



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MEMÓRIA SOCIAL E BENS CULTURAIS

PAULO PIRES DE AVILA

**VIDEOGAMES NO CAMPO DE ESTUDO DA MEMÓRIA SOCIAL: UMA ANÁLISE
DA GERAÇÃO NASCIDA ENTRE 1995 E 2005**

Canoas, 2024

PAULO PIRES DE AVILA

**VIDEOGAMES NO CAMPO DE ESTUDO DA MEMÓRIA SOCIAL: UMA ANÁLISE
DA GERAÇÃO NASCIDA ENTRE 1995 E 2005**

Dissertação de Mestrado
apresentada ao Programa de Pós-
Graduação em Memória Social e
Bens Culturais da Universidade La
Salle – UNILASALLE como requisito
parcial para a obtenção do título de
Mestre em Memória Social e Bens
Culturais.

Orientadora: Profa. Dra. Ingridi Vargas Bortolaso

Canoas, 2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

A958v Avila, Paulo Pires de.
Videogames no campo de estudo da memória social [manuscrito]:
uma análise da geração nascida entre 1995 e 2005 / Paulo Pires de
Avila. – 2024.
94 f. : il.

Dissertação (mestrado em Memória Social e Bens Culturais) –
Universidade La Salle, Canoas, 2024.
"Orientação: Profa. Dra. Ingridi Vargas Bortolaso".

1. Memória social. 2. Videogames. 3. Cultura. 4. Identidade.
I. Bortolaso, Ingridi Vargas. II. Título.

CDU: 316.7

Bibliotecária responsável: Melissa Rodrigues Martins - CRB 10/1380

PAULO PIRES DE AVILA

**VIDEOGAMES NO CAMPO DE ESTUDO DA MEMÓRIA SOCIAL: UMA ANÁLISE
DA GERAÇÃO NASCIDA ENTRE 1995 E 2005**

Dissertação de Mestrado
apresentada ao Programa de Pós-
Graduação em Memória Social e
Bens Culturais da Universidade La
Salle – UNILASALLE como requisito
parcial para a obtenção do título de
Mestre em Memória Social e Bens
Culturais.

Aprovado pela banca examinadora em 16 de dezembro de 2024.

Profa. Dra. Ingridi Vargas Bortolaso (Orientadora)
Universidade La Salle – Canoas – UNILASALLE

Profa. Dra. Maria de Lourdes Borges
Universidade La Salle – Canoas – UNILASALLE

Prof. Dra. Lúcia da Rosa
Universidade La Salle – Canoas – UNILASALLE

Profa. Dr. Flávio Régio Brambilla
Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC

Dedico esta dissertação à minha família, minha mãe Roseméri, meu Pai José Paulo e meu Irmão Otávio. Se não fossem eles, não teria conhecido o programa de graduação da Universidade LaSalle e, conseqüentemente, não teria percorrido a trajetória que percorri. E à minha noiva Nyara Araújo por me ajudar durante todo o processo, mesmo nos momentos mais difíceis. Sem vocês, nada disso seria possível.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à minha família, minha mãe Roseméri, meu Pai José Paulo e meu Irmão Otávio. Se não fossem eles, não teria conhecido o programa de graduação da Universidade LaSalle e, conseqüentemente, não teria percorrido a trajetória que percorri. Além disso, agradeço pelas das ajudas em diversos momentos (caronas, revisões de trabalhos, conversas sobre os assuntos que estava estudando) e a inspiração e incentivo para continuar sempre aprendendo.

Agradeço também à minha noiva Nyara Araújo por me ajudar durante todo o processo, mesmo nos momentos mais difíceis. A sua participação durante a coleta de dados na Brasil Game Show 2023 foi essencial para que a dissertação tivesse o conteúdo que hoje possui.

Agradeço aos professores da Universidade La Salle que pavimentaram o caminho para que eu pudesse elaborar a presente dissertação, em especial à prof.^a Dr^a Cleusa Maria Gomes Graebin, à prof.^a Dr^a Maria de Lourdes Borges, à prof.^a Dr^a. Lúcia da Rosa e ao prof. Dr. Moisés Waismann. Através de cada encontro que tive durante suas aulas, tive uma compreensão melhor do papel e importância da memória em nossas vidas, além de diversas reflexões sobre mim mesmo que foram instigadas pelos conteúdos apreendidos.

À minha orientadora, prof.^a Dr^a Ingridi Bortolaso Vargas, que mesmo diante de diversos desafios pessoais e profissionais vividos durante esses dois anos, sempre se disponibilizava a ajudar. Sou grato por todos os momentos em que me aconselhou e me incentivou a continuar a escrita, mesmo quando ocorriam atrasos ou eu estava com dificuldades. Como eu não entrei no PPG com uma orientação fixa, não te conhecia e não sabia como iria ser o processo, mas agora tenho certeza que foi a melhor orientadora que eu poderia ter nesse processo. Muito obrigado.

Por fim, agradeço a todas as pessoas que, direta ou indiretamente, ajudaram a construir essa dissertação. Um agradecimento especial ao Diego Kerber e à Nilce Moretto que foram de extrema importância para a divulgação da pesquisa.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Público no salão principal da BGS 2023	34
Figura 2 - Show da Vídeo Game Orchestra na BGS 2023	34
Figura 3 - Cartões impressos do questionário	35
Figura 4 - Gráfico - Estado de residência.....	37
Figura 5 - Gráfico - Ano de nascimento.....	37
Figura 6 - Gráfico - Hábito de jogar videogame.....	38
Figura 7 - Gráfico - Se considera gamer	39
Figura 8 - Gráfico - Qual modalidade mais joga	41
Figura 9 - Gráfico - Plataforma preferida.....	42
Figura 10 - Gráfico - Participa de comunidades de jogadores	43
Figura 11 - Gráfico - Participa de eventos de videogames	44
Figura 12 - Gráfico - Videogames ajudaram a ser quem você é hoje	46
Figura 13 - Gráfico - Videogames como atividades culturais.....	47
Figura 14 - Gráfico - Concorde com estereótipos atuais.....	48
Figura 15 - Cena 0 – Capa.....	63
Figura 16 - Cena 1 – O que são bits de memória.....	64
Figura 17 - Cena 2 – Memória e Identidade.....	65
Figura 18 - Cena 3 – A evolução dos videogames	66
Figura 19 - Cena 4 – Videogames e Identidade - Lembranças	67
Figura 20 - Cena 5: Comunidades e Cultura Gamer - Construindo Memórias Coletivas	68
Figura 21 - Cena 6: Sociotransmissores	69
Figura 22 - Cena 7a: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade.....	70
Figura 23 - Cena 7b: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade.....	71
Figura 24 - Cena 7c: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade.....	72
Figura 25 - Cena 7d: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade.....	73

Figura 26 - Cena 7e: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade.....	74
Figura 27 - Cena 7f: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade.....	75
Figura 28 - Cena 7g: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade.....	76
Figura 29 - Cena 7h: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade.....	77
Figura 30 - Cena 8: Conclusão	78
Figura 31 - Questionário: Introdução	91
Figura 32 - Questionário: Questões específicas 1 de 2	92
Figura 33 - Questionário: Questões específicas 2 de 2	93

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Bases teóricas utilizadas	28
Quadro 2 - Contagem de menção de videogames	51
Quadro 3 - Respostas para “Por que esse videogame (jogo) marcou você?” ..	52
Quadro 4 - Gastos	83

LISTA DE SIGLAS

Sigla	Conceito
BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
BGS	Brasil Game Show
BIG Festival	Brazilian Independent Games Festival
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
PC	Personal Computer (Computador Pessoal)
PGB	Pesquisa Games Brasil
PWC	PricewaterhouseCoopers (uma das maiores firmas de auditoria e consultoria do mundo)
SAPIENS	Semana Acadêmica de Pesquisa, Inovação e Extensão
SciELO	Scientific Electronic Library Online
SEFIC	Semana Científica da Unilasalle
SICT	Secretaria de Inovação, Ciência e Tecnologia

RESUMO

Este estudo investiga como a memória social e a identidade da geração nascida entre 1995 e 2005 são influenciadas pelos videogames, destacando seu papel cultural e social. A questão de pesquisa busca entender de que maneira os videogames contribuem para a construção de memórias dessa geração, com o objetivo de analisar essas contribuições no contexto da formação de identidade e memória coletiva. O estudo se fundamenta em teóricos como Maurice Halbwachs, Joël Candau, Zygmunt Bauman e Clifford Geertz, que fornecem uma base sólida para a compreensão da memória e cultura. Foi utilizada uma abordagem qualiquantitativa com métodos exploratórios, incluindo entrevistas temáticas e levantamento de campo, complementados por questionário com elementos de estatística descritiva, visando explorar a influência dos videogames na formação de identidades. Os dados revelaram que os videogames têm um impacto significativo na memória coletiva e na identidade dos indivíduos, funcionando como sociotransmissores que favorecem conexões sociais. Foram realizadas 5 entrevistas e coletadas 1474 respostas ao questionário, as quais indicam que os videogames não apenas entretêm, mas também contribuem para a formação de vínculos e memórias que moldam a identidade dos jogadores. As limitações do estudo se devem ao foco restrito na faixa etária analisada, sugerindo como perspectiva para pesquisas futuras a inclusão de diferentes gerações e a análise de outras manifestações culturais vinculadas aos videogames.

Palavras-chave: Videogames. Memória Social. Cultura. Identidade.

ABSTRACT

This study investigates how video games influence social memory and the identity of individuals born between 1995 and 2005, emphasizing their cultural and social roles. The research seeks to understand how video games contribute to the creation of memories within this generation, aiming to analyze these contributions in the context of identity formation and collective memory. The study is grounded in the theoretical frameworks of Maurice Halbwachs, Joël Candau, Zygmunt Bauman, and Clifford Geertz, providing a solid foundation for understanding memory and culture. A qualiquantitative approach with exploratory methods was employed, including thematic interviews and field surveys, complemented by a questionnaire with elements of descriptive statistics, to explore the influence of video games on identity formation. The data revealed that video games have a significant impact on collective memory and individual identity, functioning as sociotransmitters that foster social connections. Five interviews were conducted, and 1474 questionnaire responses were collected, indicating that video games not only entertain but also contribute to the creation of bonds and memories that shape players' identities. The study's limitations stem from its focus on a specific age group, suggesting future research should include different generations and analyze other cultural manifestations associated with video games.

Palavras-chave: Video games. Social Memory. Culture. Identity.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 Memorial	13
1.2 Contexto	18
1.2.1 Questão de Pesquisa	18
1.2.2 Objetivos	19
1.2.3 Justificativa	19
2 BASES CONCEITUAIS	22
2.1 Memória Social	22
2.2 A memória dos jogadores	24
2.3 Cultura Gamer	26
3 METODOLOGIA DA PESQUISA	30
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	33
4.1 Brasil Game Show 2023	33
4.2 Resultados do questionário	36
4.3 Resultados das entrevistas	54
4.3.1 Análise Temática	54
5 PRODUTO FINAL	61
5.1 – O Produto	62
5.2 – Análises de Mercado	79
5.2.1 – Estudos dos clientes	79
5.2.2 – Estudos dos concorrentes	79
5.2.3 – Estudos dos fornecedores	80
5.3 - Plano de Marketing	80
5.3.1 Etapas de planejamento: Análise de ambiente interno e externo	80
5.3.2 Pesquisa sobre a aceitação do público-alvo ao produto oferecido	81
5.3.3 Definição das estratégias de Marketing	81
5.4 – Processos operacionais	82
5.5 – Plano financeiro	83
5.5.1 - Gastos	83
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	85
REFERÊNCIAS	88
APÊNDICE A	91
APÊNDICE B	94

1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa analisa o impacto dos videogames¹ na geração nascida entre 1995 e 2005, focando em aspectos de identidade cultural e construção de memórias. Assim, a pesquisa se integra à linha de pesquisa “Memória, Cultura e Gestão”, do Programa de Pós-graduação em Memória Social e Bens Culturais (PPGMSBC) da Universidade La Salle. O campo de estudo em memória social se revela particularmente interessante para a realização desta pesquisa devido seu caráter interdisciplinar, que permite atender às diferentes dimensões pelas quais os videogames podem influenciar uma sociedade. Este trabalho enfoca particularmente a identidade² e a construção de “memória coletiva”³ por meio da formação de comunidades.

Enfatizando a abordagem interdisciplinar, para fins desse estudo, é relevante considerar a influência econômica significativa dos videogames, o que revela a complexidade e o impacto desse fenômeno na sociedade contemporânea. Neste contexto, o mercado de videogames, conforme indicado pelo relatório da PWC de 2022, tem ganhado uma parcela crescente no entretenimento e uma crescente presença na vida cotidiana dos brasileiros. (PWC, 2022). Essa popularidade emergente permite o levantamento de reflexões sobre como os videogames moldam a identidade e a memória dos indivíduos, bem como compreender como ocorrem as conexões entre os jogos, jogadores e personagens. A investigação de tais questionamentos a partir do campo de estudo da memória social, antropologia e cultura começam a ter uma possível interpretação. Assim, analisar os videogames enquanto fomentadores de lembranças torna-se essencial para compreender seu impacto na sociedade. Portanto, esta pesquisa visa responder a seguinte questão de

¹ Ao decorrer do texto, será utilizado o termo “videogames” para significar “jogos eletrônicos”, visto que para o público analisado na pesquisa os termos são sinônimos.

² Para Candau, a identidade é constituída também pela memória, assim como a memória é ressignificada e lembrada a partir da identidade de um grupo ou indivíduo. (CANDAU, 2009). Assim, pode-se inferir que ela é um estado inerente aos indivíduos, podendo produzir sentimentos de pertencimento ou assemelhação.

³ A memória não apenas como capacidade de lembrar, mas as relações com o entorno e o coletivo. É construída e reconstruída coletivamente, influenciando e sendo influenciada pelas narrativas, identidades e relações sociais de uma comunidade. (HALBWACHS, 2006)

pesquisa: Como os videogames contribuem para a construção de uma memória da geração dos indivíduos nascidos entre 1995 e 2005?

Por meio de uma pesquisa exploratória, que se apoia em procedimento técnico documental com entrevistas temáticas e levantamento de campo, o presente estudo utilizou dados com abordagem qualiquantitativa com elementos de estatística descritiva para mostrar o leitor o panorama da indústria de videogames no mundo, buscando dar uma base para a visibilidade do tema.

Compreendendo que a presente pesquisa está inserida em um Mestrado Profissional, o produto técnico desta dissertação foi tangibilizado por um roteiro de documentário. Ele abordou — de forma simples e direta — uma síntese dos principais conceitos e informações analisadas ao decorrer da pesquisa. Por meio dele, pretendeu-se tornar público: i) o impacto dos videogames na construção de memória e identidade; ii) o impacto produtivo na indústria; iii) evolução do cenário nacional sobre o tema; e iv) como os videogames moldam a cultura, os valores e as experiências compartilhadas por essa geração.

Neste sentido, o roteiro do documentário busca evidenciar ao público a visão dos videogames como algo além do exercício de jogar, instigando mais pesquisas sobre o assunto, bem como fomentar discussões nesse tema de crescimento recente e exponencial. (PWC, 2022). O roteiro do documentário foi disponibilizado para acesso público, com o intuito de disseminar a importância do tema para a atualidade.

Para facilitar a compreensão da estrutura desta dissertação, informa-se que ela é composta por cinco capítulos. O primeiro capítulo, introdução, contém, além do texto introdutório, mais duas seções. A primeira seção, intitulada “Memorial”, apresenta a trajetória do autor desta dissertação e oportuniza ao leitor uma visão dos motivos que levaram à escolha do tema da pesquisa. A segunda seção, apresenta o contexto da pesquisa, a questão norteadora, os objetivos e as justificativas para o desenvolvimento do estudo. O segundo capítulo detalha os conceitos principais que fundamentam o referencial teórico da pesquisa. O terceiro capítulo esclarece o percurso metodológico escolhido para o desenvolvimento desta dissertação. O quarto capítulo aborda a análise e discussão dos resultados, vinculando-os com os conceitos

teóricos. O quinto e último capítulo apresenta a proposta do produto final para esta dissertação.

1.1 Memorial⁴

Me chamo Paulo, nasci no ano 2000 e atualmente (2024) trabalho como desenvolvedor de software, sendo Técnico em Informática pelo Colégio Sinodal Progresso e Bacharel em Ciência da Computação pela Universidade La Salle. Assim, descrevi minha trajetória até o momento, bem como minhas motivações para ingressar nesse programa de mestrado e estar redigindo a presente pesquisa.

Desde criança, sempre gostei de adquirir novos conhecimentos em todas as disciplinas. Quando menor, além das matérias abordadas em sala de aula, eu sempre buscava fazer atividades extraclasse como coral, xadrez, dança, música, esportes, entre outros. O meu contato com diversas áreas do conhecimento, portanto, sempre foi natural e prazeroso.

Mesmo gostando de todas as disciplinas, não pude deixar de criar minhas favoritas. Ao longo da trajetória acadêmica, meu interesse pela história e pela matemática aumentaram significativamente. Duas disciplinas de áreas completamente distintas. Talvez o meu amor por literatura, expresso mediante livros de narrativa fantasiosa e juvenil na época, tenha influenciado no meu apego à história e como os fatos que aconteceram no passado moldaram a sociedade em que vivemos atualmente. Extrapolando a leitura, o meu amor por literatura e história também se mostrava presente em textos autorais, uma vez que eu adorava criar histórias, descrevendo aventuras e mistérios que a minha imaginação criava. Já na matemática, a sensação de conseguir resolver um problema que anteriormente parecia difícil, ou até impossível, sempre foi a minha maior motivação.

Em 2009, ganhei meu primeiro computador. Desde lá, meu contato com essa tecnologia foi contínuo. Seja para fazer trabalhos da escola ou lazer, boa parte da minha rotina fora da escola passava pelo computador. Esse contato não me

⁴ Foi redigido em primeira pessoa, pois trata-se de um relato da vida do autor até o momento, demonstrando sua conexão com o tema e esclarecendo a escolha deste.

apresentou apenas a ampla gama de funcionalidades e praticidades disponíveis, mas também uma nova maneira de lazer e de me divertir com as pessoas de que eu gosto. Assim, passava horas jogando videogames simples de navegador, mas que tinham na época o aspecto de um mundo mágico e encantador para mim. Alguns anos mais tarde, ganhei de aniversário dos meus pais o console ao qual muitas memórias afetivas minhas estão atreladas. Diversos foram os momentos em que eu estava jogando na casa da minha avó, juntamente com os meus primos. Risadas, entusiasmo pelo que estava acontecendo no jogo, bem como os questionamentos de quando era a vez do próximo jogar, certamente constituíram momentos e lembranças felizes que constituíram a pessoa que me tornei.

A grande conexão com a tecnologia que construí nessa época, anos depois, iria me motivar para entrar na área da informática por meio do curso técnico em Informática disponibilizado pelo Colégio Sinodal Progresso em Montenegro, Rio Grande do Sul. Em 2016, já no segundo ano do ensino médio, comecei o curso que iria me mostrar mais sobre o que a informática e a computação podem oferecer em um ponto de vista profissional.

No final do curso, já sabendo em quais ramificações da computação eu possuía mais afinidade ou não, entrei no mercado de trabalho como estagiário em suporte técnico. Além da experiência técnica adquirida, essa oportunidade foi fundamental na melhora da minha desenvoltura comunicativa. Durante esse estágio, em 2018, eu estava cursando as disciplinas restantes do técnico e começando a faculdade em Ciência da Computação, na época na Unisinos. Pouco mais de 8 meses depois, em março de 2019, ocorreu um *Hackathon* na Unisinos — um evento onde diversas pessoas se inscrevem para passar horas e virar a noite, desenvolvendo um projeto para ser apresentado no dia seguinte. Apesar de não ter ganho como o melhor projeto, o meu resultado foi reconhecido por um dos integrantes da empresa que promovia o evento, posteriormente me convidando a trabalhar com eles em um estágio como desenvolvedor. Assim começou minha trajetória profissional em desenvolvimento de software.

Pouco antes do começo das atividades em meu novo cargo, também em março de 2019, a Universidade La Salle Canoas abriu mais um edital para a bolsa Google for Education — uma bolsa integral que envolvia a dedicação do candidato à monitoria e ensino ao corpo docente sobre as ferramentas do atual Google Workspace. Eu já havia me inscrito para o programa da bolsa de 2018, porém fiquei de primeiro suplente. Dessa vez, fui aceito no processo seletivo e comecei meus estudos como bolsista.

Durante os primeiros dois anos, participei de diversas monitorias, treinamentos e aplicação de provas, sempre mantendo o mínimo de 5 disciplinas ao mesmo tempo, conforme requisito do edital. No âmbito acadêmico, também comecei a desenvolver um projeto de pesquisa com a professora Elaine Conte, relacionado ao uso da gamificação na educação. Esse tema sempre me chamou atenção e me instigou a investigar mais sobre, visto que ele aborda questões presentes no cotidiano educacional, assim mostrando como o processo de aprendizagem pode ocorrer de forma natural e orgânica. Continuei esse projeto durante os próximos dois anos. Em 2020, apresentei na SEFIC a conceituação de gamificação e o impacto de seu uso na educação e, em 2021, como o tema havia evoluído em outras pesquisas acadêmicas, comparando a quantidade de publicações em bases de dados digitais nos últimos anos.

Durante esse período, também fui rotacionando na empresa em que estava. Assim, passei de estagiário até desenvolvedor “Full Stack”, nível pleno, no meio de 2020. No final do mesmo ano, recebi, mediante um ex-professor do curso Técnico, uma proposta para ingressar na Linx, outra empresa da área, na qual eu atuaria por quase um ano no mesmo cargo, porém com nível sênior.

Em março de 2020, com a chegada da pandemia da COVID-19, a rotina da maioria das pessoas passou por uma mudança abrupta. No meu caso, ao invés de ir todas as noites para o campus da universidade participar das aulas, comecei a fazê-las virtualmente. Assim também ocorreu com o meu novo trabalho, onde o sistema home office foi uma ótima mudança. Por passar o dia inteiro em casa, acabei tendo mais tempo para dedicar aos meus estudos, ao trabalho e à vida pessoal. Sem dúvidas, esse período de dois anos que envolveram a pandemia foi de intenso desenvolvimento e evolução em todos esses contextos.

No final de 2021, recebi outra proposta de emprego, desta vez para uma empresa de São Paulo, para trabalhar em consultoria para a DELL, uma empresa de escopo global e multicultural. Nos primeiros dias, notei que, apesar de ainda atuar com a mesma linguagem de programação, o ambiente é completamente diferente. Os integrantes do time são de regiões e culturas diferentes, contendo em sua maioria pessoas que nasceram na Índia, porém mudaram-se para os Estados Unidos no estado do Texas — onde há uma grande sede da empresa. As diferenças culturais sempre geram boas conversas entre a equipe, trocando conhecimentos entre o cotidiano entre Brasil e Estados Unidos, bem como assuntos, filmes e piadas da Índia que até o momento eu não conhecia. A experiência do meu trabalho atual, portanto, vai muito além do crescimento profissional, pois me mostrou essas realidades tão diferentes da minha e a importância dessa troca de perspectiva. Além do choque cultural e organizacional por trabalhar em uma empresa de porte global, o uso cotidiano do inglês com todos os membros do time também foi um ponto que necessitou de um tempo de adaptação, mas que hoje flui tranquilamente.

Com o início de 2022, também começou o meu Trabalho de Conclusão do Curso — TCC. Com o intuito de unir os conceitos aprendidos durante a graduação, minha afinidade com o desenvolvimento de sites (Front-end), minha bolsa do Google for Education e as pesquisas de educação que desenvolvi para a SEFIC, acabei chegando na concepção do meu tema: O desenvolvimento de uma aplicação *Web* para unificar as ferramentas pertencentes ao Google Workspace e auxiliar na aprendizagem do ensino superior. Durante o ano, fui desenvolvendo esse tema até chegar na aplicação final, cujo acesso foi disponibilizado aos alunos para testes e sugestões. O processo de desenvolvimento da solução foi muito interessante, uma vez que pesquisas realizadas com os demais alunos mostraram como o domínio dessas ferramentas varia, bem como a frequência de utilização delas. Por tratar-se de um contexto no qual eu também era um usuário, minhas necessidades foram agregadas às dos demais alunos para criar funcionalidades que auxiliassem no processo de aprendizagem. O resultado do projeto foi ótimo, visto que desafiei meus limites ao criar e publicar uma plataforma utilizando as credenciais do Google, bem

como aprendi mais sobre as funcionalidades que têm maior impacto positivo aos alunos e professores.

Como mencionado no início deste memorial, desde cedo meu interesse pela história esteve lá. Apesar de em alguns momentos ficar em segundo plano, devido à falta de tempo ou obrigações com minha área profissional, assim que possível a vontade de aprender algo relacionado reaparece. O período da pandemia reacendeu em mim a paixão de ler livros sobre mitologias, principalmente as clássicas, como a grega, egípcia e nórdica. Muitas situações que vivemos atualmente se originaram de questões levantadas por essas civilizações, que viveram em uma realidade totalmente diferente e com crenças que muitas vezes as moldaram. Sempre gostei de entender como fatos que aconteceram há muito tempo impactam nossas vidas atualmente. Muito do que vivemos hoje foi debatido e/ou criado por essas civilizações de culturas e perspectivas tão diferentes entre si e, ao mesmo tempo, similares em vários aspectos. Por gostar desses temas, estou recentemente lendo livros técnicos sobre a história da Grécia Antiga. Por meio deles, tenho em vista entender melhor o processo de criação e a realidade da civilização que criou boa parte dos conceitos atuais, como democracia, filosofia, história como a temos hoje, entre outros.

Entretanto, uma ótima surpresa ainda estava por vir. Durante a cerimônia de colação de grau, em fevereiro de 2023, recebi o prêmio Destaque Acadêmico da Universidade La Salle — premiação entregue ao estudante que obtiver o maior coeficiente de aproveitamento entre os concluintes do semestre. Esse reconhecimento foi a motivação final, emocional e financeira, para eu continuar na área acadêmica e estar cursando o mestrado em Memória Social e Bens Culturais, onde consegui unir minha área profissional e técnica com minha paixão por histórias, videogames, tecnologia e cultura.

Assim, minha jornada profissional foi fortemente influenciada pelas minhas experiências com a tecnologia e nesta jornada surgiu meu interesse em conduzir uma investigação sobre a importância dos videogames na construção de memória de uma geração, a geração nascida entre 1995 e 2005. Ressalto que como profissional de tecnologia reconheço o potencial dos videogames enquanto expressões culturais, capazes de gerar identidades sociais e, até mesmo, influenciar a evolução de

indústrias criativas. É assim que, alinhando minha experiência de vida à minha formação acadêmica e profissional, me lanço a este contexto de pesquisa, com o intuito de entender mais profundamente a contribuição dos videogames para construção de memória.

1.2 Contexto

A geração nascida entre 1995 e 2005 passou por diversas transformações significativas, dentre elas a transição entre a “era” analógica para a digital. Corroborando com essa afirmação, ao analisar a geração nascida entre 1990 a 2010, Katz afirma que as tecnologias relacionadas à internet transformaram profundamente a forma como as comunicações humanas são realizadas, impactando significativamente diversos aspectos da vida cotidiana, como trabalho, lazer, compras, socialização e aprendizado (KATZ, 2021). Sendo assim, essa transição e transformação foi caracterizada pelo crescimento e popularização de tecnologias como a *internet*, *smartphones*, computadores e videogames. Os nascidos a partir de 1995 nasceram antes do processo exponencial de tecnologia computacional que está presente até hoje. Dessa forma, a geração nascida de 1995 a 2005 teve experiências coletivas pouco vinculadas à computação em sua infância, sendo introduzida às tecnologias digitais posteriormente durante sua adolescência ou como adultos. Nesse aspecto, difere-se das gerações posteriores, as quais já nasceram ou cresceram com o contato direto com as tecnologias digitais e as dominam desde muito cedo. Apesar disso, atualmente há poucas pesquisas analisando os impactos desse processo de transformação neste grupo, principalmente quanto a vincular à área de memória e cultura.

1.2.1 Questão de Pesquisa

A seguir, a questão de pesquisa norteadora da presente pesquisa é reafirmada:

Como os videogames contribuem para a construção de uma memória da geração dos indivíduos nascidos entre 1995 e 2005?

1.2.2 Objetivos

1.2.2.1 Objetivo geral

Analisar como os videogames contribuem na construção da memória da geração nascida entre 1995 e 2005.

1.2.2.2 Objetivos específicos

- a) Identificar a presença e a influência dos videogames na cultura brasileira da geração nascida entre 1995 e 2005;
- b) Levantar o papel dos videogames na formação da identidade social dos indivíduos do grupo;
- c) Compreender o papel da Brasil Game Show no fomento da indústria e fortalecimento da memória coletiva.

1.2.3 Justificativa

Sabe-se que o mercado econômico global, da área de videogame, está em contínua ascensão e reviravoltas que ocorrem por meio da oferta de inovações de recursos, entre outros. Apesar de ser um setor que teve seu início em 1947, conforme pontua o autor Castilho (2015), a ascensão da indústria dos videogames em meio a gigantes como o cinema, televisão e música só foi ocorrer a partir da década de 70 com o lançamento do game Pong da empresa Atari. Desde a década de 70 até os dias atuais, percebem-se várias mudanças no setor. Dos ambientes coletivos, para a residência de cada jogador, conectados via internet. De jogos 2D com personagens ou elementos poligonais para produções com interface gráfica de alta resolução e escopos milionários (como Red Dead Redemption 2). A indústria dos videogames evoluiu e superou em faturamento gigantes no mercado global.

Segundo a Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia 2022–2026 (PWC, 2022), o setor de videogames continua em constante crescimento. Em 2021, a receita total do setor foi de US\$ 215,6 bilhões, com previsão de crescimento até US\$ 321,1 bilhões em 2026. Em comparação com os outros setores de entretenimento citados anteriormente (cinema e música), o setor de videogames apresenta uma receita anual muito maior. Como exemplo, a indústria do cinema mundial teve um faturamento de

US\$ 45,1 bilhões em 2019, enquanto os videogames tiveram receita de US\$ 162,4 bilhões.

Deve-se ressaltar o impacto da pandemia da COVID-19 sobre indústrias criativas⁵ altamente ligadas ao meio presencial e a consequente aglomeração. Tornando a usar o exemplo do cinema, ele teve uma queda de aproximadamente 72,5% no faturamento no início da pandemia ao nível global, em 2020 (PWC, 2022). Por outro lado, setores que possuem a característica remota, como os videogames ou os streamings de vídeo, aceleraram sua taxa de crescimento.

No Brasil, a situação não é diferente. O crescimento da indústria, inclusive, apresenta uma previsão de taxa de crescimento maior para os próximos anos. Entre os fatores que colaboraram para esse indicador, pode-se citar o alto consumo de videogames no país. Por ser o maior mercado de videogames da América Latina e o terceiro maior mercado consumidor de videogames do mundo, o setor tende a crescer cada vez mais (SICT, 2022).

No que tange às comunidades de jogadores, elas estão cada vez mais reconhecidas e instigando grandes marcas e organizações a patrocinarem o cenário e adotarem campanhas de marketing voltadas para elas. Os exemplos são diversos, entre eles o grupo Heineken, que desenvolveu uma propaganda contra o estereótipo de que jogar não é uma ação social. (HEINEKEN, 2023). Nesse âmbito, torna-se vantajoso e necessário aprofundar-se nas relações sociais dessas comunidades e — abordando pelo ponto de vista da área de memória e cultura — como os videogames impactam na construção da memória e identidade dos indivíduos.

Para verificar a relevância acadêmica da dissertação, foi realizado um mapeamento nas bases de dados Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), *Scientific Electronic Library Online* (SciELO) e Google Acadêmico. Na busca, utilizaram-se as palavras-chave “videogame” e “memória social” e um intervalo entre 2018 e 2023. Esse filtro resultou em poucas pesquisas na área, bem como mapeamento nos Periódicos da CAPES (CAPES, 2023) onde foram encontrados de

⁵ Conforme afirma Kirschbaum, a denominação “indústrias criativas” foi criada para “designar setores nos quais a criatividade é uma dimensão essencial do negócio” (KIRSCHBAUM et al., 2009, p.10).

17 a 25 resultados. Assim, conceitos de memória nessa área ainda não foram plenamente estudados, favorecendo futuras discussões e pesquisas sobre a constituição da memória dos jogadores, bem como seu impacto na identidade e cultura. Na área de estudos culturais, entretanto, existem periódicos conceituados que trabalham o tema, como o *Games and Culture* (SAGE PUBLICATIONS INC, 2022). O resultado da busca nas bases de dados permite inferir que esta pesquisa possui relevância e aproximará os jogos eletrônicos e sua comunidade ao campo da memória social, trazendo um novo olhar para o tema e inspirando novos estudos em um campo ainda pouco explorado.

Por todos esses motivos citados, no prisma social, acadêmico e pessoal/profissional, entender o impacto dos videogames na vida das pessoas torna-se cada vez mais necessário. Assim, a presente proposição de pesquisa é: “A memória construída durante os momentos de gameplay e a interação com a comunidade contribuem para a construção da identidade da geração nascida entre 1995 e 2005”.

2 BASES CONCEITUAIS

Neste estudo, cada seção apresenta um tema que desempenha um papel fundamental para o desenvolvimento dessa pesquisa. Assim, as bases conceituais selecionadas suportam a análise dos dados coletados e proporcionam a identificação das contribuições dos videogames na formação da memória social da geração nascida entre 1995 e 2005.

Neste sentido, este capítulo está organizado em três seções. A primeira, seção 2.1 intitulada “Memória Social”, estabelece um plano de fundo teórico sobre como as experiências coletivas são codificadas e perpetuadas em uma sociedade. Este conceito é essencial para entender como a interação com videogames pode se tornar uma parte integrante do tecido da memória coletiva. A segunda, seção 2.2, denominada “A memória dos jogadores”, aprofunda-se especificamente na perspectiva dos jogadores, analisando como os videogames são lembrados e contribuem para a construção da identidade individual e coletiva. Por fim, a última seção 2.3, intitulada “Cultura Gamer”, explora o universo sociocultural que envolve os videogames, desde o desenvolvimento dos jogos, passando pelos eventos da comunidade gamer até o consumo de mídias relacionadas, como streaming e competições de eSports. Este marco conceitual fornece a estrutura necessária para investigar como a cultura gamer contribui para a formação da memória social e para a construção da identidade cultural da geração nascida entre 1995 e 2005.

2.1 Memória Social

Apesar de *memória* ser uma palavra comum e frequentemente usada para descrever a capacidade de lembrar — datas, nomes, eventos, entre outros — ela passou a ser tratada, em um âmbito acadêmico e sociológico, de forma diferente. Não apenas na capacidade de lembrar, mas nas relações com o entorno e o coletivo. Dessa forma, ela é construída e reconstruída coletivamente, influenciando e sendo influenciada pelas narrativas, identidades e relações sociais de uma comunidade. Nesse aspecto, pode-se dizer que um indivíduo nunca está sozinho, ao levar consigo todas as pessoas — dentre os grupos sociais aos quais pertence — que formaram

sua memória e sua forma de ver o mundo. (HALBWACHS, 2006) - sendo assim, uma memória coletiva. A memória, ao ser entendida sob uma perspectiva coletiva e sociológica, se consolida como um fenômeno social interativo que modela sendo moldado pelas relações, experiências e identidades compartilhadas, ilustrando como o indivíduo está intrinsecamente conectado ao seu coletivo por meio das memórias que carrega consigo.

Apesar de abordar o aspecto da memória social de uma geração, o conceito aqui utilizado distingue-se da “memória geracional” conceitualizada por Candau (2012), que a divide em: antiga e moderna. Segundo o autor, a “memória geracional antiga” dá-se a partir da sensação de pertencimento construída ao longo do tempo, passada de geração a geração, onde as futuras continuam o legado das passadas (Candau, 2012) - tendo assim um vínculo característico de herança, não presente ao contexto analisado. A “memória geracional moderna” - por outro lado - é frequentemente associada a períodos históricos, onde quem os viveu tomou parte dessa memória em sua identidade, mas não a transmite, deixando-a apenas em seu âmago (Candau, 2012). O conceito de memória utilizado pela presente pesquisa, portanto, conceitua-se como social ou coletiva.

As definições de “memória social” e “memória coletiva” têm sido discutidas por diversos autores ao longo das últimas décadas, embora ainda permaneça um campo sujeito a diferentes interpretações (Gondar, 2008). Para a autora, a diversidade de sentidos não representa uma limitação, mas sim a própria riqueza da memória, que abarca múltiplas formas de vinculação do passado com o presente (Gondar, 2008). Assim, ao utilizar-se do conceito “memória coletiva”, a presente pesquisa considera os indivíduos enquanto pertencentes à sociedade e envoltos em relações sociais diversas, cujos contextos geram suas lembranças e experiências.

As lembranças, portanto, são parte constituinte e essencial da memória. A recordação, entretanto, não ocorre com todos os momentos vividos. Apenas lembranças específicas, que se “encaixam” com o momento, são revisitadas e ressignificadas. Segundo Halbwachs (2006), esse “encaixe” ocorre por meio de uma “semente de rememoração”, a qual é necessária para que as lembranças se unam de forma consistente e significativa para o presente (HALBWACHS, 2006). Caso essa

semente não exista, o autor afirma que “nós nos sentimos inteiramente incapazes de lhe construir uma parte qualquer; aqueles que nô-la descrevem poderão fazer um quadro vivo dela, mas isso não será jamais uma lembrança”. (HALBWACHS, 2006, p. 28).

Em um contexto similar, Candau (2009) trabalha com o conceito de “socio-transmissor”, objetos, seres, produções, entre outros, que favorecem as conexões entre indivíduos por evocar memórias e sentimentos compartilhados entre eles. (CANDAU, 2009). Assim, ao evocar as memórias, os sociotransmissores auxiliam a conexão do grupo e o estabelecimento de uma identidade concisa. Esse processo ocorre através da evocação das memórias do grupo, bem como das emoções envolvidas. Assim, torna-se importante entender de que é constituída a memória dos jogadores.

2.2 A memória dos jogadores

Desde elementos internos dos jogos, como mapas, equipamentos, personagens e missões, até eventos presenciais, influenciadores, *cosplayers*⁶, todos podem ser considerados sociotransmissores, bem como sementes de rememoração. Sendo assim, esses elementos acabam por construir memórias e ressignificá-las. A memória construída durante os momentos de *gameplay*⁷ e a interação com a comunidade constituem a identidade do indivíduo ou grupo, bem como as lentes pelas quais veem o mundo.

Desde a década de 80 os videogames estão presentes nas vidas de diversas pessoas, uma comunidade que foi crescendo e negando cada vez mais do estereótipo de jogador descrito por Schiesel (2007): “[...] [E]squisito, uma subcultura isolada, o território de adolescentes e daqueles que nunca cresceram [tradução do autor]”. (SCHIESEL, 2007). Os jogadores são indivíduos e grupos das mais diversas origens,

⁶ *Cosplayer* é uma pessoa que se fantasia como um personagem (de quadrinhos, videogame, entre outros), também atuando em suas ações para que sejam coerentes com o personagem que estão interpretando.

⁷ *Gameplay*, do inglês, significa o ato de estar jogando algum jogo eletrônico ou a jogabilidade (como o jogo performa em alguns aspectos técnicos). No sentido empregado no texto, refere-se ao ato de jogar.

crenças, idades e gostos. Pessoas que tiveram ou têm contato com videogames durante suas vidas e que os carregam consigo em suas memórias e identidades.

Entretanto, seria errôneo pensar em todos os jogadores como apenas um grupo imutável e com os mesmos hábitos. Bem como a própria indústria dos videogames, existem algumas subdivisões nas quais os jogadores dividem-se. Jogadores casuais, que preferem jogos single-player⁸ ou cooperativos, possuem gostos diferentes de jogadores competitivos, os quais normalmente jogam videogames focados em combate contra outros jogadores e no alto desempenho e entrega. Todavia, muitas vezes os jogadores competitivos jogam com amigos ou pessoas próximas, gerando momentos de descontração e, conseqüentemente, lazer. Não é impossível que um jogador esteja em ambos os grupos ao mesmo tempo, ou oscilando entre jogos casuais e competitivos, conforme o período de sua vida, mas é perspicaz estabelecer essa distinção.

Visando atingir ambos os públicos, diversas marcas de outros setores no Brasil estão investindo em propagandas que tragam os seus produtos para o cotidiano dos jogadores. Um exemplo foi o grupo Heineken, que no ano de 2023 lançou a primeira propaganda destinada aos jogadores. A propaganda começa com quatro pessoas fazendo atividades diferentes, saindo do ringue de luta, do cabeleireiro, do escritório e de uma orquestra. Quando chegam a suas casas, os jogadores pegam suas cervejas e começam a jogar juntos. Segundo a empresa, a propaganda aborda “[...] momentos divertidos entre amigos, comuns na cultura gamer”, trazendo os videogames como “[...] importante momento de socialização”. (HEINEKEN, 2023).

A socialização nos videogames também é um fator impactante e presente na memória coletiva dos jogadores. Mesmo os jogadores casuais trocam conhecimentos sobre os videogames com outros, dão suas opiniões, assim socializando. Ao utilizar esse tema, vinculado com o lazer, a diversão ao jogar e o produto, a propaganda apresenta uma realidade familiar aos jogadores, evocando aspectos da memória vividos por eles. Não só a Heineken, mas diversas empresas de bancos, emissoras, jornais, entre outros, vem investindo nessa área que só cresce no Brasil e no mundo.

⁸ *Single-Player* é uma definição para jogos de apenas um jogador

Além da socialização provinda dos jogos em si, os criadores de conteúdo, principalmente os *streamers*⁹, também desempenham um papel na criação de comunidades. Essas comunidades desenvolvem formas de comunicação, gírias e formas de agir diferentes que tornam o grupo mais unido e conciso. Atuando como os sociotransmissores nesse exemplo, os criadores de conteúdo compartilham momentos com os espectadores, gerando sentimentos similares aos produzidos pelo videogame ao passarem por situações que também evocam memórias neles.

2.3 Cultura Gamer

A cultura é um tema discutido na área da sociologia, antropologia, dentre outras. Autores como Geertz (1989) e Bauman (2012) debruçaram-se sobre o tema, na tentativa de sintetizar uma explicação concisa sobre um conceito abrangente e complexo. Para Geertz (1989), a cultura assume forma nas conexões que o ser humano cria com seu entorno, cada significado que as dá, bem como a sua análise (GEERTZ, 1989, p.15). Corroborando com Bauman (2012), a cultura fortalece-se e torna-se duradoura a partir do momento em que começa a mudar. Há um constante fluxo de mudança de padrão, que viabiliza os hábitos culturais e os torna duráveis no tempo (BAUMAN, 2012, p. 28).

Desse modo, cultura não significa apenas o que é erudito, intelectual ou tradicional, mas pode ser constituída também de novos hábitos e meios de conexões entre os indivíduos oriundos da volatilidade cotidiana.

Algumas conexões podem se dar, inclusive, através de videogames. Conforme sugere Araújo (2022) em seu depoimento:

Inseridos no mundo dos jogos, personagens, paisagens, cenários locais e regionais podem fazer parte de uma realidade global e possibilitar que as futuras gerações encontrem, no próprio território, sua identidade cultural e repertório de imagens". (Araújo, 2022).

No trecho extraído de Araújo (2022), é possível verificar a relação entre identidade e cultura. A partir da leitura da obra de Candau (2012), pode-se inferir que

⁹ *Streamer* é uma pessoa faz transmissões públicas ao vivo, seja para jogar algum game ou fazer outras atividades diversas

a identidade possui a capacidade de favorecer a inclusão de características específicas do passado ao cotidiano dos indivíduos.

Entretanto, como isso se relaciona com o contexto dos videogames e as comunidades envolvidas? Por também ser uma atividade de socialização, mediante videogames online ou por meio de conversas e discussões sobre o assunto, que envolve uma comunidade maior de jogadores e outras subdivisões da mesma, o conceito de cultura elaborado por Geertz como uma teia de relações e significados encaixa-se na descrição. Através das socializações feitas, das interações na comunidade, bem como eventos e utilização de sociotransmissores, os hábitos, os modos de se comunicar, a maneira de pensar e mesmo os comportamentos são influenciados direta ou indiretamente pelos videogames. Exemplos disso são as comunidades virtuais que giram entorno de algum game ou *streamer*. Conforme mencionado anteriormente, novas gírias são criadas e palavras são usadas de tal modo que pessoas fora da comunidade podem ter dificuldades para entender o que o indivíduo quer dizer.

A cultura dos videogames, portanto, está nesse emaranhado de relações que os videogames proporcionam, bem como na constante atualização em função dos videogames e da evolução da tecnologia, alterando-se de tempos em tempos e permanecendo concisa para o grupo social. O Quadro 1 apresenta os principais autores e conceitos que sustentam o presente referencial teórico.

Quadro 1. Bases teóricas utilizadas

Área	Autor	Conceito	Descrição
Memória	M. Halbwachs	Memória Coletiva (HALBWACHS, 2006)	A memória não apenas como capacidade de lembrar, mas as relações com o entorno e o coletivo. É construída e reconstruída coletivamente, influenciando e sendo influenciada pelas narrativas, identidades e relações sociais de uma comunidade.
		Semente/traço de rememoração (HALBWACHS, 2006)	Elemento necessário para que as lembranças se unam de forma consistente e significativa para o presente.
	Joël Candau	Sociotransmissores (CANDAU, 2009)	São objetos, seres, produções, entre outros, que favorecem as conexões entre indivíduos por evocar memórias e sentimentos compartilhados entre eles.
		Memória e identidade (CANDAU, 2009)	A identidade é constituída também pela memória, assim como a memória é ressignificada e lembrada a partir da identidade de um grupo ou indivíduo.
Cultura	Z. Bauman	Ciclo de transformação cultural (BAUMAN, 2012)	A cultura fortalece-se e torna-se duradoura a partir do momento em que começa a mudar. Há um constante fluxo de mudança de padrão, que viabiliza os hábitos culturais e os torna duráveis no tempo
	C. Geertz	Cultura como rede/ Socialização (GEERTZ, 1989)	Para Geertz, a cultura assume forma nas conexões que o ser humano cria com seu entorno, cada significado que as dá, bem como a sua análise

Fonte: autoria própria

Conforme demonstrado neste capítulo, apesar de mencionarem diretamente sobre videogames em seus trabalhos e áreas de estudos, muitos conceitos elaborados ou discutidos pelos autores podem ser refletidos no contexto dos videogames ao analisar a relação com a memória dos jogadores, ou mesmo com a cultura *gamer*. A partir da definição das bases teóricas, emerge a necessidade de estabelecer um caminho para como elas serão usadas.

Nesse sentido, o capítulo seguinte será dedicado a informar o percurso metodológico que a presente pesquisa seguirá. Nele, a metodologia será abordada

detalhadamente, destacando o tipo de pesquisa, procedimentos técnicos, técnicas de tratamento e análise de dados, entre outras definições pertinentes ao capítulo.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Quanto ao tipo de pesquisa, o estudo adota uma abordagem quali-quantitativa de caráter exploratório, a fim de analisar como os videogames contribuem na construção da memória da geração nascida entre 1995 e 2005. Essa escolha metodológica permite capturar e compreender as complexidades e nuances dessas experiências vivenciadas pelos jogadores. De acordo com Gil (2010), o caráter exploratório visa “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses”. (GIL, 2010).

O procedimento técnico escolhido para amparar metodologicamente esta pesquisa trata-se de uma combinação de um estudo documental¹⁰ com narrativas mediante entrevistas temáticas¹¹ e levantamento de campo¹², oferecendo uma abordagem mais holística e multifacetada para a pesquisa. Dessa maneira, permite-se uma análise multidimensional que explora tanto a profundidade quanto a amplitude dos fenômenos observados. Nesse âmbito, o estudo documental serve como ponto de partida para a pesquisa, proporcionando um contexto histórico e teórico essencial. Documentos relevantes como artigos acadêmicos, relatórios governamentais e materiais de arquivo foram analisados para formar uma base sólida de conhecimento sobre o tema. A análise destes documentos ajudou a identificar lacunas na literatura existente e a definir as áreas que necessitam de investigação mais detalhada. A técnica de coleta de dados ocorreu por fichamento.

Adicionalmente, as entrevistas temáticas foram realizadas para explorar as experiências, percepções e opiniões de indivíduos diretamente envolvidos ou afetados

¹⁰ De acordo com Gil (2010), a pesquisa documental “vale-se de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa”. (GIL, 2010).

¹¹ Segundo Lage (2006), entrevistas temáticas abordam “um tema, sobre o qual se supõe que o entrevistado tem condições e autoridade para discorrer. [...]. Podem servir para ajudar na compreensão de um problema, expor um ponto de vista”. (LAGE, 2006).

¹² Conforme elabora Gonçalves, “A pesquisa de campo é o tipo de pesquisa que pretende buscar a informação diretamente com a população pesquisada”. (GONSALVES, 2001, p.67)

pelo tema da pesquisa. O roteiro de entrevista, presente no Apêndice B, foi desenvolvido com base nas contribuições do estudo documental e adaptado para encorajar os entrevistados a discutirem temas relevantes em profundidade. Essas entrevistas foram fundamentais para obter *insights* qualitativos e entender as nuances dos impactos pessoais e sociais relacionados ao tema de estudo.

Para complementar as entrevistas temáticas e expandir a generalização dos resultados, foi elaborado um questionário, via Google Forms (detalhado no Apêndice A). Este foi validado por dois pesquisadores do meio acadêmico, cujas contribuições foram analisadas e incorporadas. Tendo como intuito quantificar as variáveis de interesse e coletar dados estatísticos sobre as tendências, atitudes e comportamentos associados ao tema de pesquisa, ele foi distribuído a uma amostra ampla, durante o evento Brasil Game Show 2023 (BGS 2023) e disponibilizado virtualmente até outubro de 2024. Durante esse evento, foram feitas anotações em um diário de campo, relatando as atividades feitas. Desse modo, o questionário contribuiu para validar as descobertas qualitativas e fornecer uma análise quantitativa, por meio de estatística descritiva, permitindo a generalização dos achados da pesquisa. No que tange à análise dos dados coletados, fez-se por meio da combinação da análise temática¹³ e análise estatística descritiva. A análise temática focou na substância dos temas abordados, assim auxiliando na compreensão dos aspectos comuns e das variações presentes nos documentos e entrevistas. Já a análise estatística descritiva visou mostrar o perfil geral dos respondentes, seja pelo estado onde moram, quando nasceram, entre outros dados.

A triangulação desses dados ajuda a corroborar as descobertas entre métodos diferentes, aumentando a validade e a robustez das considerações finais e sugestões de pesquisas futuras. Assim sendo, ao analisar os dados com uma abordagem quali-quantitativa com elementos de estatística descritiva, busca-se identificar os

¹³ De acordo com Braun e Clarke “A análise temática é um método para identificar, analisar e relatar padrões (temas) dentro dos dados. Ela minimamente organiza e descreve o conjunto de dados em (ricos) detalhes. No entanto, ela muitas vezes também vai mais longe do que isso, e interpreta vários aspectos do tema de pesquisa. (Braun e Clarke, 2006).” A análise temática, portanto, caracteriza-se assim como um método adequado para analisar as entrevistas que demonstram experiências únicas, ainda que sob a mesmo questionamento, pelos respondentes.

impactos do fenômeno da memória coletiva dos jogadores. O estudo advém da revisão bibliográfica dos autores que mais se relacionam com os pontos trabalhados na pesquisa, sendo eles da área da sociologia, antropologia e memória. Com o intuito de atingir o resultado esperado, dentre os principais autores estão Maurice Halbwachs, Joël Candau, Zygmunt Bauman, Clifford Geertz entre outros pesquisadores que trabalham temas relacionados e de possível conexão ao assunto.

Para ilustrar o caminho metodológico, a seguir apresenta-se o quadro 2, que informa a metodologia, a técnica de coleta de dados e a técnica de análise de forma resumida.

Quadro 2. Ilustração do caminho metodológico utilizadas

Metodologia	Técnica de Coleta de Dados	Técnica de Análise de Dados	Quantidade coletada	Laudas
Estudo Documental	Fichamento	Análise de Temática	4	-
Levantamento de campo	Questionário	Análise Estatística Descritiva Análise Temática	1474	281
Narrativa	Roteiro de Entrevista Temática	Análise Temática	5	13

Fonte: autoria própria

Conforme o Quadro 2, o questionário contou com 1474 respostas (sendo 1030 da faixa etária abordada pela pesquisa). Foram feitas 5 (cinco) entrevistas, as quais foram gravadas e transcritas. Os entrevistados foram dois desenvolvedores de jogos enquanto estavam exibindo seus trabalhos na área de jogos *indie*¹⁴ da feira e três pessoas fazendo *cosplay* (que atuam em diferentes áreas profissionais

A seguir será apresentado o capítulo de análise e discussão dos resultados.

¹⁴ No meio de desenvolvimento de jogos, um jogo *indie* ou independente são jogos “desenvolvidos [...] com um orçamento muito limitado e uma equipe menor de pessoas. Assim, isto resulta em jogos de menor comprimento e pouco poderosos do ponto de vista técnico” (ESTADO DE MINAS, 2023)

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Durante a conceituação teórica realizada tornou-se perceptível a importância dos eventos enquanto fomentadores da identidade e memória coletiva dos jogadores, bem como para com a própria indústria de videogames. Assim sendo, durante a elaboração da pesquisa o autor participou do maior evento de videogames da América Latina, com o intuito de coletar dados que demonstrem na prática os conceitos vistos até agora neste trabalho. Os subtópicos a seguir apresentarão mais detalhes do evento, o procedimento de coleta de dados e as conclusões obtidas.

4.1 Brasil Game Show 2023

O evento analisado foi a Brasil Game Show (BGS), o qual foi realizado na cidade de São Paulo, em 2023. Segundo a própria organização, o evento ocorre desde 2009 e “reúne as principais empresas do segmento, é palco de grandes lançamentos, abre espaço para estúdios independentes e atrai personalidades do mercado de games” (BGS, 2024). A edição de 2023, aqui descrita, registrou o recorde de 328.000 pessoas durante a feira (ZAMBARDA, 2023), sendo considerado o maior evento de videogames da América Latina (Ministério do Esporte, 2023) com mais de 300 expositores. Sendo assim, um evento desse porte consegue atrair o público de diversas regiões do país, tornando-se ideal para a representatividade dos dados coletados. Por esses motivos, o autor optou por realizar uma pesquisa de campo durante dois dias do evento (13 e 14 de outubro de 2023).

Durante esses dias, a coleta de dados seguiu os passos definidos na metodologia, por meio de dois instrumentos de coleta de dados: roteiro de entrevista temático e questionário qualiquantitativo online e anônimo. As entrevistas realizadas nesta feira serão abordadas no tópico 4.3.1 (Análise Temática). No que se refere às respostas dos respondentes do questionário, estas serão apresentadas de forma discorrida ao decorrer da seção Resultados do Questionário, onde também foram gotejados fragmentos das transcritas das entrevistas para proporcionar a triangulação dos dados. O formulário está disponível por meio do *link* de acesso no Apêndice A.

As fotografias a seguir foram feitas pelo autor, exibindo a popularidade do evento, bem como a presença de marcas e patrocinadores em grande escala, corroborando, portanto, com os dados apresentados na introdução à feira. A figura 1 destaca o público do evento interagindo no salão principal.

Figura 1 - Público no salão principal da BGS 2023



Fonte: Arquivo Pessoal.

A figura 2 retrata a realização do show da vídeo Game Orchestra dentro do evento, onde tocaram músicas de diversos videogames que marcaram gerações.

Figura 2 - Show da Vídeo Game Orchestra na BGS 2023



Fonte: Arquivo Pessoal.

No primeiro dia de participação na feira (13/10/2023) o principal objetivo foi conseguir respostas para o questionário. Já no segundo dia (14/10/2023), focou-se

em gravar 5 entrevistas temáticas com pessoas em diferentes partes do evento. No total, foram impressos 1000 cartões de contato, sendo que mais de 500 foram distribuídos durante os dois dias da feira. A figura 3 mostra como eram os cartões entregues (frente e verso). Ressalta-se aqui a composição textual dos cartões, que foi elaborada para ser de simples e rápido entendimento, mesmo para pessoas não ligadas à área de memória ou a métodos de pesquisa em geral.

Figura 3 - Cartões impressos do questionário



Fonte: Arquivo Pessoal.

Como resultado da entrega dos cartões, havia cerca de 150 respostas ao questionário. Durante a distribuição dos cartões e explicações do contexto da pesquisa ao público, ouviram-se diversas vezes reclamações quanto à internet do local. Assim sendo, acredita-se que isso também tenha impactado no número totais de respostas. Corroborando, o autor presenciou diversas pessoas tentando responder e não conseguindo — pela falta de sinal de internet.

Apesar dos desafios de última hora enfrentados, os resultados estavam indo um pouco abaixo do planejado de obter 200 respostas no evento, mas ainda sendo um número expressivo. O que não estava planejado, entretanto, era o encontro do autor com Diego Kerber¹⁵, um criador de conteúdo influente no meio digital, durante a saída do primeiro dia do evento. Visto que o autor conhecia o trabalho de Diego e acompanhava seus conteúdos, após uma conversa e uma breve explicação do tema

¹⁵ Formado em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Diego Kerber é aficionado por tecnologia desde os oito anos, quando ganhou seu primeiro computador, um 486 DX2. Fã de jogos, especialmente os de estratégia, Diego atua no Adrenaline desde 2010 desenvolvendo artigos e vídeo para o site e canal do YouTube (ADRENALINE, 2024)

da dissertação, Diego aceitou auxiliar na divulgação do questionário em suas redes sociais, assim aumentando o engajamento do público.

Cerca de 10 dias após o ocorrido, ele postou em suas redes sociais fotos do cartão da Figura 3, pedindo para seus seguidores auxiliarem na pesquisa. No mesmo dia, as respostas foram de 150 para cerca de 1200, dos mais diversos Estados brasileiros, idades e realidades. Registra-se aqui o grande agradecimento do autor pela ajuda na obtenção de respostas prestada por Diego, possibilitando uma análise com maior abrangência e representatividade dos dados.

Durante a BGS 2023, coletou-se um total de 1474 respostas ao questionário (sendo 1030 da faixa etária abordada pela pesquisa), além de 5 entrevistas gravadas e transcritas. Além do questionário, foram entrevistados dois desenvolvedores de jogos enquanto estavam exibindo seus trabalhos na área de jogos *indie*¹⁶ da feira e três pessoas fazendo *cosplay* (que atuam em diferentes áreas profissionais. Os tópicos a seguir serão dedicados à mostra dos resultados do questionário, das entrevistas e conclusões referentes aos dados, respectivamente.

4.2 Resultados do questionário

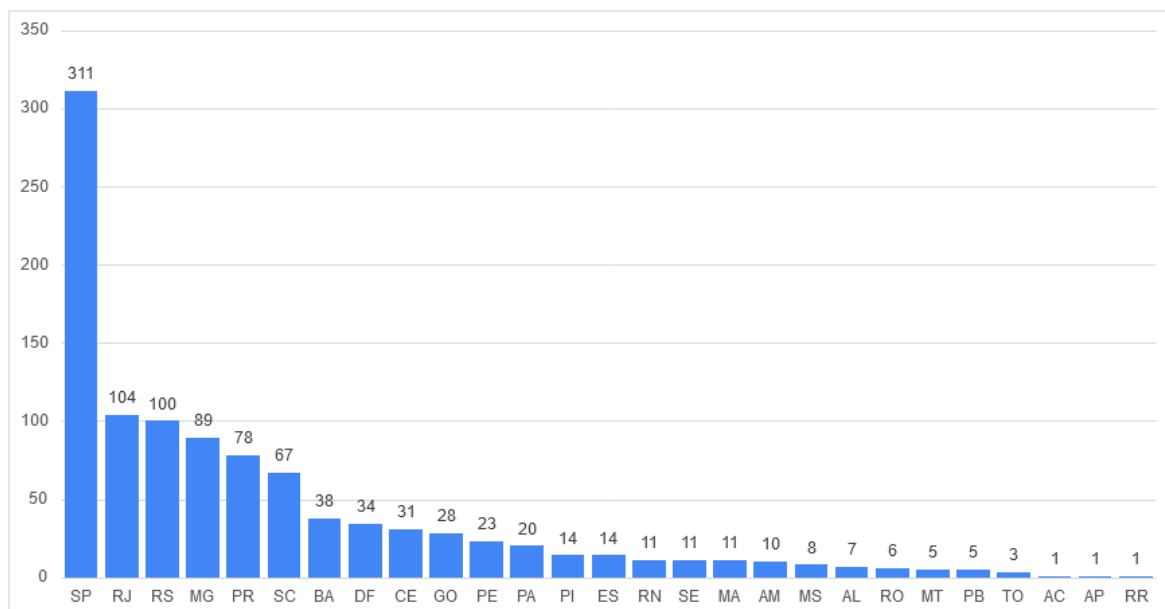
O formulário, conforme descrito na metodologia, foi desenvolvido utilizando a plataforma Google Forms, assim sendo vinculado automaticamente a uma planilha do Google Planilhas. Todavia, para geração dos gráficos esses dados foram exportados para o Excel, visto que ele possui mais opções de formatação dos dados, utilizando tabelas dinâmicas e outros artifícios. Os gráficos utilizados, portanto, foram criados no Excel a partir dos dados coletados pelo formulário do Google Forms.

Visando elucidar o leitor sobre a amostra cujos dados foram coletados, as primeiras perguntas do questionário são de caráter demográfico, sendo elas: data de nascimento e Estado brasileiro de residência. Com exceção à Figura 5, cujo gráfico representa a totalidade das respostas (1474), todos os outros gráficos são representações visuais das 1030 respostas provindas dos respondentes da faixa

¹⁶ No meio de desenvolvimento de jogos, um jogo *indie* ou independente são jogos “desenvolvidos [...] com um orçamento muito limitado e uma equipe menor de pessoas. Assim, isto resulta em jogos de menor comprimento e pouco poderosos do ponto de vista técnico” (ESTADO DE MINAS, 2023)

etária analisada pela pesquisa. Os gráficos a seguir mostram os resultados dessas perguntas.

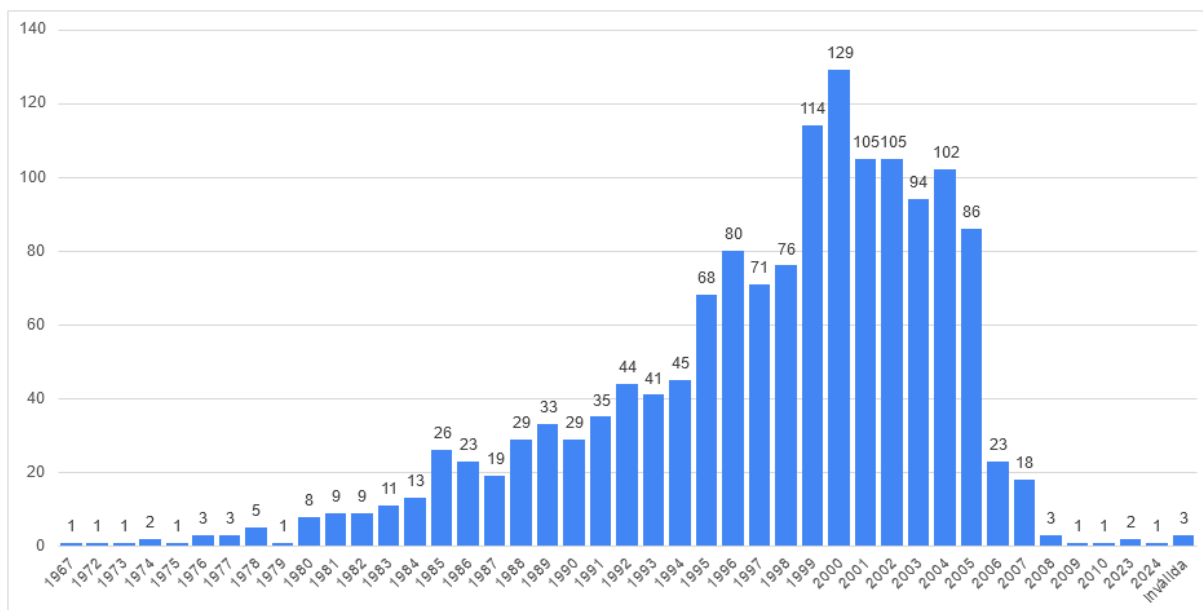
Figura 4 - Gráfico - Estado de residência



Fonte: Autoria própria

O gráfico da Figura 4 demonstra a dispersão de respondentes por estado brasileiro. Nele, é possível observar que a região sudeste e sul são as que possuem mais respondentes, respectivamente (sudeste: 518; sul: 245). Diversas hipóteses podem ser associadas aos valores obtidos. A presente pesquisa, entretanto, objetiva com esses dados compreender, mesmo de forma exploratória, a distribuição e o interesse do público pelo assunto. Tendo em vista esses tópicos, o gráfico da Figura 4 demonstra que todos os estados brasileiros tiveram representativos no formulário. Assim sendo, acredita-se que os dados da amostra sejam coerentes ao todo, representando-o corretamente. Outra observação é referente ao grande número de respostas provindas de São Paulo. Esse número, que ultrapassa 30% das respostas, pode ter uma relação com o evento onde o autor coletou os dados ter sido realizado nesse Estado, ou devido a maior concentração populacional.

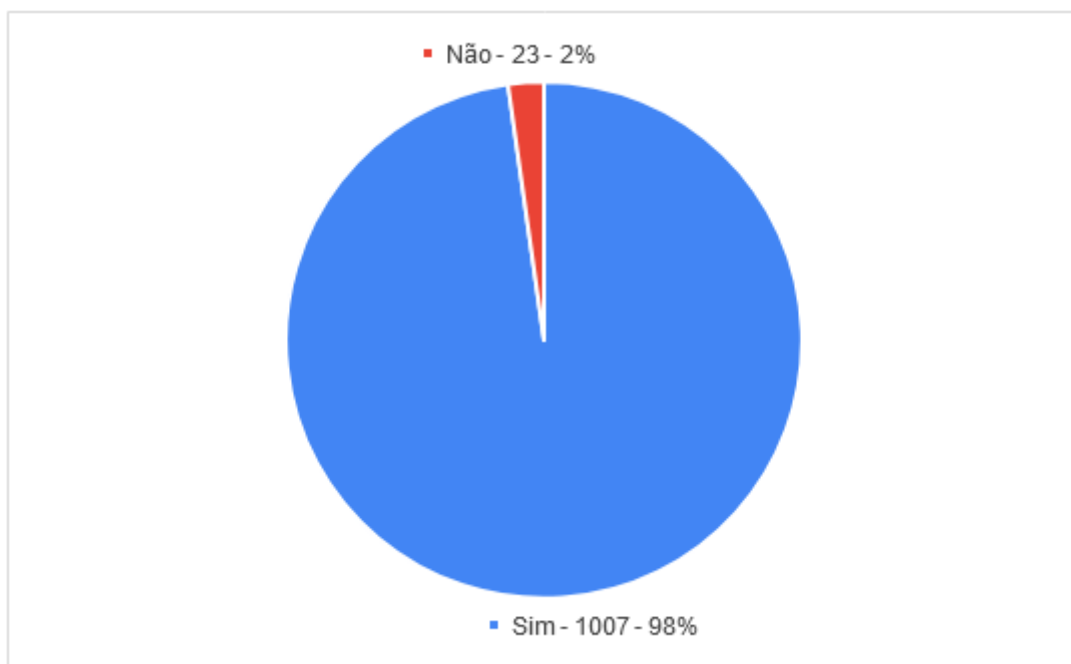
Figura 5 - Gráfico - Ano de nascimento



Fonte: Autoria própria

No que se refere ao ano de nascimento, a Figura 5 - gráfico ano de nascimento é possível compreender melhor a faixa etária dos respondentes. Visto que a pesquisa se delimita à geração nascida entre 1995 e 2005, serão englobados nas conclusões 1030 respostas (69,87% do total). Entretanto, em questão de contexto, também se torna interessante ao tema considerar a amplitude do gráfico, o qual começa em 1967 e vai até 2010 (desconsiderando valores incorretos). Confirma-se assim que além do objeto de estudo desta pesquisa, também há um número expressivo de indivíduos nascidos fora da faixa etária em pauta e que ainda assim são investidos no ambiente de videogames. Desta forma, também emerge a necessidade de mais estudos, focados, desta vez, em outras faixas etárias diferentes da presente pesquisa.

Figura 6 - Gráfico - Hábito de jogar videogame

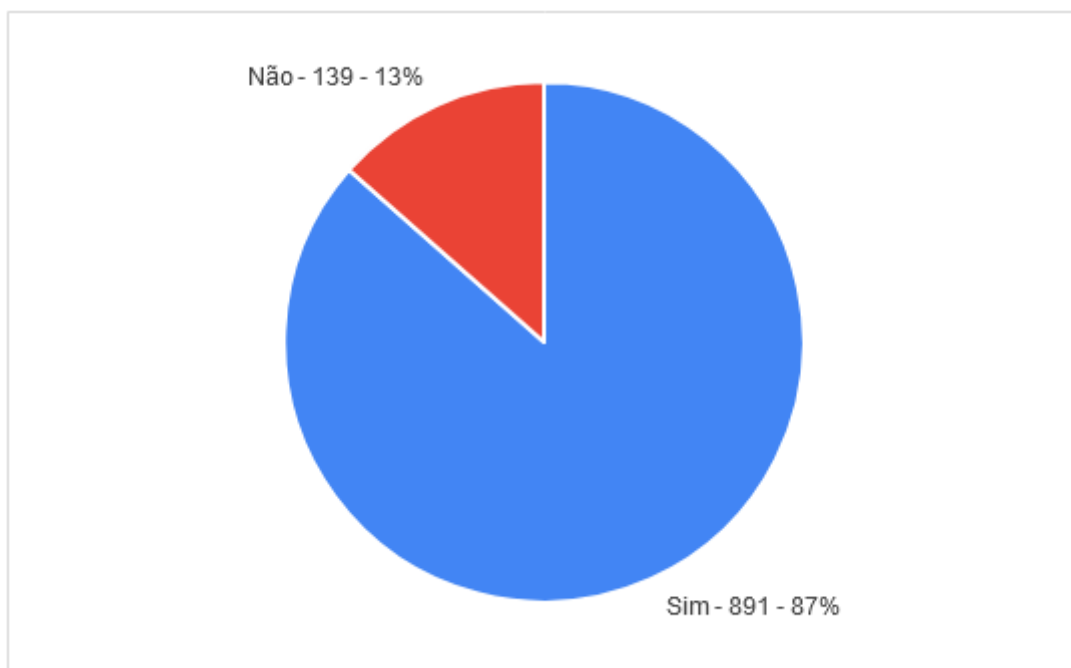


Fonte: Autoria própria

O expressivo número de respostas positivas para a pergunta da Figura 6 é um resultado direto do contexto em que a pesquisa foi aplicada. Como a pesquisa de campo ocorreu em um evento de videogames e nas redes sociais de criadores de conteúdo do meio, apenas 23 respostas negativas é um número condizente. Apesar de 98% dos respondentes indicarem que têm o hábito de jogar videogame, não são todos que concordam ou se identificam com a próxima pergunta. Os respondentes que optaram pela alternativa “Não” nessa pergunta não prosseguiram para as perguntas específicas do questionário (a partir da Figura 8). Tal decisão foi tomada devido à relação direta das perguntas com o hábito dos respondentes em jogar videogame e todos os contextos analisados nesse âmbito.

A próxima pergunta, da Figura 7, buscou entender como é o sentimento de pertencimento, parte da identidade dos indivíduos como gamer ou jogador na tradução para o português.

Figura 7 - Gráfico - Se considera gamer



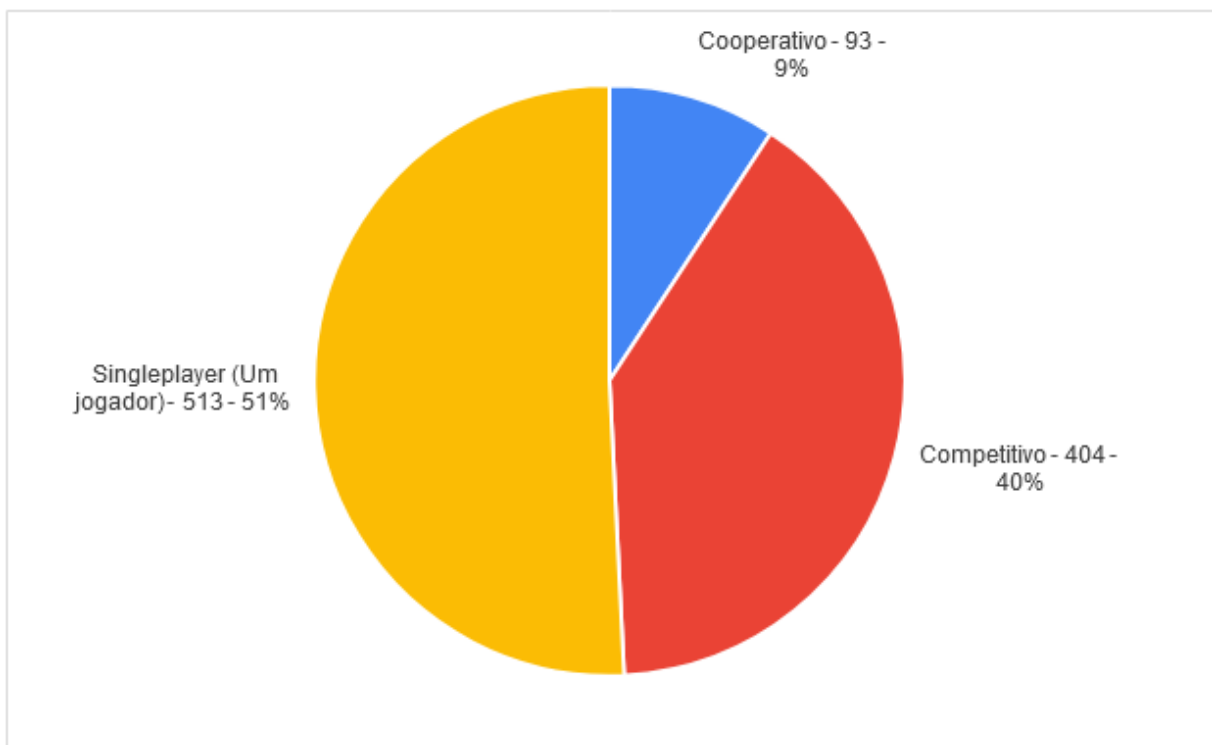
Fonte: Autoria própria

Com os resultados obtidos é possível identificar que 86,5% se identificam como gamer, enquanto 13,50% não. Assim sendo, a maioria das respostas são de pessoas que se identificam como jogadores e isso faz parte de suas identidades. Nesse contexto, analisando a constituição de suas identidades, a memória coletiva faz um trabalho contínuo de ressignificação das lembranças de *gameplays* e experiências anteriores com as vividas no presente, tornando o indivíduo integrante e pertencente ao grupo identitário (CANDAU, 2009), o qual é intitulado *gamer* neste formulário e estudo. Conforme o conceito de sociotransmissores de Candau (CANDAU, 2009) é aplicado ao contexto dos *gamers*, a feira na qual parte das respostas foram coletadas em campo (BGS, 2023) constitui um encontro massivo de sociotransmissores, que variam desde os pequenos elementos expostos até as grandes atrações. Entretanto, a maioria das respostas foi obtida de forma *online*, posterior ao evento. Desta forma, é possível inferir que a maioria dos jogadores se sente pertencentes ao grupo identitário, diminuindo a interferência do contexto de campo utilizado.

As duas questões a seguir foram solicitadas para os respondentes que têm o hábito de jogar videogame (Figura 6), visando assim dar um contexto melhor de suas

preferências.

Figura 8 - Gráfico - Qual modalidade mais joga



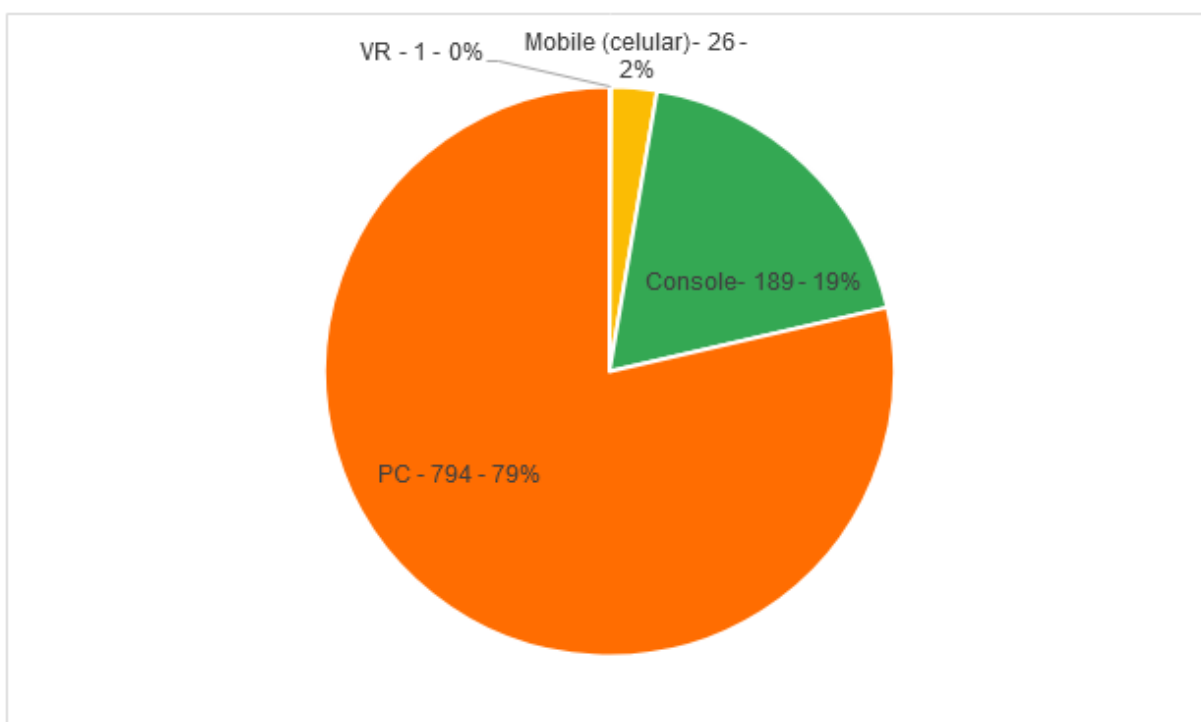
Fonte: Autoria própria

O gráfico da Figura 8 é focado no estilo de videogame que os respondentes costumam jogar. No que tange aos estilos, os videogames podem ser divididos entre *singleplayer* (onde apenas um jogador joga) e *multiplayer* (dois ou mais jogadores o jogam ao mesmo tempo). Dentro dos *multiplayer*, a principal característica que pode ser usada para tornar a resposta mais específica é quanto ao objetivo. Nos videogames cooperativos, os dois jogadores se ajudam para atingir um resultado, enquanto no competitivo os jogadores estão jogando contra outros jogadores, cada pessoa ou grupo indo atrás do resultado. Assim sendo, no gráfico da Figura 8 é possível perceber que 51% dos jogadores costumam jogar videogames *singleplayer*, 40% competitivo e 9% cooperativo.

Apesar da maior parte dos respondentes jogarem individualmente, a Figura 7 ilustra que se consideram *gamers*, assim parte desse grupo. Essa relação demonstra

que não é necessário que o meio seja uma atividade primariamente social para que os indivíduos pertençam a grupos sociais. Em momentos posteriores, a troca de experiências em comunidades afetivas reforça a memória coletiva do grupo (HALBWACHS, 2006), ajudando assim também na formação de suas identidades. Almejando compreender onde as experiências dos jogadores mais ocorrem, a pergunta da Figura 9 refere-se à plataforma preferida dos respondentes.

Figura 9 - Gráfico - Plataforma preferida



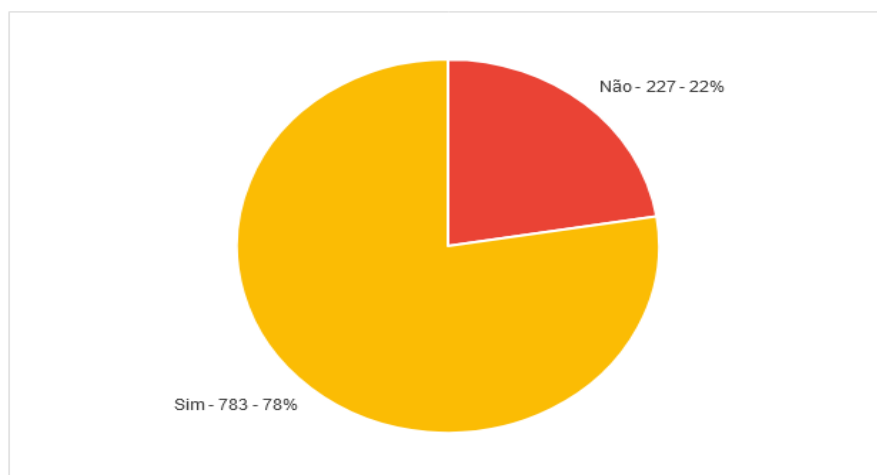
Fonte: Autoria própria

A Figura 9 exibe as plataformas preferidas dos respondentes. Nela, nota-se uma elevada preferência pelos computadores como forma principal de jogar (PC - 79%). Entre outros motivos, esse número deve-se à maior parte das respostas provirem da comunidade do Diego Kerber, que auxiliou na propagação da pesquisa, conforme mencionado anteriormente. Ao criar conteúdos sobre montagem de computadores, testes de novas peças, comparativos, entre outros, torna-se natural para a comunidade responder que tem um apreço maior pelo computador como forma principal de se jogar. Outra perspectiva relevante a ser mencionada é a

diferença financeira envolvida entre as opções de plataformas de videogame. Em síntese, os videogames costumam ser mais baratos nos computadores, em contraponto aos de consoles - que geralmente são mais taxados por serem exclusivos da plataforma em que rodam.

A despeito dos videogames, de forma geral, terem altos preços e possuírem uma barreira financeira para sua utilização, percebe-se que apenas 26 respondentes (2% do total) utilizam *mobile* como plataforma principal - sendo essa a plataforma mais acessível das descritas. Assim, é possível induzir que os jogadores respondentes preferem ter um gasto maior para jogar em outras plataformas. Em contraponto ao *mobile*, atualmente no Brasil os VR's (Óculos de realidade virtual) têm seu preço inacessível para a maioria da população, resultando assim em apenas 1 indivíduo que os possuem como plataforma preferida na pergunta da Figura 9. Apesar de terem suas plataformas de videogame preferidas, os jogadores ainda podem participar de comunidades com outros, independente da plataforma utilizada. A Figura 10 visa entender se os respondentes participam de comunidades com outros jogadores.

Figura 10 - Gráfico - Participa de comunidades de jogadores

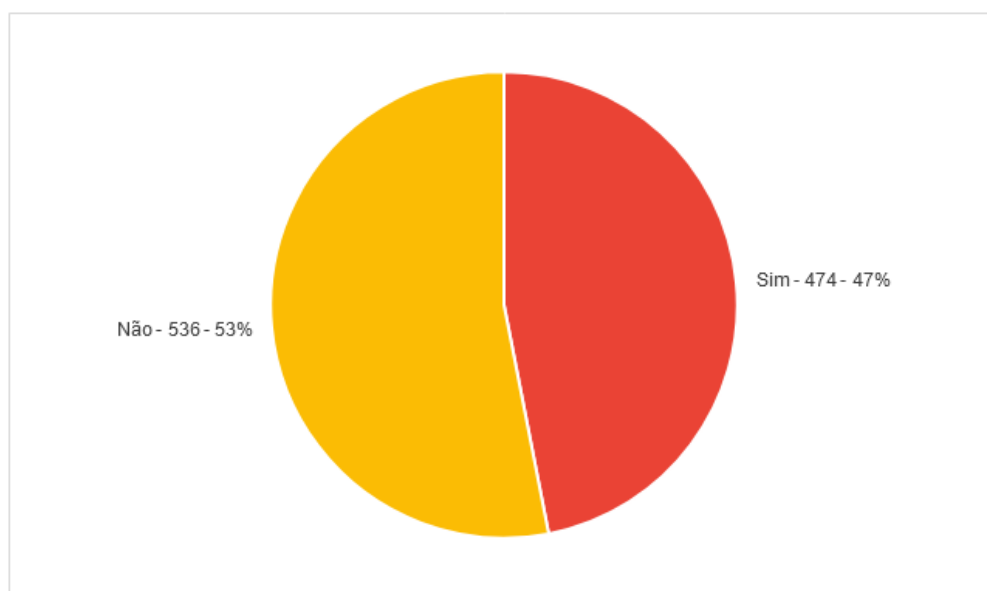


Fonte: Autoria própria

Assim sendo, a pergunta da Figura 10 foi voltada à participação ativa dos respondentes em comunidades de jogadores, sejam elas em redes sociais ou outras

plataformas, por meio de criadores de conteúdo, videogame ou com seus amigos. Para essa pergunta, 75% responderam que participa, enquanto 25% negou. Dessa forma, a grande maioria participa ativamente de comunidades de jogadores, seja de forma virtual ou presencial. Fazendo a comparação com a Figura 7, que perguntava sobre a identificação enquanto *gamer*, pode-se inferir que a participação dos indivíduos nessas comunidades também os auxilia no sentimento de pertencimento ao grupo social, visto que a grande maioria também se considera *gamer*. A Figura 11, por outro lado, busca visualizar a participação dos respondentes em eventos de videogame.

Figura 11 - Gráfico - Participa de eventos de videogames



Fonte: Autoria própria

A Figura 11 apresenta as respostas quanto à participação dos respondentes em eventos de videogame. Assim como a pergunta da Figura 10, esta busca compreender a participação social dos indivíduos. Desta vez, entretanto, é voltada para eventos oficiais. A maioria das pessoas respondeu que não (53%). Dentre outros possíveis motivos para esse resultado, podem-se considerar os valores de ingressos para a entrada de eventos presenciais como a BGS (BGS, 2023) ou ao desinteresse do público para eventos *online*. Essas respostas, por conseguinte,

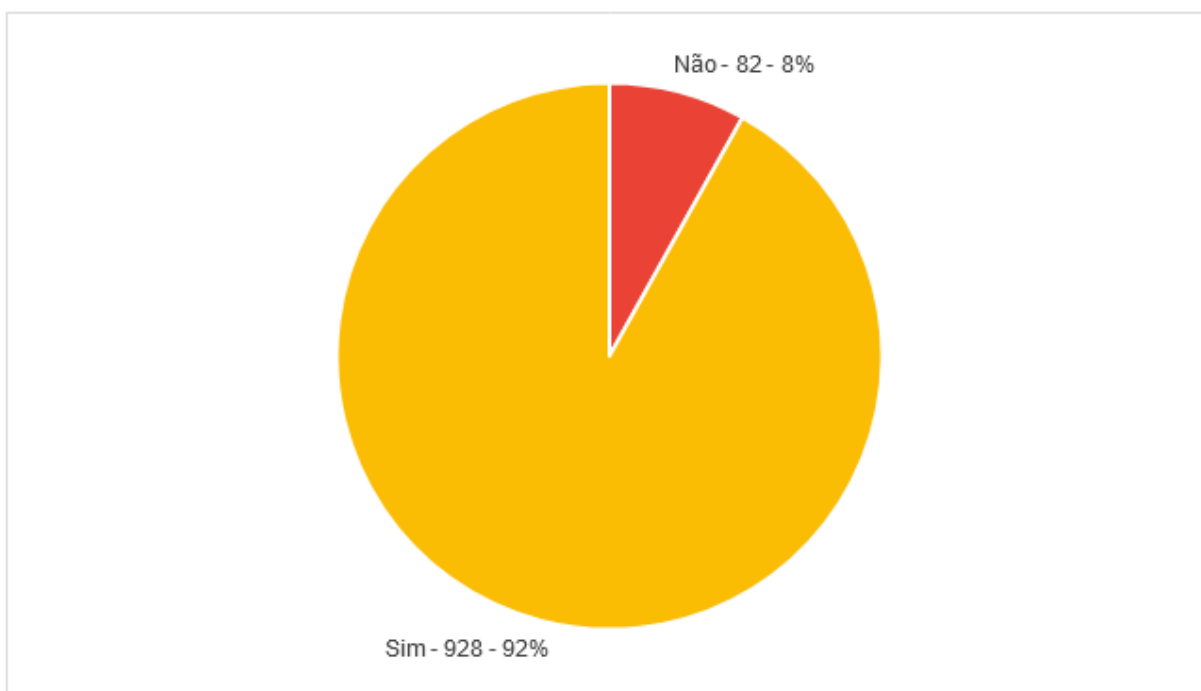
indicam um desinteresse dos jogadores para os eventos de videogames. Em sua maioria, os eventos online são focados em anúncios de novos videogames para as plataformas específicas, enquanto os presenciais também agregam a socialização e a experiência no seu valor. Dentre as hipóteses para a construção desse resultado, pode-se considerar a distância dos eventos presenciais, o desinteresse, entre outros. Nesse contexto, a entrevistada 1 corrobora com a hipótese do desinteresse, quando comenta

Bom eu não sei se isso “vai pro ar” na entrevista, mas fica uma crítica que eu acho que a BGS tá bem mais fraca esse ano do que nos anos anteriores né a gente não tá vendo muita coisa de jogo mesmo então ... tá meio massante mas a parte dos cosplays continua muito boa então então ... é.
(Entrevista 1)

expondo assim o seu interesse por mais conteúdos sobre videogames, que - na sua opinião - não era o suficiente no evento.

Pode-se verificar, portanto, que mesmo participando de comunidades com outros jogadores (conforme Figura 10), a maioria dos respondentes não participa de eventos de videogames. Apesar de não irem a eventos, os videogames fazem parte de suas vidas, como visto nas Figuras 6 e 7. A próxima questão, da Figura 12, objetiva entender a influência dos videogames sobre os respondentes, para que se tornassem quem são hoje.

Figura 12 - Gráfico - Videogames ajudaram a ser quem você é hoje



Fonte: Autoria própria

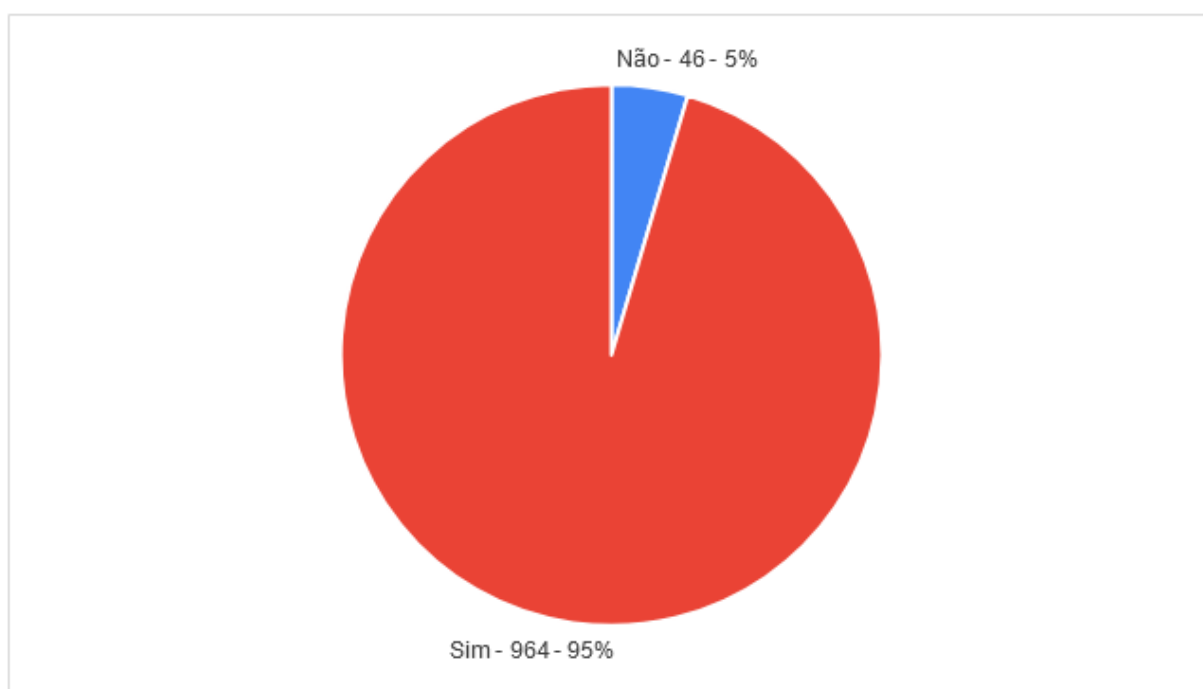
A pergunta da Figura 12, por ter uma característica reflexiva e necessitar de introspecção aos respondentes, foi redigida da seguinte forma: “Modo de agir e pensar”. Simplificando a pergunta, foi possível obter respostas mais precisas dos indivíduos, mesmo no meio do evento. Como resultado, 92% das respostas foram positivas, afirmando que os videogames ajudaram os respondentes a se tornarem quem são hoje. Essas respostas demonstram que os videogames são influentes na memória coletiva dos brasileiros, que as experiências que vivem com os videogames moldam como encaram o mundo, quais decisões tomam, seu modo de viver. A Figura 12, sendo a mais diretamente relacionada com as bases teóricas utilizadas e com o âmbito no qual a presente pesquisa está inserida, expressa o impacto dos videogames na memória coletiva (HALBWACHS, 2006) e identidade (CANDAU, 2009) dos brasileiros. Corroborando, a entrevistada 2 afirma que

Sim... os jogos, eles não são só um momento de lazer, eu acredito sabe, porque eles te desenvolvem, eles te trazem algo mais à mente. Eles trazem o lado artístico, eles trazem... até um intelecto a mais, trabalham a sua cabeça né, a sua memória e tudo mais e isso te agrega né, agrega valores

tanto pessoais quanto profissionais também. (Entrevista 2).

Esse trecho da Entrevista 2 corrobora para compreensão sobre o impacto dos videogames na vida dos jogadores, fazendo parte assim da cultura desse grupo. A seguir, será apresentado os percentuais sobre a utilização do videogame enquanto atividade cultural.

Figura 13 - Gráfico - Videogames como atividades culturais



Fonte: Autoria própria

A Figura 13 visa compreender a opinião dos respondentes para os videogames enquanto atividades culturais. Como resultado, 95% dos respondentes indicaram que videogames devem ser vistos como atividades culturais. Em um país que historicamente descarrega a culpa nos videogames, com exemplos recentes à pesquisa,

Durante o discurso, o Presidente da República argumentou que "não existem jogos que tratem de amor e educação" [...] ainda reclamou da existência de jogos de tiro e disse que esses videogames "ensinam" os jovens e crianças a matar. (Redação do GE, 2023)

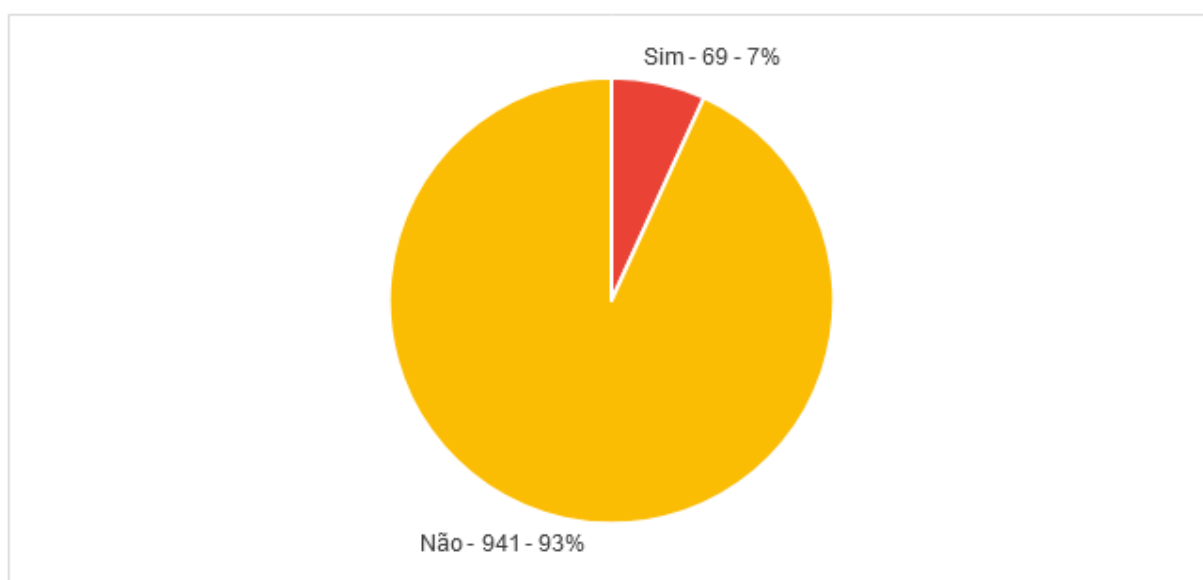
O resultado da pesquisa mostra como os mesmos devem ser valorizados no

âmbito cultural. Corroborando, Araújo diz que

Inseridos no mundo dos jogos, personagens, paisagens, cenários locais e regionais podem fazer parte de uma realidade global e possibilitar que as futuras gerações encontrem, no próprio território, sua identidade cultural e repertório de imagens”. (ARAÚJO, 2022).

Os videogames, em suma, apesar de serem frequentemente criticados, influenciam na memória coletiva e identidade dos brasileiros (conforme Figura 12) e devem ser vistos como atividades culturais (conforme Figura 13). Nesse âmbito, o gráfico da Figura 14 busca compreender se os respondentes concordam com os estereótipos atuais.

Figura 14 - Gráfico - Concorda com estereótipos atuais



Fonte: Autoria própria

Considerando os estereótipos de jogador descritos por Schiesel (2007) e as declarações públicas quanto ao assunto (Redação do GE, 2023), a pergunta da Figura 14 objetiva compreender a opinião dos respondentes. Para tornar a pergunta mais específica, adicionou-se o seguinte contexto: “Geram violência, desatenção, vício, linguagem imprópria, etc..”. Como resultado, 93% dos respondentes discordam dos estereótipos amplamente divulgados. O resultado é potencialmente influenciado pelo público ao qual a pesquisa é voltada e que se constitui os respondentes. O resultado, entretanto, demonstra que a grande maioria discorda desses estereótipos,

gerando assim uma cisão em relação à visão estabelecida historicamente no Brasil. Ratificando as respostas do questionário, o entrevistado da Entrevista 3 diz:

Cara, acho que o principal é uma coisa que todo mundo que tá aqui em uma feira de jogos vai concordar é que diferentemente do que a mídia *mainstream* fala e prega contra jogos “ai jogo é ruim”, “jogo é viciante”, “jogo te torna uma pessoa violenta”, “jogo não vai te levar a nada”, acho principalmente os últimos 5 a 10 anos a gente “tá” vendo que o jogo leva muitas pessoas “pra” frente, tanto os que jogam mesmo pra virarem *streamers*, influenciadores, jogadores profissionais de seus meios e tal, quanto até mesmo “numa” construção de caráter e personalidade - uma construção de educação também, como eu dei o exemplo do inglês e tal. Então assim, eu diria que eu sou uma pessoa melhor evoluída por conta de jogos do que talvez eu seria sem os jogos desde a minha infância. (Entrevista 3)

O questionário, ainda, aceitava respostas dissertativas com o intuito de permitir ao respondente expressar suas histórias pessoais com os videogames. Nesse contexto, foram feitas duas perguntas: “Qual videogame (jogo) marcou sua vida?” e “Por que esse videogame (jogo) marcou você?” sendo a primeira obrigatória e a segunda opcional. Apesar de tratar-se de uma pergunta de caráter íntimo e opcional, obteve-se 749 respostas (sendo 1086 do total de respondentes, desconsiderando a faixa etária), demonstrando uma vontade de participação na pesquisa e apego ao tema por parte dos respondentes.

As respostas para essas questões foram diversas e abordaram diversos aspectos da vida dos respondentes. Desde momentos alegres, com nostalgia e conexão com outras pessoas, até a superação de momentos difíceis e sensíveis como depressão, traumas e exclusão social. Abaixo, estão em destaque alguns relatos selecionados, demonstrando tamanho impacto dos videogames em diversas experiências humanas, com as suas respectivas análises.

Um dos participantes reflete sobre a importância dos jogos como forma de relembrar a infância, fazendo emergir os sentimentos bons vividos na época, o fortalecimento de vínculos, agindo assim como uma semente de rememoração (HALBWACHS, 2006). Corroborando, o respondente reitera “Jogos que eu costumava jogar com minha mãe, me traz boas lembranças da infância”.

(Respondente anônimo).

Outro relato mostra como os jogos incentivaram reflexões e autoconhecimento, servindo como ferramenta para questionar comportamentos e fortalecer a autoestima. Assim, o respondente afirma que

Me propôs reflexões e reavaliação do meu modo de pensar e viver, sobre como eu lido com as dificuldades ou com os prazeres, como eu me enxergo, me identifico e por que, muitas vezes, nós acabamos se autossabotando. (Respondente anônimo).

Para alguns, os videogames foram um apoio emocional durante momentos extremamente difíceis. Um dos participantes compartilhou:

[...] me marcou por um momento difícil da minha vida onde meu pai estava com câncer no pulmão e eu estava numa tristeza gigante, ele ficava deitado no quarto onde fica no meu computador e ficava observando eu jogar o jogo do bruxo, até hj tenho um colar da escola do lobo cmg [...]. (Respondente anônimo).

Além das memórias individuais citadas anteriormente, diversas respostas indicam os videogames como forma de conexão e união familiar. Conforme relatado por outro participante:

[...] Acredito que, além da memória, jogo em si, videogames conseguem marcar a nossa vida de uma forma muito especial. Tenho um filho de 13 anos que ama SONIC também e uma parceira incrível com quem jogo junto (online e off) por quase 10 anos. Para mim, é também uma forma de conexão com quem eu quero bem, pois jogar junto ou apenas conversar sobre, nos une. (Respondente anônimo).

Em outra perspectiva, um respondente explora a contribuição dos jogos para a distração da realidade e autoconhecimento:

Cada um dos jogos citados me afetou de uma forma diferente, seja como uma forma de distração da realidade, descansar a mente, ou aprender algo sobre mim mesmo. O caso mais proeminente que considero é com Cyberpunk 2077, onde graças a ele eu descobri características sobre mim que eu não conhecia, o jogo me gerou sentimentos muito novos. Graças a isso, levei o caso a minha terapeuta e aprendi mais sobre mim mesmo. (Respondente anônimo).

O testemunho de um participante mostra como os videogames, apesar de comumente conceituado como causadores de transtornos e violência, podem ser um

alicerce para superação de crises de saúde mental: “Foram jogos que me ajudaram durante uma longa crise de depressão, acredito que sem eles provavelmente não estaria aqui”. (Respondente anônimo).

Esses relatos evidenciam o impacto multifacetado dos videogames na vida dos participantes, revelando que sua influência vai muito além do entretenimento. Eles servem como ferramentas de conexão emocional, espaços seguros para enfrentar adversidades e meios de autoexploração. Para muitos, os videogames funcionam como válvulas de escape e fontes de conforto em momentos críticos, enquanto para outros, eles possibilitam o fortalecimento de vínculos familiares e a redescoberta de valores pessoais. Assim, os videogames emergem não apenas como produtos culturais, mas como elementos significativos na construção da memória coletiva, da identidade e cultura.

A pergunta “Qual videogame marcou sua vida?” exigia uma resposta dissertativa. Assim, foram utilizadas ferramentas operacionais para realizar agrupamentos gerais das respostas, permitindo a visualização das respostas na totalidade e sua divisão em subgrupos por tema. O Quadro 2 a seguir, elaborada a partir das respostas para a pergunta, mostra os 10 videogames que mais foram citados pelos respondentes.

Quadro 2 - Contagem de menção de videogames

Jogo	Quantidade	Modo de Jogo
Minecraft	102	Multiplayer
Red Dead Redemption 2	35	Singleplayer
League of Legends	33	Multiplayer
The Last of Us	29	Singleplayer
God of War	28	Singleplayer
GTA San Andreas	26	Singleplayer
Super Mario World	24	Singleplayer
Skyrim	21	Singleplayer

The Witcher 3	20	Singleplayer
Life is Strange	19	Singleplayer
Outro	693	-

Fonte: Autoria própria

Ao analisar o Quadro 2, torna-se interessante relacioná-lo às respostas objetivas do questionário. Corroborando com os resultados obtidos na Figura 8, o Quadro 2 apresenta 8 jogos *singleplayer* e 2 jogos *multiplayer* como os 10 videogames que mais marcaram as vidas dos respondentes. Apesar de existirem milhares de videogames no mercado, é notável a prevalência de alguns títulos nas respostas dos participantes, indicando a qualidade dos mesmos e como impactam na memória coletiva dos brasileiros.

A segunda pergunta dissertativa “*Por que esse videogame (jogo) marcou você?*”, entretanto, possui mais complicações em torno da sua categorização - visto a pluralidade ainda maior de respostas. Assim sendo, o quadro abaixo apresenta os motivos pelos quais os videogames impactaram a vida dos respondentes, agrupados pela ferramenta em temáticas.

Quadro 3 - Respostas para “Por que esse videogame (jogo) marcou você?”

Temática	Descrição	Quantidade
Relacionamentos e Conexões	Respostas que mencionam como o videogame ajudou a criar ou fortalecer amizades, laços familiares ou conexões sociais importantes.	220
Infância e Nostalgia	Respostas que remetem a lembranças da infância ou sentimentos nostálgicos associados ao videogame.	72
Narrativa e História Marcante	Respostas que destacam a história envolvente ou narrativa impactante do videogame que marcou o jogador.	65
Primeiros Jogos e	Respostas que mencionam o videogame	50

Primeiras Experiências	como um dos primeiros que a pessoa jogou ou que introduziu ao mundo dos videogames.	
Aprendizado e Desenvolvimento	Respostas que enfatizam o aprendizado de habilidades, desenvolvimento pessoal ou crescimento proporcionado pelo videogame.	31
Impacto Financeiro e Acesso Limitado	Respostas que destacam o videogame como um marco em um contexto financeiro ou de acesso restrito.	23
Imersão e Experiência	Respostas que destacam a experiência imersiva proporcionada pelo videogame, como atmosfera, trilha sonora ou ambientação.	21
Momentos em Família	Respostas que mencionam momentos especiais compartilhados com a família através do videogame.	11
Sensação de Poder e Aventuras Épicas	Respostas que enfatizam a sensação de poder ou a participação em grandes aventuras dentro do videogame.	9
Outros	<i>Não foi possível identificar uma temática específica para a resposta</i>	247

Fonte: Autoria própria

Conforme visualizado no Quadro 3, a maioria dos respondentes relatou que os videogames foram marcantes por criarem ou fortalecerem amizades, laços familiares ou conexões sociais importantes. Nesse contexto, 220 respostas foram classificadas como “Relacionamentos e Conexões”, o que reforça a influência dos videogames na memória coletiva dos jogadores. Esses videogames fortalecem laços com comunidades afetivas, contribuindo para a construção da memória coletiva (Halbwachs, 2006) e da identidade dos indivíduos (Candau, 2009). Ao enfatizar a socialização como uma influência direta dos videogames, os respondentes também reforçam a importância de considerar os videogames como atividades culturais, uma vez que suas redes de conexões são ampliadas, fortalecidas e ressignificadas, formando uma cultura (Geertz, 1989, p.15). Consequentemente, a cultura *gamer* torna-se duradoura a partir do momento em que está atrelada, entre outros fatores, às

tecnologias atuais e tendências da indústria criativa de videogames, cujas mudanças viabilizam hábitos culturais em um fluxo constante (Bauman, 2012). Tal característica é explorada pelo Quadro 2, cuja linha “Outros” contém 693 respostas, indicando a pluralidade de videogames que impactam os indivíduos, ao longo do tempo.

Outros agrupamentos temáticos também fortalecem o aspecto social e identitário dos videogames, como “Infância e Nostalgia” que contém 72 respostas, indicando que os respondentes têm os videogames como “sementes de rememoração”, evocando lembranças do passado, provocando o sentimento de nostalgia e auxiliando na constituição da memória coletiva (Halbwachs, 2006).

4.3 Resultados das entrevistas

A seguir, serão analisadas as percepções e experiências de 5 entrevistados diretamente envolvidos com o universo dos videogames, coletadas durante a BGS 2023 - seguindo o roteiro temático presente no Apêndice B. As entrevistas incluíram participantes de diferentes perfis, como desenvolvedores de videogames, *cosplayers* e empresários, que compartilharam suas visões sobre o impacto dos videogames em suas vidas. No subcapítulo a seguir, será feita uma análise temática das entrevistas, vinculando os relatos dos entrevistados à temática de pesquisa, bem como às bases conceituais utilizadas.

4.3.1 Análise Temática

Nesse tópico, são explorados os temas principais emergentes das entrevistas realizadas, buscando identificar padrões e nuances nas experiências relatadas pelos entrevistados. Esta análise visa compreender de que maneira os videogames contribuem para a construção de memórias individuais e coletivas, e como esses elementos influenciam a identidade dos jogadores. Mediante uma abordagem qualitativa, foram destacados tópicos recorrentes, como o sentimento de pertencimento à comunidade gamer, a ressignificação de experiências passadas e a importância dos videogames e suas interações sociais no fortalecimento da memória

coletiva. Esses temas permitem uma visão mais profunda das relações entre videogames, identidade e memória, alinhando-se com as bases teóricas da presente pesquisa, reforçando os conceitos discutidos ao longo da pesquisa.

Durante o tópico 4.2 foi possível perceber que a grande maioria (93%) discorda dos estereótipos atuais sobre os videogames. Estereótipos como a incitação de violência, linguagem imprópria e vício não são vistos como reais para os respondentes. Todavia, a Entrevista 1 comunica, ainda que discretamente, uma realidade vivida por muitas mulheres ao redor do mundo, no âmbito dos videogames. Em uma perspectiva relacionada aos jogadores e seu convívio social dentro dos videogames, o cenário apresenta desigualdades e opressões às mulheres. Ao ser questionada sobre um momento engraçado, emocionante e marcante nos videogames, obteve-se a seguinte resposta:

Ah, eu não me recordo de nenhum marcante, mas assim... eu particularmente sempre falo no masculino no chat do jogo, né, para não ser xingada. Não sei se isso é um momento marcante, mas infelizmente é o que eu consigo lembrar agora. (Entrevista 1)

Esse trecho da entrevista demonstra que, ao invés de lembrar de momentos felizes e prazerosos durante seus momentos jogando, a discriminação e opressão são as primeiras coisas que ela pensa para sua resposta. Nesse contexto, dados coletados pela pesquisa *“The experience of women players in the gaming industry and how companies can create a more inclusive space for women gamers”*, realizada pelo REACH3, mostram que 59% das mulheres que jogam usam uma identidade masculina ou neutra. Apesar de não tratar do Brasil, a pesquisa afirma e corrobora o relato da entrevistada, mostrando como mesmo o cenário casual para as mulheres ainda é de difícil acesso e cercado de discriminação. Todo esse cenário faz com que 77% das mulheres se sintam frustradas e desestimuladas, sendo que 70% das vezes suas habilidades são diminuídas em função do seu gênero e 50% dos comentários incluem caráter patriarcal e machista (REACH3, 2021).

Visando incentivar a participação das mulheres no cenário profissional e a igualdade no contexto casual, diversas instituições e empresas brasileiras do âmbito

privado e público estão criando programas de apoio a essa comunidade. Um desses exemplos é o Santander Brasil (2022), que, através de sua campanha “Santander Banca o Game Delas”, criou um campeonato oficial de videogame chamado IGNIS CUP, focado em mulheres e minorias que sofrem opressão e têm dificuldades em ingressar no cenário tradicional. Visando fomentar um cenário inclusivo no videogame, esse programa permite que jogadoras entrem nesse mundo e se desenvolvam livres das barreiras de estereótipos e discriminação.

Ainda que seja um ambiente de difícil acesso para mulheres, quando questionada sobre o impacto dos videogames em sua vida, a entrevistada 1 diz que

[...] eu tô aqui por conta do jogo de certa forma, porque eu jogo LOL, aí eu sempre quis fazer cosplay de jogos principalmente do LOL, aí eu me inscrevi tô aqui passei ganhei a credencial Vip né, ganhei o concurso cosplay então tipo eu fiquei muito feliz e se não fosse os jogos eu não teria isso né, então ... minha carreira cosplayer tem ligação com jogos né. (Entrevista 1)

O relato evidencia assim oportunidades profissionais na área de *cosplays* e a sensação de conquista ao vencer um concurso, um sentimento que é frequentemente impedido por barreiras.

Apesar dessas barreiras, os videogames também oferecem oportunidades e têm um papel significativo na formação de identidade e na criação de vínculos culturais. Dessa forma, a inclusão dos videogames enquanto atividades culturais - conforme Figura 13, com fomento e educação pode tornar o espaço mais acessível para mulheres e outras minorias. Esse potencial transformador dos videogames, bem como a opinião dos respondentes quanto à Figura 14, é corroborado pelo depoimento do entrevistado 3, que menciona

[...] diferentemente do que a mídia *mainstream* fala e prega contra jogos “ai jogo é ruim”, “jogo é viciante”, “jogo te torna uma pessoa violenta”, “jogo não vai te levar a nada”, acho principalmente os últimos 5 a 10 anos a gente “tá” vendo que o jogo leva muitas pessoas “pra” frente, tanto os que jogam mesmo pra virarem streamers, influenciadores, jogadores profissionais de seus meios e tal, quanto até mesmo “numa” construção de caráter e personalidade - uma construção de educação também, como eu dei o exemplo do inglês e tal. Então assim, eu diria que eu sou uma pessoa melhor evoluída por conta de jogos do que talvez eu seria sem os jogos desde a minha infância. (Entrevista 3)

No trecho, o entrevistado 3 vai contra alguns dos estereótipos citados na Figura 14 e ressalta o impacto positivo dos videogames na construção de caráter, desenvolvimento e na carreira profissional.

Ainda no âmbito profissional, os videogames podem ser uma oportunidade de entrada para novos talentos no mercado de indústrias criativas de videogames no Brasil e no mundo. Quando perguntado sobre um videogame que o impactou, o entrevistado 4 comentou

Provavelmente o *Zelda Ocarina of Time*. Foi o jogo onde eu acabei me apaixonando por jogos assim, por desenvolvimento de jogos porque com esse jogo eu comecei a pensar em: “Como que eles pensaram em fazer esse jogo, né?”, “Que que eles fizeram?”, “Quais foram as ideias deles?”, “Será que algum dia eu posso ter essa sensação também, de estar fazendo um jogo?”. Então provavelmente é o jogo que impactou mais a minha assim que mudou, que eu falei “Não, eu quero ser desenvolvedor de jogos” e acabei entrando na área de programação posteriormente né. Foi esse jogo, o jogo que mudou minha vida assim. (Entrevista 4).

No relato, o entrevistado 4 menciona vários questionamentos e inspirações provindas do videogame informado. Em sua experiência, o videogame o incentivou a buscar a profissionalização para - um dia - passar esse sentimento para outras pessoas em seus videogames. A indústria de videogames no Brasil, entretanto, não é acessível para muitas pessoas. De acordo, o entrevistado 5 afirma que

A minha vida inteira eu joguei. Só que, por conta de não ser tão acessível, né, o mercado de games para todo mundo, eu tive que trabalhar no mercado tradicional para conseguir, um dia, depois ali dos meus 37 anos, conseguir me dedicar inteiramente à produção de games e à escola, a dar aula para jovens, de games. (Entrevista 5)

Diversas podem ser as hipóteses para o contexto do relato do entrevistado 5, cujos detalhes não cabe a presente pesquisa aprofundar. Todavia, o incentivo à produção de videogames, enquanto indústria criativa e atividade cultural, tem o potencial de expandir o setor já em crescimento (PWC, 2022) e permitir que mais jogadores se sintam inspirados e sigam para o setor de desenvolvimento de videogames. Os videogames, corroborando com o Quadro 3, possuem uma relação com as conexões e relações que os indivíduos fazem, os grupos que pertencem e quanto às lentes como veem o mundo - conforme 12. Atuando assim, não apenas do

ponto de vista profissional e da indústria criativa, mas na memória coletiva, identidade e cultura dos brasileiros.

Complementando essa perspectiva, a entrevistada 2 afirma que os videogames desenvolvem os jogadores, quando diz

Sim... os jogos, eles não são só um momento de lazer, eu acredito sabe, porque eles te desenvolvem, eles te trazem algo mais à mente. Eles trazem o lado artístico, eles trazem... até um intelecto a mais, trabalham a sua cabeça né, a sua memória e tudo mais e isso te agrega né, agrega valores tanto pessoais quanto profissionais também. (Entrevista 2)

Apesar de não usar a palavra “memória” no contexto trabalhado no campo da Memória Social, ao vincular a formação de valores à memória com os videogames, pode-se englobar as experiências passadas, as relações e socialização com outros indivíduos, resultando assim na “memória coletiva” aqui empregada. Pela memória é constituída a identidade, que é capaz de favorecer a inclusão de características específicas do passado ao cotidiano dos indivíduos (Candau, 2012). Dentre tais características, pode-se incluir os valores agregados através dos videogames (Entrevista 2), que acabam por fazer parte da identidade do indivíduo e influenciam o modo como ele age e pensa.

Enquanto parte das experiências pessoais dos indivíduos entrevistados, 4 dos 5 entrevistados relataram que possuem lembranças que consideram emocionantes, inesquecíveis e marcantes em suas vidas vinculadas aos videogames. Das 4 respostas, 3 têm um caráter de socialização, enquanto uma abordou o sentimento de alegria e satisfação. A entrevistada 2, por exemplo, compartilha uma de suas lembranças quando questionada sobre algum momento marcante, quando diz

Tive com Mortal Kombat também, foi o MK3 que é até dessa roupa que eu “tô” que foi quando eu tinha 9 anos de idade e eu “tava” de férias na casa da amiga da minha mãe e aí [...] quando ela chegou eu “tava” jogando com os meus amigos - Nintendo ainda, era fita - e aí eu ia embora e ia levar minha fita, só que aí os meninos esconderam pra eu não levar a minha fita ... e aí eu falei assim: “Eu vou ficar, eu vou dormir aqui que eu quero minha fita” ... aí meus pais foram, nisso que eles foram aí eu achei minha fita e depois eu fui pra casa - e eu nunca tinha andado sozinha na rua - e aí eu fiquei um mês de castigo. Eu tinha acabado de ganhar um patinete e eu fiquei um mês sem poder andar com o meu patinete e eu nunca mais esqueci isso na vida [risadas] [...] Tinha minha fita e jogava o Mortal Kombat todos os dias, tinha

um calo aqui no dedo de fazer os combos [aponta para o polegar da mão esquerda] [risadas]. (Entrevista 2)

. No momento da entrevista, a entrevistada estava fazendo *cosplay* de um personagem do jogo *Mortal Kombat 3 (MK3)* por ela citada, mostrando a importância do videogame para ela e como, em poucos segundos de entrevista, ele conseguiu fazer emergir uma memória da sua infância e evocar suas risadas. Ao compartilhar esses momentos com seu grupo de amigos, jogando juntos, torna-se mais palpável a abordagem de Geertz para a cultura por meio de relacionamentos e conexões. (Geertz, 1989). Outro exemplo de rememoração vinculada aos videogames foi expresso pelo entrevistado 3, quando relatou

Cara, emocionante teve no Final Fantasy XIV, que tem uma história né, tem uma lore principal, eu tinha jogado, depois de um tempo minha namorada começou a jogar do zero e quando ela chegou no “numa” determinada expansão que eu acho bem emocionante, que é a Shadowbringers foi emocionante que eu tinha [...] recém perdido o meu pai e daí... eu já tinha passado por aquilo antes de perder meu pai então não bateu tão forte. Daí reassistindo ela jogando, quando chegou determinado momento bateu mais assim a mensagem da campanha, depois de ter perdido meu pai, aí pra mim foi um momento bem emocionante. (Entrevista 3)

Abordando um aspecto emocionante, pelas próprias palavras do entrevistado 3, ele relata que os videogames - em específico o *Final Fantasy XIV ShadowBringers* - trouxeram uma forte emoção devido ao período difícil de sua vida. Pelo contexto que vivia, a experiência que teve com o videogame foi mais profunda, fazendo-o compreender um lado da narrativa que antes não o havia impactado e marcando em sua memória uma lembrança íntima vinculada ao videogame. A história do videogame frequentemente aborda temas de perda e perseverança (VRYKERION, 2024), agregando significados assim ao entrevistado 3 e o auxiliando a passar pelo momento difícil de sua vida.

Enquanto o entrevistado 3 encontrou nos videogames uma maneira de lidar com emoções profundas e enfrentar períodos difíceis, o entrevistado 4 apresenta um exemplo distinto, mas igualmente marcante, em sua relação com os videogames, quando diz:

Agora que “cê” perguntou eu lembrei, é bem específico, uma vez eu tava jogando GTA IV, e tava jogando o modo de história, e em um determinado

momento o save do jogo bugou ali. Eu não sabia o que fazer, eu não conseguia ir nem pra frente nem pra trás no save. Fuçando no mapa eu consegui encontrar um bug ali que me ajudou, acabou desbloqueando o save ali. É um dos momentos que eu guardo pra mim assim. É uma coisa né, foi um bug, mas acabou sendo memorável pra mim assim, então achei legal. (Entrevista 4)

Para ele, o episódio de um *bug*¹⁷ inesperado em *GTA IV* tornou-se uma lembrança marcante, não pela intensidade emocional da narrativa, mas pela experiência única de superação de um obstáculo. Apesar de não compartilhar a relação diretamente relacional e social das outras duas lembranças, o entrevistado 4 demonstra que o sentimento de superação do momento ficou marcado em sua memória. Em momentos sutis, tais experiências têm a capacidade de ensinar ao jogador a ter perseverança - seja por passar por um momento difícil emocionalmente ou por estar bloqueado por um simples *bug*.

Apesar de ter vivenciado experiências diferentes da geração analisada pela pesquisa, o entrevistado 5 também tem lembranças relacionadas aos videogames. Quando perguntado sobre algum momento marcante, emocionante e engraçado, ele diz:

Ah, tenho vários, não sei se vai dar pra contar todos. Tem um que assim, que eu me lembro até hoje. Eu tava jogando Final Fighter. Não sei se vocês lembram, era um jogo dos anos 90, de porrada. Era um jogo que durava 3-4 horas para zerar. E esse jogo, esse fliperama que eu jogava, enquanto eu tava jogando esse jogo, quem ganhasse esse jogo sem perder nenhuma ficha ganhava 20 fichas do dono do fliperama. Eu passei 12 horas jogando o jogo, porque eu jogava várias para ganhar as 20 fichas. Nisso, minha mãe já tinha chamado os vizinhos porque eu tinha sumido, chamando a polícia. Então essa foi uma história engraçada. O bairro inteiro tava me procurando e eu socado num fliperama jogando. Fora outros de lan-house, de queimar computador, mas a história mais legal que eu tenho é essa. (Entrevista 5)

Pode-se inferir pelo modo como o entrevistado 5 relata sua lembrança que esta tem grande valor para ele. Além de abordar diversas vezes a importância para ele da socialização da época dos fliperamas, a sua lembrança marcante também dá-se no mesmo contexto. A lembrança, mesmo aludindo a um acontecimento à preocupação

¹⁷ “É a falha, ou erro em um programa computacional, que o impede de se comportar como pretendido” (ESCOLA, 2024)

dos seus pais e à polícia, ao longo do tempo foi ressignificada, tornando-se cômica para o entrevistado 5.

Todos os relatos evidenciam como os videogames podem deixar impressões duradouras nos indivíduos, seja por meio de histórias profundamente pessoais ou de desafios imprevistos. Ao auxiliar os entrevistados a recordarem lembranças, os videogames atuam como sementes de rememoração (Halbwachs, 2006). Assim, apesar de não serem lembranças revividas frequentemente, a utilização das palavras “emocionante”, “marcante” e “engraçado”, juntamente com o contexto de videogames, atuou como a chuva necessária para as lembranças desabrocharem no presente e serem ressignificadas para esse contexto. Sem a chuva, “nós nos sentimos inteiramente incapazes de lhe construir uma parte qualquer; aqueles que não-la descrevem poderão fazer um quadro vivo dela, mas isso não será jamais uma lembrança”. (HALBWACHS, 2006, p. 28). A memória coletiva, portanto, está intrínseca e relacionando constantemente o passado com o presente, o vivido com o viver, onde as lembranças emergem e auxiliam a formação identitária e cultural dos indivíduos sociais.

5 PRODUTO FINAL

Propõe-se, como produto final da presente pesquisa, um roteiro de documentário curto, com cerca de 10 a 15 minutos de duração, onde serão explicados os conceitos abordados no trabalho, bem como inseridos trechos de entrevistas. O intuito é que o espectador possa entender de forma simplificada e prática tanto as bases conceituais utilizadas quanto os conceitos e aplicações do teórico, na prática.

Por meio de um documentário gerado a partir do roteiro, os integrantes do grupo pesquisado poderão se identificar com o conteúdo apresentado, bem como sugerir novas adições. Outros grupos poderão entender melhor como os videogames são importantes na vida, memória e identidade dos jogadores, entender os motivos pelos

quais se aproximar dessa comunidade pode ser proveitoso para ambas as partes. Sejam esses parentes dos integrantes que queiram saber mais sobre o assunto, jornalistas, professores ou outros acadêmicos que possam debruçar-se mais sobre o tema e disseminar o conhecimento. Em um âmbito pessoal, como o próprio autor se insere no grupo estudado, a pesquisa torna-se de grande importância para o seu crescimento pessoal e profissional na área de tecnologia.

Nos próximos tópicos constará o detalhamento do produto, constando: Resumo e objetivos do produto; Análise de mercado, Estudo dos clientes, concorrentes e fornecedores; Plano de marketing; Processo operacional; Plano financeiro.

5.1 – O Produto

O produto foi um roteiro de um documentário intitulado "Bits de Memória" que explorou a influência dos videogames na formação da memória coletiva e identidade da geração nascida entre 1995 e 2005 no Brasil, dividido em 7 cenas, conforme pode ser verificado da Figura 15 a 33 e acessível em: https://drive.google.com/file/d/1-2J6Gt0VDxNxXOmDXI_ezZXt7ZPe7hQY/view?usp=sharing. Essa geração cresceu em uma época de rápida evolução tecnológica, onde os videogames se tornaram uma parte importante de suas vidas. O roteiro visa examinar os impactos sociais, identitários e culturais dos videogames em suas vidas, assim como esses videogames moldaram a cultura, os valores e as experiências compartilhadas por essa geração.

Figura 15 - Cena 0 – Capa



Produto técnico de Mestrado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Bens Culturais da Universidade La Salle - UNILASALLE como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Memória Social e Bens Culturais.

Autor: Paulo Pires de Avila

Orientadora: Profa. Dra. Ingridi Vargas Bortolaso

Índice

Cena 1: Introdução - “O Que São Bits de Memória?” (0:00 - 1:30)	2
Cena 2: Memória e Identidade (1:30 - 5:00)	3
Cena 3: A Evolução dos Videogames (5:00 - 6:00)	5
Cena 5: Comunidades e Cultura Gamer - Construindo Memórias Coletivas (7:00 - 9:00)	8
Cena 6: Sociotransmissores e Metamemória (9:00 - 11:00)	9
Cena 7: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade (11:00 - 15:00)	10
Cena 8: Finalização (15:00 - 16:00)	18

Fonte: Autoria própria

Figura 16 - Cena 1 – O que são bits de memória

Cena 1: Introdução -

“O Que São Bits de Memória?” (0:00 - 1:30)

Imagem: Abertura com uma animação de bits e pixels se juntando para formar imagens de jogos clássicos e contemporâneos. Aos poucos, a tela revela uma sequência de jogos que marcaram gerações, conectando esses “bits” visuais ao conceito de memória coletiva.

Narrador:

- “Tem algum game que te marcou, seja por gerar momentos engraçados, emotivos ou emocionantes?”
- Como pequenas peças de um grande quebra-cabeça, cada lembrança que temos dos jogos é um fragmento, um bit de algo muito maior. Cada jogo, cada personagem, cada partida é parte de uma memória que, como os bits de um sistema digital, juntos, formam uma identidade coletiva. Em Bits de Memória, vamos explorar como esses bits moldam a memória de uma geração inteira.”

Fonte: Autoria própria

Figura 17 - Cena 2 – Memória e Identidade

Cena 2: Memória e Identidade (1:30 - 5:00)

Imagem: Cenas de pessoas revisitando álbuns de fotos, recordando memórias de infância e momentos marcantes de suas vidas. Intercaladas, cenas de pessoas jogando videogames e celebrando marcos dentro dos jogos.

Narrador:

- "Mas o que é memória? E o que é identidade?"
- "Memória é mais do que apenas a lembrança de um momento. Como explica Halbwachs (2006), ela é um fenômeno social, construído e reconstruído coletivamente. Assim, um indivíduo nunca está sozinho, pois leva consigo todas as pessoas que formaram sua memória e sua forma de ver o mundo. (HALBWACHS, 2006).
- "Halbwachs (2006) assim criou o conceito de memória coletiva, descrevendo como ressignificamos essas lembranças a partir do presente, moldando continuamente quem somos."
- "Assim, quando você lembra de uma vitória em um jogo, de um personagem querido, ou de um momento especial, está ativando um fragmento da sua memória que se tornou parte de você."
- "É como uma semente que conecta nossas lembranças ao contexto em que vivemos, permitindo-nos compreender nosso lugar no mundo."

Imagem: Cenas mudam para momentos de comunidade – jogadores em eventos, amigos jogando juntos – para introduzir a ideia de identidade compartilhada.

Narrador:

- "Agora pensem na identidade, como uma coleção de memórias, valores e experiências que nos definem. E, assim como a memória, ela não é algo isolado. Está conectada às nossas vivências e às das pessoas ao nosso redor. Quando jogamos, nos unimos a milhões de outros jogadores em experiências que vão muito além da tela. Essas vivências se transformam em memórias coletivas, construindo uma identidade que é tanto individual quanto compartilhada. Como quando falamos 'gamer', por exemplo."
- "Segundo Candau (2009), a memória faz parte da identidade assim como a memória é resignificada e lembrada a partir da identidade de um grupo ou indivíduo. Consistindo assim em um ciclo."
- "O autor ainda introduz o conceito de sociotransmissores que são objetos, seres, produções, entre outros, que favorecem as conexões entre indivíduos por evocarem memórias e sentimentos compartilhados entre eles."
- "Os videogames, ao trazerem à tona essas lembranças, atuam como sociotransmissores, fortalecendo nossa memória e, por consequência, definindo nossa identidade".
- "Apesar de serem conceitos abstratos e difíceis de entender, durante esse vídeo eles se tornarão mais claros".

Fonte: Autoria própria

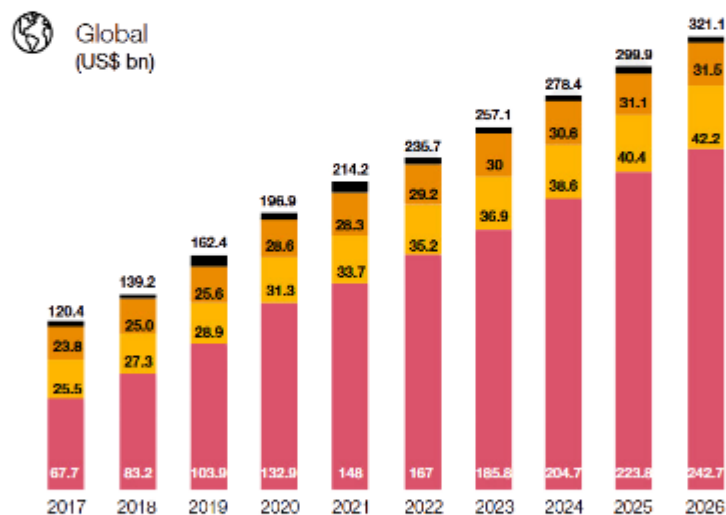
Figura 18 - Cena 3 – A evolução dos videogames

Cena 3: A Evolução dos Videogames (5:00 - 6:00)

Imagem: A linha do tempo continua, misturando gráficos e bits que mudam de forma, representando a evolução dos videogames ao longo das décadas.

Narrador:

- "Desde os primeiros games para os arcades até os mundos imersivos que experienciamos hoje, os videogames se transformaram em uma forma de arte e cultura global.
- "A indústria dos videogames já supera o cinema e a música em faturamento global, reforçando seu papel como um dos pilares do entretenimento contemporâneo."



- "Para muitos, esses games guardam não só histórias virtuais, mas memórias reais de amizades, desafios e conquistas. O impacto dos videogames vai muito além do entretenimento: eles se tornaram parte da identidade e da memória coletiva de quem cresceu com eles."

Fonte: Autoria própria

Figura 19 - Cena 4 – Videogames e Identidade - Lembranças

Cena 4: Videogames e Identidade - Lembranças (6:00 - 7:00)

Imagem: Close em cenas de pessoas jogando em diferentes contextos – em festas, em casa, online com amigos, cada situação mostrando uma forma de conexão e lembrança.

Narrador:

- "Longe de serem apenas uma série de pixels na tela, os videogames se tornaram parte das nossas memórias, da nossa identidade. Eles nos acompanham em fases de nossas vidas.
- **[Trecho da entrevista 2]**
 - **Teve algum momento engraçado, emocionante ou inesquecível que você teve nos games aí que você queira compartilhar?**
 - Tive com *Mortal Kombat* também, foi o *MK3* que é até dessa roupa que eu "tô" que foi quando eu tinha 9 anos de idade e eu "tava" de férias na casa da amiga da minha mãe e aí [...] quando ela chegou eu "tava" jogando com os meus amigos - Nintendo ainda, era fita - e aí eu ia embora e ia levar minha fita, só que aí os meninos esconderam pra eu não levar a minha fita ... e aí eu falei assim: "Eu vou ficar, eu vou dormir aqui que eu quero minha fita" ... aí meus pais foram, nisso que eles foram aí eu achei minha fita e depois eu fui pra casa - e eu nunca tinha andado sozinha na rua - e aí eu fiquei um mês de castigo. Eu tinha acabado de ganhar um patinete e eu fiquei um mês sem poder andar com o meu patinete e eu nunca mais esqueci isso na vida [risadas]
- Relato anônimo
 - Acredito que além da memória jogo em si, videogames conseguem marcar a nossa vida de uma forma muito especial. Tenho um filho de 13 anos que ama SONIC também e uma parceira incrível com quem jogo junto (online e off) por quase 10 anos. Para mim, é também uma forma de conexão com quem eu quero bem, pois jogar junto ou apenas conversar sobre, nos une. (Respondente anônimo).
- "Como mostram estudos de memória social, essas experiências formam uma rede de memórias compartilhadas, onde nos conectamos e nos reconhecemos como parte de algo maior."

Fonte: Autoria própria

Figura 20 - Cena 5: Comunidades e Cultura Gamer - Construindo Memórias Coletivas

Cena 5: Comunidades e Cultura Gamer - Construindo Memórias Coletivas (7:00 - 9:00)

Imagem: Grupos em eventos de videogame (BGS 2023), streamers ao vivo, e cenas de comunidades online interagindo e trocando ideias.

Narrador:

- "Se cada jogador guarda um bit de memória pessoal, o que acontece quando esses bits se unem?"
- "Dentro da comunidade gamer, surgem expressões, comportamentos e valores únicos, criando um ambiente social rico e diverso. Segundo Geertz (1989) a cultura é como uma teia de significados criada pelas interações humanas. Assim, ao trocar experiências dentro dessa comunidade, surge uma nova cultura."
- **Exemplo no Brasil:**
 - "A comunidade brasileira de League of Legends, por exemplo, acaba por conhecer e usar expressões como: 'Xesquedele', 'Dive mid no gank', entre outros. Ou no caso de jogos de FPS, tem o 'smokar' e 'abrir o pixel'. Tudo isso acaba não sendo compreensível para uma pessoa de fora da comunidade, sendo assim um método de linguagem próprio e único."

Fonte: Autoria própria

Figura 21 - Cena 6: Sociotransmissores

Cena 6: Sociotransmissores (9:00 - 11:00)

Imagem: Cenas dos jogos mais icônicos, intercaladas com jogadores relembrando momentos marcantes. Visual de pixels e bits flutuando pela tela, representando essas memórias sendo relembradas.

Narrador:

- “Os games são experiências vividas que voltam à mente quando mais precisamos.
- Respondentes anônimos
 - *Me propôs reflexões e reavaliação do meu modo de pensar e viver, sobre como eu lido com as dificuldades ou com os prazeres, como eu me enxergo, me identifico e por que, muitas vezes, nós acabamos se auto-sabotando. (Respondente anônimo).*
 - *Foram jogos que me ajudaram durante uma longa crise de depressão, acredito que sem eles provavelmente não estaria aqui. (Respondente anônimo).*
- Candau (2009) explica que os sociotransmissores, como os elementos de um jogo ou um evento marcante em uma partida, são capazes de evocar memórias compartilhadas e fortalecer a identidade coletiva.”
- Um exemplo disso são os criadores de conteúdo, que compartilham momentos com os espectadores, gerando sentimentos similares aos produzidos pelo videogame ao passarem por situações que também evocam memórias neles, atuando assim como sociotransmissores. Outro exemplo são os personagens dos videogames, que ao vermos trazem à tona essas lembranças.

Fonte: Autoria própria

Figura 22 - Cena 7a: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade

Cena 7: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade (11:00 - 15:00)

Imagem: Gráficos e dados visuais são exibidos, destacando a coleta e análise dos dados. Intercalados, clipes de entrevistas e imagens do evento presencial (BGS 2023), bem como plataformas utilizadas para a pesquisa (Google Formulários e Excel).

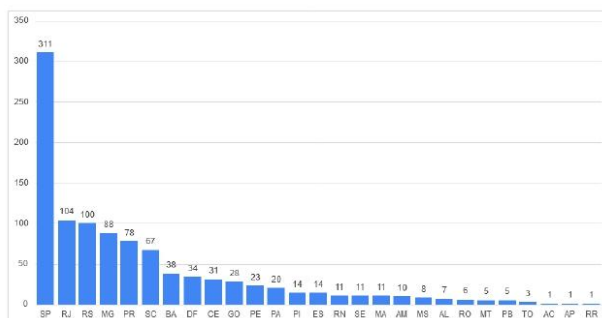
Narrador:

- “Os resultados apresentados neste documentário foram coletados através de um questionário aplicado tanto presencialmente quanto online. Os gráficos a seguir nos ajudam a compreender como os videogames influenciam a memória e a identidade dos jogadores no Brasil.”

Fonte: Autoria própria

Figura 23 - Cena 7b: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade

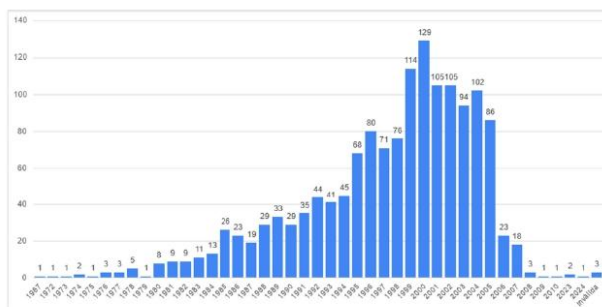
Imagem:



Narrador:

- “Os dados coletados incluem respondentes de todos os estados brasileiros, com destaque para as regiões Sudeste e Sul. Essa ampla dispersão reforça a validade dos resultados obtidos.”

Imagem:



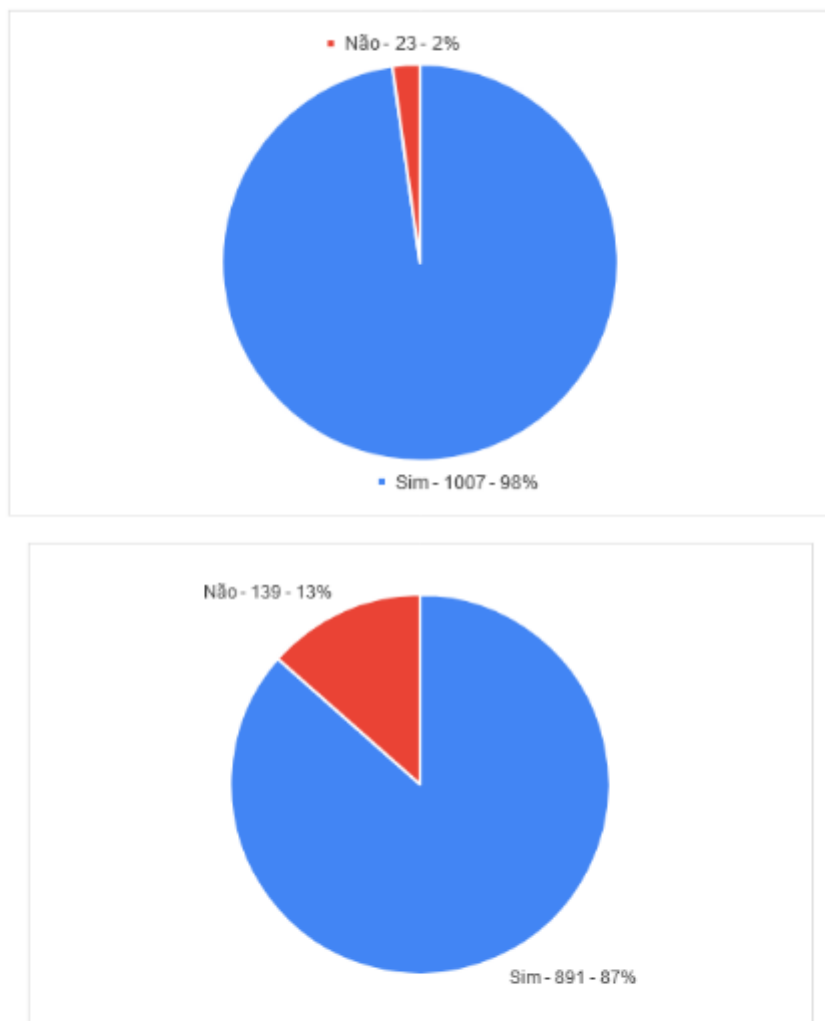
Narrador:

- “A faixa etária analisada, nascida entre 1995 e 2005, representa 69,87% das respostas. No entanto, a pesquisa também registrou participantes fora desse intervalo, demonstrando o interesse pelos videogames em outras gerações. Esses dados evidenciam a necessidade de mais estudos, especialmente focados em outras faixas etárias.”

Fonte: Autoria própria

Figura 24 - Cena 7c: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade

Imagem:



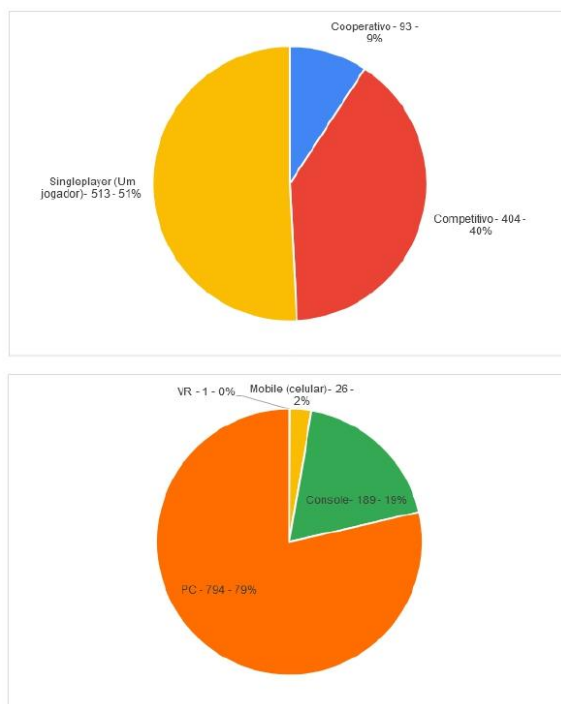
Narrador:

- "Dos respondentes, 98% indicaram que têm o hábito de jogar videogame. Destes, 86,5% se identificam como 'gamers', mostrando como essa identidade está atrelada ao hábito de jogar e ao sentimento de pertencimento a um grupo social. Conforme Candau (2009), esse pertencimento é fortalecido pela memória coletiva, que ressignifica experiências passadas à luz do presente."

Fonte: Autoria própria

Figura 25 - Cena 7d: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade

Imagem:



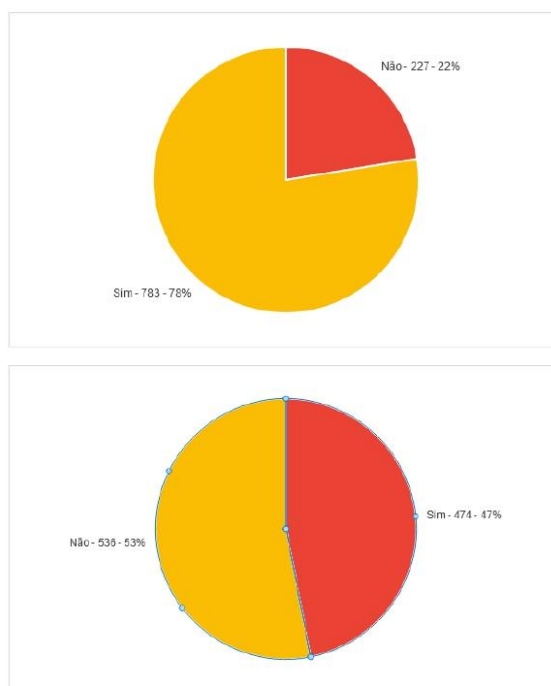
Narrador:

- “51% dos jogadores preferem jogos singleplayer, enquanto 40% escolhem o modo competitivo e 9% optam por jogos cooperativos. Apesar de muitos jogarem individualmente, eles ainda se conectam socialmente em comunidades e eventos. O computador, como plataforma preferida por 79% dos respondentes, reflete a influência das comunidades online e das práticas culturais associadas.”

Fonte: Autoria própria

Figura 26 - Cena 7e: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade

Imagem:



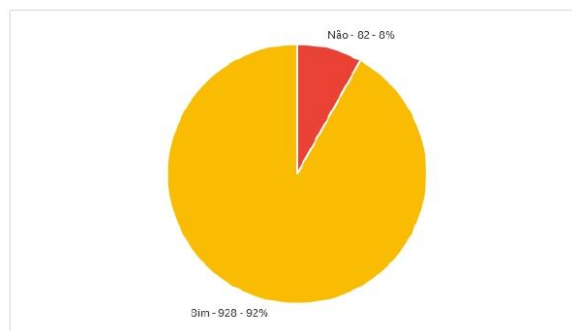
Narrador:

- 75% dos jogadores afirmaram participar de comunidades online, indicando que essas interações são cruciais para o sentimento de pertencimento. Por outro lado, 53% dos respondentes não participam de eventos de videogame, muitas vezes devido a barreiras financeiras ou falta de interesse por eventos online.”

Fonte: Autoria própria

Figura 27 - Cena 7f: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade

Imagem:



Narrador:

- “92% dos respondentes disseram que os videogames ajudaram a moldar quem são hoje. Como afirma Halbwachs (2006), a memória coletiva é formada pelas experiências compartilhadas. Os videogames, ao serem elementos centrais na vida desses jogadores, se tornam pilares de sua identidade.”

Imagem: Trechos de entrevistas e relatos dissertativos, ilustrando momentos marcantes associados aos videogames.

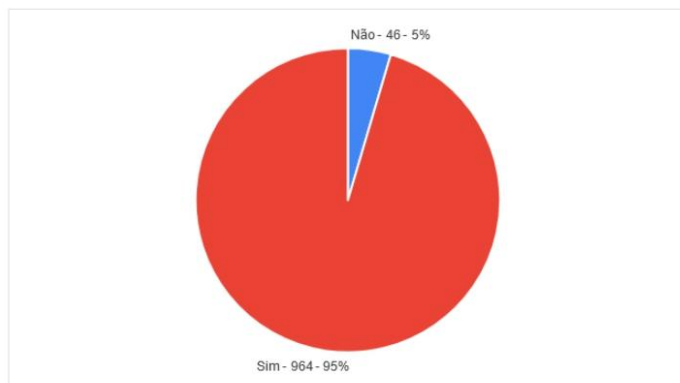
Entrevista 2:

- “Os jogos não são só um momento de lazer, eu acredito, porque eles te desenvolvem, eles te trazem algo mais à mente. Eles trazem o lado artístico, o intelecto... trabalham a sua cabeça, a sua memória, e isso te agrega valores tanto pessoais quanto profissionais.”

Fonte: Autoria própria

Figura 28 - Cena 7g: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade

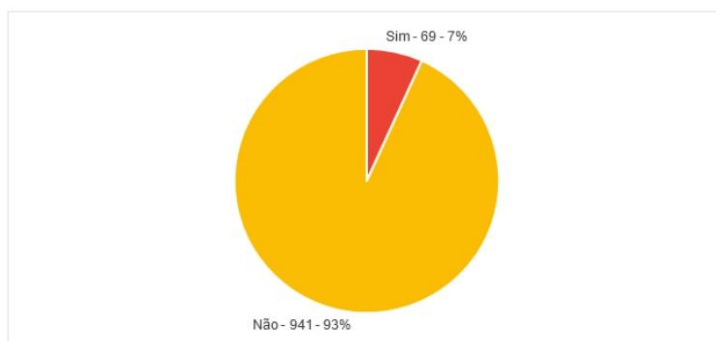
Imagem:



Narrador:

- “95% dos respondentes acreditam que os videogames devem ser considerados atividades culturais. Conforme Araújo (2022), eles conectam identidade cultural e globalização, permitindo que os jogadores encontrem no próprio território reflexos de suas vivências e repertórios.”

Imagem:



Narrador:

- 93% dos jogadores discordam dos estereótipos amplamente difundidos, como a associação dos videogames à violência. Esses dados demonstram uma ruptura com as visões tradicionais, reafirmando os videogames como uma atividade positiva e transformadora na vida dos jogadores.”

Fonte: Autoria própria

Figura 29 - Cena 7h: Resultados da Pesquisa - O Impacto dos Videogames na Memória e Identidade

Imagem: Relatos emocionantes de respondentes, como o uso dos jogos para superar momentos difíceis e fortalecer conexões pessoais.

Me propôs reflexões e reavaliação do meu modo de pensar e viver, sobre como eu lido com as dificuldades ou com os prazeres, como eu me enxergo, me identifico e por que, muitas vezes, nós acabamos se auto-sabotando. (Respondente anônimo).

[...] me marcou por um momento difícil da minha vida onde meu pai estava com câncer no pulmão e eu estava numa tristeza gigante, ele ficava deitado no quarto onde fica no meu computador e ficava observando eu jogar o jogo do bruxo, até hj tenho um colar da escola do lobo cmg [...]. (Respondente anônimo).

[...] Acredito que além da memória jogo em si, videogames conseguem marcar a nossa vida de uma forma muito especial. Tenho um filho de 13 anos que ama SONIC também e uma parceira incrível com quem jogo junto (online e off) por quase 10 anos. Para mim, é também uma forma de conexão com quem eu quero bem, pois jogar junto ou apenas conversar sobre, nos une. (Respondente anônimo).

Foram jogos que me ajudaram durante uma longa crise de depressão, acredito que sem eles provavelmente não estaria aqui

Narrador:

- “Para muitos, os videogames vão além do entretenimento. Eles são ferramentas de conexão emocional e espaços de superação. Eles nos ajudam a compreender quem somos e como pertencemos a algo maior. Assim, os videogames emergem como elementos essenciais na construção da memória coletiva e da identidade cultural de milhões de jogadores.”

Fonte: Autoria própria

Figura 30 - Cena 8: Conclusão

Cena 8: Finalização (15:00 - 16:00)

Trecho da Entrevista 4:

- Falar pras pessoas que têm vontade de fazer jogos para acreditarem nesse sonho, para sempre estarem estudando, sempre estar correndo atrás, que é possível sim. Que dá para todo mundo fazer jogos, independente de como seja a pessoa.



Trecho da Entrevista 2:

- Joguem muito! Incentivem seus filhos também à jogar, porque quem joga geralmente são pessoas sempre do bem, pessoas muito de família e eu acho que isso é o que mais importa - pessoas [do] bem no mundo.



Fonte: Autoria própria

5.2 – Análises de Mercado

Em um aspecto econômico, o mercado de videogames tem ganhado uma parcela cada vez maior no entretenimento (PWC, 2022) e uma crescente presença na vida cotidiana dos brasileiros. Segundo a Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia 2022–2026 (PWC, 2022), o setor de videogames continua em constante crescimento. Em 2021, a receita total do setor foi de US\$215,6 bilhões, com previsão de crescimento até US\$321,1 bilhões em 2026. Em comparação com os outros setores de entretenimento citados anteriormente (cinema e música), o setor de videogames apresenta uma receita anual muito maior.

Como demonstrado acima, o setor de videogames no mundo e no Brasil vem crescendo vertiginosamente. Em paralelo ao crescimento econômico, há também um alto número de brasileiros que possuem o costume de jogar videogames - que entre 2016 e 2023 totalizam uma média de 72,5% da população brasileira (PGB, 2023). Assim sendo, os videogames estão se tornando cada vez mais importantes na vida dos brasileiros, seja via plataformas tradicionais, como consoles e computadores, seja em dispositivos móveis e smartphones.

5.2.1 – Estudos dos clientes

Uma vez que a pesquisa se volta para a geração de jogadores nascida no Brasil entre 1995 e 2005, o público-alvo do documentário engloba o grupo analisado. Assim, o produto visa chegar às pessoas que têm o hábito de jogar videogames, participando possivelmente de comunidades relacionadas. Entretanto, não apenas os jogadores que nasceram no período analisado compõem o público-alvo. Não aplicando uma faixa etária, o roteiro abre-se para um público maior que esteja interessado no tema, com chances de ajudar na quebra dos estereótipos que envolvem os videogames atualmente, bem como dá-los a sua importância enquanto atividades culturais.

5.2.2 – Estudos dos concorrentes

O roteiro de documentário final foi disponibilizado em plataformas digitais. Todavia, a concorrência se dará na produção do documentário. Dessa forma, os

possíveis concorrentes serão outros criadores de conteúdo, tornando-se uma disputa pelo tempo do cliente, mesmo não sendo o mesmo produto. Assim, pretende-se trazer o tema pouco explorado da dissertação para um formato acessível, tanto em modelo de conteúdo como na linguagem utilizada, como diferencial em comparação aos concorrentes.

5.2.3 – Estudos dos fornecedores

Visando atingir maiores públicos, diversas marcas de outros setores no Brasil estão investindo em incentivos ao setor, disponibilizando recursos e organizando patrocínios das mais diversas formas. Entre as empresas do setor privado que realizam tais patrocínios hoje no Brasil, estão a Boticário, o Santander e o Itaú. Tal interesse pelo setor e a já existente participação tornam essas empresas possíveis fornecedoras para o produto. Além disso, secretarias do setor público também podem se qualificar como potenciais fornecedoras - como a Secretaria de Inovação, Ciência e Tecnologia (SICT) do estado do Rio Grande do Sul. Por meio do produto final, foi possível disseminar a importância do setor de videogames no Brasil, bem como mostrar seus impactos no coletivo. Por fim, visto que o produto se trata de roteiro que foi transformado em uma mídia digital, o patrocínio sugerido é de ajuda nos custos do conteúdo, além da promoção e divulgação do produto final.

5.3 - Plano de Marketing

5.3.1 Etapas de planejamento: Análise de ambiente interno e externo

Dentre os fatores que podem influenciar no desempenho do produto final, destacam-se os de ordem tecnológica e sociocultural. No ponto de vista tecnológico, é necessário acesso a um dispositivo conectado à internet para usufruir do produto, uma vez que foi disponibilizado em plataformas digitais. Como maneiras de evitar os problemas de acessibilidade, exibir o produto em locais comunitários ou em redes de grande alcance popular (como televisão e rádio) tornam-se opções adequadas. Já na perspectiva sociocultural, o valor necessário para participar do mercado de videogames (consumindo videogames e adquirindo plataformas para rodá-los) torna-se um impeditivo à entrada de indivíduos de um grupo de menor poder aquisitivo. Assim, esse grupo acaba por não fazer parte do público-alvo.

5.3.2 Pesquisa sobre a aceitação do público-alvo ao produto oferecido

Uma pesquisa em formato de questionário online foi realizada pelo autor e disponibilizada através da entrega de cartões físicos para acesso por QR code durante o evento Brasil Game Show 2023 (BGS 2023), além do envio do questionário mediante redes sociais. Com 1474 respostas, sendo 1030 do grupo analisado (entre 1995 e 2005), provindas de quase todos os estados brasileiros, o formulário aborda temas que serão abordados no roteiro do documentário, como a participação dos respondentes a comunidades de jogadores, videogames como atividades culturais, participação dos videogames em suas vidas, entre outras perguntas.

Com cerca de 78% (783) das respostas indicando a participação em comunidades com outros jogadores, entender como esses convívios acabam por formar uma memória coletiva e a identidade da comunidade torna-se necessário. Em um aspecto individual, 92% (928) dos respondentes concordaram que os videogames os ajudaram a ser quem são hoje, seu modo de agir e pensar - portanto, sua identidade e memória.

Em uma análise do ambiente, 95% (964) acreditam que os videogames deveriam ter mais impacto como atividades culturais. Em paralelo, 93% (941) discordam dos estereótipos atuais de videogames no Brasil (geram violência, desatenção, vício, linguagem imprópria, etc.).

Entre os objetivos do produto, enquadram-se: demonstrar de forma mais acessível e rápida os videogames como condutores e bases fundamentais da memória coletiva das comunidades e da identidade dos jogadores, também mostrando como os estereótipos podem estar incorretos, apoiando-se em uma análise acadêmica e documental. Desse modo, trazer a realidade desse grupo, apresentando como se sentem e como os videogames impactam suas vidas, torna-se um produto com sua fundamentação consolidada.

5.3.3 Definição das estratégias de Marketing

Praça: Visto que o produto se trata de um roteiro de um documentário, ele foi disponibilizado digitalmente através da plataforma Drive. O documentário

posteriormente produzido, entretanto, deve ser disponibilizado em plataformas como o Youtube, além da possibilidade de trechos mais curtos serem postos em outras redes sociais de consumo rápido, como Instagram, TikTok, Facebook, entre outras.

Promoção: Visando atingir uma comunidade altamente engajada digitalmente, o roteiro foi dividido em cenas, onde cada cena poderá ser absorvida como um conteúdo separado. Assim o documentário pode ser fracionado e disponibilizado através das redes sociais, além de plataformas de transmissões ao vivo. Ao final da dissertação, foi apresentado o roteiro de documentário na SAPIENS para difusão da pesquisa. Como parte do público-alvo do produto é constituída por indivíduos de maior idade, também haverá tentativas de pulverizar em rede de rádio e televisão.

5.4 – Processos operacionais

Os processos operacionais da produção do roteiro de documentário sobre os videogames no campo de estudo da memória social dividem-se em alguns grupos. O primeiro deles é a coleta de dados. Neste agrupamento, está toda a organização necessária para conseguir as entrevistas, bem como as respostas para as perguntas que trazem fundamento ao produto. As entrevistas foram realizadas durante a participação do autor no Brasil Game Show (BGS). Visto que esse é um evento de porte nacional, as entrevistas realizadas possuem maior amplitude cultural, agregando visões de diversos pontos do Brasil. Já as respostas aos questionários foram obtidas tanto no evento quanto *online*, através do apoio de criadores de conteúdo da área, bem como promoção do autor em suas redes. Além disso, entrevistas teóricas, específicas sobre conteúdos acadêmicos nos quais se fundamenta a pesquisa, foram realizadas com o corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Bens Culturais da Universidade Unilasalle.

Após a obtenção dos dados, o próximo grupo de processos é a elaboração do roteiro do documentário. Primeiramente, foram escritas as contextualizações do autor sobre o conteúdo. Essas foram utilizadas para unir as falas coletadas das entrevistas, além da exibição dos dados coletados pelos questionários, tornando o roteiro coeso e transmissor de mensagem.

Com a edição completa, o último passo da produção foi enviar o roteiro para o ambiente digital. Para o Drive e promovê-lo em redes sociais e em possíveis parcerias de comunicação. Já para plataformas de conteúdo de rápido consumo, como as redes sociais, foram recortados trechos do roteiro final - os quais foram formatados para os formatos corretos - que foram posteriormente postados. Assim, caso se interesse, o usuário pode acessar o roteiro inteiro ou ver seu conteúdo em partes de menor duração.

5.5 – Plano financeiro

5.5.1 - Gastos

Quadro 4 - Gastos

Data	Descrição	Valor	Financiamento
07/07/2023	2 passagens aéreas (adulto) para São Paulo (12 e 15 de outubro)	R\$ 889,46	Buscar financiamento
16/07/2023	4 ingressos diários para Brasil Game Show 2023 (13 e 14 de outubro)	R\$ 596,00	Buscar financiamento
28/09/2023	Impressão 1000 cartões visita para questionário de pesquisa	R\$ 175,00	Buscar financiamento
-	Edição do roteiro	R\$ 1000,00	Buscar financiamento
-	Revisor de roteiro/apresentação	R\$ 300,00	Buscar financiamento
-	Cinegrafista	R\$ 500,00	Buscar financiamento

-	Horas dedicadas - Autor (30 horas, 150/h)	R\$ 4500,00	Buscar financiamento
-	Horas dedicadas - Assistente (20 horas, 120h)	R\$ 2400,00	Buscar financiamento
12/10/2023 - 15/10/2023	Custos transporte BGS (GRU - hotel = R\$ 177,86) (Hotel - BGS = R\$ 21,93) (BGS - hotel = ?) (Hotel - GRU = R\$ 97,83)	R\$ 297,62	Buscar financiamento
-	Microfone para entrevistas	R\$ 67,24	Buscar financiamento
-	Smartphone para gravações	R\$ 1800,00	Buscar financiamento

A seguir serão apresentadas as considerações finais do trabalho.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, os objetivos propostos buscaram explorar a complexa relação entre os videogames e a construção de memória e identidade da geração nascida entre 1995 e 2005. O objetivo principal foi investigar como os videogames contribuem para a construção da memória coletiva, enquanto os objetivos específicos buscaram aprofundar a compreensão da presença dos videogames na cultura brasileira, sua influência na formação da identidade social desse grupo, e o papel a BGS no fortalecimento da indústria e na coesão da memória coletiva.

Ao longo do capítulo quatro (4) foi possível demonstrar a influência dos videogames na cultura brasileira da geração nascida entre 1995 e 2005, principalmente através da Figura 12 e dos relatos - tanto dissertativos do questionário quanto presentes nas entrevistas. Ao obter 92% de respostas afirmativas para a pergunta “Videogames ajudaram a ser quem você é hoje?”, evidencia-se a presença dos videogames na vida da geração analisada, fazendo parte de sua memória coletiva e - consequentemente - da sua identidade. Assim, é possível inferir o papel dos videogames na formação da identidade social dos indivíduos do grupo, que moldam o modo como pensam, com quem se relacionam e como agem. Abrange-se assim, além da memória e identidade, a cultura.

Os eventos presenciais, como feiras, convenções e competições, promovem a socialização entre integrantes do grupo social, para que eles compartilhem experiências, reforcem laços sociais e ampliem o seu sentimento de pertencimento. Todavia, a Figura 11 demonstra que há um desinteresse dos jogadores por esses eventos - além dos que ocorrem de forma *online*. Conforme visto, dentre as hipóteses para a construção desse resultado, pode-se considerar a distância dos eventos presenciais, o desinteresse, entre outros, conforme corroborado pela entrevistada 1.

O seu relato, entretanto, ainda evidenciou um apreço aos eventos que abordam mais temas de videogame - sendo essa sua principal crítica ao evento onde estava durante a entrevista. Pois esses ainda funcionam como sociotransmissores, auxiliando na formação da identidade do grupo (Candau, 2009), expressando assim sua

importância e a necessidade de melhor gestão individual dos eventos e mais fomento ao setor.

Apesar do crescimento contínuo e da influência evidenciada dos videogames (PWC, 2022), o setor ainda enfrenta barreiras que dificultam sua plena acessibilidade e reconhecimento como forma de expressão cultural significativa. Na perspectiva econômica, destaca-se o custo elevado dos equipamentos e videogames, que limitam a entrada de indivíduos com menor poder aquisitivo. Além disso, há também uma persistente falta de entendimento e valorização dos videogames como atividades culturais, com estereótipos que marginalizam muitas vezes o papel das mulheres na comunidade *gamer*. Embora a participação feminina venha crescendo, as mulheres ainda enfrentam desafios específicos, como preconceito e exclusão em determinados espaços de interação e competição. Tais barreiras, mostram a necessidade de políticas de incentivo e de uma maior inclusão do tema em debates culturais e acadêmicos, permitindo que o setor expanda seu alcance e sua representatividade.

Representatividade, essa, pouco presente ainda no setor acadêmico de Memória Social e Identidade. Foram encontrados, durante a pesquisa, de 17 a 25 resultados nos Periódicos da CAPES (CAPES, 2023). Assim, conceitos de memória nessa área ainda não foram plenamente estudados, favorecendo futuras discussões e pesquisas sobre a constituição da memória dos jogadores, bem como seu impacto na identidade e cultura. Incentiva-se, dessa forma, futuras pesquisas sobre: A influência dos videogames em outras gerações; videogames e barreiras à inclusão de minorias nos videogames; análise longitudinal da influência dos videogames na memória coletiva e identidade dos brasileiros; relação entre narrativa dos videogames e a identidade do indivíduo; estudo longitudinal de eventos de comunidade na preservação da memória coletiva de uma região; análise temática ou narrativa, explorando a vida de jogadores e como os videogames os impactaram; memória e narrativa dos personagens no processo de resignificação de experiências coletivas, dentre outros.

As sugestões acima apresentadas surgem de limitações da presente pesquisa, que teve seu enfoque na geração entre 1995 e 2005, visto que são maiores de idade

contemporâneos à pesquisa no Brasil e podem participar de coletas de dados sem muitas restrições legais. Além da limitação de faixa etária, visto que o estudo se caracteriza como uma dissertação de mestrado profissional, optou-se por não realizar um estudo longitudinal do meio. Essas limitações trazem a necessidade de novas abordagens que contemplem um escopo mais amplo, incluindo diferentes gerações e períodos, possibilitando assim uma visão mais abrangente do impacto dos videogames na memória e identidade social de distintos grupos. A partir desses novos estudos, será possível compreender melhor a evolução e a influência contínua dos videogames na cultura, memória coletiva e identidade, contribuindo para o amadurecimento do tema nos campos acadêmicos e culturais.

A análise apresentada ao longo deste trabalho, portanto, destaca a relevância dos videogames na construção da memória coletiva e identidade do grupo, especialmente para a geração nascida entre 1995 e 2005. Esta pesquisa buscou aprofundar-se na relação entre os videogames e sua contribuição para a memória coletiva, mostrando como os videogames transcendem seu papel de entretenimento e se tornam elementos culturais e identitários.

REFERÊNCIAS

- ADRENALINE. **Equipe**. Adrenaline. Santa Catarina, 2024. Disponível em: <https://www.adrenaline.com.br/equipe/>. Acesso em: 25/02/2024
- ARAÚJO, Beatriz. **A inovação passa pela cultura e a economia criativa gaúchas**. In. SICT, Secretaria da Inovação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul. Guia de diretrizes e estratégias: Programa GameRS (2022-2030). 2022. Rio Grande do Sul. Disponível em: <https://inova.rs.gov.br/upload/arquivos/202206/02165428-guia-de-diretrizes-estrategicas.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2023.
- BAUMAN, Zygmunt. **Ensaio sobre o conceito de cultura**. Rio de Janeiro: 2012.
- BGS. **Sobre**. São Paulo. 2024. Disponível em: <https://www.brasilgameshow.com.br/sobre/>. Acesso em: 24/02/2024
- BRAUN, Virginia; CLARKE, Victoria. **Using thematic analysis in psychology**. *Qualitative Research in Psychology*, v. 3, n. 2, p. 77-101, 2006. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>.
- CANDAU, Joël. **Memória e identidade**. São Paulo: Contexto, 2012.
- CANDAU, Joël. **Bases antropológicas e expressões mundanas da busca patrimonial: memória, tradição e identidade**. 2009. Disponível em: [http://lasmic.unice.fr/PDF/candau article-10.pdf](http://lasmic.unice.fr/PDF/candau%20article-10.pdf). Acesso em 25 maio. 2023.
- CAPES. **Periódicos CAPES. 2023**. Disponível em: <https://www-periodicos-capes.gov-br.ez1.periodicos.capes.gov.br/index.php?>. Acesso: 17/09/2023.
- CASTILHO, Adolfo do Nascimento. **Indústria de Videogames..** Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA - Assis, 2015. Disponível em: <https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/1211390345.pdf>. Acesso em: 26 junho. 2023.
- ESCOLA, Brasil. **"Bug"; Brasil Escola**. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/informatica/bug.htm>. Acesso em 06 de novembro de 2024.
- ESTADO DE MINAS. **Indie games: confira os 5 jogos indie mais populares do momento**. Estado de Minas. Minas Gerais. 2023. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/empresas/2022/08/08/interna-empresas,1385363/indie-games-confira-os-5-jogos-indie-mais-populares-do-momento.shtml>. Acesso em: 25/02/2024
- GEERTZ, Clifford. **Uma Descrição Densa: Por uma Teoria Interpretativa da Cultura**. In. GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

[39 G298in (BC)]. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/1359/geertz_ainterpretacaoda_sculturas.pdf. Acesso em: 25 maio. 2023.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5ªed. São Paulo: Atlas, 2010.

GONDAR, Jô. **Memória individual, memória coletiva, memória social**. Morpheus - Revista Eletrônica em Ciências Humanas, v. 8, n. 13, 2008. Disponível em: <http://www4.unirio.br/morpheusonline/numero13-2008/jogandar.htm>. Acesso em: 4 nov. 2024.

GONSALVES, E. P. **Iniciação à pesquisa científica Campinas**, SP. Alinea, 2001.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. Trad. por Laís T. Benoir. São Paulo: Centauro, 2006.

HEINEKEN. **Nem toda rodada é lá fora**: Heineken lança primeira campanha de videogames da marca produzida no Brasil. Heineken Brasil. 2023. Disponível em: <https://www.heinekenbrasil.com.br/noticias/nem-toda-rodada-e-la-fora-heineken-lanca-primeira-campanha-de-videogame-da-marca-produzida-no-brasil>. Acesso em: 13/07/2023.

KATZ, B. What to know about Gen Z. Stanford Report, Stanford University, 21 Oct. 2021. Disponível em: <https://news.stanford.edu/2021/10/21/know-gen-z/>. Acesso em: 27 maio 2024.

KIRSCHBAUM, Charles, et al. **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2006.

MINISTÉRIO DO ESPORTE. **Ministério do Esporte marca presença no maior evento gamer da América Latina**. Agência GOV. Disponível em: <https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202310/ministerio-do-esporte-marca-presenca-no-maior-evento-gamer-da-america-latina>. Acesso em: 24/02/2024.

OPENAI. **ChatGPT**: modelo de linguagem baseado em inteligência artificial. Disponível em: <https://chat.openai.com/>. Acesso em: 29 outubro. 2024

PIANA, MC. **A construção do perfil do assistente social no cenário educacional** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 233 p. ISBN 978-85-7983-038-9. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/vwc8g/pdf/piana-9788579830%20389-06.pdf>. Acesso em: 28/05/2024.

PGB. **Pesquisa Game Brasil - Edição gratuita 2023**. 2023. São Paulo: Pesquisa Game Brasil, 2023. Disponível em: <https://www.pesquisagamebrasil.com.br/pt/>.

Acesso em: 20 julho. 2023.

PWC. **Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia 2022–2026**. 2022. Rio de Janeiro: PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda., 2022. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/estudos/setores-atividades/entretenimento-midia/2022/GEMO-2022.pdf>. Acesso em: 25 maio. 2023.

REACH3 Insights. **Mulheres e Jogos: Estudo**. Disponível em: <https://www.reach3insights.com/women-gaming-study>. Acesso em: 20 outubro, 2023.

Redação do GE. **Lula critica jogos de tiro em discurso: "Resulta nessa violência"**. ge.globo, Brasília, 18 abr. 2023. Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/noticia/2023/04/18/lula-critica-videogames-em-discurso-resulta-nessa-violencia.ghhtml>. Acesso em: 19 jun. 2024.

SAGE PUBLICATIONS INC. **Games and Culture**. 2022. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/home/gac>. Acesso em: 21 julho. 2023.

SANTANDER Brasil. **O Santander banca o game DELAS**. 2022. YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=lvbeQaDdmZg>. Acesso em: 18 outubro, 2023.

SCHIESEL, S. (2007, 28 de julho). **Vídeo videogames matches to be televised on CBS**. The New York Times, p.B7.

SICT, Secretaria da Inovação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul. **Guia de diretrizes e estratégias: Programa GameRS (2022-2030)**. 2022. Rio Grande do Sul. Disponível em: <https://inova.rs.gov.br/upload/arquivos/202206/02165428-guia-de-diretrizes-estrategicas.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2023.

VRYKERION. **FFXIV Shadowbringers Story Summary**. 2024. Disponível em: <https://vrykerion.com/ffxiv-shadowbringers-story-summary>. Acesso em: 6 nov. 2024.

ZAMBARDA, P. **BGS 2023 bateu 328 mil pessoas no evento, diz organização**: Brasil Game Show é o maior evento do Brasil e da América Latina em videogames. Drop de jogos. Disponível em: <https://dropsdejogos.uai.com.br/noticias/industria/bgs-2023-328-mil/>. Acesso em: 24/02/2024

APÊNDICE A

Questionário: Videogames no campo de estudo da memória social

Figura 31 - Questionário: Introdução

Videogames no campo de estudo da memória social

Olá, me chamo Paulo, tenho 23 anos e sou Bacharel em Ciência da Computação e estou cursando Mestrado em Memória Social e Bens Culturais na Universidade La Salle (Canoas/RS). Com este questionário busco entender um pouco mais sobre a presença e o impacto dos jogos eletrônicos na vida das pessoas, sejam eles no celular, no computador ou nos consoles. A partir dessas respostas, poderei entender melhor sobre essa dinâmica e sobre a forma como os jogos podem impactar na memória individual e coletiva dos jovens brasileiros, bem como na geração de identidade. Agradeço pelo seu tempo, e se tiver dúvidas, sugestões, ou se quiser compartilhar alguma história sua com mais detalhes, fique a vontade para me contatar através do e-mail jogosememoria@gmail.com (todas as contribuições no questionário serão anônimas, e as contribuições recebidas por e-mail só serão nominadas com autorização). Muito obrigado, e viva o game!

Não compartilhado

* Indica uma pergunta obrigatória

Quando você nasceu? *

DD MM AAAA

24 / 10 / 2000

Em qual estado você mora? *

RS

Você tem o hábito de jogar videogames? (PC, Console ou Mobile) *

☒ Sim

☐ Não

Você se considera gamer? (Se identifica como jogador) *

☒ Sim

☐ Não

Próxima

Limpar formulário

Fonte: autoria própria

Figura 32 - Questionário: Questões específicas 1 de 2

Sua história

Com qual idade você começou a jogar? *

Sua resposta

Qual modalidade de videogame você mais joga? *

☐ Competitivo

☐ Cooperativo

☐ Singleplayer (Um jogador)

Qual é a sua plataforma preferida? *

☐ PC

☐ Console

☐ Mobile (celular)

☐ VR

Você participa de alguma comunidade com outros jogadores? (Em redes sociais ou outras plataformas, através de criadores de conteúdo, videogame ou com amigos) *

☐ Sim

☐ Não

Você participa de eventos (online ou presencial) voltados aos videogames? *

☐ Sim

☐ Não

Você acha que os videogames ajudaram você a se tornar quem você é hoje? (Modo de agir e pensar) *

☐ Sim

☐ Não

Fonte: autoria própria

Figura 33 - Questionário: Questões específicas 2 de 2

Você acredita que os videogames deveriam ter mais destaque como atividades culturais? *

☐ Sim

☐ Não

Você concorda com os estereótipos atuais dos videogames? (Geram violência, desatenção, vício, linguagem imprópria, etc..) *

☐ Sim

☐ Não

Qual videogame (jogo) marcou sua vida? (Pode ser mais de uma opção) *

Sua resposta

(Opcional) Por que esse videogame (jogo) marcou você?

Sua resposta

[Voltar](#) [Próxima](#) [Limpar formulário](#)

Fonte: autoria própria

APÊNDICE B

Roteiro para entrevistas temáticas

- 1 - Você autoriza a utilização dessa entrevista na dissertação e no documentário produzido como produto?
- 2 - Qual é o seu nome e idade?
- 3 - Joga algo atualmente?
- 4 - Qual estilo que tu mais gosta de jogar?
- 5 - Quanto tempo por semana normalmente você joga?
- 6 - Você tem algum momento engraçado, emocionante ou inesquecível relacionado aos videogames que queira compartilhar?
- 7 - Qual foi a contribuição dos videogames para você ser quem é hoje?
- 8 - Tem mais alguma coisa que você gostaria de compartilhar?
- 9 - Finalização