

## O SUCESSO DOS VÍDEO GAMES DE CELULAR, COMO OS JOGOS ELETRÔNICOS DE PLATAFORMA MOBILE VICIAM O USUÁRIO

LIU, Vitor

### Resumo

Os jogos mobile estão ganhando cada vez mais espaço no mercado de vídeo games e influencia na área dos smartphones. Apesar de programados para entreter o usuário, há casos de vício nesses jogos. Seguindo as direções das pesquisas de Matthew Patrick, apresentadas no vídeo *Candy Crush, Designed to ADDICT*, o artigo mostra os mecanismos que tornam os jogos mobiles viciantes.

Palavras-chave: Jogos eletrônicos. Mobile. Vício. Entretenimento.

### Abstract

Mobile video games are earning more and more room in the video game market and influence in the smartphone area. Despite being programed to entertain the user, there are cases of addiction in these games. Following the direction of the researches of Matthew Patrick, presented in the video *Candy Crush: Designed to ADDICT*, the article show the mechanisms that make mobile games addictive.

Key-words: Video games. Mobile. Addiction. Entertainment.

### Introdução

Vídeo games são jogos que oferecem ao jogador interação com imagens virtuais. Existem diferentes tipos de vídeo games, separados em diferentes gêneros. As plataformas que processam o jogo podem ser consoles, computadores e celulares.

Os jogos mobiles são vídeo games designados para serem jogados em celulares. A popularização e o sucessivo aprimoramento de smartphones permitiram que houvesse um crescimento no mercado de jogos mobiles. Hoje, nos Estados Unidos, esse mercado rende mais de 3 bilhões de dólares por ano e aproximadamente 85 milhões de usuários, ainda baseado em dados do portal *Statista*.

### Justificativa

O estudo dos mecanismos que fazem o usuário continuar a utilizar os jogos mobiles é importante pois, em excesso, o uso destes mecanismos pode resultar em um vício para o usuário e prejudicar suas relações sócias e comportamentais.

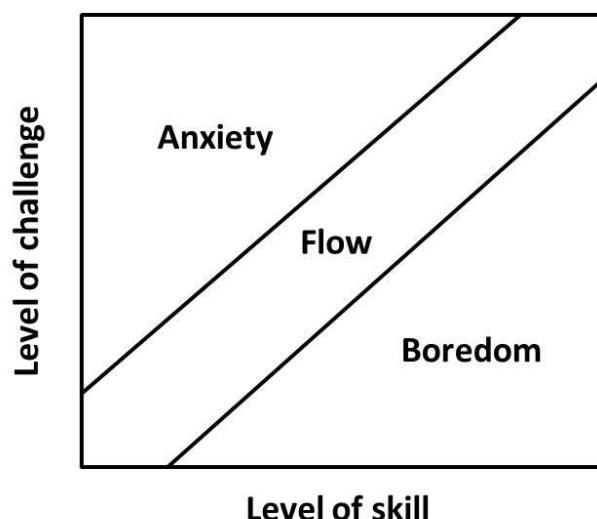
## **Objetivo**

Sabendo como os vídeo games mobiles cativam o jogador, é possível conscientizar esses jogadores sobre tais mecanismos para ter um uso moderado de jogos eletrônicos para smartphones. Com os dados recolhidos pelo estudo também é possível fazer com que outras áreas além dos jogos eletrônicos, como a área de educação por exemplo, utilizem esses mecanismos de atração do usuário.

## **Metodologia**

Para uma pesquisa melhor direcionada, o estudo estudará o gênero mais popular de jogos mobile, o gênero *puzzle*. Esse tipo de jogo, classificado como segundo mais jogado em smartphones segundo *Statista*, requer do jogador a capacidade de resolver pequenos problemas, geralmente apresentados em estágios. O sistema de estágios contribui para o entretenimento do jogador porque explora grandemente o estímulo de recompensa. O sistema de recompensa se dá toda vez que um problema é resolvido, pois neurotransmissores dopamina são liberados nos neurônios no cérebro. Toda vez que os receptores de dopamina recebem a dopamina no final do processo da sinapse, o organismo tem a sensação de satisfação e alegria. Porém, quanto mais vezes sequencialmente dopamina é liberada, menor é a sensação de recompensa, pois os receptores se desativam, fenômeno chamado de dessensibilização. Ou seja, à medida que o jogador completa mais estágios, a quantidade de dopamina liberada continua a mesma, mas a sensação de satisfação decresce. Se inserido num diagrama de estado de fluxo (estado de prazer) simplificado para aplicação ao vídeo game, mostrado pela figura 1, a dessensibilização leva ao estado de tédio.

Figura 1 – Diagrama de estado de fluxo simplificado



Fonte: Maximum Performance Running Blog<sup>1</sup>

Os desenvolvedores de jogos, sabendo direta ou indiretamente da concepção de estado de fluxo, de certa maneira, limitam o tempo de cada seção de jogo. Tomando o exemplo do jogo *Candy Crush*, desenvolvida pela empresa *King*, os estágios ficam mais difíceis conforme a progressão do jogador e, esporadicamente há estágios muito mais difíceis que o normal. A cada tentativa falha de completar um nível, o jogador perde uma vida, que é repostada a cada trinta minutos. Se acabarem todas as vidas, o usuário tem que esperar trinta minutos para jogar novamente. Esse tempo de espera faz com que possa haver uma adaptação hedônica, ou seja, há um tempo para que o estado de ação da dopamina acabe, os seus receptores voltem a ser ativados e o estado de equilíbrio de felicidade volte. Assim, a próxima vez que completar um estágio após de várias tentativas, os níveis de felicidade ainda se mantêm altos. As diferentes taxas de relação entre tentativas falhas e tentativas bem sucedidas são analisadas no livro *Gamification by Design*, de Gabe Zichermann e Christopher Cunningham, e conclui-se que o modelo usado por *Candy Crush* é um dos que mais se encaixam no estado de fluxo ideal.

Outro mecanismo que prende o jogador ao uso regular de jogos mobile é a competitividade proporcionada pela internet. O jogo *Clash of Clans* é um grande exemplo de jogo em que os jogadores competem entre si para ganhar prêmios no jogo e progredir. Apesar de não ser do mesmo gênero que *Candy Crush*, esse jogo que

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://maximumperformancerunning.blogspot.com.br/2012/10/the-marathon-state-of-flow.html>>. Acesso em: 21 mai. 2017

envolve muita estratégia também utiliza os mesmos mecanismos apresentados por *Candy Crush* para envolver o jogador, como o controle do tempo de jogo, além da característica de competitividade.

Um fator simples e obvio que influencia no uso constante de vídeo games mobiles é que esses jogos é a sua mobilidade. Mesmo sem a intenção de jogar, o usuário leva consigo os jogos em seu smartphone, item quase essencial para comunicação.

## Referências

PATRICK, Matthew. **Game Theory: Candy Crush, Designed to ADDICT**. Youtube, jul. 2014. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=BTGgCEFuQw>>. Acesso em: 21 mai. 2017.

STATISTA. **Mobile gaming revenue in the United States from 2013 to 2016 (in billion U.S. dollars)**. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/269831/mobile-gaming-revenue-in-the-united-states/>>. Acesso em: 21 mai. 17.

STATISTA. **Number of mobile gamers in North America from 2014 to 2016, by device (in millions)**. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/454381/mobile-gamers-number-north-america-device/>>. Acesso em: 21 mai. 17.

HWONG, Connie. **The most popular mobile game genres: Who plays what, when?**. 2016. Disponível em: <<http://www.vertoanalytics.com/the-most-popular-mobile-game-genres-who-plays-what-when/>>. Acesso em: 21 mai. 17.

MAXIMUM PERFORMANCE RUNNING. **The Marathon State of Flow**. 2012. Disponível em: <<http://maximumperformancerunning.blogspot.com.br/2012/10/the-marathon-state-of-flow.html>>. Acesso em: 21 mai. 17.

ZICHERMANN, Gabe. CUNNINGHAM, Christopher. **Gamification by Design**. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc., 2011.