### Jogos

Desde o surgimento do primeiro console de videogame, na década de 1970, a indústria dos jogos digitais vem crescendo e evoluindo constantemente e se aproveitando dos avanços tecnológicos, no intuito de entregar cada vez mais qualidade ao jogador. Gigantes como Nintendo, Sony e Microsoft movimentam bilhões de dólares todo ano e fomentam milhões de usuários ao redor do globo com ciclos de inovação cada vez mais curtos e avanços mais impressionantes. Hotho e McGregor [2] apresentam dados de crescimento de dois dígitos da indústria de jogos em 2015, e um crescimento previsto de 36 por cento em 2016, somente no segmento online.Taxas e projeções como estas apontam a relevância econômica deste setor regionalmente e no mundo.

A indústria de jogos digitais é relativamente nova, caracterizada pela alta velocidade das mudanças e que, como afirma Bernhaupt [1], constitui uma variedade imensa de aplicações, o que por consequência introduz um leque muito amplo de experiências para o jogador.

Os consumidores dos jogos, chamados *gamers*, constituem hoje um nicho específico de mercado, demandando ferramentas, equipamentos de interação, conteúdo de mídia, métodos de avaliação e ampliação da experiência de jogo, como por exemplo as comunidades online de jogos específicos, e estabelecendo uma forma de cultura, com as características do *gaming*. Ryu [4] aponta que a imersão nesta cultura dos jogos, *gaming culture*, pode tornar-se ainda uma forma de aprender, por meio do contato social com outros *gamers*.

Por outro lado, os meios de desenvolvimento dos jogos também evoluíram sobremaneira, de modo que há no mercado desde as séries best-sellers dos jogos de consoles, com produções que custam anos de trabalho, equipes altamente qualificadas e muitos milhões em investimento, até os jogos criados em plataformas como a GameMaker [3], que requerem pouquíssima habilidade do designer e, por isto mesmo, inundam o mercado de opções.

Estes são apenas alguns dos muitos aspectos que tornam os jogos digitais diversos nas experiências que podem proporcionar, complexos nas análises que se pode fazer e ainda bastante inexplorado no entendimento dos componentes que influem numa experiência satisfatória para o usuário, conforme suas expectativas, desde o simples divertimento até uma forma de interagir e aprender

Referências:

[1] Bernhaupt, R. "User experience evaluation in entertainment." *Evaluating User Experience in Games*. Springer London, 2010. 3-7.

[2] Hotho, S., McGregor, N., eds. “*Changing the Rules of the Game: Economic, Management and Emerging Issues in the Computer Games Industry”*. Springer, 2013.

[3] “GameMaker.” *Yoyo Games*. Accessado em 23 de November de 2016. http://www.yoyogames.com/gamemaker.

[4] Ryu, D. 2013 “Play to Learn, Learn to Play: Language Learning through Gaming Culture”, *ReCALL*, 25(2), pp. 286–301.