

LAZER VIRTUAL: PERFIL DOS JOGADORES DE JOGOS ELETRÔNICOS

Cleber Mena Leão Junior (UNESPAR)

Tatyanne Roiek Lazier (UEM)

Tiago Aquino da Costa e Silva (FMU)

Alipio Rodrigues Pines Junior (USP)

Divaldo de Stefani (UNESPAR)

Marcia Regina Royer (UNESPAR)

Palavras-Chave: Lazer Virtual, Jogos Eletrônicos, Praticantes.

INTRODUÇÃO

Pensando em lazer, o conceito mais aceito a respeito da temática é o do sociólogo francês Joffre Dumazedier (1979, p. 34), sendo ele, “um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou, ainda, para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora, após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais”.

No entanto podemos destacar alguns interesses culturais do lazer: físicos, manuais, artísticos, intelectuais e sociais organizados pedagogicamente por Dumazedier (1979), incluindo posteriormente o conteúdo turístico por Camargo (1998) e mais recentemente um outro conteúdo surge, o Virtual, inserido por Schwartz (2003), nos permite observar, com a inclusão desde último, um aumento significativo de pessoas usuárias de lazer no virtual, dada a crescente ascensão por exemplo, das pessoas com acesso a internet, segundo Leão e Carvalho (2011).

OBJETIVO

Diante do exposto anteriormente, ressaltamos que o objetivo deste estudo foi verificar o perfil dos jogadores de jogos eletrônicos.

METODOLOGIA

Contudo, para que a investigação seja devidamente conduzida, faz-se necessário o apoio da pesquisa bibliográfica, que para Barros e Lehfeld (2005), ela é de grande valia e eficácia ao pesquisador porque permite obter conhecimentos já catalogados em bibliotecas, editoras, internet entre outros.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com o intuito de abordaremos o “perfil do jogador de jogos eletrônicos no Brasil” com base em pesquisa realizada pelo (SEBRAE, 2012): os últimos dados levantados, nos mostram um total de, 40 milhões de pessoas que jogam videogame no Brasil. Para essa população de brasileiro, a média de tempo que passam em frente ao videogame, durante a semana, é de duas horas por dia. Os consumidores se concentram, em sua grande maioria, na região sudeste (58%), 51% são maiores de 19 anos e solteiros e 83% jogam com a família. Esse é um dado interessante, pois revela que os games são elementos de entretenimento que incentivam a integração dos membros de uma família, apesar da fama de que jogadores de videogame são elementos nocivos aos jovens. Outro dado interessante é de que 50% dos jogadores não trabalham, 30% são estudantes e 20% têm carteira assinada. Mais de 80% dos jogadores também utilizam o computador para jogar. Destes, 86% jogam online e 60% possuem serviço de banda larga inferior a 10MB de velocidade. Mais da metade de todo o comércio de jogos eletrônicos é realizado através de lojas online e 1/3 dos jogadores também compram seus jogos fora do país e levam em conta não apenas o preço, mas também a variedade, sendo a China a principal fonte de origem destes produtos. No entanto, 13% compram jogos em camelôs. No segmento celulares, mais de 6% dos jogadores não possuem um, 40% dos que possuem, têm modelos de aparelho *smartphones* e 2/3 usam para jogar títulos de aventura, ação e estratégia, respectivamente. Já os *tablets* representam apenas 15% entre os jogadores de videogame. Destes, 15% também usam para jogar títulos de ação, aventura e estratégia respectivamente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Corroboramos com Schwartz (2003), no que diz respeito ao conteúdo virtual não representar de outra forma os demais conteúdos (físicos, manuais, artísticos, intelectuais, sociais e turísticos), mas sim, configurar-se como um elemento do tempo presente, com linguagem própria, capaz de alterar onde a pessoa possa usufruir de novas dinâmicas de acesso cultural, ou seja, acreditamos na utilidade do conceito de lazer virtual. Contudo, há a necessidade de se produzir estudos que proporcionem conhecimentos sobre os Jogos Eletrônicos e suas relações com o lazer virtual.

REFERÊNCIAS

BARROS, Aidil de Jesus Paes de; LEHFELD, Neidi Aparecida Souza. **Projeto e pesquisa:** propostas metodológicas. 16^a ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **Educação para o lazer.** São Paulo: Moderna, 1998.

DUMAZEDIER, Joffre. **Sociologia Empírica do Lazer.** São Paulo: Perspectiva, 1979.

LEÃO JUNIOR, Cleber Mena; CARVALHO, João Eloir . Redes Sociais e o Lazer. In: **Anais...** 23^o ENAREL - Encontro Nacional de Recreação e Lazer (Lazer e Sustentabilidade), Avaré – SP, 2011.

SCHWARTZ, Gisele Maria. O conteúdo virtual do lazer: contemporizando Dumazedier. **Licere**, Belo Horizonte, v. 6, n. 2, p. 23-31, 2003.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. O Panorama e a Evolução do Mercado de “Games” no Brasil. **Boletim Oportunidades & Negócios.** Julho, 2012.

Cleber Mena Leão Junior
professor@cleberjunior.com.br
www.cleberjunior.com.br