

A indústria dos videogames:

Memória social, cultura e economia do entretenimento



Introdução:

Pensar a indústria dos videogames é, a princípio, um exercício de reflexão sobre experiências vividas, memórias compartilhadas e transformações culturais que se desenrolam ao longo do tempo. A indústria dos videogames pode ser compreendida, a partir de experiências cotidianas que marcaram gerações.

Começemos por uma cena bem simples na lembrança de muitos: em uma sala comum, em São Paulo, em meados dos anos 1990, dois jovens amigos sentam-se no chão diante de uma televisão de tubo de 14 polegadas. Entre eles, o console Super Nintendo, ligado por cabos e controles simples, projeta na televisão de tubo a imagem de um jogo de corrida – Top Gear. A cena parece banal, mas é profundamente representativa. Ela se repete em diferentes lares, cidades e regiões do país, compondo assim, uma paisagem cotidiana que ajudou a moldar uma geração.

Esses momentos domésticos se uniam a outras experiências coletivas, como as tardes passadas em fliperamas (arcades) de bairro, onde jogos como Cadillacs and Dinosaurs, Street Fighter ou The King of Fighters (só para citar os mais populares) reuniam muitos jovens em torno de máquinas ruidosas e disputas intensas. Não se tratava apenas de jogar, mas de observar, comentar, aprender e competir.

É um aspecto de sociabilidade em que o videogame era um espaço de encontro, no qual se compartilhavam frustrações e conquistas, criando vínculos que extrapolavam a tela e se prolongavam na convivência diária.

Com o passar dos anos, em virtude do avanço dos jogos eletrônicos e dos consoles de mesa, o videogame deixou de ser uma atividade associada exclusivamente ao lazer e à infância. Esse desenvolvimento tecnológico deu sofisticação gráfica e ampliou as possibilidades de interação, ao passo que o público amadureceu. Aqueles jovens cresceram e continuam jogando, mas agora em aparelhos modernos como o PlayStation 5, o Xbox Series e o Nintendo Switch 2, ao mesmo tempo que convivem com computadores de alto desempenho (PC gamers) e smartphones, revelando um ecossistema diversificado no qual o ato de jogar se adapta a diferentes idades, rotinas e contextos sociais.

Entretanto, essa permanência não pode ser explicada apenas pelo avanço da tecnologia. Mais do que isso, os videogames representam uma dimensão psicológica que mobiliza afetos, desafios e formas específicas de engajamento. Neurocientistas endossam que a experiência do jogo envolve uma rede de estímulos como imersão, memória, repetição, tentativa e erro, além de uma relação ativa com a narrativa e com as regras. Diferentemente de outras formas de entretenimento, o jogador não é

apenas espectador, mas participante direto da ação. Essa característica contribui para a centralidade cultural que os jogos eletrônicos passaram a ocupar nas últimas décadas.

Videogame como uma indústria global

Ao mesmo tempo em que se consolidam como prática cultural, os videogames se afirmam como indústria global. Notícias recentes destacam que o mercado de games já fatura mais do que o cinema e a música somados, considerando receitas em escala mundial. Esse dado sugere uma inflexão importante no campo do entretenimento, tradicionalmente dominado por setores mais antigos e consolidados. O jogo eletrônico deixa de ser visto como produto periférico e passa a ocupar uma posição central na economia criativa contemporânea.

Projeções indicam que a indústria global de games chegou, ao fim de 2025, com um faturamento estimado em cerca de 188,8 bilhões de dólares. Ainda que esses números sejam apresentados como estimativas e dependam de múltiplos fatores econômicos e tecnológicos, eles revelam a magnitude do setor e sua capacidade de expansão. Parte desse crescimento é impulsionada pelos jogos para dispositivos móveis, que ampliam o acesso e incorporam públicos que não se identificavam, até então, como jogadores

tradicionais.

No Brasil, esse cenário global encontra ressonância em uma trajetória cultural específica. A difusão dos consoles nos anos 1990, mesmo em contextos de limitações econômicas, criou uma base ampla de jogadores e contribuiu para a formação de uma cultura gamer local. Locadoras de jogos, revistas especializadas, campeonatos informais e, mais recentemente, transmissões ao vivo e redes sociais ajudaram a consolidar esse universo como espaço legítimo de sociabilidade e produção simbólica.

O fenômeno dos esportes eletrônicos exemplifica bem essa transformação, atualmente existem competições organizadas, com grandes audiências e a profissionalização de jogadores, o que mostra que o videogame se insere hoje em circuitos midiáticos e econômicos bem mais complexos. Ao mesmo tempo, elementos estéticos e narrativos dos jogos influenciam outras linguagens culturais, como o cinema, a música e a publicidade, estabelecendo um diálogo constante entre diferentes campos da indústria criativa.

Conclusão

Retomar a imagem inicial daqueles dois jovens diante de uma televisão de tubo é, portanto, mais do que um exercício de nostalgia. Trata-se de reconhecer como práticas cotidianas aparentemente simples se articulam a processos culturais

e econômicos de grande escala. Os videogames revelam-se, como um fenômeno social que conecta memória e inovação, experiência individual e dinâmica global. Nesse percurso, eles nos ajudam a compreender não apenas as transformações na indústria do entretenimento e suas práticas, mas também novas formas de viver, interagir e atribuir sentido às tecnologias no mundo contemporâneo.



Andreson Borges

Cientista Social pela Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP), Professor de Sociologia e Educador Social. Atualmente é Assistente de Pesquisa na área de Estudos e Pesquisas da Fundação Juntos Podemos.