International Journal of Business & Marketing (IJBMKT)

ISSN 2447-7451

Recebido em: 17/04/2025
Decisão editorial: 02/02/2026
Publicação: 27/04/2026
Editor-chefe: Flávio Santino Bizarrias
Avaliado pelo sistema *double-blind review*
https://doi.org/10.18568/ijbmkt.10.2.328

Práticas de jogos on-line: Comparação entre jovens com e sem dependência do jogo

Online gaming practices: Comparison between youth with and without gaming addiction

GABRIEL VICTOR PEREIRA CRUZ
gvictorpcruz@gmail.com

STELA CRISTINA HOTT CORRÊA
stela.correa@ufjf.br

JULIANA MARIA MAGALHÃES CHRISTINO
julianam.prof@gmail.com

RESUMO

O objetivo deste estudo é investigar as diferenças nas práticas de jogos on-line entre jovens com e sem dependência do jogo com base nas teorias da prática. A pesquisa tem abordagem qualitativa por meio de entrevistas em profundidade e análise de conteúdo com categorização temática. Para os não dependentes, o significado do jogo on-line é descontração, descanso, diversão, autorrealização, vitória e reconhecimento. Por outro lado, para os dependentes, o jogo on-line significa competição, progressão, riqueza, poder, conquista, fuga da realidade, evitação ao ócio, laços sociais, amizade e apego à comunidade do jogo. Ambos os grupos entendem o jogo como interação com a comunidade, família e amigos, e que o engajamento no jogo significa competição e desempenho superior. O aprendizado das linguagens, regras e estratégias próprias de cada jogo são essenciais para os procedimentos da prática. A vida adulta simboliza a reconfiguração ou o abandono da prática do jogo on-line. O valor dos bens virtuais está na funcionalidade, conexões sociais, emoções positivas e simbolismo dado pela autoexpressão, interação e *status*. Conclui-se que a prática do jogo on-line não é estática, mas se reconfigura em resposta a pressões sociais e contextos de vida, desta forma é possível compreender como o engajamento com jogos on-line se articula com outras práticas da vida como trabalho, estudo e socialização offline. Além disto, os mecanismos de compra de bens virtuais, como *skins* e *loot boxes,* envolvem a valorização simbólica, moral e estética que evidenciam que o consumo nos jogos envolve um processo interpretativo complexo.

Palavras-chave: teorias da prática, jogos on-line, bens virtuais, consumo virtual, dependência do jogo.

ABSTRACT

The objective of this study is to investigate the differences in online gaming practices among youth with and without gaming addiction, drawing on practice theory. Adopting a qualitative approach, the research utilizes in-depth interviews and thematic content analysis. Among non-addicted individuals, online gaming is associated with relaxation, rest, fun, self-fulfillment, victory, and recognition. In contrast, for those identified as addicted, gaming is oriented toward competition, progression, wealth, power, achievement, escapism, avoidance of idleness, social bonds, friendship and strong emotional ties to the gaming community. In both groups, the meaning of gaming is socially mediated, emerging through interaction with the community, family, and friends, where engagement involves competition and superior performance. Learning the game-specific language, rules, and strategies constitutes the procedural dimension of practice. Adulthood marks a phase in which gaming practices are either reconfigured or abandoned, depending on their compatibility with the broader nexus of everyday practices. The value attributed to virtual goods derives not only from their functional benefits but also from their role in generating social bonds, positive emotional experiences, and symbolic expressions of identity, self-expression and status. The findings suggest that online gaming is a dynamic practice, reshaped by social pressures and life transitions. This evolution highlights how gaming intersects with other practices, such as study, work, and offline relationships. Furthermore, mechanisms for acquiring virtual goods—such as skins and loot boxes—entail moral, symbolic, and aesthetic evaluations, reflecting the interpretive complexity of consumption within digital environments.

Keywords: practice theories, online gaming, virtual goods, virtual consumption, gaming addiction.

1. INTRODUÇÃO

Os jogos representam práticas sociais essenciais, profundamente enraizadas em todas as culturas humanas iniciando-se na infância (Ghisalberti, 2021). Uma prática é caracterizada como um padrão que envolve a interdependência de diversos elementos, incluindo atividades corporais e mentais, objetos e seu uso, além de um conhecimento que se expressa em forma de entendimento, habilidades, estados emocionais e motivacionais (Reckwitz, 2002). Ao longo dos séculos, a prática dos jogos reconfigurou seus componentes, permitindo que permanecesse coesa e sincronizada com outras práticas, perpetuando-se no tempo e no espaço (Shove *et al*., 2012). Com a ascensão da tecnologia, a partir da década de 1970 do século XX, a prática dos jogos foi transformada em seus elementos materiais, que passaram de espaços e objetos físicos para cenários, objetos e sujeitos virtuais, resultando no surgimento dos jogos on-line.

Por meio dos jogos on-line, indivíduos de todas as idades imergem em cenários fantásticos que transcendem a realidade, explorando novas formas de interação, conquista, exploração e, principalmente, socialização. Nesses universos virtuais, a extensão da personalidade do jogador se manifesta através de avatares com habilidades e funções inconcebíveis na realidade, carregando significados que vão além do mero entretenimento (Yu & Huang, 2022). Os jogos on-line são projetados para atender a desejos e anseios humanos que não se realizam na vida cotidiana (Gonçalves & Azambuja, 2021). Essa capacidade atrai um amplo público, especialmente os nativos digitais, que jogam em um ambiente seguro e controlado, aproveitando possibilidades ilimitadas sem grandes repercussões (Yu & Huang, 2022). O ambiente de jogo on-line proporciona um espaço para interações sociais frequentes, que favorecem a formação de laços sociais. A oportunidade de conhecer novas pessoas, colaborar com outros participantes no espaço virtual e estabelecer amizades constitui uma motivação para a prática de jogos on-line, assim como a busca por superar desafios pessoais que surgem à medida que o jogo avança (Cavichiolli & Reis, 2014).

Embora o prazer proporcionado pelos jogos on-line seja evidente, eles podem levar à dependência psicológica, fazendo com que o jogador passe inúmeras horas imerso nessa realidade alternativa, divertindo-se, mas também consumindo. Esse afastamento do mundo real pode impactar negativamente aspectos da vida cotidiana do indivíduo (Gonçalves & Azambuja, 2021), que acaba trocando práticas e hábitos essenciais da vida humana por atividades no ambiente virtual (Cassel *et al*., 2019). Assim, apesar dos benefícios econômicos e sociais que essa indústria oferece, é crucial considerar os riscos à saúde que a prática de jogos on-line pode acarretar (Silva *et al*., 2022).

Assim, a análise comparativa entre a prática de jogos on-line por indivíduos com e sem dependência pode fornecer insights significativos sobre os fatores que contribuem para essa condição, o que, por sua vez, pode orientar as ações dos gestores de jogos na mitigação ou prevenção desse problema. Assim, o objetivo central deste estudo é investigar as diferenças nas práticas de jogos on-line entre jovens com e sem dependência do jogo de acordo com as teorias da prática. A coleta e a análise dos dados foram orientadas por objetivos secundários, que incluem a identificação dos elementos que compõem a prática de jogos on-line de acordo com Warde (2017) e o processo de sua consolidação, conforme Shove *et al*. (2012), além de compreender o processo de consumo que fundamenta o desempenho relacionado à aquisição, apropriação e apreciação de bens virtuais, também segundo Warde (2017). A metodologia de pesquisa adota uma abordagem qualitativa por meio de entrevistas em profundidade e análise de conteúdo.

Esta pesquisa se justifica pela escassez de estudos que abordem os jogos on-line a partir das teorias da prática, especialmente considerando a distinção entre jogadores dependentes e não dependentes (Seo & Jung, 2016; Wang, 2024). A maioria das investigações sobre jogos tende a focar em aspectos mercadológicos (Pereira *et al*., 2024; Chang & Hsu, 2022; Mkedder *et al*., 2024; Huo *et al*., 2024) e patológicos-psicológicos (Park *et al*., 2015; Encallado *et al*., 2024), negligenciando a complexidade social, simbólica e performativa envolvida nas práticas cotidianas de jogar. Além disso, há uma carência de investigações qualitativas que explorem os significados atribuídos pelos próprios jogadores aos bens virtuais adquiridos, indo além da análise de motivadores hedônicos ou utilitários (Afif *et al*., 2022; Mkedder *et al*., 2024).

Este estudo apresenta contribuições teóricas ao aplicar a teoria das práticas na análise dos jogos on-line, revelando um engajamento sustentado por significados e regras socialmente mediadas. A distinção entre dependentes e não dependentes ilustra diferentes estágios da prática consolidada, enriquecendo o debate sobre o vício e comportamento do consumidor no contexto digital. As comunidades virtuais de jogos – guildas - evidenciam a teoria da identidade e os processos da formação identitária e dos laços sociais, enquanto a possibilidade do desenvolvimento das habilidades dos jogadores aponta para o potencial formativo dos jogos. Em termos práticos, recomenda-se atenção ao papel ambíguo dos jogos on-line, com a organização de políticas públicas e práticas educativas que incentivem o seu uso equilibrado, além de design ético por parte

das desenvolvedoras, especialmente na elaboração dos seus mecanismos de monetização.

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 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, e ele se mantém até que outros estímulos ocorram influenciando uma "nova mudança ou reorganização dos elementos" da prática (Warde, 2017). O autor ilustra como o consumo é influenciado pela prática com o fato de um indivíduo que se dispõe a iniciar a prática do golfe passa a consumir inúmeros novos objetos que anteriormente não consumia.

Novas práticas que envolvem a adoção de inovações, não são inseridas no cotidiano sem que antes o praticante vença resistências emocionais e cognitivas (Castro Júnior *et al*., 2020). Foi observado que na adoção de práticas mais sustentáveis e ecologicamente corretas, as quais envolvem a adoção de produtos inovadores como placas fotovoltaicas ou o transporte sustentável, a gamificação pode ser uma estratégia eficaz para reduzir a resistência à mudança (Badreldin *et al*., 2025). Neste sentido, possibilidades de gamificação para estimular a adoção de práticas sustentáveis são mais eficazes se satisfazem necessidades psicológicas, como autonomia e relacionamento (Zhang & Anwar, 2025; Gangolells *et al*., 2021), e necessidades de recompensas (Bowden & Hellen, 2018), equilibrando competição e motivação intrínseca (Cao & Cheng, 2025).

2.2. Jogos on-line e bens virtuais

Os jogos on-lines 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 (Batchelor, 2024). 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 on-line. 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, e sim, porque são capazes de desenvolver melhor seus graus de dificuldade.

São cinco os gêneros de jogos on-line 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 Man-sion*, 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 on-line 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 on-line 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. Assim, os produtos virtuais, como roupas de avatares e aprimoramentos no jogo, passaram de meros aprimoramentos de jogabilidade para produtos valiosos. Essa mudança é influenciada por vários fatores, incluindo fatores objetivos como preço, ambiente competitivo, valor agregado do jogo e design do bem virtual, e subjetivos como crenças, conscientização sobre consumo de jogos, hábitos pessoais, nível econômico, pressão da vida e do trabalho, e custo de tempo (Huo *et al*., 2024).

Entre os valores que motivam a intenção de compra de bens virtuais estão os valores emocionais, funcionais e sociais (Huo *et al*., 2023). O valor funcional motiva as compras de bens virtuais porque os jogadores desejam aprimorar a sua experiência de jogo, como melhorar o desempenho ou as ações de personalização de seu avatar, como, por exemplo, utilizando *skins* (Mkedder *et al*., 2024). Já o valor emocional, motiva o usuário a adquirir bens virtuais pelo prazer derivado de possuir itens exclusivos ou alcançar *status* no jogo (Huo *et al*., 2024). Por fim, o valor social motiva a intenção de compra de bens virtuais, porém não exerce efeito direto sobre a satisfação do jogador (Mkedder *et al*., 2024). Outras 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 (Rebs, 2012).

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, emocionais e funcionais) (Afif *et al*., 2022). 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 é geralmente 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 consequentemente, 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 on-line

Os jogos eletrônicos são desenvolvidos para satisfazer desejos e anseios do ser humano que não são realizados na realidade (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).

A dependência de jogos on-line apresenta uma complexa interação de riscos e benefícios que afetam significativamente o bem-estar físico e emocional dos jogadores. Embora o jogo excessivo possa causar vários problemas de saúde, ele também oferece vantagens potenciais quando gerenciado de forma adequada. Entre os riscos consequentes da dependência dos jogos on-line estão os problemas de saúde física, como o sedentarismo, obesidade, má postura, problemas de visão, falta de sono e doenças cardiovasculares (Nurmagandi & Hamid, 2020; Mahendiran & Pawar, 2025); complicações de saúde mental como estresse, ansiedade, depressão, baixa estima e diminuição da satisfação com a vida, e agressividade e isolamento social com a redução da participação nas atividades sociais e acadêmicas, gerando sentimentos de solidão e deficiência nas habilidades de comunicação (Özkan & Özkan, 2023).

Apesar dos malefícios dos jogos on-line ofuscarem os benefícios potenciais dos jogos on-line, eles foram catalogados. Eles podem auxiliar a desenvolver habilidades tecnológicas, melhorar a proficiência em línguas estrangeiras e promover a concentração e o foco (Agustin *et al*., 2024). Eles também favorecem as conexões sociais, construção de comunidades, trabalho em equipe, autoconfiança, e habilidades cognitivas quando praticado com moderação, autodisciplina e gerenciamento de tempo (Encallado *et al*., 2024). Dessa forma, os jogos on-line podem beneficiar a melhora do humor, aumento da autoconfiança e melhores habilidades na resolução de problemas (Crucianu *et al*., 2024). Há evidências de que as habilidades de liderança nas comunidades de jogos on-line foram transferidas para ambientes off-line (Chang & Hsu, 2022).

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 os 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 on-line. 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 acreditarem 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 on-line 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 on-line de que ele faz parte no WhatsApp e no Facebook. A intenção era encontrar pessoas com intensa experiência em jogos on-line para que pudessem detalhar suas práticas e elucidar sua compreensão e significados do fenômeno. Além disto, os participantes deveriam ter o que Creswell (2014) denomina de variação máxima, ou seja, eles deveriam se diferenciar (variar) quanto ao nível de dependência do 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 on-line. Para isto, foi aplicada a escala *Game Addiction Scale* adaptada de Lemmens *et al*. (2009). Por esta escala um jogador on-line 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 on-line 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 **Não Dependentes** (ND) e os **Dependentes** (D) ao jogo.

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 on-line e seus significados.

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 on-line segundo os entrevistados Dependentes e Não Dependentes. O texto prossegue discutindo cada um deles.

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

Tabela 2

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

Tabela 3

Significados dos elementos das práticas de jogos on-line

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 on-line 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 on-line. Para jogar é necessária uma plataforma (smartphone, computador, console), Internet, acesso à aplicação do jogo (mídia física como DVDs, aplicativos *desktops* ou *mobile*) e registro no provedor do jogo on-line. Os jogos combinam ação, aventura e gerência, 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. Os jogos utilizam designs complexos que atendem às necessidades psicológicas, aumentando o engajamento dos *players* por meio de recursos como tecnológicos (Zhang, 2024).

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. 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. G.A.DD zela pelas pessoas para que elas permaneçam na Guilda e continuem a jogar juntas. Essa interação social em que os jogadores se envolvem com nexos interligados de jogar, assistir e governar (gerenciar o jogo e seus jogadores) caracteriza o jogo on-line como prática social (Seo & Jung, 2016).

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 on-line. 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 (Seo & Jung, 2016).

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 on-line, traz suas próprias regras, mas, ao mesmo tempo, permite que os jogadores estabeleçam novas brincadeiras exercendo sua autonomia (Zhang, 2024). L.G.DD relata que no jogo *Conquer On-line* 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 on-line é dado pelas emoções, laços sociais e motivações dos *players*, pois que os jogos permitem satisfazer diversos desejos e anseios que a realidade não comporta. A infinidade de mundos e suas próprias regras permitem ao jogador experienciar várias realidades em um ambiente seguro e controlado, em que os jogadores podem se expressar sem se preocuparem com as consequências (Gonçalves & Azambuja, 2021). As emoções sedimentam a prática e seu significado, pois a conexão emocional entre os jogadores pode aliviar a frustração e a solidão aumentando assim a satisfação e a felicidade geral dos jogadores, ou seja, a interação social entre os jogadores fortalece a formação de laços e o apoio emocional recíproco, o que aumenta o engajamento e fidelidade dos jogadores (Wang, 2024).

G.A.DD se emociona ao tentar descrever suas emoções em relação aos jogos que joga com maior frequência (*Albion on-line*, MMORPG) devido ao apego e laços sociais com as pessoas que compõem a Guilda. Eles estão conectados e fortalecidos pela prática (Cavichiolli & Reis, 2014). Seus amigos da Guilda são a sua principal razão para continuar jogando e "é impossível para mim no momento abandonar o *Albion On-line*, 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 on-line*, 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 On-line*, 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 on-line 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 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 on-line. 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 on-line 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 on-line 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 on-line 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 on-line 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 on-line deixou de ser interessante e ele a abandonou.

Notadamente, os jogadores com dependência do jogo on-line 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 on-line. 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 on-line, 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 on-line 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. Ao adquirir e portarem os bens virtuais os jogadores estão utilizando símbolos que transmitem informações e os auxiliam a se expressarem e a manterem os relacionamentos pessoais na comunidade do jogo (Wang, 2024). Desta forma, os bens virtuais são um símbolo do pertencimento a um grupo e da construção da identidade social dos jogadores.

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,

o que está de acordo com a teoria que aponta valores utilitários e hedônicos como motivadores da compra de bens virtuais em jogos on-line (Afif *et al*., 2022; Mkedder *et al*., 2024).

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 (Encallado *et al*., 2024; Wang, 2024).

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 (Chang & Hsu, 2022). 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).

Contrariamente à literatura (Afif *et al*., 2022), os gastos com cosméticos on-line carregam um caráter hedônico, mas parecem ter menos benefícios utilitários aos olhos dos *player*s estudados. 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.

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 (necessidades psicológicas, motivações comportamentais e experiências emocionais), fatores relacionados ao design do jogo, fatores tecnológicos e ao ambiente externo (Mkedder *et al*., 2024; Zhang, 2024).

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 On-line* (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 à 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 on-line.

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 frusta. 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 bem virtuais são carregados 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 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*) (Afif *et al*., 2022; Huo *et al*., 2024).

5. CONCLUSÕES

O objetivo deste trabalho é compreender as diferenças entre as práticas de jogos on-line desempenhadas por jovens com e sem dependência do jogo de acordo com as teorias da prática. Os resultados permitem concluir que os jogos on-line, enquanto práticas sociais, são construídos por meio de elementos interdependentes — entendimento, procedimento e engajamento — os quais se manifestam de modo distinto entre jogadores dependentes e não dependentes. Entre os primeiros, nota-se um maior investimento emocional e social, tempo de jogo elevado, motivações ligadas à fuga da realidade e à obtenção de status material e simbólico, representados por riqueza e poder dentro do jogo. Já entre os Não Dependentes, o significado do jogo on-line se vincula à socialização e à recreação por meio de um procedimento superior para alcançar a autorrealização e o reconhecimento do jogador. Nos dois grupos, a consolidação ou abandono dessa prática ocorre na vida adulta, momento em que há a reconfiguração do *nexus* de práticas cotidianas devido ao peso das obrigações pessoais e sociais.

Como contribuições teóricas, o estudo dá relevância às teorias da prática para a compreensão do consumo digital, mostrando como o engajamento com jogos on-line é mais que um ato utilitário ou hedonista, sendo sustentado por uma rede de significados, interações e regras tácitas que são socialmente mediadas. A distinção entre dependentes e não dependentes pode ser explorada como uma gradação no continuum da prática consolidada, fornecendo insumos para discussões sobre o vício e comportamento do consumidor no ambiente digital. As descobertas sobre guildas e interações sociais em jogos contribuem para a teoria da identidade social, demonstrando como as comunidades virtuais podem promover a identidade de grupo e laços sociais. Por fim, os achados sobre o desenvolvimento de habilidades por meio de jogos on-line contribuem para as teorias de aprendizagem e desenvolvimento cognitivo, sugerindo que os ambientes virtuais podem promover habilidades aplicáveis ao mundo real.

Em termos práticos, os achados sugerem que políticas públicas, famílias e instituições de ensino devem atentar-se ao papel ambíguo dos jogos on-line, ou seja, ao mesmo tempo em que promovem competências cognitivas, sociais e tecnológicas, podem também contribuir para processos de evasão da realidade e substituição de vínculos offline. Intervenções educativas que promovam o uso crítico e equilibrado dos jogos são recomendadas, assim como práticas de design ético por parte das empresas desenvolvedoras, com especial atenção à manipulação do consumo via *loot boxes* e recompensas condicionadas.

Neste sentido, os desenvolvedores de jogos podem incorporar recursos para promover hábitos mais saudáveis nos jogos tais como o oferecimento de sessões mais curtas do jogo ou pontos de parada mais claros; recompensas para pausas após sessões prolongadas de jogo; indicadores do tempo gasto jogando e do progresso alcançado; recompensas para jogadores que se conectem aos amigos fora do jogo; estímulo ao desenvolvimento de habilidades e aprendizado no desempenho do jogo; e oportunidades de compras claras e diretas que não explorem tendências viciantes.

Em resumo, os jogos on-line são práticas sociais complexas com impactos multifacetados. Eles oferecem benefícios como entretenimento, conexão social e desenvolvimento de habilidades, mas também apresentam riscos como vício e preocupações éticas relacionadas à monetização. A natureza imersiva dos jogos pode servir tanto como um mecanismo de alívio do estresse quanto como uma fuga potencialmente prejudicial da realidade. As estratégias de monetização da indústria de jogos levantam preocupações éticas sobre a exploração de tendências viciantes. Portanto, embora os jogos on-line tenham um potencial positivo significativo, eles também apresentam desafios que precisam ser enfrentados. A pesquisa ressalta a necessidade de uma abordagem equilibrada para o design e o consumo de jogos, que maximize os benefícios e, ao mesmo tempo, mitigue os riscos.

Como sugestões para pesquisas futuras citamos a realização de uma análise mais aprofundada das diferenças entre os tipos de jogos on-line e seus impactos na dependência; pesquisas sobre o valor percebido de bens virtuais e seu impacto na satisfação e no engajamento dos jogadores; comparações sobre como diferentes culturas influenciam as práticas de jogos e a dependência do jogo; pesquisas sobre o valor percebido de bens virtuais e seu impacto na satisfação e no engajamento dos jogadores; investigações sobre as estratégias de marketing usadas pela indústria de jogos e seus efeitos no comportamento dos jogadores; e estudos longitudinais para examinar como as práticas de jogo e os padrões de dependência evoluem ao longo do tempo.

Este estudo apresenta algumas limitações. A pesquisa é baseada em dados autorrelatados, o que pode levar a vieses de memória e precisão. Além disso, a amostra pode não ser representativa de toda a população de jogadores on-line, limitando a generalização dos resultados. Essas questões devem ser consideradas ao interpretar e aplicar as conclusões deste estudo.

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.

Afifi, M. Z., Belgiawan, P. F., & Ramdani, M. A. (2022). Are gamers satisfied with their money spent on virtual goods in online games? Understanding gamers satisfaction based on perceived values and purchasing motivation. *Management and Economics Review*, 7(2), 119–140. DOI: https://doi.org/10.24818/mer/2022.06-02

Badreldin, O. M., Adris, A.-E. M., & Labib, H. (2025). Playing to win: A case study of gamified digital transformation in the news industry. Em *Interdisciplinary Studies on Digital Transformation and Innovation: Business, Education, and Medical Approaches* (p. 31–66). IGI Global Scientific Publishing.

Batchelor, J. (2024, dezembro 20). GamesIndustry.biz presents... The Year In Numbers 2024. *Games Industry.Biz*. https://www.gamesindustry.biz/gamesindustrybiz-presents-the-year-in-numbers-2024

Cao, C., & Cheng, S. (2025). Does competition in online games foster green behaviour in life? The relationship between gamification affordances and engagement in

green behaviours. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 41(5), 3491–3508. DOI: https://doi.org/10.1080/10447318.2024.2338657

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. DOI: https://doi.org/10.33448/rsd-v8i10.1421

Castro, C. A. B., Zambaldi, F., & Ponchio, M. C. (2020). Cognitive and emotional resistance to innovations: Concept and measurement. *Journal of Product & Brand Management*, 29(4), 441–455. DOI: https://doi.org/10.1108/JPBM-10-2018-2092

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).

Cavichiolli, 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.

Chang, C.-W., & Hsu, C.-P. (2022). How to generate customer and firm benefits through online game product and brand community engagement – online and offline perspectives. *Journal of Product & Brand Management*, 31(8), 1252–1264. DOI: https://doi.org/10.1108/JPBM-04-2021-3448

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.

Crucianu, C., Poroch, V., Burlea, L. S., Stefanescu, O. M., & Ciubara, A. (2024). Video game addiction among adolescents. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, 15(1), 34–40. DOI: https://doi.org/10.18662/brain/15.1/533

Csikszentmihalyi, M., & LeFevre, J. (1989). Optimal experience in work and leisure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(5), 815–822.

Encallado, H. P., Cruz, L. I. D., Emfimo, E. T., Gavilan, J. D., & Cayogyog, A. O. (2024). Navigating the digital playground: Lived experiences, risks, and benefits of online gaming among senior high school students. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, VIII(VI), 2773–2789. DOI: https://doi.org/10.47772/IJRISS

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. DOI: https://doi.org/10.1590/1679-395120210014

Gangolells, M., Casals, M., Macarulla, M., & Forcada, N. (2021). Exploring the potential of a gamified approach to reduce energy use and carbon emissions in the household sector. *Sustainability*, 13(6), 3380. DOI: https://doi.org/10.3390/su13063380

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.

Huo, S., Abas, W. A. W., & Waheed, M. (2024). Gamers' reasons for purchasing gaming virtual products: A systematic review. *Studies in Media and Communication*, 12(1), 254–267. DOI: https://doi.org/10.11114/smc.v12i1.6532

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. DOI: 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. DOI: https://doi.org/10.1080/15213260802669458

Mahendiran, R., & Pawar, P. S. (2025). *A study on ill effects on playing online video games in Karaikal. Em Recent research in management, accounting and economics (RRMAE)* (p. 4). Routledge. https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003606642-118/study-ill-effects-playing-online-video-games-karaikal-mahendiran-soni-pawar

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-

Mkedder, N., Bakır, M., Aldhabyani, Y., & Ozata, F. Z. (2024). Exploring virtual goods purchase intentions: An integrated SEM-NCA approach in online gaming. *Central European Management Journal*, 32(3), 368–391. DOI: https://doi.org/10.1108/CEMJ-09-2023-0350

Pereira, T. C. C., Pepece, O. M. C., Silva, L. B. A. R., & Senra, K. B. (2024). Moda e jogos eletrônicos imersivos: Um estudo sobre o consumo de skins. *Projética*, 15(2), 1–39. DOI: https://doi.org/10.5433/2236-2207.2024.v15.n2.50005

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. DOI: 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. DOI: https://doi.org/10.24023/futurejournal/2175-5825/2022.v14i1.582

Seo, Y., & Jung, S.-U. (2016). Beyond solitary play in computer games: The social practices of eSports. *Journal of Consumer Culture*, 16(3), 635–655. DOI: https://doi.org/10.1177/1469540514553711

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. DOI: 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.

Wang, X. (2024). Research on online games and social interaction. *International Journal of Education and Humanities*, 16(3), 37–41. DOI: https://doi.org/10.54097/8g3dj357

Warde, A. (2017). *Consumption: A sociological analysis*. Palgrave Macmillan. DOI: 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. DOI: https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106991

Zhang, A. (2024). Analysis of influencing factors of online game consumption behavior. *Interdisciplinary Humanities and Communication Studies*, 1(10). DOI: https://doi.org/10.61173/yjn9r236

Zhang, Q., & Anwar, M. A. (2025). Leveraging gamification technology to motivate environmentally responsible behavior: An empirical examination of Ant Forest. *Decision Sciences*, 56(1), 25–49. DOI: https://doi.org/10.1111/deci.12618