

Diferenças nas práticas de jogos online de jovens com e sem dependência ao jogo

GABRIEL VICTOR PEREIRA CRUZ

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF)

STELA CRISTINA HOTT CORREA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF)

DIFERENÇAS NAS PRÁTICAS DE JOGOS ONLINE DE JOVENS COM E SEM DEPENDÊNCIA AO JOGO

1. INTRODUÇÃO

A internet surge, e por meio de recursos tecnológicos interconectados se pode acessar, compartilhar e criar conteúdo com e para pessoas de todo o globo. Nesse ambiente são configurados os jogos online. Através deles, pessoas de todas as idades adentram cenários fantásticos para além da realidade em novos modos de interação, conquista, exploração, e principalmente de socialização. Nestes universos virtuais, a extensão da personalidade de quem joga se expressa por meio de avatares com competências e funções inconcebíveis na vida real carregando significados que vão além do entretenimento (Yu & Huang, 2022).

Jogos são práticas sociais essenciais radicadas em todas as culturas humanas e que se inicia na infância (Ghisalberti, 2021). Uma prática é um padrão que consiste da interdependência entre elementos diversos incluindo formas de atividades corporais e mentais, coisas e seu uso, e um conhecimento na forma de entendimento, Know-how, estados emocionais e motivacionais (Reckwitz, 2002). Em sua trajetória ao longo dos séculos, a prática de jogo reconfigurou seus elementos permitindo que ela se mantivesse coesa e sincronizada a outras práticas se perpetuando no tempo e no espaço (Shove, Pantzar & Watson, 2012). Com o advento da tecnologia, a partir dos anos setenta do Século XX, o jogo enquanto prática foi reconfigurado em seus elementos materiais que então migraram de espaços e objetos físicos para cenários, objetos e sujeitos virtuais surgindo os jogos online.

Os jogos online são desenvolvidos para satisfazer desejos e anseios do ser humano que não são realizados na vida real (Gonçalves & Azambuja, 2021). Essa possibilidade atrai um grande público, principalmente os nativos digitais, que jogam em um ambiente seguro e controlado desfrutando de infinitas possibilidades sem grandes consequências (Yu & Huang, 2022). O jogo online propicia um ambiente para interações sociais recorrentes que levam à consolidação de laços sociais afetivos. A possibilidade de conhecer pessoas, trabalhar em cooperação com outros agentes do espaço virtual e fazer amigos é uma motivação para se jogar online, assim como a busca para vencer a si mesmo na superação dos inúmeros desafios que se desdobram a medida em que o jogo avança (Cavichioli & Reis, 2014).

A indústria de jogos online movimentou US\$175,8 bilhões de dólares em 2021 e espera alcançar em 2023 a cifra de cerca de US\$200 bilhões com expectativas positivas para o futuro (Pacete, 2022). O crescimento promissor desse mercado se dá por meio do grande volume de *players* que compram conteúdos e bens virtuais ofertados no contexto dos jogos almejando conseguir vantagens e benefícios sobre os demais jogadores o que melhora o seu desempenho e a sua velocidade de progressão. Número igualmente significativo é o de *players* que gastam grandes quantias em itens meramente cosméticos afim de se destacarem nos grupos sociais do jogo (Leitinho & Farias, 2018).

Apesar da satisfação com o jogo online ele pode causar dependência psicológica levando o *player* a passar horas e mais horas em interação nesta outra realidade se divertindo, mas também gastando. Esse distanciamento do mundo real pode prejudicar setores da vida real do indivíduo (Gonçalves & Azambuja, 2021) que substitui práticas e hábitos essenciais da vida humana pelas práticas virtualmente ambientadas (Cassel et al., 2019). Portanto, a despeito dos benefícios econômicos e sociais proporcionados por esta indústria, há que se considerar os riscos para a saúde que a prática do jogo online pode gerar no indivíduo (Silva et al., 2022).

A comparação entre a prática de jogos online por jogadores com e sem dependência podem ser reveladores dos fatores causadores desta dependência o que contribui para a sinalização de ações dos gestores dos jogos na direção de contornar ou evitar este problema. Assim, esta pesquisa busca saber quais são as diferenças nas práticas de jogos online desempenhadas por jovens com e sem prevalência de dependência ao jogo? O objetivo principal que guia este trabalho é compreender as diferenças nas práticas de jogos online desempenhadas por jovens com e sem dependência ao jogo. A coleta e análise dos dados foram guiadas pelos seguintes objetivos secundários: Identificar os elementos da prática de jogos online (Warde, 2017) e seu processo de consolidação (Shove et al., 2012), bem como entender o processo de consumo que fundamenta o seu desempenho no que se refere à aquisição, apropriação, apreciação de bens virtuais (Warde, 2017).

A pesquisa tem abordagem qualitativa por meio de entrevistas em profundidade. Para identificar os entrevistados com e sem prevalência na dependência do jogo online foi aplicada a escala *Game Addiction Scale* adaptada (Lemmens et al., 2009). Os resultados apontam que os jovens Dependentes têm dificuldade de reconfigurar a prática de jogo online no *nexus* de práticas quando as responsabilidades da fase adulta alcançam suas vidas, podendo trazer prejuízos pessoais e profissionais para suas existências (Silva et al., 2022). Neste sentido, é recomendado aos gestores de marketing das empresas de jogos online que passem a alertar os seus clientes quanto aos riscos de seus produtos e orientá-los acerca dos sinais que sinalizam a dependência ao jogo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Prática e consumo

Uma prática social é uma rotina de comportamento que envolve a forma de fazer algo, por meio do consumo ou uso de um objeto, com conhecimento prévio e adquirido na razão de um estímulo ou na busca de um estímulo (Warde, 2017). À medida em que estes estímulos se alteram, as práticas perdem ou ganham significados (Shove et al., 2012).

As práticas são performadas em uma cadeia de fazeres e dizeres realizados por um indivíduo, mas formados e sustentados por elementos compartilhados coletivamente. Esta cadeia de fazeres e dizeres estão interligados de alguma maneira formando o *nexus* da prática enquanto uma entidade coordenada (Schatzki et al., 2005). Os fazeres e dizeres da prática se ligam por meio de (1) entendimentos sobre o que dizer e fazer, (2) regras, princípios, preceitos e instruções explícitos, e (3) de estruturas teleoafetivas que incluem fins, projetos, tarefas, propósitos, crenças, emoções e humores (Schatzki et al., 2005). Por estes meios “fazer e dizer” se unem e se coordenam dando *nexus* à prática. Warde (2017) se refere a estes três elementos como (1) entendimentos, (2) procedimentos e (3) engajamentos.

Shove, Pantzar e Watson (2012) entende as práticas como entidades relacionadas e dispostas, que interagem através de objetos e se organizam através de elementos (i) materiais, objetos, infraestruturas, ferramentas, hardware e o próprio corpo; (ii) competências, que envolvem know-how, conhecimento e compreensão básica e; (iii) significados, emoções e motivações, representando o significado social e simbólico da prática. Compreender uma prática, é observá-la em tudo que a compõe, seus elementos, seu contexto, história, sua existência, mas acima de tudo, seus significados (Warde, 2017).

As práticas, no entanto, não são estáticas e imutáveis. Os agentes interagem e podem impor estímulos ou restrições a elas. Os estímulos favorecem a permanência ou a adoção de novas práticas. Por outro lado, o agente pode resistir à adoção desejoso de manter sua rotina. Neste contexto, o indivíduo entra em um estado de negociação consigo próprio e com seu meio para

adaptar ou encaixar a nova prática no seu cotidiano de acordo com suas motivações e anseios pessoais até que a nova prática se consolida enquanto prática rotinizada e habituada (Schatzki et al., 2005). Então as práticas se chocam e algumas irão desaparecer, mas aquelas que forem repetidas de forma consistente e regular com significado e valor para os indivíduos permanecem.

O consumo ocorre dentro e por causa das práticas. Os itens consumidos são colocados em uso no decorrer do envolvimento em práticas específicas, o que dá sentido à existência de recompensas internas e extrínsecas de agir. A prática é o canal e a razão de ser das gratificações que surgem nos momentos de consumo. O consumo raramente ocorre puramente por si mesmo (Warde, 2017), e ele se mantém até que outros estímulos ocorram influenciando uma “nova mudança ou reorganização dos elementos” da prática (Magaudda, 2011). (Warde (2005) ilustra como o consumo é influenciado pela prática com o fato de um indivíduo se dispor a iniciar a prática do golfe. O autor ilustra inúmeros objetos de consumo que são introduzidos em sua vida como decorrência da adoção desta prática. Magaudda (2011) mostra que a digitalização da música não significou menos materialidade, ao contrário, os elementos materiais (objetos de consumo) ocupam uma posição relevante na música digital sendo ainda mais determinantes para a configuração da prática de escutar músicas.

2.2. Jogos online e bens virtuais

Os jogos online são tipos de jogos eletrônicos jogados por meio de plataformas virtuais que simulam verdadeiros mundos. Por meio de computadores, periféricos, televisores, celulares e outros aparelhos eletrônicos conectados à rede se pode jogar com outros jogadores sem que eles estejam no mesmo lugar. Sem sair de casa, o jogador pode desafiar em tempo real adversários de quaisquer lugares do mundo como se estivessem lado a lado.

Processo e recompensa são as principais características dos jogos online. Por processo entende-se a jogabilidade, interface e níveis do jogo, por recompensa compreende-se os seus benefícios, sucesso e insatisfação (Yu & Huang, 2022). Um jogo pode pender mais para o processo e outro para a recompensa. Para estimular o jogador a continuar jogando, o jogo deve exibir na tela contadores de tudo que simbolize um limite ou desafio que estimule o jogador a querer ultrapassá-lo, como por exemplo, vidas, tempo e energia (Trinca et al., 2006). A dificuldade em atravessar esses limites, deve ser gradativa, subindo com o nível que se avança no jogo, estimulando o jogador a pensar “já cheguei até aqui, não vou desistir agora”. Os jogos que fazem mais sucesso, são os mais longos, mas não por ser longo, mas porque são capazes de desenvolver melhor seus graus de dificuldade.

São cinco os gêneros de jogos online incluindo os jogos de (1) ação, os quais possuem atividades vigorosas, emocionantes e criam adrenalina no jogador (*PacMan*, *Doom*, *Quake*, *Earthworm Jim* e *Moto-cross Madness*); (2) aventura, pelos quais os jogadores se envolvem num mundo criado pelo projetista e interagem com as coisas deste mundo (*Maniac Mansion*, série *Monkey* e *Myst River 7º Guest*); (3) simulação, gênero baseado em atividades que existem no mundo real, mas que as pessoas normalmente não podem fazer, como pilotar aviões e carros de corrida (*Need for Speed*); (4) quebra-cabeça, gênero que utiliza o raciocínio (*Xadrez*); e (5) gerenciamento, os quais incluem todos os jogos que produzem este tipo de efeito – gerenciamento - na sua construção, permitindo ao jogador um maior senso de realização e de realidade (*Civilization* e *SimCity*) (Trinca et al. 2006).

Atualmente, os jogos geralmente não se enquadram em apenas um desses grupos, mas em uma combinação ou união de vários grupos que lançam uma proposta de jogo, como por exemplo, RPG (*Roleplaying Game*) que combina ação, aventura e gerência. A ação está atrelada ao

combate entre os personagens do jogo, a aventura é a história ou narrativa de jogo que promove a interação com o “mundo de jogo” e a gerência se dá pelos recursos que se obtém durante o jogo que podem lhe auxiliar nos diversos níveis da aventura. Em jogos de esportes também, existe uma combinação entre gerência, simulação e ação.

Uma peculiaridade dos jogos online é a venda de bens virtuais que se caracterizam por facilidades para finalização rápida e fácil de missões dentro do jogo (Mazurek & Polivanov, 2013). É crescente os casos de pessoas que gastam muito dinheiro com estes produtos virtuais em uma tentativa de sair na frente de outros players e figurar em *rankings* privados ou públicos em busca de *status* ou ultrapassar obstáculos a fim de melhorar o desempenho de seu personagem. O MMORPG (*Multiplayer Massive online Roleplaying Game*) é um jogo reconhecido pela venda destes bens virtuais assim como de itens cosméticos, os quais têm o único intuito de personalizar os elementos que compõem o jogo (Gonçalves & Azambuja, 2021).

Os bens virtuais são definidos como “itens ou elementos formados por pixels que vinculam capitais para sua aquisição” (Rebs, 2012). Eles não possuem a materialidade física, mas da mesma forma que os bens físicos, eles possuem valor, utilidade e significado simbólico que contribuem para representação dos sujeitos. As motivações para aquisição de bens virtuais partem de particularidades da personalidade do jogador ou são motivadas pelos interesses dos grupos a que estes pertencem, sendo assim, a compra destes bens está relacionada à dinâmica de construção identitária e de sociabilização do próprio usuário no jogo.

Um bem virtual é valorado de acordo com sua escassez, custo ou relevância para a dinâmica do jogo, notadamente para os jogos cujo objetivo é minerar com maior velocidade (Rebs, 2012). Neste sentido o bem virtual tem um caráter utilitário de consumo, mas ele também tem um aspecto hedônico relacionado à emoção que o consumidor tem de utilizar ou comprar o produto (Leitinho & Farias, 2018). Os jogadores normalmente desejam os bens virtuais como forma de recompensa que produz maior sensação de prazer.

As personalizações visuais (roupas, penteados, móveis etc.) têm pouco caráter utilitário nos jogos e não ampliam o desempenho no ambiente virtual, mas ajudam os jogadores a se expressarem. Por isto, eles geralmente os compram pelos mesmos motivos que compram tais coisas no mundo real (motivações sociais e emocionais) (Rebs, 2012). Mesmo em jogos voltados ao desempenho, fatores sociais levavam os jogadores a comprarem itens cosméticos. O valor social percebido (ser respeitado ou elogiado pelo uso do bem cosmético virtual), a vontade de se mostrar e de se expor, e a percepção de telepresença (o jogador se sente como sendo o seu avatar no jogo) afetam e potencializam o aspecto hedônico da compra e estimulam novas compras destes bens (Serafim et al., 2022).

Mazurek e Polivanov (2013) pesquisaram treze jogadores do League of Legends e descobriram que as principais motivações para a compra destes bens incluíam a possibilidade de alterações visuais no avatar, promoção de preço, busca de diferenciação entre os *players*, e principalmente *status*. Um *player* com uma *skin* (alteração visual temática do personagem) rara ou cara intimida o adversário, pois ela indica que o jogador pode ser experiente e habilidoso.

Leitinho e Farias (2018) apontam que algumas compras são consideradas injustas pelos *players*, pois sem elas algumas limitações do jogo não podem ser superadas, a menos que se pague por bens virtuais responsáveis por sua remoção. Entre as restrições dos jogos estão a incapacidade de alteração do *status* do avatar, o aumento de dificuldade no jogo, a necessidade de aquisição de itens essenciais que só podem ser comprados com a moeda do jogo, que por sua vez só pode ser comprada com dinheiro do mundo real, ou ainda, as limitações da performance do jogador. Além destes aspectos relacionados ao jogo, há restrições técnicas como o espaço no inventário

do personagem ou mudanças de interface do usuário, as quais são superadas com os facilitadores virtuais, e até mesmo elementos da vida real relacionados às datas comemorativas, como o dia dos namorados, natal ou páscoa, que só estarão disponíveis para compra neste período.

As práticas de empresas do nicho de jogos eletrônicos para rentabilizar com os jogadores são inúmeras, algumas são alvos de críticas como por exemplo, aquelas que impedem a progressão de nível do jogo se o jogador não estiver disposto a pagar, o que geralmente é categorizado como P2P (*pay to play* - pagar para jogar), ou P2W (*pay to win* - pagar para vencer) em que jogadores que podem pagar para adquirir vantagens melhoram a performance do avatar, aceleram sua progressão, conseguem ser mais fortes e melhores do que jogadores que decidem ou não podem gastar. O ponto é que estes jogos trabalham muito bem o sentimento de progressão e avanço, no intuito de estimular cada vez mais, o jogador a passar mais tempo jogando, e conseqüentemente, estimulando o consumo de seus bens virtuais. Mesmo jogos como *League of Legends*, que rentabilizam quase que exclusivamente com bens cosméticos virtuais puramente hedônicos (Leitinho & Farias, 2018), ainda trabalham estes aspectos com marcadores de experiência, indicadores de desempenho, gratificações e títulos para jogadores de boa performance (Trinca et al., 2006).

2.3. Dependência a jogos online

Os jogos eletrônicos são desenvolvidos para satisfazer desejos e anseios do ser humano que não são realizados na vida real (Gonçalves & Azambuja, 2021). Porém, ele pode causar uma dependência psicológica levando o *player* a passar horas e mais horas em interação com este outro mundo e realidade. Os fatores que causam a dependência incluem a narrativa envolvente do jogo, proporcionando ao jogador liberdade para criar o seu personagem e imersão na realidade virtual, a manutenção de um mundo de jogo seguro que evita frustrar o jogador, a valorização das conquistas dos jogadores por meio de um sistema em gratificações, e a interação com outros jogadores em um ambiente seguro proporcionado pela Internet (Gonçalves & Azambuja, 2021).

Os jogos que promovem laços sociais em um ambiente seguro e confortável, permitem a fuga da realidade, e por conseguinte, a fuga de problemas pessoais e emocionais. O jogo eletrônico, de forma similar às drogas (Abreu et al., 2008), acaba se tornando um mecanismo de fuga para escapar dos problemas sociais (Gonçalves & Azambuja, 2021). A dependência dos jogos eletrônicos e virtuais ocorre à medida que as atividades sociais são substituídas pelas atividades nos jogos e o indivíduo passa a negligenciar atividades do cotidiano para interagir somente com situações virtuais (Cavalli et al., 2013). Países como Coreia do Sul, Alemanha, Holanda e Estados Unidos, já possuem Centros de Tratamento especializado para jovens dependentes de meios eletrônicos (Gonçalves & Azambuja, 2021).

Crianças e adolescentes têm se tornado dependentes de jogos online. Elas relatam que os pais em sua maioria, não se preocupam com o conteúdo que consomem e pouco acompanham o uso que elas fazem da Internet, e quando há limitação, se dá pelo tempo em que utilizam a Internet ou os jogos eletrônicos, mas não sobre o conteúdo em si (Craveiro, 2014). Os pais acreditam que o filho estando dentro de casa está seguro em frente ao computador ou videogame (Cavalli et al., 2013). Mas, o perigo está justamente no tipo de conteúdo que consomem, nas leituras e associações que realizam e na materialização de suas atitudes. Os adolescentes entendem que os jogos, são uma forma de extravasar seus sentimentos e se divertirem passando muito tempo em frente às máquinas, deixando em segundo plano as atividades sociais (Cavalli et al., 2013).

O uso excessivo do videogame e da Internet pode se tratar de um novo transtorno psiquiátrico. Em países asiáticos uma parcela da população jovem e adulta, apresenta características de uso problemático desses novos recursos eletrônicos (Abreu et al., 2008). Estes usuários têm como características comuns não se alimentarem regularmente, perderem o ciclo de sono, evitarem sair de casa, acumularem prejuízos na vida profissional e pessoal, relacionarem-se de forma profunda apenas por meios virtuais, estarem conectados por mais de 12 horas por dia, chegando a atingir com frequência, 35 horas ininterruptas de conexão. Estes hábitos são indicadores de que estes usuários podem ser considerados dependentes virtuais (Cavalli et al., 2013).

3. METODOLOGIA

O objetivo desta pesquisa é compreender as diferenças nas práticas de jogos online desempenhada por jovens com e sem prevalência de dependência em jogos eletrônicos. A pesquisa tem abordagem qualitativa por meio de entrevistas em profundidade com questionário semiestruturado. Esse método de pesquisa é frequentemente empregado no estudo das práticas no âmbito dos estudos do consumo porque ele permite explorar entendimentos subjetivos acerca da prática e seus significados (Ferreira et al., 2022).

Para reunir os sujeitos da pesquisa, um dos autores deste trabalho buscou por participantes voluntários nos grupos de jogadores online de que ele faz parte no WhatsApp e no Facebook. A intenção era encontrar pessoas com intensa experiência em jogos online para que pudessem detalhar suas práticas e elucidar sua compreensão e significados do fenômeno. Além disso, os participantes deveriam ter o que (Creswell, 2014) denomina de variação máxima, ou seja, eles deveriam se diferenciar (variar) quanto ao nível de dependência ao jogo.

Assim, tendo sido encontradas seis pessoas maiores de 18 anos dispostas a participar da pesquisa, o próximo passo foi separá-las segundo a sua prevalência de dependência em jogos online. Para isto, foi aplicada a escala *Game Addiction Scale* adaptada de Lemmens et al. (2009). Por esta escala um jogador online é considerado dependente do jogo quando em mais da metade dos itens da escala ele informa que às vezes, frequentemente ou muito frequentemente ele esteve favorável ao item em análise. Após a aplicação da escala, três jogadores se revelaram dependentes ao jogo online e os demais não. Os seis jogadores foram entrevistados por meio do Google Meet.

Nenhum dos entrevistados sabia a que grupo pertencia. As entrevistas foram gravadas e duraram em média 1h40. A Tabela 1 fornece o panorama dos entrevistados. Eles foram separados em dois grupos distintos, os de **Não Dependentes (ND)**, ou seja, aqueles que não têm prevalência em dependência em jogos online, e os **Dependentes (D)** que são aqueles que têm prevalência em dependência em jogos online.

Tabela 1 - Entrevistados

Identificação	Sexo	Escolaridade	Idade	Horas jogando	Grupo
G.ADD	Masculino	S. Incompleto	25	15h/semana	Dependente
G.V.DD	Masculino	S. Incompleto	22	30h/semana	
L.G.DD	Masculino	S. Completo	24	4h/semana	
D.E.ND	Feminino	S. Incompleto	22	2h/semana	Não Dependente
L.R.ND	Masculino	S. Completo	25	3h/semana	
P.J.ND	Masculino	S. Incompleto	28	1h/semana	

Fonte: Os autores

Depois da transcrição das entrevistas, o material foi analisado por meio da análise de conteúdo com categorização *a priori*. As categorias que nortearam a análise foram extraídas dos temas

estudados na bibliografia consultada sobre as teorias da prática (Tabela 2). Durante a análise buscou-se por códigos que refletissem o entendimento subjetivo do entrevistado acerca das práticas de jogos online e seus significados.

Tabela 1 – Categorias dos elementos das práticas

Temas	Categorias
Elementos da Prática (Warde, 2017)	Entendimento, procedimento, engajamento
Consolidação da prática (Ferreira & Christino, 2021)	Consolidação das práticas
Processo de consumo (Warde, 2017)	Aquisição, apropriação, apreciação

Fonte: Os autores

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1. Elementos da prática

Os elementos da prática de Warde (2017) incluem entendimento, procedimento e engajamento. A Tabela 3 apresenta os significados dos elementos da prática de jogos online segundo os entrevistados Dependentes e Não Dependentes. O texto prossegue discutindo cada um deles.

Tabela 3 – Significados dos elementos das práticas de jogos online

Elementos	Códigos	Significados - Não dependente	Significados - Dependente	Significados comuns
Entendimento	Dizeres e fazeres, materialidade, interação, comunicação, comunidade	Descontração, descanso, diversão	Progressão e competição	Interação com a comunidade, família e amigos
Procedimento	Regras, instruções, competências, estratégia, conhecimento, e aprendizagem			Aprendizado das regras e linguagem falada no jogo, capacitação para o melhor desempenho, estratégia
Engajamento	Emoções, laços sociais, motivações	Autorrealização, reconhecimento e vitória	Fuga da realidade, evitação do ócio, riqueza, poder, conquista, laços sociais, amizade	Competição e desempenho superior

Fonte: Os autores

4.1.1. Entendimento

A prática de jogos online está plenamente inserida na rotina dos entrevistados de ambos os grupos. Seu entendimento sobre os jogos está na compreensão dos dizeres e fazeres necessários ao desempenho do jogo, sua materialidade, interação e comunicação (Schatzki et al., 2005).

A materialidade da prática está na tecnologia representada por *softwares*, *hardwares* e redes de comunicação online. Para jogar é necessária uma plataforma (smartphone, computador, console), Internet, acesso a aplicação do jogo (mídia física como DVDs, aplicativos *desktops* ou *mobile*) e registro no provedor do jogo online. Os jogos combinam ação, aventura e gerência (Trinca et al., 2006), como por exemplo, os MMORPGs que é extenso e repleto de conteúdo, nele o *player* controla um personagem e interage não só com o ambiente a sua volta, mas também com os outros *players*. Eles podem colaborar entre si ou competir dependendo da dinâmica de jogo e dos seus estímulos. O jogo retira o jogador de uma postura contemplativa e passiva para uma experiência interativa participativa (Craveiro, 2014).

Atreladas aos jogos estão as Guildas. Elas são comunidades dentro dos jogos que unem os jogadores, quase sempre sobre uma bandeira para competir com outras Guildas. As Guildas se estabelecem por meio da socialização estimulada pelo próprio jogo (Ghisalberti, 2021). São fazeres destas comunidades a conquista de recursos, a defesa ou tomada de territórios virtuais e obtenção das melhores colocações dentro dos *Ranks* do jogo. A criação das Guildas requer a formação de lideranças. Os líderes das Guildas são vistos como puxadores de conteúdo. Os demais *players*, esperam ser conduzidos pelo líder, na direção da diversão. O líder também zela pelo bom convívio entre os membros e a longevidade da Guilda. Ele define o horário a ser cumprido, recebe e envia orientações sobre o cronograma das atividades.

G.A.DD lidera uma Guilda motivado pela interação e laços sociais que construiu no jogo. Ele zela pelas pessoas para que elas permaneçam na Guilda e continuem a jogar juntas. Essa interação social experimentada por G.A.DD é o que caracteriza o jogo online como prática social (Cavichioli & Reis, 2014). Por meio da interação e negociação, ou seja, dizeres e fazeres entre os jogadores são realizadas compras e trocas de bens virtuais que contribuem para a progressão da Guilda.

Para P.J.ND a interação e a comunicação é o mais importante no jogo: “Ficar no *League of Legends* (LoL) é como estar sentado em uma mesa de bar e ficar conversando sobre a vida”. Competir e vencer perdem a importância. Para L.R.ND, a interação entre os *players*, ressignifica o ato de jogar, deixando de ser uma competição para ser um evento lúdico e compartilhado. G.V.DD vê no LoL um jogo em que a interação, a colaboração e o desempenho do grupo são necessários para a vitória. Mas, de acordo com D.E.ND nem sempre a interação é forte ou existe. G.V.DD joga o jogo de cartas *Hearthstone* em que o jogador depende somente de sua estratégia para vencer um oponente, não havendo interação. De acordo com L.G.DD, no *Call of Duty*, apesar de ser um jogo grupal, também há baixíssima interação.

Há jogos em que predominam interações agressivas como nos do tipo FPS (*First Person Shooter*). Segundo L.G.DD a conversa (dizeres) com outros *players* do mesmo time pode ser agressiva e desestabilizante, já que estes jogos exigem o entendimento de uma série de códigos linguísticos que sinalizam informações dentro do jogo e quem não os compreende é cobrado e ironizado pelos pares podendo despertar raiva e estresse. No jogo é preciso ter entendimento de como se comunicar, interagir e ter resiliência diante das críticas (Craveiro, 2014).

Há uma diferença entre os dois grupos acerca do entendimento do jogo online. Os jogadores Não Dependentes, entendem o jogo como a possibilidade de relaxar e socializar com os amigos mais próximos com foco na interação e diversão, e principalmente com aqueles que já têm um relacionamento estabelecido. Os jogadores com Dependência jogam pelo jogo, para progredir e competir, e suas interações estão associadas aos elementos de progresso dentro do jogo.

4.1.2. Procedimento

A prática envolve procedimentos. Não é só o fazer ou desempenhar a prática, é preciso também conhecer as regras de como fazer, ou seja, os procedimentos do jogo para se ter competência. Cada jogo tem as suas peculiaridades, então é preciso conhecimento de suas regras, instruções, a linguagem que os *players* utilizam, seus códigos linguísticos e sua função. É preciso desenvolver estratégias ou copiar estratégias, entender o que cada recurso oferece e suas possibilidades de uso, é preciso método e conhecimento tácito (Shove et al., 2012).

A este respeito D.E.ND faz pesquisas no Google e no Youtube para aprendizagem dos procedimentos do jogo, sobre cada arma, como melhorá-las, o que significa cada parte dela, como se faz uma mira com lente para cima, conhecer os personagens e seus pontos fortes. Por outro lado, G.V.DD revela a obtenção de um conhecimento sobre estratégias acerca do tempo para planejar a jogada, tempo de animação da carta e funcionalidades de uma carta. G.A.DD se

recusa a buscar informação em outras fontes além do próprio jogo. Faz parte do jogo a ação de descobrir como jogar e estabelecer os próprios métodos e formas de realizar as atividades, seja errando ou conversando com outros *players*.

O jogo online, traz suas próprias regras, mas ao mesmo tempo permite que os jogadores estabeleçam novas brincadeiras exercendo sua autonomia (Trinca et al., 2006). L.G.DD relata que no jogo *Conquer Online* existem regras não escritas sobre modalidades e formas de jogar. Elas foram estabelecidas pela comunidade do jogo, e desrespeitá-las afetaria seu *status* e ele poderia sofrer sanções dos outros jogadores. Por outro lado, L.R.ND conta que na Guilda que ele liderava, as regras eram estabelecidas pelos cargos de liderança. As práticas são rotinas e existe nela uma natureza social, em que agentes realizam suas próprias práticas, interagem e podem impor estímulos ou restrições às práticas de um indivíduo (Ferreira et al., 2022).

A compreensão das regras da comunidade exige interação social entre os participantes e um acordo social para respeitá-las. L.G.DD aponta que as regras evitam que os *players* se frustrem, e acabem por abandonar o jogo. Jogar envolve se moldar aos estímulos e necessidades do jogo e trabalhar aspectos intelectuais e morais em um exercício social que requer iniciativa e coordenação de atos para manter o jogo (Ghisalberti, 2021).

Para L.G.DD aprender é uma parte fundamental da sua prática de jogar. Seu aprendizado desenvolve a sua competência, autonomia nas decisões e proporciona afinidade com a tecnologia dando base para outras práticas. Os dois grupos de entrevistados entendem que o aprendizado dos procedimentos e regras do jogo são importantes.

4.1.3. Engajamento

O engajamento nos jogos online é dado pelas emoções, laços sociais e motivações dos *players*. Os jogos permitem satisfazer diversos desejos e anseios que a realidade não comporta. A infinidade de mundos e suas próprias regras permite ao jogador experimentar várias realidades em um ambiente seguro e controlado, sem se preocupar com as consequências (Gonçalves & Azambuja, 2021). As emoções sedimentam a prática e seu significado (Bertoldo & Ruschel, 2000) solucionando dores, necessidades, sonhos e ambições dos jogadores. O jogo entra na rotina do jogador e ele passa a pertencer aquele mundo virtual.

G.A.DD se emociona ao tentar descrever suas emoções em relação aos jogos que joga com maior frequência (*Albion online*, MMORPG) devido ao apego e laços sociais com as pessoas que compõem a Guilda. Eles estão conectados e fortalecidos pela prática (Cavichioli & Reis, 2014). Seus amigos da Guilda são a sua principal razão para continuar jogando e “é impossível para mim no momento abandonar o *Albion Online*, deixar de jogar, estou lá por causa deles, da Guilda” (G.A.DD). Ainda relata que as emoções que sente no jogo não se diferem das que experimenta no trabalho, na família ou com seus amigos no offline. O entrevistado deixa transparecer que ao invés do jogo ser um reflexo do mundo real, é o mundo real que é um reflexo do jogo. Neste caso o jogo é um mecanismo de fuga da realidade que pode ser relacionada a problemas pessoais e emocionais (Gonçalves & Azambuja, 2021).

G.A.DD fala que jogos como *Albion online*, que promovem laços sociais em um ambiente seguro e confortável, permitem essa fuga. Isso também é percebido no relato de L.G.DD, que relata que sente com frequência a necessidade de jogar para não enlouquecer com a sua rotina exaustiva de trabalho e estudo. Ele recorre aos jogos para relaxar e buscar distração, e explica ser uma forma de evitar doenças psicológicas como Burnout.

Para G.V.DD suas motivações para os jogos é o ócio, pois estar entediado o impele a ação. Além disto, ele joga para competir com os adversários, superar a si mesmo, saber que sua estratégia é consistente e seu desempenho superior. Sua posição é semelhante à dos

entrevistados não dependentes, no entanto estes últimos não experimentam o ócio. Os não dependentes são compelidos pela autorrealização, vitória e reconhecimento.

Riqueza, poder e conquista é o que motiva o engajamento de G.A.DD. Em *Albion Online*, a quantidade de Prata (moeda do jogo) determina o tipo de conteúdo que poderá ser acessado. Ou seja, quanto mais vitórias o jogador tem mais recursos ele acessa. Para G.A.DD, competir é menos importante e vencer é tudo porque o torna mais rico. Segundo ele, mesmo tendo outras formas de obter recursos, vencer é a forma que ele prefere porque é emocionante.

Observa-se que os jogadores dependentes do jogo online são muito mais engajados no jogo, inclusive eles passam muito mais horas por semana jogando (Tabela 1). D.E.ND destaca que ela engaja no jogo pela autorrealização e reconhecimento que obtém quando monta uma estratégia para ter um desempenho superior, competir e obter a vitória. Inclusive, ela faz um *print screen* para mostrar para seus familiares e amigos que venceu. Nota-se também que a diferença de engajamento vem também das responsabilidades da vida adulta a qual é um fator central para a consolidação da prática, tema que vem a seguir.

4.2. Consolidação da prática

Na trajetória da prática, seus elementos podem se reestruturar ou se reconfigurar, podendo até mesmo deixar de existir ou se fortalecer. A prática caminha em direção à sua consolidação ou declínio, ressignificada por fatores externos atrelados ao todo que compõe o *nexus* de práticas, como agentes externos (grupos sociais, família, amigos, trabalho), pressão social (casamento, estudo, adequação estética) entre outros fatores que estimulam o indivíduo a agir e se movimentar socialmente (Warde, 2017). Uma prática se consolida quando seus elementos são fortes e coesamente interligados; quando ela está sincronizada com outras práticas do cotidiano do indivíduo; e quando fatores externos ajudam na sua consolidação (Shove et al., 2012). Na consolidação da prática, os estímulos promovem a aceitação de seus elementos reconfigurados ou aprofundam a força de seus elementos formadores.

Os participantes desta pesquisa estão situados em uma fase da vida que envolve a reconfiguração de diversas práticas, uma vez que eles devem fazer escolhas que podem ter impactos permanentes na sua vida adulta nos aspectos pessoais, sociais, profissionais, financeiros e de relacionamento afetivo. Particularmente, o estudo e o trabalho proporcionam independência financeira e autossuficiência que são estímulos para ressignificação da prática do jogo online. Concomitante a eles ocorre um sentimento de obrigação advindo da pressão social para que o indivíduo progrida em sua carreira ou saia da casa dos pais que, de certa forma, faz com que a prática do jogo online ceda lugar às obrigações que levarão o indivíduo a satisfazer às suas necessidades da vida adulta.

Os dois grupos de entrevistados reconfiguraram a prática de jogos online na vida adulta para garantir a sua consolidação. Apenas P.J.ND e L.R.ND não consolidaram a prática em sua rotina. L.R.ND, que já é formado e trabalha em tempo integral, revela que não conseguiu equilibrar a prática do jogo online com as demais práticas porque ele experimenta um sentimento de culpa, por isto ele joga raramente nas manhãs de sábados e de domingo. E P.J.ND abandonou os jogos online porque ele encontrou os mesmos significados destes jogos nas práticas de sua rotina de vida adulta, ou seja, ele encontrou no mundo real os elementos que faziam o virtual ser tão sedutor, de tal forma, que a prática de jogo online deixou de ser interessante e ele a abandonou.

Notadamente, os jogadores com dependência ao jogo são os que têm maior resistência em abandonar a prática preferindo reconfigurá-la. Para G.A.DD, os laços sociais formados com a comunidade de jogadores o levaram a negociar a prática no seu *nexus* adequando a sua rotina

para encaixar o jogo às demais práticas. L.G.DD ressignificou a prática. Se antes ela representava competição, disputa e socialização, hoje ela é uma prática de relaxamento e descontração, aliviando o estresse e a pressão que traz do trabalho. G.V.DD equilibra o tempo dedicado a todas as práticas de sua rotina por meio da prática de jogo online. Assim, se o desempenho nas demais atividades começa a baixar, ele reduz o tempo dedicado aos jogos. Nota-se que a vida adulta é um símbolo da reconfiguração ou do abandono do jogo online, já que as novas necessidades emergem com maior significado para os entrevistados.

4.3. Processo de consumo

4.3.1. Aquisição

A aquisição de produtos para os jogos online se dá por meio de compras, trocas ou recompensas. As aquisições facilitam o acesso ao jogo e o torna mais confortável. Compra-se bens físicos, como consoles, computadores, smartphones, e periféricos e bens virtuais, como o próprio jogo, que também pode ser alugado ou itens utilitários que aceleram os progressos ao longo do jogo, melhoram o desempenho do *player*, customizam o personagem etc.

Os bens virtuais são intangíveis e estão atrelados à conta do usuário. Quase sempre eles são limitados ao uso dentro do próprio jogo e geralmente sua vida útil é pequena, pois eles só podem ser acessados por um tempo limitado ou expiram sua usabilidade assim que são usados. Por exemplo, *skins* (acessórios, roupas, poses, danças), *boosters* de experiência (aceleradores da progressão), e itens como armas, armaduras, cosméticos os quais também podem ser trocados entre os usuários. Estes últimos em especial, podem ser raros dentro do jogo fazendo com que seu valor percebido oscile entre os usuários.

Os jogadores adquirem os bens virtuais motivados por sua personalidade e opinião do grupo, pois estes bens estão associados à construção identitária do jogador e à sua alteridade com os recursos interativos do jogo (Rebs, 2012). Quanto mais engajado na prática, mais condicionado o agente estará aos gostos preponderantes nela e mais interesse terá pelos bens associados a ela (Serafim et al., 2022). No entanto, nem sempre é assim. G.A.DD afirma não ter desejo de adquirir bens virtuais. Mesmo sendo um dos entrevistados que mais apresenta horas de jogo por semana, ele acredita que existem coisas mais importantes fazer com o dinheiro. Todavia, D.E.ND e P.J.ND revelam que embora gastem com bens virtuais, eles acreditam ser lícito e justificável pelos benefícios emocionais e utilitários proporcionados pela compra.

D.E.ND relata que o jogo instiga o consumo de certos recursos para superação de obstáculos e progressão no jogo, levando o *player* a pensar que ele está decidindo livremente e conscientemente (Leitinho & Farias, 2018). G.V.DD considera essa prática desleal, pois o jogador é manipulado. No início ele recebe recompensas e ultrapassa níveis com elas. Mas, depois elas ficam raras e quando o jogador está viciado, ele é estimulado a gastar com mais bens virtuais para continuar jogando.

Um artifício contido em alguns jogos é o passe comprado para receber prêmios por horas jogadas ou por pequenos objetivos alcançados. Esta tática eleva o faturamento porque mantém o jogador dentro do jogo. Ele tem necessidade de jogar mais para valer o dinheiro gasto.

Diferentemente dos demais, L.G.DD não tem o hábito de consumir bens virtuais. Pelo contrário, ele e seus amigos estabeleceram que gastar com coisas que aceleram a progressão no jogo é perder parte da experiência do jogo. No entanto, ele relata já ter dispendido cerca de 1.500\$ ao todo até hoje com os bens virtuais, sendo a maioria de produtos para melhorias estéticas e cosméticas (que apenas customizam a aparência de elementos dos jogos).

Os gastos com cosméticos carregam um caráter hedônico (Leitinho & Farias, 2018), mas parecem ter menos benefícios utilitários aos olhos dos *players*. Por exemplo, D.E.ND e G.V.DD preferem pagar por bens que geram um benefício funcional no jogo. Neste sentido, L.G.DD prefere outros bens virtuais, mesmo os mais raros e caros porque traria mais sentido a compra. A escassez é determinante do valor do bem virtual (Rebs, 2012).

Para L.R.ND e P.J.ND, um tipo de gasto que vale a pena é ter um computador melhor, permitindo jogar jogos mais recentes e avançar nas sagas de jogos que lhes são favoritas. A evolução tecnológica proporciona cada vez mais imersão nos jogos, em um universo mais fidedigno com uma qualidade técnica de realismo gráfico, sons de alta qualidade somados a periféricos capazes de reproduzir sensações e emular a interação com objetos e elementos do jogo (Gonçalves & Azambuja, 2021).

Há uma gama de diferenças no processo de aquisição de bens físicos e virtuais entre os entrevistados o que é compreensível pois as motivações para os consumidores adquirirem bens virtuais ou associados a prática do jogo, estão ligados a particularidades de cada jogador, ou seja, suas crenças, desejos, utilidade simbólica e círculo social (Rebs, 2012).

Existe maior resistência a gastos em bens virtuais no grupo de Dependentes do que no grupo de Não Dependentes, os quais não comentaram contrariamente à aquisição de bens virtuais, inclusive tiveram menor resistência às compras se houvesse algum benefício emocional ou funcional por meio de produtos para a atualização do computador. O trio de Dependentes só percebem valor nos bens virtuais se eles simbolizam alguma melhora no desempenho do jogo, gastos cosméticos são sumariamente desprezados por este grupo.

4.3.2. Apropriação e apreciação

A apropriação e a apreciação acontecem após o bem ser adquirido. Na apropriação observa-se a forma com que o indivíduo interage com o bem e o incorpora em sua prática por meio do uso de bens e serviços para fins pessoais e sociais (Warde, 2017). Na apreciação o consumidor aprecia o valor e o significado do bem. A apreciação surge dos julgamentos estéticos, morais e sociais que estão incorporados à prática, compartilhados através de um sistema simbólico de natureza expressiva ou contemplativa dos bens (Warde, 2017). A apreciação tem como referência a maneira adequada de realizar a prática. Na apreciação o consumidor vê sentido na provisão e uso do bem ou serviço.

O tempo da apropriação depende do tempo de durabilidade do produto em si e da utilidade que o agente dá ao bem (Leitinho & Farias, 2018). O tempo de apropriação se encerra com o descarte do produto. Os bens são apropriados quando o indivíduo apreende seu valor utilitário, psicológico e social durante a prática (Warde, 2017). A apreciação pode transcender a aquisição e apropriação, pois o consumidor pode recolher o significado simbólico de um bem mesmo depois de apropriá-lo. O jogo é muito dinâmico e os bens virtuais são muito fugazes de forma que a sua apropriação e apreciação são quase sempre simultâneas. Como a apropriação é muito rápida nos jogos, bastando um click para que uma *skin* seja incorporada ao avatar, por exemplo, não é possível observar detalhes da apropriação. O que se observa é a apreciação dos bens virtuais adquiridos.

Os entrevistados priorizam a aquisição dos bens virtuais por meio de recompensas ofertadas pelo próprio jogo ou por meio de troca com outros jogadores. O fato de não terem adquirido os bens virtuais diretamente com recursos financeiros tem satisfação especial para os jogadores que se sentem autorrealizados e competentes por vencerem no jogo sem dispêndios financeiros. L.G.DD e P.J.ND explicam que os cosméticos são bens virtuais que valorizam a autoestima do jogador e revelam seu *status* diferenciado pela posição social que passa a ocupar ao usar o item (Serafim et al., 2022). As principais motivações para compras é a busca pela diferenciação, e

principalmente, passar alguma sinalização de *status* para os oponentes (Serafim et al., 2022). A vontade de se expor potencializa o aspecto hedônico da compra e seu valor social que por consequência estimula a recompra (Yu & Huang, 2022).

Segundo G.A.DD, no *Albion Online* (MMORPG) existem dois tipos de moedas, o Ouro e a Prata. O ouro pode ser comprado por meio da moeda corrente ou da Prata, que é adquirida através de recompensa, e com eles se pode comprar todos os bens virtuais disponíveis no jogo. Mas, se o jogador tiver um bom desempenho, ele obterá Prata suficiente para acessar todos os conteúdos do jogo sem gastar nenhuma quantia monetária do mundo real.

G.A.DD é um desses *players*. Ele possui uma alta quantia de Prata e tem acesso a praticamente qualquer coisa no jogo. Porém, ele continua buscando mais e mais Prata, pois aí está a sua satisfação no jogo. E essa satisfação é tão grande que G.A.DD tem recordações e sentimentos positivos em relação às pessoas que jogam com ele pelo fato delas terem se empenhado na obtenção da Prata junto com ele em uma socialização da aventura: “Acho que é isso que me motiva continuar jogando, enriquecer junto daqueles camaradas, e meu deus, a gente já fez muita Prata mesmo”. Esse estado mental de profundo envolvimento com uma tarefa é denominado de estado de fluxo, o qual é determinante para uma experiência ótima (Csikszentmihalyi & LeFevre, 1989).

D.E.ND ainda relata que prefere comprar bens virtuais quando ainda é novata e tem pouca experiência no jogo, pois este bem lhe dá alguma vantagem que lhe permitirá apreciar melhor o jogo e evitar o sentimento de frustração por perder frequentemente devido a inexperiência. Ela prefere fazer estas compras e avançar do que desistir do jogo. Para G.V.DD algumas empresas montam a dinâmica do jogo com inúmeras limitações nas fases iniciais para estimular as compras logo no início do jogo. Para ele este tipo de estratégia retira uma parte importante do jogo que é o aprendizado e o prazer de ser recompensado pelo esforço. De acordo com Leitinho e Farias (2018) essa é uma prática recorrente entre os desenvolvedores de jogos online.

Alguns jogos vendem *loot boxes* que são caixas surpresas cheias de recompensas, mas que o jogador não sabe quais são. Se o jogador tiver sorte ele pode obter uma boa recompensa que o ajudará no jogo, caso contrário, ele se frustra. D.E.ND explica que alguns conteúdos só podem ser adquiridos por determinados personagens, e estes personagens só podem ser obtidos por meio da compra das *loot boxes*. Essa prática é considerada moralmente errada e realizada por empresas “mercenárias” nas palavras de G.V.DD. Por isto, quando o jogador compra um *loot box* e obtém uma excelente recompensa ele experimenta grande satisfação e bem estar porque sente que não jogou dinheiro fora. Compras relacionadas a bens virtuais são carregadas de alto valor hedônico, ou seja, são compras que quando realizadas, podem ser experienciadas de imediato, diminuindo a chance do sentimento de arrependimento pós compra (Yu & Huang, 2022).

L.G.DD monta o seu computador porque ele aprende sobre os tecnologia enquanto faz este trabalho. A aprendizagem o faz se sentir autorrealizado. Além disso, ele acrescenta que os bens virtuais, sobretudo os cosméticos, favorecem a socialização porque “se você tem uma arma bonita, você mostra para seus amigos, você manda foto na hora e eles dizem ‘nossa, que foda’, então tem uma questão de comunidade”.

A apreciação da compra de bens virtuais é semelhante entre os dois grupos Dependentes e Não Dependentes. Seus julgamentos estéticos, morais e sociais sobre os bens virtuais revelam o valor percebido nas compras e seu significado. O valor percebido em um produto advém dos benefícios percebidos neste produto. Estes benefícios estão ligados à funcionalidade do produto (eficiência e excelência do produto), a fatores sócio sensoriais (entretenimento, estética,

espiritualidade e ética), e a elementos simbólicos relacionados à autoexpressão do indivíduo (autoestima e *status*) (Holbrook, 1999).

5. CONCLUSÕES

O objetivo deste trabalho é compreender as diferenças nas práticas de jogos online desempenhadas por jovens com e sem prevalência de dependência ao jogo. Para os jogadores Não Dependentes, o jogo online significa um momento de descontração, descanso e diversão, um espaço em suas vidas para interação com amigos e familiares. O desempenho de uma estratégia superior atende à sua busca por autorrealização e reconhecimento. Por outro lado, o significado do jogo online para os jogadores Dependentes está na competição e progressão na qual se engajam como forma de fugir da realidade e do ócio, alcançar riqueza e poder dentro do jogo, enquanto fortalecem laços sociais e satisfazem suas necessidades de interação e amizade com a comunidade do jogo, à qual eles demonstram grande apego.

As normas do jogo sustentam os dizeres e fazeres de quem joga, portanto ambos os grupos se empenham na aprendizagem das regras e instruções do jogo, inclusive aquelas que são criadas pela própria comunidade, e se esforçam no conhecimento da linguagem estabelecida para a comunicação entre os pares. Este aprendizado é importante para a manipulação dos elementos materiais da prática e a capacitação do jogador na elaboração da estratégia que conduz ao melhor desempenho.

A vida adulta simboliza a reconfiguração ou o abandono do jogo online. Ela traz consigo novos agentes externos, como namoradas(os), cônjuges, relacionamentos profissionais e acadêmicos, que demandam tempo e dedicação dos jogadores. Portanto, a reconfiguração da prática é necessária para a consolidação do jogo no *nexus* de práticas, principalmente dos jogadores com prevalência de dependência ao jogo. Seus vínculos emocionais e laços de amizade com os pares, bem como a sua fuga da realidade por meio do jogo, são demasiados fortes para garantir o resistir da prática. Eles preferem a negociação no *nexus* de práticas para que o jogo online permaneça entre as demais práticas, embora com menos tempo, do que o abandono da prática, conforme fizeram dois jogadores Não Dependentes quando abraçaram as responsabilidades da vida adulta.

O processo de compra durante o jogo se resume à aquisição de bens virtuais por meio de compras, trocas ou recompensas pelo desempenho. O grupo de Não Dependentes costuma fazer aquisições por meio de compras enquanto o grupo de Dependentes prefere jogos gratuitos ou adquirir os bens virtuais por meio de trocas e recompensas pelo desempenho. Os jogadores destacam as práticas desleais inseridas nos jogos para estimular as aquisições pagas, como por exemplo a interposição de limitações que só podem ser superadas por meio de bens comprados.

A apreciação dos bens virtuais é semelhante nos grupos de Dependentes e Não Dependentes. Ela ocorre por meio dos benefícios que estes bens proporcionam. São eles os (1) benefícios funcionais que favorecem o desempenho e a competência do jogador; (2) benefícios sociosensoriais que recompensam o esforço do jogador por meio do prazer, bem-estar, satisfação, boas recordações, sentimentos positivos, socialização, hedonismo, motivação, evitação da frustração e estado de fluxo; e (3) benefícios simbólicos que proporcionam a autoexpressão do jogador por meio da sua autoestima, *status*, diferenciação social e aprendizagem. Portanto, o jogador percebe valor no bem virtual não apenas por sua eficiência e excelência funcionais, mas também pelas sensações sociais, afetivas e de prazer que ele proporciona, bem como pelo reconhecimento simbólico da sua imagem projetada por meio do uso do bem que lhe confere autoestima e *status*.

A despeito dos benefícios apreciados pelos jogadores online, os entraves provocados por esta prática são notórios na vida adulta dos entrevistados, notadamente dos jogadores Dependentes que fogem da realidade por meio do jogo e têm resistência para reconfigurar a prática dentro do *nexus* quando da entrada na vida adulta. O fortalecimento das amizades no contexto do jogo e o prazer decorrente do estado de fluxo na conquista de poder, autoestima e *status* determinam a perpetuação da prática com dispêndio de longas horas semanais dedicadas ao jogo. Se por um lado a Organização Mundial de Saúde alerta para as consequências negativas da dependência ao jogo – abandono da vida social offline, comprometimento do rendimento escolar, profissional e dos cuidados pessoais (Nações Unidas Brasil, 2018) – de outro a indústria de jogos fatura bilhões de dólares com esta prática - US\$ 175,8 bi em 2021 (Pacete, 2022) - nem sempre de forma ética como narrado pelos entrevistados. Portanto, diante dos possíveis prejuízos sociais e pessoais que o jogo online pode causar para os jogadores Dependentes, talvez as empresas de jogos online possam alertar os seus clientes quanto aos riscos de seus produtos e orientá-los acerca dos sinais de alerta para a dependência ao jogo.

6. REFERÊNCIAS

- Abreu, C. N. de, Karam, R. G., Góes, D. S., & Spritzer, D. T. (2008). Dependência de Internet e de jogos eletrônicos: Uma revisão. *Revista Brasileira de Psiquiatria*, 30(2), 156–167.
- Bertoldo, J. V., & Ruschel, M. A. de M. (2000). Jogo, brinquedo e brincadeira: Uma revisão conceitual. *Labrinjo*.
- Cassel, P. A., Terribile, T. G., & Machado, J. C. (2019). Por trás da tela: Uso e consequências dos jogos online para multijogadores. *Research, Society and Development*, 8(10), e498101421. <https://doi.org/10.33448/rsd-v8i10.1421>
- Cavalli, F. da S., Trevisol, M. T. C., & Vendrame, T. (2013). Influência dos jogos eletrônicos e virtuais no comportamento social dos adolescentes. *Psicologia Argumento*, 31(72).
- Cavichioli, F. R., & Reis, L. J. de A. (2014). World of warcraft como prática de lazer: Sociabilidade e conflito “em jogo” no ciberespaço. *Movimento*, 20(3), 1083–1109.
- Craveiro, P. S. U. (2014). *Jogos e publicidade on-line: Estudo da recepção de anúncios em jogos na Internet por crianças brasileiras e espanholas* [Doutorado]. Universidade de Vigo.
- Creswell, J. W. (2014). *Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: Escolhendo entre cinco abordagens* (3rd ed.). Penso.
- Csikszentmihalyi, M., & LeFevre, J. (1989). Optimal experience in work and leisure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(5), 815–822.
- Ferreira, F. L., Christino, J. M. M., Cardoso, L. de O., & Noronha, A. L. S. (2022). A ascensão e decadência do consumo de lives musicais durante a pandemia: Uma análise sob o prisma da teoria da prática. *Cadernos EBAPE.BR*, 20(3), 401–416. <https://doi.org/10.1590/1679-395120210014>
- Ghisalberti, L. (2021). Jogar como prática para favorecer a cooperação e o desenvolvimento moral. *Veras*, 10(2), 383–406.
- Gonçalves, M. K., & Azambuja, L. S. (2021). Onde termina o uso recreativo e inicia a dependência de jogos eletrônicos: Uma revisão da literatura. *Aletheia*, 54(1), 146–153.
- Holbrook, M. B. (1999). Introduction to consumer value. In M. B. Holbrook (Ed.), *Consumer value: a framework for analysis and research* (pp. 1–28). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203010679>
- Leitinho, R. R., & Farias, J. S. (2018). Hedonic motivation on cosmetic virtual goods consumption in online games. *Revista Brasileira de Marketing*, 17(1), 65–79. <https://doi.org/10.5585/remark.v17i1.3486>

- Lemmens, J. S., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). Development and validation of a game addiction scale for adolescents. *Media Psychology, 12*(1), 77–95. <https://doi.org/10.1080/15213260802669458>
- Magaudda, P. (2011). When materiality “bites back”: Digital music consumption practices in the age of dematerialization. *Journal of Consumer Culture, 11*(1), 15–36. <https://doi.org/10.1177/1469540510390499>
- Mazurek, M., & Polivanov, B. (2013). Consumo de bens virtuais em jogos online - Status, diferenciação e sociabilidade em League of Legends. *7o. Simpósio Nacional Da Associação Brasileira de Cibercultura*. <http://www.forbes.com/sites/johngaudiosi/2012/07/11/riot-games->
- Nações Unidas Brasil. (2018, January 15). *OMS esclarece dúvidas sobre vício em vídeo games*. Nações Unidas Brasil.
- Pacete, L. G. (2022, January 3). *2022 promissor: Mercado de games ultrapassará US\$ 200 bi até 2023*. Forbes.
- Rebs, R. R. (2012). Bens virtuais em social games. *Intercom - RBCC, 35*(2), 205–224.
- Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory, 5*(2), 243–263. <https://doi.org/10.4324/9780203335697-23>
- Schatzki, T. R., Cetina, K. K., & Savigny, E. von. (2005). *The practice turn in contemporary theory* (3rd ed.). Routledge.
- Serafim, M. da C., Gonçalves, G. F., Souza, D. E. S. de, & Santos, Í. A. T. dos. (2022). Principais fatores que influenciam a intenção de compra de bens virtuais em jogos gratuitos. *Future Studies Research Journal: Trends and Strategies, 14*(1), E0582. <https://doi.org/10.24023/futurejournal/2175-5825/2022.v14i1.582>
- Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice: Everyday life and how It changes*. Sage.
- Silva, S. de S., Lima, L. B., Bezerra, T. de M., Teixeira, D. de J., Correa, R. R., Domingues-Bastos, A., Marques, R. F., Lemos-Araújo, M., Goya, T. T., & Ferreira-Silva, R. (2022). A interferência do uso das tecnologias (mídias sociais e jogos) na qualidade do sono e processo de ensino aprendizagem dos alunos de Ensino Médio: revisão sistemática. *Research, Society and Development, 11*(2), e11711225522. <https://doi.org/10.33448/rsd-v11i2.25522>
- Trinca, D., Santos, F. S., Neves, L., Merotto, L. C., Carnaval, M., & Lach, R. (2006). Jogos online. *Revista de Informática Aplicada, 2*(1), 34–49.
- Warde, A. (2005). Consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture, 5*(2), 131–153. <https://doi.org/10.1177/1469540505053090>
- Warde, A. (2017). *Consumption: A sociological analysis*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/978-1-137-55682-0>
- Yu, N., & Huang, Y. T. (2022). Why do people play games on mobile commerce platforms? An empirical study on the influence of gamification on purchase intention. *Computers in Human Behavior, 126*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106991>