefatos tecnológicos, logo podemos inferir que seu funcionamento não é totalmente garantido; pode haver falhas a qualquer instante.

As primeiras entrevistas realizadas no Campus Party Brasil, no dia 12 de fevereiro de 2019, foram gravadas com o auxílio do gravador de voz, aplicativo de fábrica, já instalado no celular. Porém, somente ao final do evento, a pesquisadora tentou ouvir os

áudios das entrevistas e não os encontrou na galeria de seu aparelho celular; as gravações foram deletadas automaticamente pelo aplicativo.

Visto que havia perdido um total de nove entrevistas, a pesquisadora solicitou o auxílio de seu orientador, o qual ofereceu o empréstimo do gravador portátil da EACH/USP. No dia seguinte, 13 de fevereiro de 2019, logo pela manhã, a pesquisadora retirou o gravador na universidade e se dirigiu ao evento para dar continuidade a coleta de dados.

Ao término da gravação da primeira entrevista realizada com esse gravador portátil, a pesquisadora decidiu ouvir o áudio para saber se havia ocorrido algum erro. Logo foi possível notar que a entrevista gravada apresentava alguns ruídos e estava com a qualidade de áudio extremamente baixa, o que tornou impossível a compreensão dos diálogos. Sendo assim, mais uma gravação havia sido perdida, totalizando em dez entrevistas descartadas, em dois dias de coleta.

Sabendo que o gravador portátil não serviria, a pesquisadora passou a gravar o áudio das demais entrevistas, entre os dias 13 e 16 de fevereiro de 2019, por meio de uma conversa do WhatsApp. Dessa forma, os áudios ficaram salvos nessa base de dados, sem ter a possibilidade de serem excluídos automaticamente.

Somente a partir da utilização do WhatsApp, foi possível coletar os dados sem que as informações viessem a ser excluídas e realizar: vinte e três entrevistas no dia 13/02; onze no dia 14/02; dez no dia 15/02; sete no dia 16/02, totalizando cinquenta e uma entrevistas, as quais foram enviadas, posteriormente, para o e-mail da pesquisadora, como *backup*.

Mesmo com todas as adversidades, de conseguir encontrar os referenciais teóricos, de manter o foco na produção acadêmica no caos do ambiente doméstico, e de encontrar um meio para gravar as entrevistas a fim de que esse material não se perdesse, a pesquisa pôde ser concluída.

## 5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

O evento Campus Party trata de questões relacionadas ao empreendedorismo, tecnologia e ações/ideias inovadoras, e busca reunir diferentes grupos de pessoas, comunidades, organizações corporativas e universidades em um mesmo ambiente a fim de promover o aprendizado, a troca de informações e a comunicação entre eles, por meio de palestras, *workshops*, entrevistas e oficinas (CAMPUS PARTY BRASIL, 2020b; 2020e).

Com o passar dos anos, o Campus Party se consolidou como o principal evento de tecnologia e inovação em diversos países espalhados pelo globo. Isso se deve ao longo caminho traçado em seus 22 anos de história, onde as mais de 80 edições que aconteceram no México, na Espanha, na Itália etc., reuniram cerca de 3 milhões de participantes e 7 mil palestrantes. No contexto brasileiro, o evento Campus Party Brasil acontece há, aproximadamente, 13 anos e já foram realizadas 36 edições em 16 cidades e 9 estados, as quais reuniram mais de 260 mil campuseiros (CAMPUS PARTY BRASIL, 2020h).

Em 2019, o Campus Party Brasil realizou sua 12ª edição entre os dias 12 e 17 de fevereiro, no Expo Center Norte, em São Paulo. Tal evento, também intitulado como CPBR12, foi selecionado para a realização da observação participante e das entrevistas desta pesquisa, pois se tratava de um espaço que proporcionava o encontro entre pesquisadora e possíveis jogadores(as) de jogos eletrônicos.

No que diz respeito à observação participante, foi possível observar alguns aspectos relacionados à infraestrutura interna e externa e à organização do Expo Center Norte, em São Paulo, espaço selecionado para receber o evento Campus Party Brasil durante o período de 12 a 17 de fevereiro de 2019.

Na área externa do Expo Center Norte, nos deparamos com um espaço, junto à calçada da entrada principal, destinado à parada de taxis e, do outro lado da rua, com um amplo estacionamento. Logo, esse espaço foi projetado para atender o público que se desloca tanto de taxi quanto de automóvel próprio.

Após acessarmos o portão principal, notamos que o ambiente interno que interliga o pátio e as portas de entrada ao Expo Center Norte, estava bem sinalizado com algumas placas indicativas. Nelas, continham informações a respeito do “ônibus campuseiro” oferecido pelo evento para realizar o trajeto entre o metrô Portuguesa – Tietê e o Expo Center Norte, bem como dos pavilhões onde aconteceriam as atrações. Inclusive, no *hall* de entrada havia alguns funcionários, devidamente uniformizados, para sanar possíveis dúvidas dos(as) frequentadores(as), mostrando a preocupação que a organização do

evento teve em manter os(as) usuários(as) informados(as) e orientados(as) em meio a esse espaço tão amplo.

Ao adentrarmos uma das portas de entrada que dá acesso direto ao interior do ambiente, podemos observar que existiam dois balcões de credenciamento: um deles, destinado à atender os campuseiros (usuários em geral que adquiriram o ingresso do evento) e o outro, para atender imprensa, convidados e palestrantes. O credenciamento setorizado a partir do tipo de público foi importante para que a entrega das credenciais e dos kits dos campuseiros fosse realizada de maneira mais ágil e organizada, evitando possíveis tumultos e atrasos no processo.

Sob uma perspectiva mais ampla, podemos destacar que os pavilhões verde e vermelho onde se concentravam as atrações do CPBR12, dispunham de ar-condicionado, saídas de emergência, lanchonetes e espaços de descanso. Mesmo tendo recebido um grande público a cada dia – totalizando, ao final do evento, 12 mil campuseiros e 130 mil visitantes na Open Campus (CANALTECH, 2019) –, ambos pavilhões mantiveram a limpeza e a organização.

Dando enfoque a estrutura interna dos pavilhões, verificamos que o pavilhão vermelho estava direcionado para o Camping, ou seja, para os campuseiros que adquiriram o ingresso para acampar no local durante todo o evento. Já o pavilhão verde dava acesso à Open Campus – espaço gratuito, aberto ao público em geral – e à Campus Arena – ambiente pago com acesso restrito aos(às) frequentadores(as) pagantes. É interessante ressaltar que os campuseiros alojados no Camping tinham acesso direto à Campus Arena, por meio de uma passagem específica, vigiada por seguranças, o que facilitou o deslocamento entre os ambientes.

Para acessar o Camping, localizado no pavilhão vermelho, os campuseiros deviam ter seus pertences revistados pela segurança. Tendo a entrada liberada, cada campuseiro ficava responsável por retirar, montar e desmontar sua própria barraca de acampamento, que foi disponibilizada (e, posteriormente, doada para quem tivesse interesse). Além das barracas que serviam como dormitórios, havia duchas, padaria e um Espaço Wellness (com massagem, yoga etc.) para atender as necessidades básicas dos que estavam ali acampados. Dessa forma, este espaço proporcionou aos campuseiros uma experiência um tanto diferenciada, não somente com relação à hospedagem, mas também no que diz respeito à interação social, ao lazer, ao aprendizado etc.

O Open Campus, espaço gratuito aberto ao público dentro do pavilhão verde, reuniu diferentes atrações para agradar todos os públicos. Dentre elas, podemos citar os

simuladores de asa delta (figura 2) e corrida; a arena de exposição e batalha de Drones; a exposição do Museu de Ciências Catavento; a Exposição Donas da Rua que apresentou, por meio das personagens do Maurício de Sousa Produções, as principais mulheres que estavam envolvidas na história do Campus Party Brasil; e as apresentações musicais na área Campus Music, da Orquestra da Câmara (tocando, todos os dias de evento, trilhas sonoras de *games*) (CAMPUS PARTY BRASIL, 2020f) e de bandas pré-selecionadas via cadastro (de diferentes estilos musicais, com avaliação de jurados e recebimento de prêmios para a banda vencedora) (CAMPUS PARTY BRASIL, 2020a).

Figura 2 – Simulador de asa delta no evento Campus Party Brasil (CPBR12)



Fonte: Karine Regina Facini. Arquivo pessoal, 2019

Inclusive, algumas áreas do Open Campus estavam dedicadas a alguns projetos tais como: Educação do Futuro que promovia o aprendizado por meio de oficinas tecnológicas; Robôcampus em parceria com o Centro Paula Souza, voltado para a robótica, com *workshops*, apresentações de projetos e competições (Robô ao Resgate, Follow Line, Robô Sumô e Batalha de Robôs); Maker Space, direcionado à oficinas de Franzininho e Arduino; e o F1 in School, que reunia grupos de alunos para desenvolver todos os processos de criação de uma empresa (CAMPUS PARTY BRASIL, 2020c).

Além desses projetos, ainda é possível mencionar outras iniciativas presentes no CPBR12. O Campus Job, por exemplo, era um espaço no Open Campus que oferecia palestras de orientação para carreira profissional. O Startup & Makers estava voltado para

a exposição de projetos e soluções de Startups. O Campus Future, por sua vez, expôs projetos acadêmicos com soluções tecnológicas, desenvolvidos por universitários. Já na Arena Gamer, foi promovido o campeonato de *e-Sports* dos jogos *DOTA 2* (*Defense of the Ancients*), *CS:GO* (*Counter-Strike: Global Offensive*) e *ARTIFACT*, como pode ser observado na figura 2). Os vencedores disputariam o campeonato da 13ª edição da Campus Party Brasil e concorrerem a final mundial na Campus Party USA (CAMPUS PARTY BRASIL, 2020d).

Figura 3 – Arena Gamer no evento Campus Party Brasil (CPBR12)



Fonte: Karine Regina Facini. Arquivo pessoal, 2019

Semelhante ao Camping, o Campus Arena – outro ambiente pago e restrito do CPBR12 – também só permitia o acesso dos campuseiros a partir da vistoria de seus pertences pela segurança. Para aqueles que traziam *notebooks* ou computadores de mesa para utilizarem no local, era necessário cadastrá-los no sistema e etiquetá-los antes de receberem a liberação da entrada.

O Campus Arena, por ser um espaço reservado ao público pagante, ofereceu atrações inéditas e exclusivas. Sendo assim, os campuseiros assistiram, até a finalização do evento, à mais de 900 palestrantes distribuídos nos oito palcos temáticos; em oito áreas menores, participaram de diversos *workshops*; nas duas academias (Gamers e Creators) (ARTIMOS, 2019), acompanharam entrevistas com influenciadores digitais (*youtubers*)

e palestras sobre desenvolvimento de *games*. A figura 4 nos mostra o encontro entre a pesquisadora e os *youtubers* Fillipe e Eduardo, responsáveis pelo canal Diva Depressão.

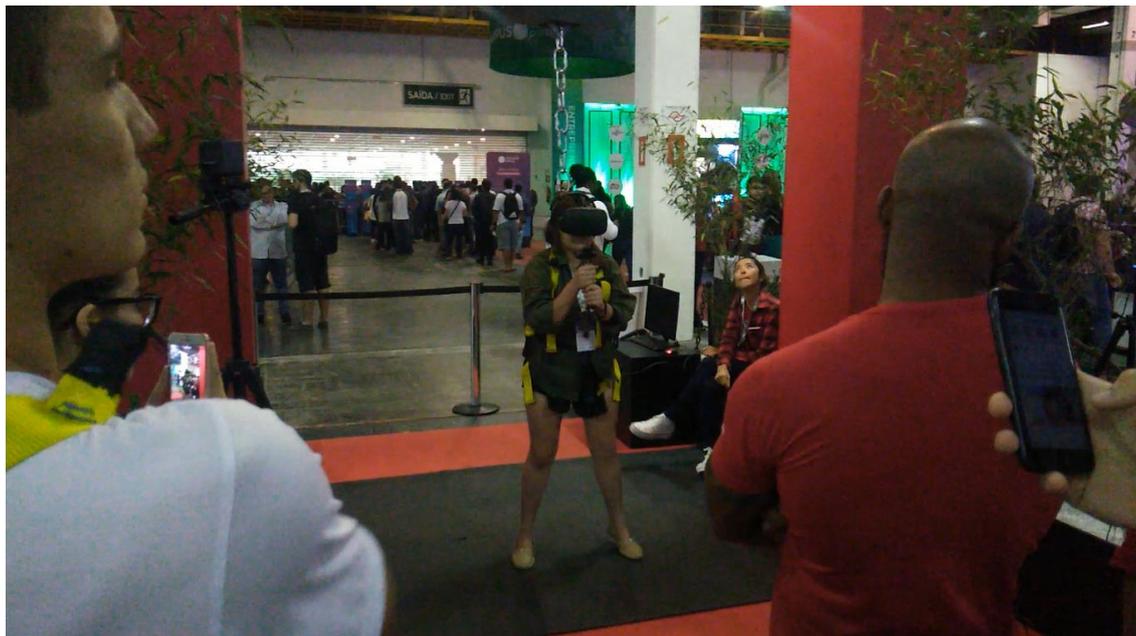
Figura 4 – Pesquisadora e *youtubers* do canal Diva Depressão no evento Campus Party Brasil (CPBR12)



Fonte: Karine Regina Facini. Arquivo pessoal, 2019

Inclusive, no Campus Arena, houve a possibilidade dos campuseiros jogarem partidas de jogos de computador (*League of Legends* e *Counter-Strike*), de *videogame* (*Just Dance* do *Xbox*) e de realidade virtual (*VR*) (vide figura 5); verem exposições de *modding* (CPU's inovadoras); jogarem badminton na quadra montada pelo SESC; e interagirem com os *cosplayers* (pessoas fantasiadas de personagens de jogos, de filmes etc.).

Figura 5 – Jogo de realidade virtual no evento Campus Party Brasil (CPBR12)



Fonte: Karine Regina Facini. Arquivo pessoal, 2019

Em meio às atrações supracitadas, tanto no Open Campus quanto no Campus Arena verificamos a presença de alguns *stands* de patrocinadores do evento CPBR12. Dentre eles, podemos mencionar as marcas Seara, Ford, Hering, Jandaia, Super Interessante, Petrobras, Gamer Gear, Braskem Labs, Nestlé, O Boticário, Sesc etc. (CAMPUS PARTY BRASIL, 2020g).

De acordo com o que fora observado nos espaços do evento, o que nos chamou atenção foi a quantidade de opções de jogos eletrônicos disponíveis, tanto no Open Campus como no Campus Arena. A inserção de diferentes modalidades de jogos no CPBR12 – simuladores de carro e asa delta; campeonato de *e-Sports* de *DOTA*, *CS:GO* e *ARTIFACT*; jogos de realidade virtual; jogo *Just Dance*; partidas de *League of Legends* (LoL) e *Counter-Strike* (CS) –, somada à grande procura do público por esses equipamentos, enfatizou a ideia de que a prática de jogos está cada vez mais presente no cotidiano, especialmente, de jovens.

Até o momento, apresentamos as impressões sobre o espaço e a infraestrutura do evento CPBR12. Adiante, traremos as percepções a respeito do público que esteve presente entre os dias 12 e 16 de fevereiro de 2019, visto que o dia 17 (domingo) não teve atrações e estava voltado para a saída dos campuseiros hospedados no Camping.

Iniciando na terça-feira (12), observamos que o fluxo de pessoas no evento, até então, baixo, estava formado por campuseiros (usuários que adquiriram o ingresso do evento e/ou do Camping). Afinal, neste dia, o Open Campus (espaço aberto ao público)

estava fechado para que a montagem fosse finalizada. Já nos dias seguintes, com o Open Campus liberado, houve um crescimento gradativo da quantidade de pessoas, tanto campuseiros quanto frequentadores não pagantes, sendo sábado (16), o dia com o maior público.

No que diz respeito ao perfil do público, podemos afirmar que, era diverso. Neste sentido, havia homens, mulheres, adolescentes e jovens. Ora divididos em grupos de adolescentes e de jovens, ora em casais, ora em famílias. Porém, mesmo com essa diversidade, foi possível notar a predominância de usuários do sexo masculino, de todas as idades – talvez pelo preconceito e machismo que ainda existem nas áreas de Exatas.

Visto que a Campus Party é um evento que abrange diversas áreas (Criatividade, Ciências, Inovação, Empreendedorismo e Universo Digital) e não somente o universo dos *games*, é interessante perceber que algumas(uns) usuárias(os) presentes na CPBR12 não tinham o costume ou não se interessavam por jogar qualquer tipo de jogos eletrônicos. Mas estavam participando do evento movidas(os) por outros interesses, motivações e gostos.

Outro ponto que merece atenção especial é a presença feminina nesse universo dos jogos eletrônicos, onde a participação masculina é predominante e, por diversas vezes, tóxica para com as jogadoras. No CPBR12, podemos enxergar em meio ao grande número de jogadores, a tímida representatividade feminina, não apenas nos jogos de computador, como *League of Legends* (LoL), mas também nos jogos de realidade virtual, simuladores e no *Just Dance*, oferecidos no evento. Na figura 6, podemos verificar o momento em que uma frequentadora do evento estava jogando *LoL*.

Figura 6 – Jogadora de *League of Legends* no evento Campus Party Brasil (CPBR12)



Fonte: Karine Regina Facini. Arquivo pessoal, 2019

As observações feitas em relação ao perfil do público presente (campuseiros e frequentadores), aos espaços (gratuito e pago), à infraestrutura, aos equipamentos e serviços oferecidos no CPBR12, serviram como base e foram essenciais para o desenvolvimento da análise de dados dessa pesquisa.

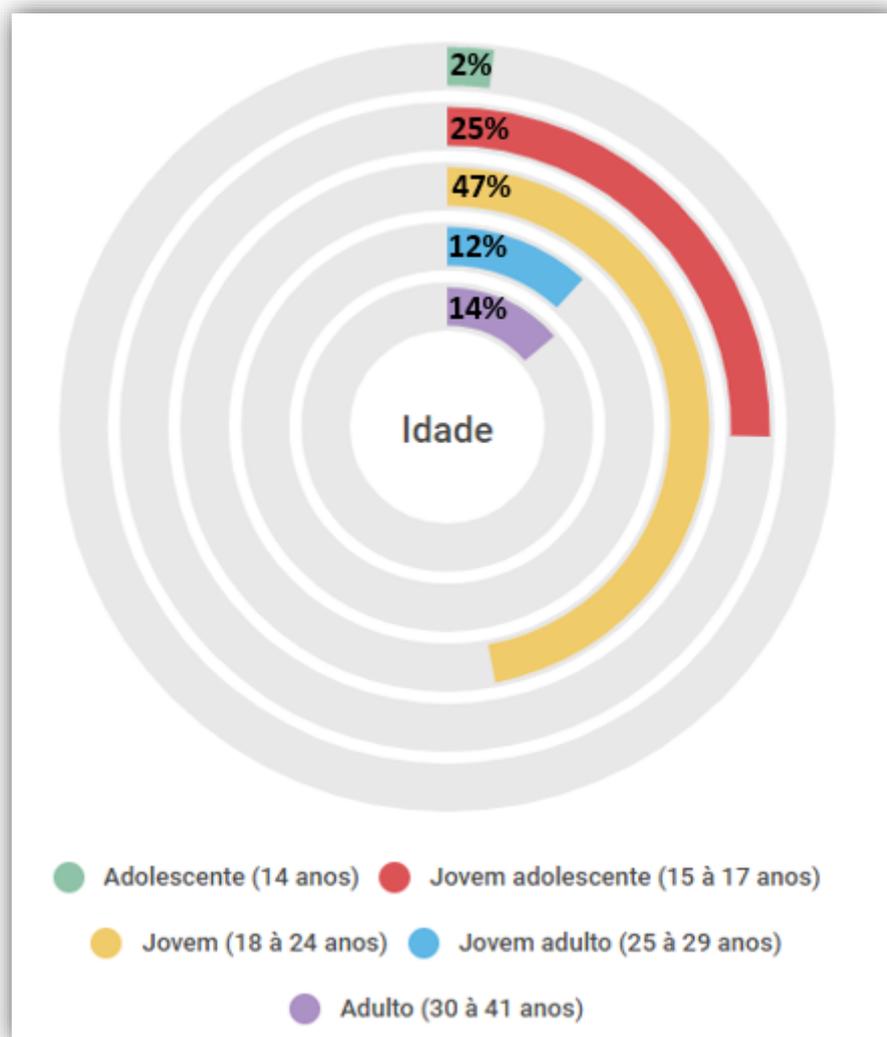
Com relação às entrevistas, elas foram realizadas no período entre os dias 12 e 16 de fevereiro de 2019, com o público presente tanto na área gratuita quanto na área restrita do evento. Os(as) entrevistados(as) foram escolhidos(as) de maneira aleatória, de acordo com a disponibilidade e interesse dos(as) mesmos(as), somando um total de 51 respondentes (equivalente à 100% na análise de dados).

De maneira geral, a entrevista seguiu um roteiro semi-estruturado e está formada por um questionário composto por 10 perguntas. Antes de analisarmos as respostas de cada uma delas, é preciso ressaltar que nem todos(as) entrevistados(as) responderam o questionário por inteiro. Isso se deve ao fato de que as questões 5, 6, 7 e 8 dizem respeito ao universo dos *games* e, portanto, aqueles(as) que afirmaram não jogar jogos eletrônicos, não necessitava respondê-las. Sendo assim, as demais questões (1, 2, 3, 4, 9 e 10) foram respondidas por todos(as). Inclusive, as questões de 3, 5, 6, 7, 8 e 9 possuem mais de uma resposta por entrevistado(a) e, portanto, ultrapassam o total de 51 respostas e a somatória de 100%.

A primeira pergunta da entrevista teve como objetivo levantar dados sobre a faixa etária (idade) do público entrevistado. No gráfico 1, é possível visualizar que as idades

dos(as) entrevistados(as) estão divididos e subdivididos nos seguintes grupos etários: adolescente; jovem (jovem adolescente; jovem; jovem adulto); e adulto. É importante destacar que essa separação tem como base as divisões de faixa etária estabelecidas no Estatuto da Criança e do Adolescente, na Política Nacional de Juventude e no Estatuto do Idoso.

Gráfico 1 – Faixa etária dos(as) entrevistados(as) no evento Campus Party Brasil (CPBR12)



Fonte: Karine Regina Facini, 2021

De acordo com o Art. 2º do Estatuto da Criança e do Adolescente, entende-se por criança aquela que tem até 12 anos incompletos; já o adolescente, aquele que tem entre 12 e 18 anos (BRASIL, 1990). Segundo a Política Nacional de Juventude, a classificação do jovem pode ser dividida em três grupos etários: de 15 a 17 anos (jovens-adolescentes);

de 18 a 24 anos (jovens-jovens) e de 25 a 29 anos (jovens-adultos) (BRASIL, 2006). Já no Estatuto do Idoso, Art. 1º, idoso é aquele que tem 60 anos ou mais (BRASIL, 2003). Embora não esteja explícito em nenhum dos documentos, podemos inferir que o indivíduo que possui entre 30 e 59 anos pode ser considerado adulto.

Sendo assim, o gráfico 1 apresenta como adolescentes os(as) entrevistados(as) com idade entre 12 e 14 anos, e não com até 18 anos (conforme prevê o Estatuto da Criança e do Adolescente). Isso se deve ao fato de que consideramos a categorização de jovem estipulada pela Política Nacional de Juventude, a qual indica a variação dos grupos etários entre 15 e 29 anos. Já a categoria adulto foi pensada com base na faixa etária estabelecida tanto no Estatuto do Idoso (60 anos ou mais) quanto na Política Nacional de Juventude (até 29 anos). Portanto, considerou aqueles(as) com idade entre 30 e 59 anos enquanto adultos.

Com base nisso, concluímos que o público entrevistado no CPBR12 é composto, em sua grande maioria, por pessoas que estão na faixa da juventude. O gráfico 1 nos mostrou que 25%, 47% e 12% dos(as) entrevistados(as) se encaixam, respectivamente, nos grupos etários de jovens adolescentes, jovens, e jovens adultos, somando um total de 84%. Os adultos aparecem em segundo plano, porém de maneira mais tímida, representando 14% dessa amostra.

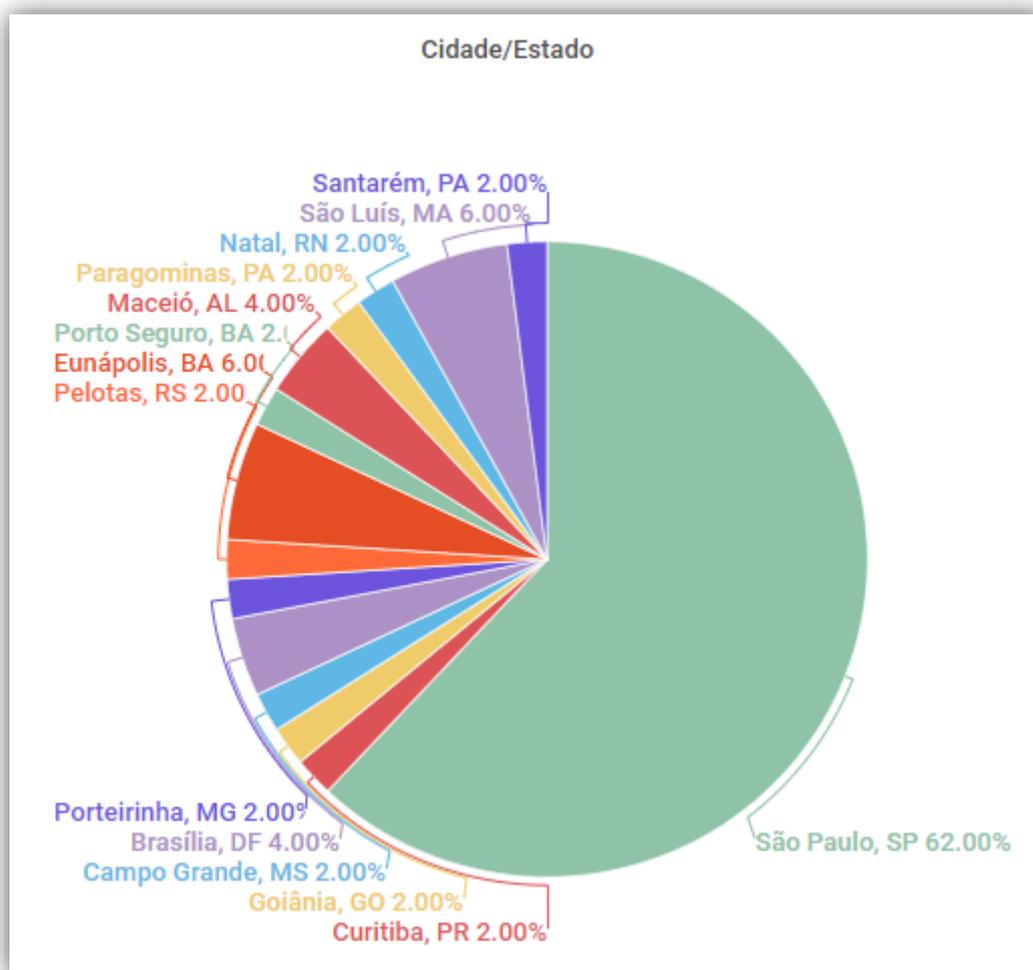
Esse resultado era, de certa forma, esperado, pois os jovens constituem a maior demanda de consumidores de tecnologia em geral. Isso se dá por dois motivos: um deles, se refere à familiaridade que os jovens possuem com as tecnologias, inclusive com o uso da *internet*, visto que acompanharam e vivenciaram, desde a infância, todo o processo de desenvolvimento e popularização dos artefatos tecnológicos (SPIZZIRRI et al, 2012). E o outro, diz respeito à uma maior quantidade de tempo que os jovens que não exercem atividade remunerada dispõem para consumir (de modo ativo ou passivo) tais tecnologias. Segundo Nodari et al (2016, p.7), "[...] os jovens que não trabalham possuem mais tempo para usufruir de momentos de lazer [...], enquanto [...] os jovens trabalhadores [possuem] menos tempo disponível para recreação e lazer".

Embora representem uma parcela menor do público, os adultos também merecem destaque. Devido à crescente utilização de diferentes tecnologias, principalmente, no ambiente profissional, os adultos se viram obrigados a se adaptarem à essa nova realidade. Conseqüentemente, no decorrer do tempo, passaram a dominar, a desenvolver interesse e a consumir determinadas tecnologias. Hoje, é possível notar a participação do público adulto em eventos de tecnologia, bem como no universo de jogos eletrônicos. De acordo

com a pesquisa do NPD Group, a prática de jogos é uma das principais atividades realizadas entre adolescentes, jovens e adultos de 13 a 59 anos, representando 82% da população brasileira (MEIO BIT, 2016).

Dando sequência às entrevistas, a segunda questão buscou verificar a naturalidade dos(as) entrevistados(as). O gráfico 2 traz informações a respeito da cidade e estado de origem de cada um(a) dos(as) respondentes.

Gráfico 2 – Naturalidade do público entrevistado no evento Campus Party Brasil (CPBR12)



Fonte: Karine Regina Facini, 2021

Conforme pode ser observado acima, a grande maioria do público entrevistado (62%) é natural de São Paulo. É importante salientar que tal porcentagem engloba os municípios tanto do Estado de São Paulo, quanto da Região Metropolitana (Grande São Paulo). Sendo assim, deste total, 27% corresponde aos municípios do estado (segundo as respostas, São Caetano do Sul, Sorocaba, Salto do Pirapora, São Carlos e Ribeirão Preto),

e, aproximadamente, 35% àqueles pertencentes à Região Metropolitana (como Guarulhos, Osasco e São Paulo).

Acreditamos que São Paulo se apresente como a principal cidade de origem entre os(as) entrevistados(as) no CPBR12, devido ao fato de que tal evento ocorreu nessa localidade. Logo, os(as) moradores(as) residentes no Estado de São Paulo tiveram fácil acesso ao evento, comparado com os(as) usuários(as) vindos de outros estados do Brasil. Para estes, o CPBR12 consiste em uma atratividade turística; para àqueles, em uma atividade de lazer.

Mesmo com a distância a ser percorrida até o evento, podemos notar que o restante do público entrevistado, somando um total de 38%, pertence à outras cidades e estados brasileiros, tais como Campo Grande (MS), São Luís (MA), Eunápolis (BA), Pelotas (RS), dentre outros. Embora esse número não represente a maioria dos(as) respondentes, ainda assim, podemos afirmar que esse dado é de significativa importância para analisarmos o turismo doméstico, bem como o turismo de eventos no Brasil.

Segundo a Organização Mundial do Turismo – OMT (1995), o turismo “[...] compreende as atividades de pessoas viajando e permanecendo em lugares fora de seu ambiente habitual por não mais do que um ano consecutivo para lazer, negócios e outros fins”. Já na visão do autor Panosso Netto (2010, p.33), o tempo de permanência em outro local não é um fator relevante, sendo o turismo entendido “[...] como um fenômeno de saída e retorno do ser humano do seu lugar habitual de residência, por motivos revelados ou ocultos, que pressupõe hospitalidade, encontro e comunicação [...], que vai gerar experiências variadas e impactos diversos”.

De maneira geral, podemos afirmar que o turismo pressupõe o deslocamento de pessoas (turistas) viajando entre diferentes localidades e por inúmeros motivos. No caso do turismo doméstico (interno), as viagens ocorrem entre os “[...] residentes dentro do território do país (ou local) de referência” (ANDRADE, 2007, p.119).

No que concerne às motivações que levam os turistas a viajarem, Tenan (2002, p.11), indica seis principais estímulos para as viagens, sendo: “[...] lazer, visita a parentes e amigos, tratamento de saúde, religião e peregrinação, outros motivos, negócios e motivos profissionais”. Os eventos também podem ser considerados como uma das motivações e, geralmente, estão relacionados às viagens de negócios.

Porém, na visão de Pinheiro (2020), os eventos não estão estreitamente associados às viagens de negócios. Pelo contrário, os eventos consistem em um segmento turístico,

denominado turismo de eventos, o qual é responsável por diferentes tipos de eventos, seja exposições, feiras, cursos, workshops, dentre outros.

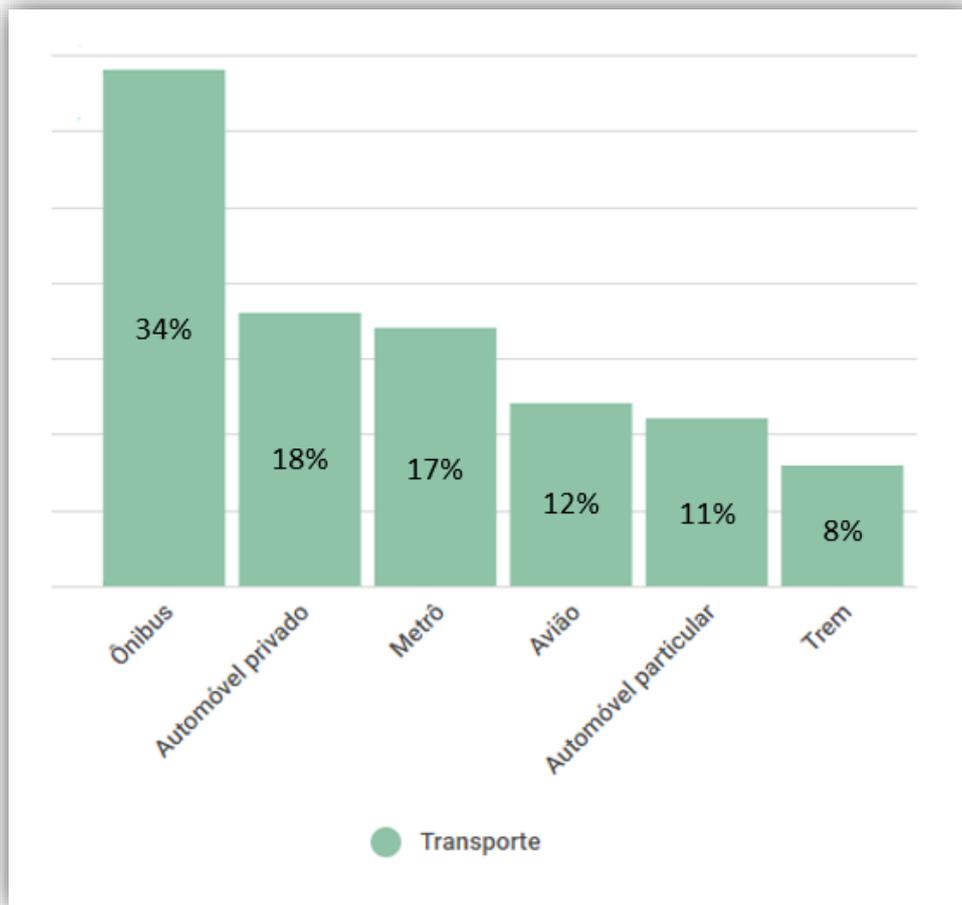
Com base nisso, compreendemos que os eventos podem motivar as pessoas a viajarem seja dentro, seja fora do seu país de origem. Neste sentido, o CPBR12 é um excelente exemplo de turismo de eventos que impulsiona o turismo doméstico, visto que se trata de um evento que influencia e proporciona viagens internas no Brasil.

Tais viagens turísticas acontecem não somente por influência das diferentes motivações, mas também por meio de deslocamentos, os quais podem ser realizados pela utilização dos meios de transportes. Conforme apontam Lohmann, et al (2013, p.1), “[...] a relação entre as atividades de transporte e turismo é simbiótica, tendo o deslocamento humano como ponto comum que as une. Afinal, todo viajante, quer a lazer ou a negócios, utiliza algum meio de transporte para chegar ao seu destino”.

Para que a locomoção seja realizada, tanto no turismo nacional (interno), quanto no internacional (externo), é necessário que os turistas utilizem os meios de transportes, tais como rodoviário (ônibus regular e/ou fretado e carro), aéreo (avião), ferroviário (metrô e trem) e aquaviário (cruzeiro marítimo) etc. (LOHMANN et al, 2013). Esses modais são elementos primordiais para que a locomoção do turista, de fato, aconteça.

A questão número 3 da entrevista, trata desse assunto e procura identificar os veículos e, conseqüentemente, os meios de transporte (modais) utilizados pelos(as) entrevistados(as) para se deslocarem de suas cidades de origem para o CPBR12.

Gráfico 3 – Transporte utilizado pelos(as) entrevistados(as) no Campus Party Brasil (CPBR12) para acessar o evento



Fonte: Karine Regina Facini, 2021

O gráfico 3 apresenta os veículos utilizados para se realizar os deslocamentos. A partir deles, é possível identificar os meios de transporte. Sendo assim, podemos constatar que o principal veículo usado foi o ônibus (fretado e/ou regular). Os demais transportes terrestres – automóvel privado (Uber, 99, táxi comum), metrô, automóvel particular (carro próprio) e trem – se apresentam com uma diferença mínima entre si, estando de certa forma, equiparados no gráfico.

Ao somarmos as porcentagens referentes aos veículos, ônibus, automóvel privado e automóvel particular, compreendemos que o principal meio de transporte é o rodoviário (63%). Em sequência, temos o transporte ferroviário com 25% (referente ao metrô e trem) e o aéreo com 12% (referente ao avião).

Este resultado possui relação direta com a questão número 2, visto que 62% do público entrevistado reside no estado de São Paulo e, por este motivo, fez uso de transportes terrestres (rodoviário e ferroviário) tanto públicos quanto privados, para acessar o CPBR12. Já o transporte aéreo (avião) está relacionado com 38% dos(as)

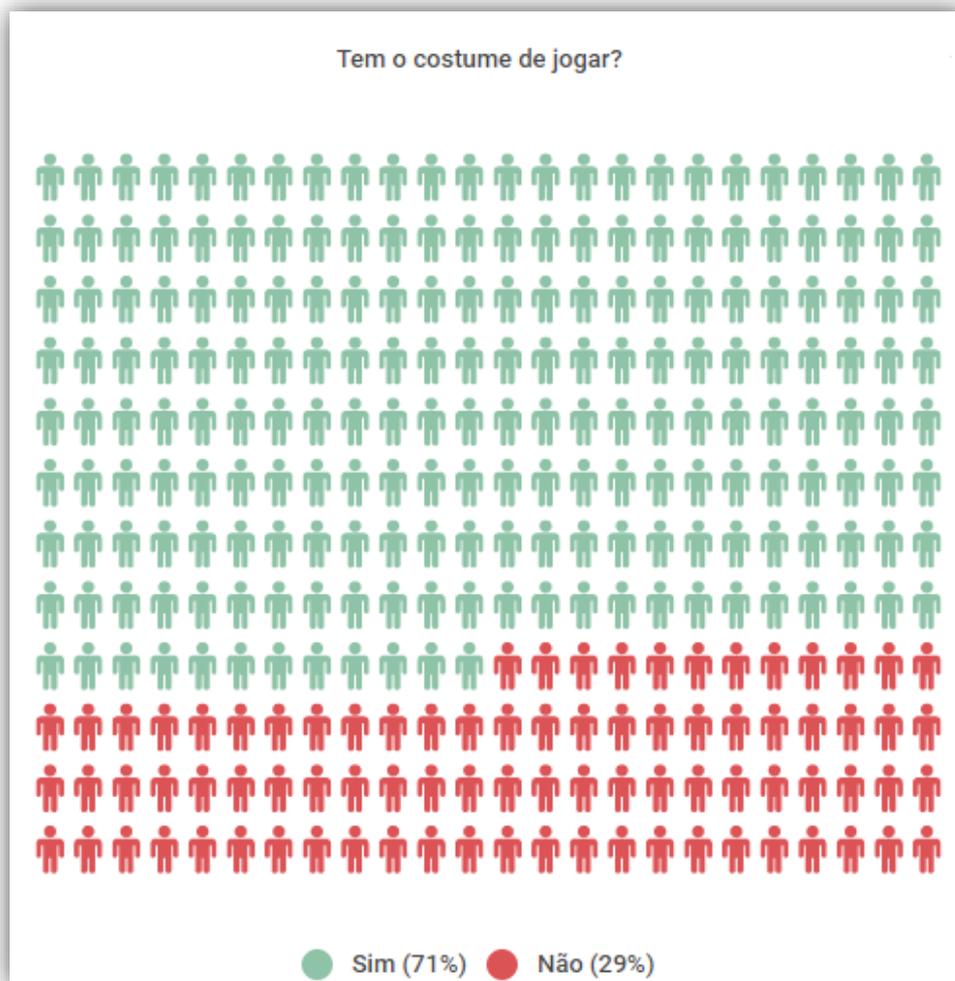
entrevistados(as) que vieram de outros estados do Brasil para participarem do evento que ocorreu em São Paulo.

É interessante destacar que parte significativa dos(as) respondentes afirmaram ter utilizado mais de um meio de transporte para se locomoverem até o local do evento. Em outras palavras, é possível dizer que tais entrevistados(as) utilizaram o sistema de integração modal de transportes (intermodalidade). Este sistema proporciona a conexão entre os diversos meios de transporte e, ao mesmo tempo, facilita os deslocamentos entre os pontos de partida e chegada (MACIOROWSKI et al, 2017).

Até o momento, analisamos as questões da entrevista que deram enfoque à aspectos como faixa etária, cidade/estado de origem e transporte utilizado pelos(as) respondentes para acessarem o evento CPBR12. A partir da quarta pergunta em diante, o questionário está voltado para questões relacionadas aos jogos eletrônicos.

Sendo assim, a questão de número 4 faz menção àqueles(as) entrevistados(as) que tem (ou não) o costume de jogar algum jogo eletrônico.

Gráfico 4 – O público entrevistado no evento Campus Party Brasil (CPBR12) joga ou não algum jogo



Fonte: Karine Regina Facini, 2021

Por meio do gráfico 4, observamos que 71% do público entrevistado tem o costume de jogar algum jogo eletrônico, independente de qual seja sua plataforma (console, computador, celular etc.). Mesmo que o CPBR12 seja um evento direcionado a tecnologia e inovação e que receba um público com interesses distintos, ainda assim, existe uma quantidade representativa desses(as) participantes que joga algum tipo de jogo.

Sendo assim, o restante da amostra (29%) respondeu à essa questão de maneira negativa, indicando não ter a prática de jogos eletrônicos como uma atividade comum em seu cotidiano. Conforme mencionado anteriormente, essa parte dos(as) entrevistados(as) não responderam as questões da entrevista que dizem respeito aos *games*, mas procuramos investigar o motivo que os(as) influenciou a não jogar jogos eletrônicos.

O gráfico 5 traz uma pirâmide com as principais razões pelas quais parte do público entrevistado não costuma jogar, onde a base da pirâmide apresenta o motivo com maior porcentagem e o topo, o de menor porcentagem.

Gráfico 5 – Motivos que levam os(as) entrevistados(as) no evento Campus Party Brasil (CPBR12) a não jogar algum jogo eletrônico



Fonte: Karine Regina Facini, 2021

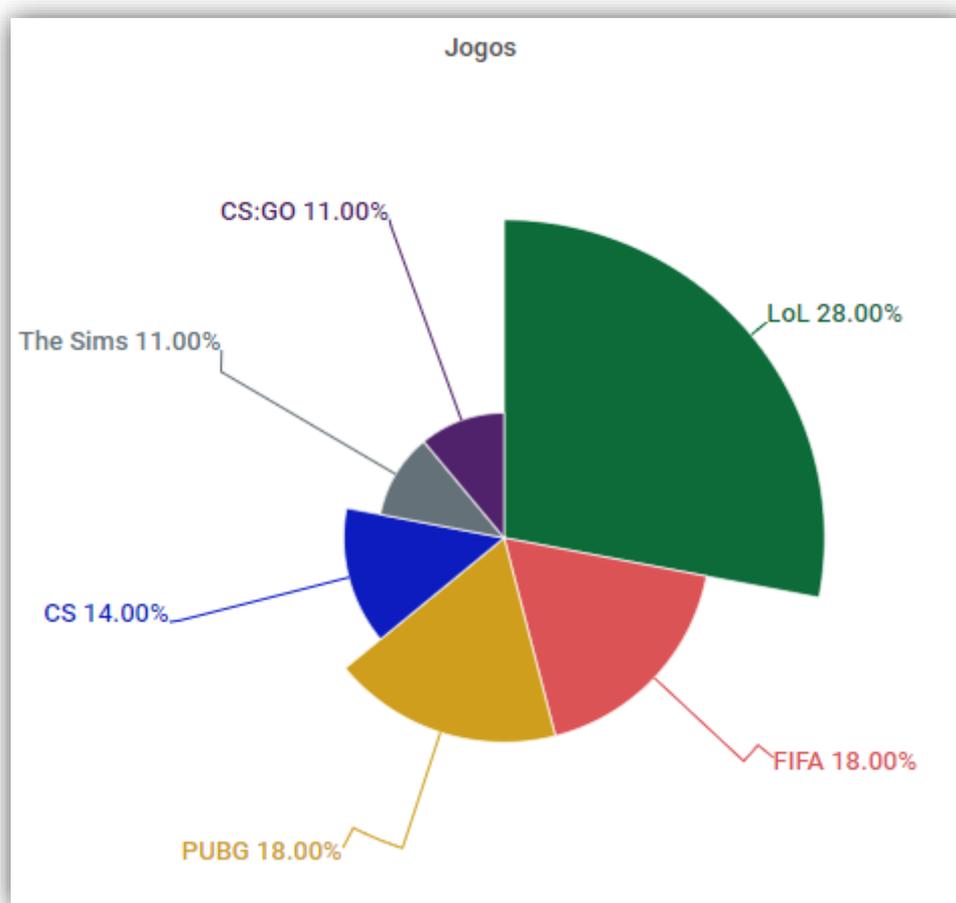
De acordo com o gráfico, a falta de tempo (40%) para dedicar aos jogos é a principal justificativa indicada por 29% do público entrevistado. Podemos entender que o fator tempo está relacionado à outras responsabilidades e tarefas cotidianas e, conseqüentemente, existe uma divisão desse tempo para a realização das mesmas. Logo, o trabalho, os estudos, os afazeres domésticos etc. são as principais atividades que ocupam maior parte do tempo, sobrando muito pouco ou quase nada de tempo disponível para o lazer e, conseqüentemente, para a prática de jogos eletrônicos.

Ainda que o principal público consumidor de *games* seja constituído pelos jovens, é interessante perceber que existe uma pequena porcentagem que afirma não ter interesse

por jogos eletrônicos. Essa falta de interesse pode estar relacionada à diferentes fatores, como jogabilidade, desestímulo, poder aquisitivo, preconceito etc.

A questão de número 5 está direcionada a trazer informações sobre quais os jogos eletrônicos que os 71% dos(as) entrevistados(as) mais jogam, podendo ser mais de um único jogo por resposta. O gráfico 6 apresenta somente os jogos que apareceram com maior frequência entre as respostas; os demais jogos encontram-se informados na figura 7.

Gráfico 6 – Jogos que o público entrevistado no evento Campus Party Brasil (CPBR12) costuma jogar



Fonte: Karine Regina Facini, 2021

Cada um desses jogos pode ser jogado por diferentes plataformas (celular, computador, console), *online* e/ou *off-line*, e possuem enredos semelhantes.

Figura 7 – Principais jogos mencionados pelos entrevistados no evento Campus Party Brasil (CPBR12)

# LISTA DE JOGOS

O que mais vem sendo jogado



## LEAGUE OF LEGENDS

**Gênero:** Multiplayer online battle arena (MOBA)

**Plataformas:** Microsoft Windows, macOS, Mac OS



## FIFA

**Gênero:** Jogo eletrônico de simulação

**Plataformas:** Sega, Master System, PlayStation, Nintendo, Game Boy, Game Boy Color, Microsoft Windows, iOS, Android, Xbox, Windows Phone, OS X, Google Stadia etc.



## PUBG

**Gênero:** Battle Royale

**Plataformas:** Android, PlayStation 4, Microsoft Windows, iOS, Xbox One, Google Stadia



## COUNTER-STRIKE

**Gênero:** First Person Shooter (FPS)

**Plataformas:** Microsoft Windows, OS X, Linux, PlayStation 3, Xbox, Xbox 360



## THE SIMS

**Gênero:** Jogo simulador de vida

**Plataformas:** Microsoft Windows, OS X, iOS, Android, Windows Phone, Fire OS, Consoles



## COUNTER-STRIKE: GLOBAL OFFENSIVE

**Gênero:** First Person Shooter (FPS)

**Plataformas:** Microsoft Windows, macOS, Linux, Xbox 360, Mac OS Classic, PlayStation 3

Fonte: Karine Regina Facini, 2021

Podemos estabelecer uma relação entre a categorização dos jogos proposta por Caillois (2017) e os jogos mencionados acima. Dessa maneira, temos:

- ***League of Legends***: jogo de estratégia praticado entre duas equipes formadas por 05 jogadores cada. A equipe que destruir a base inimiga primeiro, vence a partida. Envolve fantasia, pois os(as) jogadores(as) possuem poderes místicos. O *LoL* pode ser classificado como uma junção de *agôn* (competição) e *mimicry* (fantasia);
- ***FIFA***: jogo de futebol praticado entre duas equipes formadas por 06 jogadores cada. A equipe que realizar mais gols durante a partida, vence o jogo. Este jogo pode ser relacionado às categorias *agôn* (competição) e *mimicry* (fantasia), pois além de competirem, os(as) jogadores(as) (reais) “assumem” a posição ou a “personagem” de jogadores(as) de futebol profissionais;
- ***PUBG***: jogo de ação/aventura praticado com diversos jogadores ao mesmo tempo. O jogador ou a equipe que permanecer viva durante os combates, vence a partida. Sendo assim, *PUBG* pode ser associado às categorias *agôn* (competição) e *mimicry* (fantasia), pois os(as) jogadores(as) (reais) assumem um papel de “matadores(as)” dentro do jogo;
- ***Counter-Strike***: jogo em primeira pessoa praticado entre duas equipes (terroristas e contraterroristas). A equipe que aniquilar os adversários primeiro, vence o jogo. Podemos relacionar este jogo com as categorias *agôn* (competição) e *mimicry* (fantasia), visto que os(as) jogadores(as) (reais) atribuem-se a “personagem” de terroristas ou contraterroristas;
- ***The Sims***: jogo de simulação da vida real onde os(as) jogadores(as) podem criar personagens e viver situações semelhantes ao cotidiano real. Este jogo se encaixa apenas na categoria *mimicry* (fantasia);
- ***Counter-Strike: Global Offensive***: idem ao *Counter-Strike*.

O universo dos *games* é, de fato, grandioso e diverso. Existem jogos para todas as idades e gostos; uns mais complexos, outros mais simplificados. Esse mercado permanece desenvolvendo jogos, cada vez mais tecnológicos e interativos, a fim de atingir um público maior. A figura 8 apresenta outros jogos eletrônicos famosos entre os jovens que também foram mencionados nas entrevistas.

Figura 8 – Lista de jogos mencionados pelo público entrevistado no evento Campus Party Brasil (CPBR12)

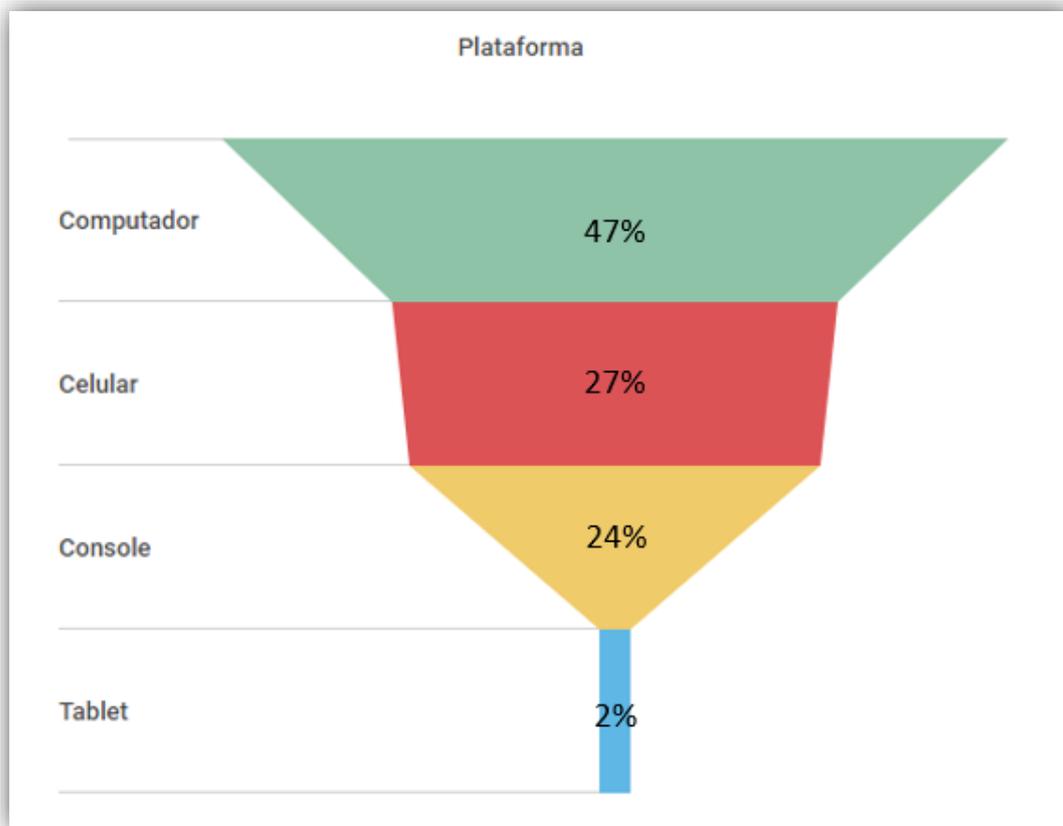


Fonte: Karine Regina Facini, 2021

Para além dos jogos listados acima, os(as) entrevistados(as) também citaram, de maneira menos específica, alguns estilos de jogos que costumam jogar. Dentre eles, estão jogos de: tiro, carro, na *Steam*, corrida, aventura, ficção, história, luta, *first person shooter (FPS)*, esportivos, de quebra-cabeça, *single player*, da plataforma X e simuladores.

Partindo para a próxima questão da entrevista, podemos verificar que ela procura descobrir quais plataformas são utilizadas para que os jogos eletrônicos sejam jogados. O gráfico 7 nos mostra as principais plataformas de jogos.

Gráfico 7 – Plataforma utilizada pelos(as) entrevistados(as) no evento Campus Party Brasil (CPBR12) para jogar

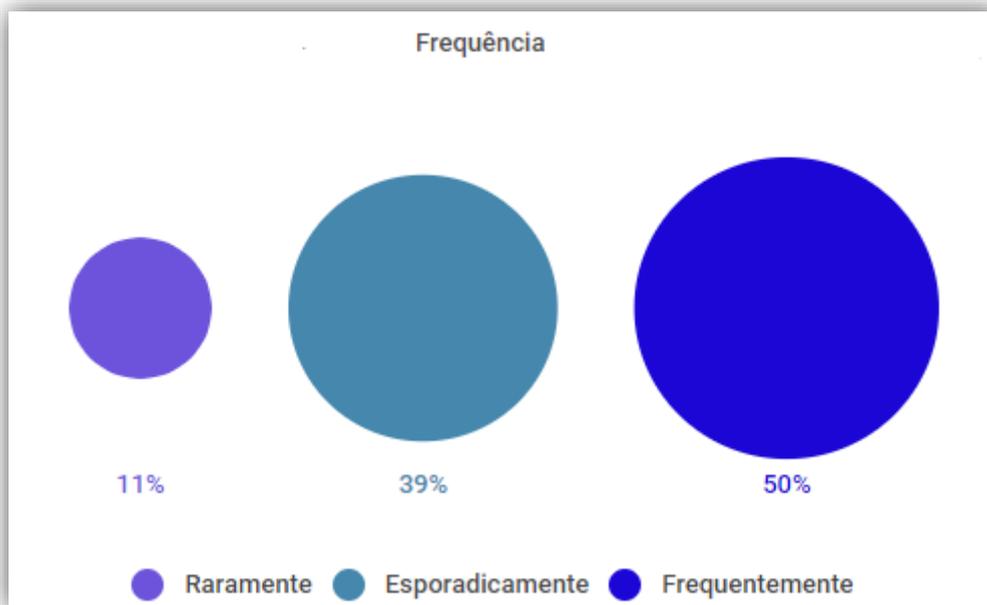


Fonte: Karine Regina Facini, 2021

Conforme podemos observar, o computador é a plataforma mais utilizada pelos(as) jogadores(as), visto que hoje o acesso a este tipo de tecnologia está mais facilitado, além do que muitos jogos *online* são gratuitos. É interessante ressaltar que o celular aparece em segundo lugar, ocupando o espaço que, até alguns anos atrás, seria do console. Isso se deve ao fato de que os celulares já possuem tecnologia suficiente para suportar alguns jogos, ao mesmo tempo em que os jogos eletrônicos de consoles estão cada vez mais caros. Já o *tablet* aparece de maneira menos expressiva por se tratar de uma plataforma muito recente e da qual nem todos têm acesso.

A pergunta 7 da entrevista objetiva verificar a frequência com que o público entrevistado costuma jogar.

Gráfico 8 – Frequência com que o público entrevistado no evento Campus Party Brasil (CPBR12) joga algum jogo

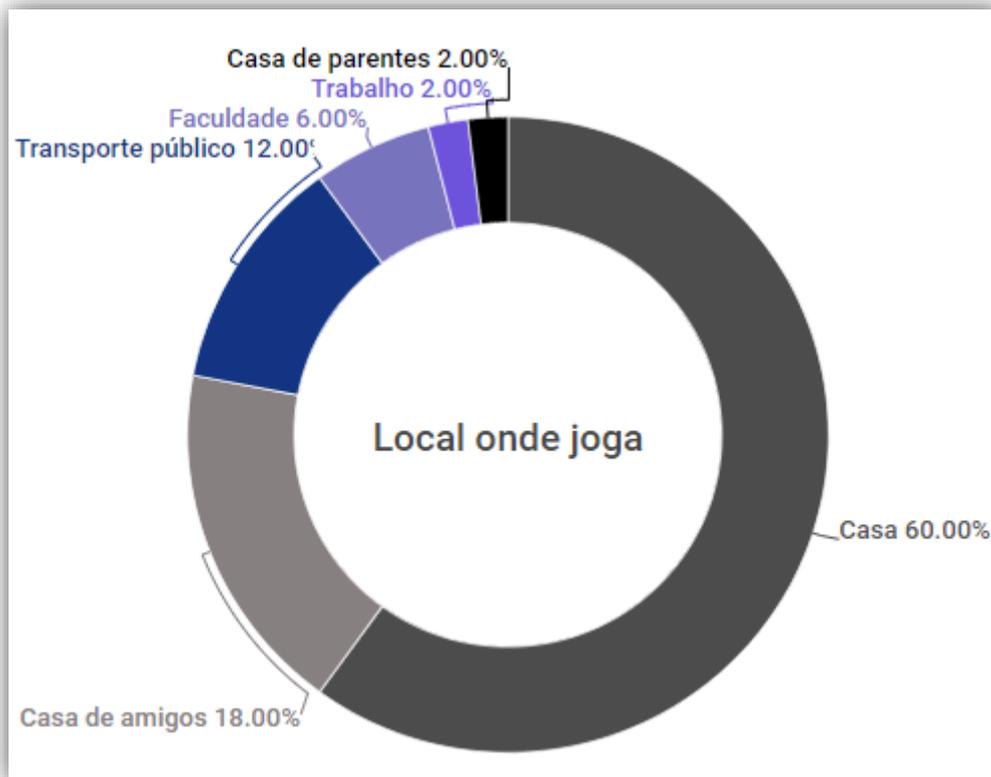


Fonte: Karine Regina Facini, 2021

Por meio do gráfico 8 é possível notar que 50% dos(as) entrevistados(as) que representa a maioria da amostra, tem o costume de jogar com frequência. Outros 39% afirmam que jogam esporadicamente e 11%, raramente. Para a maioria que dedica parte significativa de seu tempo livre para jogar, entendemos que essa prática é percebida por esse público como uma atividade de lazer importante e prazerosa. Já para aqueles(as) que não se dedicam com tanto afinco a prática de jogos eletrônicos, podemos inferir que tal atividade de lazer não é tão significativa quanto outras que podem ser realizadas em seu tempo livre.

O local onde os(as) entrevistados(as) jogam também é um aspecto interessante a ser analisado. A questão 8 nos traz dados a respeito do(s) ambiente(s) utilizado(s) para essa prática.

Gráfico 9 – Local escolhido pelos(as) entrevistados(as) no evento Campus Party Brasil (CPBR12) para jogar



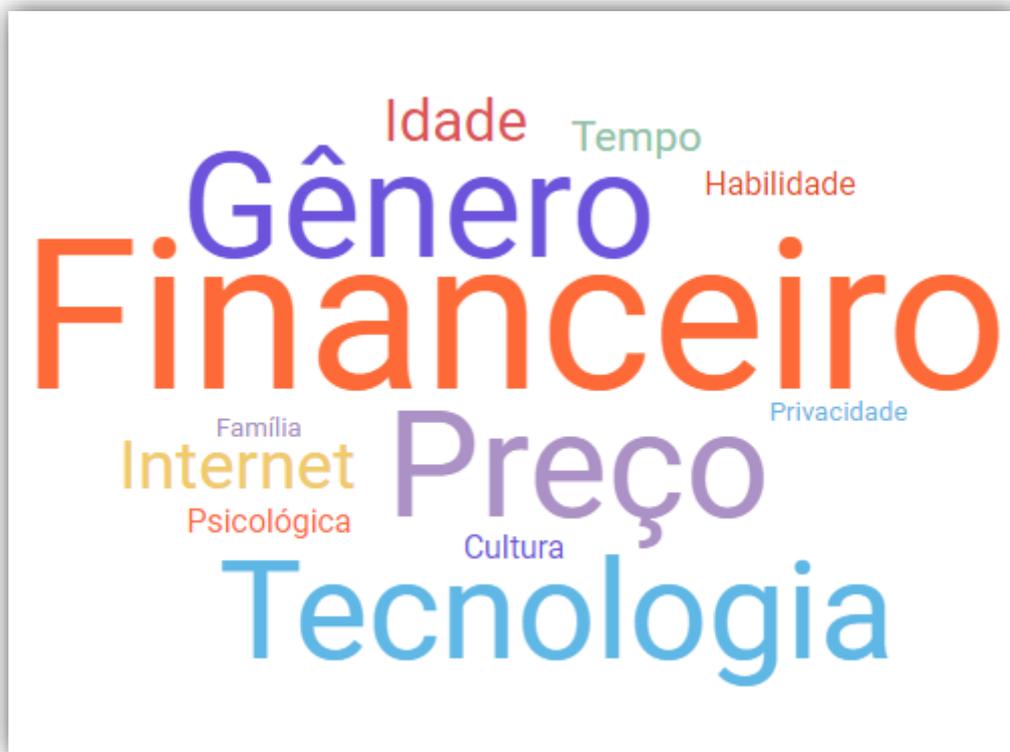
Fonte: Karine Regina Facini, 2021

O gráfico 9 indica que o ambiente doméstico (casa) é o local mais utilizado pelos(as) jogadores(as). Esse dado tem relação direta com a questão 6 da entrevista, visto que 47% do público afirmou utilizar seu próprio computador como plataforma para jogar. Mesmo que a maioria jogue em seu próprio lar, podemos verificar que existe uma parcela do público entrevistado que (também) utiliza a casa de amigos para jogar. Para estes, compreendemos que a interação real com os amigos durante o jogo é um fator importante.

Um dado curioso é o transporte público aparecer como um dos locais utilizados para a prática de jogos eletrônicos. Hoje, isso se tornou possível devido à tecnologia dos telefones móveis que possuem acesso à internet e que podem ser usados para jogar determinados jogos. Logo, aqueles(as) que não possuem muito tempo disponível para jogar pelo computador ou pelo console, podem fazê-lo durante os trajetos, por meio do seu celular, ou até mesmo na faculdade, nos horários vagos das aulas.

Dando sequência às questões da entrevista, a pergunta número 9 busca identificar as barreiras que podem influenciar o acesso aos jogos eletrônicos.

Gráfico 10 – Barreiras de acesso aos jogos mencionadas pelo público entrevistado no evento Campus Party Brasil (CPBR12)



Fonte: Karine Regina Facini, 2021

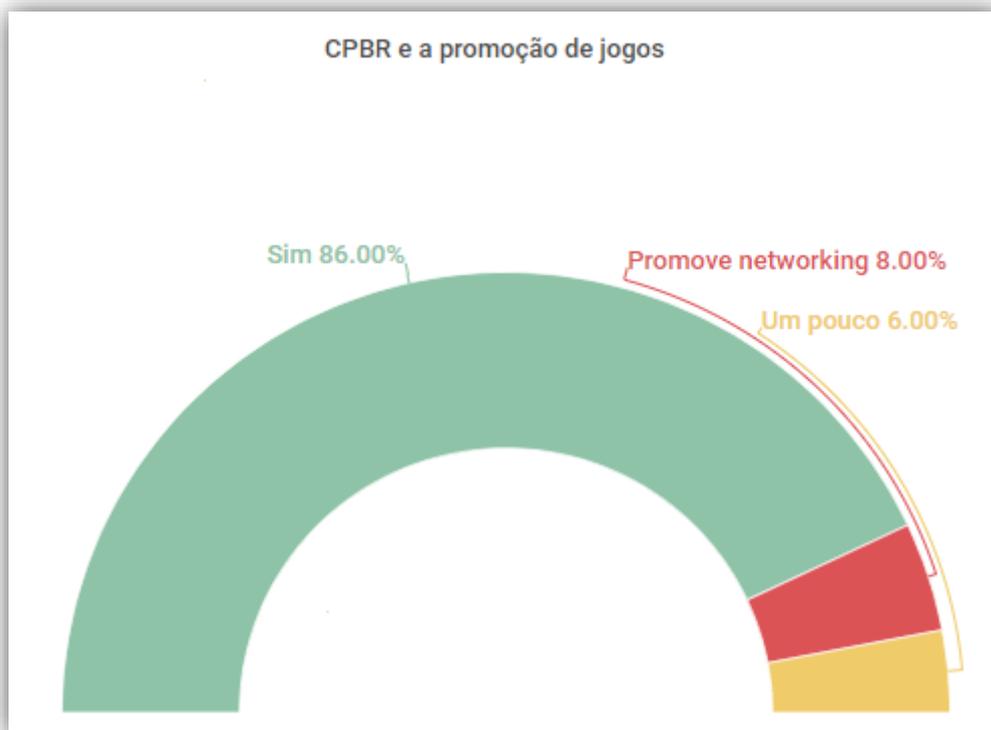
A nuvem de palavras apresentada no gráfico 10 nos mostra os principais termos que foram citados com maior frequência entre as respostas: financeiro, preço, tecnologia e gênero. De fato, o mercado de *games*, especialmente o de jogos de console, ainda é muito caro e o fator preço pode se tornar uma barreira de acesso para determinados grupos de pessoas que não possuem tanto poder aquisitivo.

A própria tecnologia também foi apontada como uma possível barreira de acesso pelo público entrevistado. Ao mesmo tempo em que a tecnologia fornece acesso à informação, à comunicação, às pessoas etc., ela se torna uma barreira para aqueles(as) que não sabem utilizá-la. Neste sentido, a tecnologia pode ser segregadora.

O gênero é um aspecto a ser analisado. Não raro, é possível entrar em contato com fóruns de jogos eletrônicos na internet e verificar o quanto o público feminino ainda sofre preconceito nesse mundo dos *games*. Até mesmo em campeonatos de *e-Sports*, como do *League of Legends*, a presença feminina nos times profissionais é insignificante ou nula.

A última questão da entrevista tem como enfoque entender a opinião dos(as) entrevistados(as) a respeito do evento Campus Party Brasil promover os jogos eletrônicos.

**Gráfico 11** – O evento Campus Party Brasil (CPBR12) promove ou não os jogos na visão dos(as) entrevistados(as)



Fonte: Karine Regina Facini, 2021

Por meio do gráfico acima, é possível verificar que 86%, portanto, a maioria do público entrevistado, enxerga o CPBR como um evento que promove os jogos eletrônicos, embora ele não seja, em sua essência, voltado apenas para esse nicho. Porém, uma parte dos(as) respondentes entende que o evento não tenha tal propósito, mas antes, promove o *networking*, exatamente porque se trata de um evento de tecnologia.

Ao término da análise, concluímos que o Campus Party Brasil, de modo geral, é um evento que oferece conteúdo relacionado ao universo dos *games* e que também recebe um público interessado nessa temática ou que afirma ser jogador. Ademais, os(as) entrevistados(as), maioria constituído por jovens, costumam jogar diferentes tipos de jogos eletrônicos com frequência, o que nos indica que essa é uma atividade de lazer da

juventude. Porém, a alta nos preços dos jogos e consoles e as questões financeiras ainda constituem barreiras de acesso ao lazer que necessitam de atenção.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das discussões teóricas e da análise das entrevistas, podemos observar que a tecnologia está, a cada dia, mais inserida em nosso cotidiano. De fato, os avanços tecnológicos modificaram e permanecem transformando as relações sociais e o modo de viver dos indivíduos.

Com relação ao espaço virtual, notamos como esse ambiente se desenvolveu e passou a ser utilizado para a prática de jogos eletrônicos atualmente. Neste sentido, compreendemos que tal prática se tornou uma atividade de lazer de muitos. Além disso, ressaltamos que esse espaço, embora não exija a presença física, ele é real e proporciona experiências e sensações reais aos(as) usuários(as). Com isso posto, entendemos que os objetivos dessa pesquisa foram alcançados.

No que diz respeito aos jogos eletrônicos, é possível verificar que o mercado de desenvolvimento de *games* continua crescendo e se adaptando aos desejos e interesses do público consumidor, constituído, em sua maioria, por jovens. A cada momento, surgem diferentes tipos de jogos eletrônicos para cada plataforma, seja computador, console, celular e/ou *tablet*.

De acordo com as entrevistas realizadas no CPBR12, podemos concluir que o público que tem o costume de jogar algum tipo de jogo eletrônico é majoritariamente constituído por jovens. Essa informação era esperada, visto que o público jovem nasceu em meio ao desenvolvimento e evolução de artefatos tecnológicos, como o *videogame*, o computador, o celular etc. Neste sentido, possuem maior afinidade com tais ferramentas e, conseqüentemente, com o universo dos *games*.

A maioria dos(as) entrevistados(as) no evento CPBR12 indicou ser residente no estado de São Paulo, mas não podemos deixar de mencionar a presença de moradores de outros estados do Brasil. Isso nos mostra como os eventos de entretenimento e/ou tecnologia, assim como o Campus Party, incentivam o turismo de eventos/doméstico, seja entre cidades, municípios e estados.

A utilização de diferentes meios de transporte pelo público entrevistado para acessar o evento na cidade de São Paulo revela que, hoje, existe uma facilidade de locomoção com a evolução do sistema de transportes. A intermodalidade oferecida entre os sistemas rodoviário, ferroviário e aéreo torna possível os deslocamentos pela cidade, ainda que sejam um tanto caóticos e estressantes.

Os(as) entrevistados(as) que não têm o costume de jogar algum jogo eletrônico afirmaram as motivações que os levam a não realizar essa prática. Dentre elas, estão a

falta de tempo, de habilidade, de interesse, de dinheiro, de equipamento, entre outras. O aspecto tempo é um dos fatores principais que aparece nas respostas, exatamente pelo fato de ser um fator primordial para que as atividades de lazer aconteçam.

Em contrapartida, 71% do público entrevistado afirma jogar diferentes tipos de jogos eletrônicos e, a maioria dele (50% dessa amostra), o faz com bastante frequência. Dentre os jogos mais citados, estão *LoL*, *FIFA*, *PUBG*, *CS*, *The Sims*, *CS:GO*, além de jogos de fantasia, ficção, *FPS*, aventura etc. Esses dados indicam que a prática de jogos eletrônicos pode ser entendida como uma atividade de lazer presente no cotidiano de muitos jovens.

Ao serem questionados sobre a(s) plataforma(s) utilizada(s) para jogar, os(as) entrevistados(as) informaram que o computador é a mais usada, inclusive, do que o console. Tendo em vista que os jogos de console são comercializados com uma alta precificação e que os jogos de computador (e de celular) oferecem a opção de *download* gratuito, compreendemos o que leva esses(as) consumidores(as) de *games* a utilizarem mais uma plataforma do que a outra.

Não é de admirar que as principais barreiras de acesso informadas pelo público entrevistado sejam a financeira e o preço. De fato, o mercado de *games* ainda é segregador, estando disponível apenas para aqueles(as) que dispõem de poder aquisitivo para consumi-lo.

O fato de 60% dos(as) entrevistados(as) utilizar o ambiente doméstico para a prática de jogos eletrônicos está relacionado à proporção que a tecnologia ganhou nesses últimos anos. A criação e comercialização de produtos como o console e o computador, bem como os jogos eletrônicos disponíveis para essas plataformas, ocuparam significativamente o espaço dos antigos jogos tradicionais que exigiam a interação física e de brincadeiras de rua. Hoje, não há mais necessidade de aproximação real, física para o lazer seja possível. O espaço virtual se tornou um espaço de lazer que proporciona vivências e experiências semelhantes às da vida real.

O CPBR12 foi indicado pelos(as) respondentes como um evento que ajuda na promoção dos jogos eletrônicos, ainda que ele não tenha essa temática como foco. É possível relacionar esse dado com o crescimento de eventos de entretenimento/tecnologia que passaram a inserir o universo dos *games* em suas atrações. Isso mostra como os jogos eletrônicos estão em alta e se tornaram, para determinados segmentos, uma estratégia de *marketing* e negócios.

## REFERÊNCIAS<sup>1</sup>

ANDRADE, J. R. L. Metodologia de estimação da demanda por turismo doméstico no Brasil: aspectos teóricos e evidências empíricas. **Revista de Economia**, v. 33, n. 1, pp. 117-136, jan/jun, 2007.

ARTIMOS, D. **#CPBR12 | Em edição sustentável, evento amplia a oferta de conteúdo e reforça o elo com as comunidades.** In: Arrobanerd [*website*], São Paulo, 18 fev. 2019. Disponível em: <http://www.arrobanerd.com.br/cpbr12-em-edicao-sustentavel-evento-amplia-a-oferta-de-conteudo-e-reforca-o-elo-com-as-comunidades/>. Acesso em: 14 dez. 2020.

BACH, F. M. **Entre a realidade e a virtualidade:** o sujeito no ciberespaço. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Psicologia) - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul - UNIJUÍ, Santa Rosa, 2014.

BAFFA, M. F. O.; RAMALHO, M. M.; MOREIRA, G. B. S. M. **Construindo jogos de sucesso:** uma análise de League of Legends. XV SBGames. São Paulo, SP, Brasil, September 8th - 10th, 2016.

BAPTISTA, A. C. H. **Vivência do tempo:** ciberespaço e usuários. 2008. Dissertação (Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

BARROS, J. D. História, Espaço e Tempo: interações necessárias. **Revista Varia História**, Belo Horizonte, v. 22, n. 36, p. 460-476, 2006.

BELEI, R. A.; GIMENIZ-PASCHOAL, S. R.; NASCIMENTO, E. N.; MATSUMOTO, P. H. V. R. Uso de entrevista, observação e videogravação em pesquisa qualitativa. **Cadernos de Educação - FaE/PPGE/UFPel**, n.30, janeiro/junho, p.187-199, 2008.

BICALHO, M. G. P.; MORAIS, R. C. R. **Ciberespaço e território:** construção de uma discussão interdisciplinar. *Revista PerCursos*, Florianópolis, v. 17, n.34, p.05-23, maio, 2016.

BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. CASA CIVIL. **Lei nº 10.741, de 1 de outubro de 2003.** Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências. Brasília, DF, 2003. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/110.741.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.741.htm). Acesso em: 20 fev. 2021.

BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. CASA CIVIL. **Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990.** Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Brasília, DF, 1990. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm). Acesso em: 20 fev. 2021.

BRYCE, J. The technological transformation of leisure. **Social Science Computer Review**, v. 19, n. 1, 2001, pp.7-16.

---

<sup>1</sup> De acordo com a Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR 6023 (2002).

CAILLOIS, R. **Os jogos e os homens**: a máscara e a vertigem. Tradução: Maria Ferreira. Revisão técnica: Tânia Ramos Fortuna. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2017. (Coleção Clássicos do Jogo).

CAMPUS PARTY BRASIL [website]. **A CPBR12 é o palco ideal para sua banda**, 2020a. Disponível em: <https://brasil.campus-party.org/campus-party-brasil-2019/campusmusic/>. Acesso em: 12 dez. 2020.

CAMPUS PARTY BRASIL [website]. **A Campus Party**, 2020b. Disponível em: <https://brasil.campus-party.org/cpbr/sobre-nos/#:~:text=O%20Instituto%20Campus%20Party%20%C3%A9,assist%C3%Aancia%20social%20e%20da%20cidadania>. Acesso em: 11 dez. 2020.

CAMPUS PARTY BRASIL [website]. **Educação do Futuro**, 2020c. Disponível em: <https://brasil.campus-party.org/educacaodofuturo/>. Acesso em: 12 dez. 2020.

CAMPUS PARTY BRASIL [website]. **Games na CPBR12**, 2020d. Disponível em: <https://brasil.campus-party.org/games/>. Acesso em: 12 dez. 2020.

CAMPUS PARTY BRASIL [website]. **O Evento**, 2020e. Disponível em: <https://brasil.campus-party.org/o-evento/>. Acesso em: 11 dez. 2020.

CAMPUS PARTY BRASIL [website]. **Open Campus**, 2020f. Disponível em: <https://brasil.campus-party.org/campus-party-brasil-2019/open-campus/>. Acesso em: 12 dez. 2020.

CAMPUS PARTY BRASIL [website]. **Patrocinadores**, 2020g. Disponível em: <https://brasil.campus-party.org/campus-party-brasil-2019/patrocinadores/>. Acesso em: 14 dez. 2020.

CAMPUS PARTY BRASIL [website]. **Sobre nós**, 2020h. Disponível em: <https://brasil.campus-party.org/sobre-nos/>. Acesso em: 17 dez. 2020.

CANALTECH [website]. **Campus Party 2019 termina com mais de mil horas de conteúdo e 12 mil campuseiros**, 18 fev. 2019. Disponível em: <https://canaltech.com.br/campus-party/campus-party-2019-termina-com-mais-de-mil-horas-de-conteudo-e-12-mil-campuseiros-133005/>. Acesso em: 12 dez. 2020.

CARDOZO, M. L. **Produção de Conteúdo Gamer**. 2020. 173 f. Tese (Doutorado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2020.

CASTELLS, M. **A Era da Informação**: Economia, Sociedade e Cultura - A sociedade em Rede. Tradução de Roneide Venancio Majer. Editora Paz e Terra, 2005.

CERVO, L. A.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. São Paulo: Makron Books, 1996.

BRASIL. CONSELHO NACIONAL DE JUVENTUDE. **Política nacional de juventude**: diretrizes e perspectivas. São Paulo: CONJUVE: Fundação Friedrich Ebert,

2006. Disponível em: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/brasilien/05611.pdf>. Acesso em: 01 mar. 2021.

DORNELLES, J. **Vida na rede**: uma análise antropológica da virtualidade. 2008. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

DUMAZEDIER, J. **Valores e conteúdos culturais do lazer**. São Paulo: SESC, 1980.

EDUVIRGES, J. R.; SANTOS, M. N. A contextualização da Internet na sociedade da informação. **Múltiplos Olhares em Ciência da Informação**, v. 3, n. 2, 2013.

FERNANDES, A. T. Espaço social e suas representações. **Sociologia**, n. 2, p. 61-99, 1992.

FERREIRA, C. **Pesquisa Game Brasil 2018 revela perfil dos jogadores brasileiros**. In: Torcedores.com [*website*], 11 maio 2018. Disponível em: <https://www.torcedores.com/noticias/2018/05/pesquisa-game-brasil-2018-revela-perfil-dos-jogadores-brasileiros>. Acesso em: 11 nov. 2018.

GUERREIRO, E. P. **Cidade digital**: infoinclusão social e tecnologia em rede. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

HENRIQUE, M. R. T. **O percurso histórico**: do ENIAC aos computadores nas escolas. Trabalho de Conclusão de Curso - Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual do Ceará, Ceará, 2013.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens**: o jogo como elemento da cultura. Tradução: João Paulo Monteiro. Revisão de tradução: Newton Cunha. 9 ed. rev. e atual. São Paulo: Editora Perspectiva, 2019. (Coleção Estudos: 4 / coordenação J. Guinsburg).

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - Síntese de Indicadores 2015**, 2016. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2018.

JULIA, P. Refletindo sobre o jogo. **Motriz**, v. 2, n. 2, dez.1996, p. 86-96.

LEMES, D. O. **Games independentes**: fundamentos metodológicos para criação, planejamento e desenvolvimento de jogos digitais. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2009.

LOHMANN, G.; FRAGA, C.; CASTRO, R. **Transportes e destinos turísticos**: planejamento e gestão. 1 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

MACIOROWSKI, M. M.; LIMA, M. L. T. F.; SOUZA, J. C. O papel da integração modal na construção da mobilidade urbana sustentável. In: CONGRESSO NACIONAL DE PESQUISA EM TRANSPORTE DA ANPET, 31º, 2017, Recife. **Anais eletrônicos...** Recife: ANPET, 2017, p. 2951-2960. Disponível

em:<<http://146.164.5.73:30080/tempsite/anais/completos/planejamento-territorial-do-transporte.pdf>>. Acesso em: 04 jan. 2020.

MAGELA, U. **CCXP lança campanha oficial de sua 6ª edição**. In: Estação Nerd [website], 21 nov. 2019. Disponível em: <https://estacaonerd.com/ccxp-lanca-campanha-oficial-de-sua-6a-edicao/>. Acesso em: 11 dez. 2020.

MARCELLINO, N. C. **Lazer e educação**. Campinas: Papirus, 1990.

MARCELLINO, N. C.; BARBOSA, F. S.; MARIANO, S. H.; SILVA, A.; FERNANDES, E. A. O. **Espaços e equipamentos de lazer em região metropolitana: o caso da RMC – Região Metropolitana de Campinas**. Curitiba: OPUS, 2007.

MEIO BIT [website]. **Brasil Gamer: 82% dos jovens e adultos jogam videogames**, 2016. Disponível em: <https://tecnoblog.net/meiobit/328936/brasil-pesquisa-npd-82-por-cento-populacao-entre-13-59-anos-jogam-entre-pcs-consoles-mobile-e-portateis/>. Acesso em: 29 dez. 2020.

MINAYO, M. (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001.

MONTEIRO, S. D. O Ciberespaço: o termo, a definição e o conceito. **DataGramZero - Revista de Ciência da Informação**, v.8, n.3, junho, 2007. Disponível em: [https://brapci.inf.br/repositorio/2010/01/pdf\\_31a590c998\\_0007547.pdf](https://brapci.inf.br/repositorio/2010/01/pdf_31a590c998_0007547.pdf). Acesso em: 27 fev. 2021.

NODARI, M. P. M.; ROSA, E. M.; NASCIMENTO, C. R. R.; GUERRA, V. M. Os usos do tempo livre entre jovens de classes populares. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, Brasília, v. 32, n. 4, pp. 1-9, 2016.

OLIVEIRA, M. E. **Orkut: O impacto da Realidade da Infidelidade Virtual**. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

OLHAR DIGITAL [website]. **75,8% dos gamers brasileiros afirmam jogar mais durante pandemia, diz pesquisa**, 07 abr. 2021. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2021/04/07/games-e-consoles/gamers-brasileiros-pesquisa/>. Acesso em: 15 nov. 2021.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. **Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics: a Technical Manual**. Madrid, 1995.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE [website]. **Folha informativa sobre COVID-19**, s.d. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19>. Acesso em: 15 nov. 2021.

PANOSSO NETTO, A. **O que é turismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2010.

PICCOLO, G. M. O universo lúdico proposto por Caillois. **Revista Digital - Buenos Aires**, n. 127, 2008.

PINHEIRO, C. R. **Turismo de eventos**: análise do mercado de eventos internacionais na cidade do Rio de Janeiro. 2020. 69 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo) - Curso de Turismo, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2020.

REQUIXA, R. **Sugestões de diretrizes para uma política nacional de lazer**. São Paulo: SESC, 1980.

RIBEIRO, M. W. S.; ZORZAL, E. R. (Org.). **Realidade virtual e aumentada**: aplicações e tendências. Uberlândia, MG: Editora SBC - Sociedade Brasileira de Computação, 2011.

SANTIAGO, D. R. P. **Inclusão digital**: estratégia de co-participação de idosos no lazer virtual. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de Biociências de Rio Claro, 2011.

SANTINI, R. C. G. **Dimensões do lazer e da recreação**: questões espaciais, sociais e psicológicas. São Paulo: Editora Angelotti, 1993.

SANTOS, M. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel, 1997.

SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado**: fundamentos teóricos e metodológicos da geografia. São Paulo: Hucitec, 1988.

SCHLÜTER, R. G. **Metodologia da pesquisa em turismo e hotelaria**. Tradução por Tereza Jardim. São Paulo: Aleph, 2003.

SCHWARTZ, G. M.; MOREIRA, J. C. C. **O ambiente virtual e o lazer**. In: MARCELLINO, N. C. Lazer e cultura. Campinas: Alínea, 2007. p.149-170.

SILVA, D. A. M.; STOPPA, E. A.; ISAYAMA, H. F.; MARCELLINO, N. C.; MELO, V. A. **Importância da recreação e do lazer**. Brasília: Gráfica e Editora Ideal, 2011.

SILVA, N. P. S.; RESENDE, M. S. Jogar off e jogar online: compreensões acerca da interação nos jogos eletrônicos. **Contemporânea**, v. 10, n. 1, 2012.

SILVA, T. F. Lazer, escola e educação física escolar: encontros e desencontros. **Licere**, Belo Horizonte, v. 14, n. 1, mar/2011.

SPIZZIRRI, R. C. P.; WAGNER, A.; MOSMANN, C. P.; ARMANI, A. B. Adolescência conectada: Mapeando o uso da internet em jovens internautas. **Psicologia Argumento**, Curitiba, v. 30, n. 69, pp. 327-335, abr/jun, 2012.

SPRACKLEN, K. **Digital Leisure, the Internet and Popular Culture**: communities and identities in a digital age. London: Palgrave Macmillan, 2015.

TECMUNDO [website]. **Pandemia faz consumo de jogos disparar e mercado procura profissionais**, 25 nov. 2020. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/voxel/207292-pandemia-consumo-jogos-disparar-mercado-procura-profissionais.htm>. Acesso em: 15 nov. 2021.

TECMUNDO [*website*]. **12ª edição da Campus Party Brasil começa hoje (12) em São Paulo**, 12 fev. 2019. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/cultura-geek/138670-12-edicao-campus-party-brasil-comeca-12-paulo.htm>. Acesso em: 11 dez. 2020.

TENAN, I. P. S. **Eventos**. São Paulo: Aleph, 2002.

TNH1 [*website*]. **Confira os 10 games mais jogados do mundo**, 22 jun. 2017. Disponível em: <https://www.tnh1.com.br/noticia/nid/confira-os-10-games-mais-jogados-do-mundo/>. Acesso em: 11 nov. 2018.

TRIGO, L. G. G. **Entretenimento: uma crítica aberta**. São Paulo: SENAC, 2003.

UOL [*website*]. **Primeira edição do Campus Party ocorreu em 1997 na Espanha**, 21 jan. 2021. Disponível em: <http://atarde.uol.com.br/campusparty/noticias/1883647-primeira-edicao-do-campus-party-ocorreu-em-1997-na-espanha>. Acesso em: 11 dez. 2020.

VARGAS, H. C.; PAIVA, R. A. (Orgs.). **Turismo, arquitetura e cidade**. Barueri: Manole, 2016.

VEAL, A. J. **Metodologia de Pesquisa em Lazer e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2011.

VIEIRA, S. **Estatística básica**. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

## APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE ESCLARECIDO



---

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE ESCLARECIDO

**Responsável pelo trabalho e entrevista:** Karine Regina Facini

**Telefone para contato:** (11) 97545-9888

**E-mail:** [karine.facini@usp.br](mailto:karine.facini@usp.br)

**Orientador:** Prof. Dr. Ricardo Ricci Uvinha

**Dados sobre a pesquisa:** O objetivo desse projeto é estudar as práticas de lazer da contemporaneidade, especialmente no que diz respeito à jogos eletrônicos. Para tanto, a coleta de dados será realizada por meio de entrevistas, gravadas com o auxílio de um celular.

Ciente do exposto,

Eu, \_\_\_\_\_,  
autorizo que minha entrevista seja gravada e utilizada para fins de publicação pela pesquisadora Karine Regina Facini.

---

Assinatura do entrevistado