

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA – UNIFOA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

JOÃO MARCOS NOVAES RAMOS
VITOR HUGO CARDOSO DAS CHAGAS

Mundo dos games: Um estudo sobre o crescimento do mercado de jogos eletrônicos durante a pandemia.

VOLTA REDONDA
2023

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA – UNIFOA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Mundo dos games: Um estudo sobre o crescimento do mercado de jogos eletrônicos durante a pandemia.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração do UniFOA, como requisito parcial à obtenção de título de Bacharel em Administração.

Alunos:

João Marcos Novaes Ramos

Vitor Hugo Cardoso das Chagas

Orientador:

Professor Doutor Horácio Guimarães
Delgado Júnior

VOLTA REDONDA

2023

RESUMO

O mundo dos games cresceu bastante nos últimos 20 anos, e tal crescimento se deve não só as mudanças tecnológicas que ocorreram no mundo, mas também as mudanças ideológicas que surgiram com o tempo. Conforme o tempo passa novas formas de jogar foram sendo implementadas, os jogos passaram dos consoles para computadores, de computadores para smartphones e agora pode-se jogar até mesmo através de televisões. Durante este trabalho serão abordados assuntos como o surgimento dos games, as tecnologias que foram implementadas ao mesmo e quais fatores relacionados a sua história foram determinantes para o seu sucesso hoje. Este estudo tem como objetivo explicar o motivo do crescimento do mundo dos games durante a pandemia, além de mostrar alguns dos fatores que ajudaram a alavancar este crescimento. Propõe-se, assim, apresentar gráficos e números relacionados a venda de jogos e serviços que influenciaram diretamente o crescimento desse mercado durante o período pandêmico. Este estudo faz uso das metodologias explicativa e quantitativa, explicando fatos relacionados as mudanças ocorridas na pandemia e trazendo gráficos que demonstrem como ocorreu o crescimento do mercado de games. Com base nas informações apresentadas pode-se dizer que através do streaming, da nova geração de consoles e de toda a variedade envolvida neste setor, o mercado de games tende a crescer cada vez mais visto que já se consolidou como uma das grandes potências do mercado mundial.

Palavras chave: Mundo dos Games. Pandemia. Streaming

ABSTRACT

The gaming industry has grown significantly in the past 20 years, and this growth is attributed not only to the technological changes that have occurred globally but also to the ideological shifts that have emerged over time. As time has passed, new ways of playing have been implemented; games have transitioned from consoles to computers, from computers to smartphones, and now one can even play through televisions. This work will cover topics such as the emergence of games, the technologies implemented in them, and the factors related to their history that have been crucial to their success today. The objective of this study is to explain the reasons behind the growth of the gaming world during the pandemic, as well as to highlight some of the factors that have contributed to this expansion. Thus, it proposes to present charts and figures related to the sales of games and services that have directly influenced the growth of this market during the pandemic period. This study employs explanatory and quantitative methodologies, explaining facts related to the changes that occurred during the pandemic and presenting charts that demonstrate how the gaming market grew. Based on the information presented, it can be concluded that through streaming, the new generation of consoles, and the diversity involved in this sector, the gaming market is likely to continue growing, as it has already established itself as one of the major forces in the global market.

Keywords: Gaming Industry. Pandemic. Streaming.

INTRODUÇÃO

O constante progresso da humanidade está intimamente relacionado à tecnologia, a qual nos proporciona uma ampla variedade de meios de entretenimento. Entretanto, em 2020, algo inesperado aconteceu: uma pandemia, que foi responsável por parar o planeta por dois anos. Enquanto muitas indústrias e setores sofreram com o fechamento temporário ou mesmo o encerramento de suas atividades, poucas conseguiram se manter, e algumas, de forma inacreditável, alcançaram ganhos assustadores. Destaca-se nesse cenário a indústria de jogos eletrônicos, que se destacou entre as empresas que mais lucraram durante o período pandêmico. Conforme uma pesquisa citada na revista digital Valor Investe, entre 2020 e 2021, período de maior gravidade da pandemia, o faturamento da indústria de jogos passou de US\$ 179,1 bilhões para US\$ 192,7 bilhões, representando um aumento de 7,6%.

O significativo avanço da indústria de jogos eletrônicos está intrinsecamente ligado ao progresso tecnológico e às conveniências que este proporciona. Com milhares de novos lançamentos anualmente, essa diversidade de opções atrai a atenção de consumidores de variados gostos, idades e gêneros. No entanto, a causa desse crescimento súbito durante a pandemia permanece relativamente desconhecido.

De acordo com Jane McGonigal (2011, p.1), o número de pessoas imersas no mundo dos games crescerá automaticamente ao longo do tempo, “daqui a uma ou duas gerações, um número cada vez maior de pessoas estará imersa nos mundos virtuais e jogos on-line”.

Contudo, é perceptível que a pandemia acelerou esse processo, em virtude tanto do aumento do tempo livre que as pessoas passaram em casa quanto das transformações sociais decorrentes da situação pandêmica.

Considerando as afirmações apresentadas, este projeto tem como objetivo aprofundar a investigação e fornecer uma resposta à seguinte indagação da pesquisa: Quais foram as transformações responsáveis por causar o crescimento do mundo dos games durante a pandemia?

Apresenta-se como hipótese da questão acima o fato de que a evolução constante da tecnologia traz consigo cada vez mais conforto e praticidade aos seres humanos, que foi essencial para o sucesso dos games na pandemia.

Considerando-se o problema apresentado, tem-se como objetivo geral da pesquisa: explicar a causa do crescimento das empresas de games durante a pandemia. E têm-se como objetivo específico: apontar os principais fatores que impulsionaram essas mudanças.

Em suma, toma-se como justificativa do tema o avanço tecnológico, a grande participação do mercado de games na economia mundial e as mudanças sociais que surgiram com a pandemia, no que diz respeito a distanciamento social e o home office.

METODOLOGIA

Este trabalho teve como objetivo explicar o crescimento do mercado de jogos durante a pandemia, trazendo informações que mostram como este mercado vem ganhando espaço na economia mundial nos últimos anos e por que ele cresce cada vez mais.

Para realizar este estudo será utilizada a pesquisa explicativa, através da qual busca-se trazer informações relevantes ao crescimento do mundo dos games na pandemia, principalmente no que diz respeito as mudanças sociais que ocorreram nesse período, mudanças essas que foram responsáveis por mudar a forma como muitas empresas passaram a atuar no mercado, se vendo obrigadas a trazer novas tecnologias que seriam capazes de satisfazer as pessoas no período pandêmico.

A abordagem utilizada para analisar os dados deste estudo será a quantitativa, com o propósito de trazer gráficos e valores que demonstrem o quão significativo foi o crescimento do mercado de games, além de apresentar como ou por que esses valores foram alcançados.

REFERENCIAL TEÓRICO

A união entre jogos e tecnologia mostrou-se, ao longo da história humana, um casamento que deu muito certo e que tende a evoluir de uma maneira que não é possível medir onde irá parar. Conforme surgem novas ferramentas e serviços à disposição das organizações de jogos, são produzidas novas formas de tornar seus produtos mais atrativos.

Jane McGonigal, em uma rápida passagem em seu livro, chamado “A Realidade em Jogo”, resume o que é o mercado de games e a forma como o mesmo funciona, no que diz respeito as empresas lançarem mais serviços para o mercado e

como as pessoas os consomem desenfreadamente. Enquanto as empresas esperam enormes lucros com os jogos, as pessoas desembolsam grandes quantidades de dinheiro para adquirir os produtos e também tempo (2011, p.4). No período pandêmico, foi possível perceber que havia tempo de sobra, não porque as pessoas trabalhavam menos, mas sim devido à mudança na forma de trabalhar implementada pelas empresas, o Home Office.

De fato, o mundo dos games é bastante amplo e a pandemia foi um fenômeno que trouxe mudanças para ele, impactando diretamente as organizações de jogos. O avanço tecnológico colaborou para esse acontecimento, permitindo uma grande variedade de formas de jogar e também uma disputa acirrada no topo do mercado de games entre as grandes organizações.

De acordo com LOREIRO DE MATOS, João Roberto e DOS SANTOS GUIMARÃES, Leonam (2012, p.303), quando o mercado se caracteriza por diversas mudanças e alta competição entre as empresas, é de suma importância acompanhar o desenvolvimento do mercado para que a organização possa planejar estrategicamente o seu futuro. Com mais tecnologia à disposição e o crescimento do mercado de games, é possível perceber que as empresas sempre buscaram maiores lucros e ser pioneiras nos lançamentos para que seu diferencial se destacasse entre as demais. Foi o caso do console Magnavox Odyssey, que trouxe diferenças na jogabilidade em relação ao seu concorrente anterior, assim como das empresas Tencent e Microsoft, que travam uma disputa pelo topo do mercado atualmente, cada uma com sua estratégia definida.

RELAÇÃO ENTRE JOGOS E TECNOLOGIA

A história do mundo que vivemos é marcada por revoluções que o transformaram em um mundo dependente da tecnologia. Segundo Glauter Januzzi (2021, p.46) as evoluções e mutações tecnológicas são constantes, “Lembre-se de que o mundo ao seu redor está em constante evolução e mutação tecnológica”.

O mundo só reconheceu a necessidade da tecnologia após sua primeira aplicação. Inicialmente, durante as Revoluções Industriais, as mudanças ocorriam de maneira gradual, porém, ao longo do tempo, a velocidade do desenvolvimento tecnológico diminuiu significativamente. A primeira dessas revoluções teve início na década de 1760, introduzindo as indústrias. A segunda revolução, que ocorreu

aproximadamente 90 anos depois, em 1870, trouxe a eletricidade. A terceira revolução, que surgiu por volta de 1960, marcou o advento da internet, sendo conhecida como a Revolução Digital. Esta fase se caracteriza pelo amplo uso de dispositivos eletrônicos, como computadores, que, juntamente com os consoles e smartphones atuais, dominam o mercado global de jogos.

De acordo com Glauter Januzzi (2021, p.47), a internet trouxe mudanças no mercado de trabalho da própria tecnologia, além de conectar ainda mais as pessoas, mesmo que distantes. Essa conectividade foi um fator que tornou o mercado de jogos particularmente atrativo durante o período pandêmico, quando as interações físicas foram limitadas por um longo período.

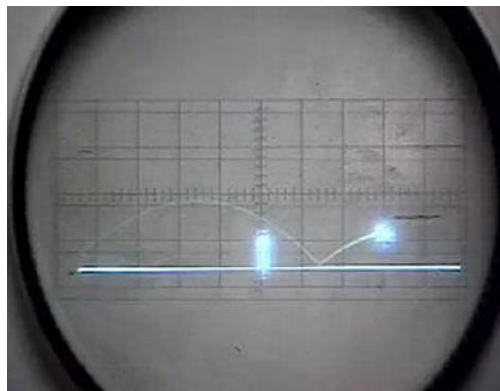
Os jogos e a tecnologia estão intrinsecamente ligados, e à medida que o tempo avança e a tecnologia progride, os jogos aprimoram diversos aspectos, como gráficos, jogabilidade, escopo narrativo e complexidade, resultando em uma ampla diversidade que os torna de grande importância para inúmeras pessoas. Dentro desse espectro, encontramos jogos com narrativas envolventes, títulos dedicados exclusivamente a jogos multijogador, jogos educativos e aqueles projetados para serem passatempos, como a grande maioria dos jogos para celulares. Essa variabilidade é o principal catalisador do sucesso contínuo da indústria de jogos, além da ascensão dos Esportes Eletrônicos (eSports), que desempenham um papel significativo na geração de receita nesse mundo tecnológico. Esse papel se tornou ainda mais notável durante o período pandêmico, quando vivenciamos um aumento substancial de campeonatos online e lançamentos de grande impacto.

JOGOS E SUA HISTÓRIA

Quando se fala de jogos eletrônicos, fala-se inevitavelmente de tecnologia, uma vez que ambos estão fortemente ligados à revolução tecnológica que teve início no mundo a partir do século XVIII, com a Primeira Revolução Industrial. Uma curiosidade é que o surgimento do primeiro jogo eletrônico ocorreu mais de duzentos anos após esse período, especificamente em 1958, o que assinala sua emergência no século XX. É interessante observar que o advento do primeiro jogo eletrônico antecedeu a chamada Revolução Digital, que teve início em 1960 com o surgimento da internet, um acontecimento que, atualmente, é difícil imaginar separado dos jogos eletrônicos. A internet desempenha, de fato, um papel significativo como uma aliada fundamental

no crescimento do mercado de jogos eletrônicos. O jogo em questão chama-se Tennis For Two, que se trata de um grande computador analógico ligado a um osciloscópio, que simulava uma partida de tênis. Porém, nessa época os jogos não eram desenvolvidos para serem comercializados, mas para experiências científicas. Foi o caso do Tennis For Two e também de outro jogo lançado poucos anos depois, o SpaceWar. O “Space” foi desenvolvido por estudantes, e ainda pegando o gancho da sua forma de jogar, o engenheiro Nolan Bushnell, que futuramente seria considerado um grande nome na história dos games, e Ted Dabney, criaram o Computer Space, que permitia jogar o jogo conectado em um computador.

FIGURA 1 - Tennis For Two



Fonte: Canal GQP. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=c4muSVRGKhE&t=372s>>.

Acesso em 15 set. 2023

Anos após o lançamento do “Tennis for Two”, em 1972, foi lançado o primeiro console do mundo, o Magnavox Odyssey. Ele acompanhava dados, fichas de poker, dinheiro de mentira e tabelas de pontuação e o objetivo da empresa produtora era fazer com que os jogadores utilizassem o console como um tabuleiro digital.

FIGURA 2 - Magnavox Odyssey



FONTE: Canal GQP. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=c4muSVRGKhE&t=372s>>.

Acesso em 15 set. 2023

O console Odyssey vendeu cerca de 330 mil unidades até o ano de 1975, quando sua produção foi cessada. Ele é tido como o precursor dos consoles atuais, e funcionava apenas no modo offline já que a internet ainda não era utilizada nos games, o que obrigava os jogadores a estar no mesmo espaço físico para jogar. Algo que mudou nos anos 90 quando a internet começou de fato a atuar nos games e mudar a forma de jogar e se conectar com outros jogadores.

Figura 3 - Magnavox Odyssey



YouTube – Canal “GPQ”. Disponível em

<<https://www.youtube.com/watch?v=c4muSVRGKhE&t=372s>>. Acesso em 15 set. 2023

Lembra do engenheiro supracitado como um grande nome na história dos games? É nesse ponto que ele entra na história. Ainda na década de 70, Nolan Bushnell cria a Atari, e o primeiro jogo da marca. Esse jogo se chamava Pong e era inspirado em um jogo de Tênis do Magnavox Odyssey. Foram mais de 30 milhões de unidades vendidas pelo mundo, e assim dando início a uma nova fase para o mercado de games.

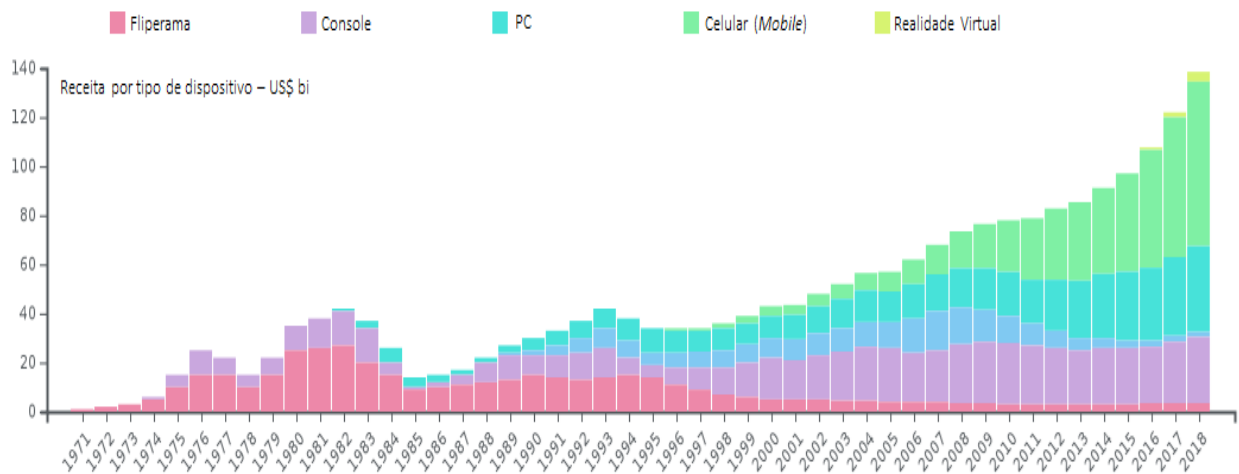
Ambos os dois jogos eram bem parecidos em sua forma de jogar, se divergindo apenas no design. O fato não foi bem aceito por Ralph Baer, criador do Magnavox, o que resultou em processo na justiça por plágio. Porém, o processo foi resolvido quando os criadores fecharam um acordo de US\$ 700 mil pela licença. Um valor alto, porém, considerado baixo comparado ao valor do processo antes do acordo, que era de US\$ 1,5 bilhão. E essa disputa entre os dois não girou apenas em torno do processo ou do mercado, mas também entre os fãs, pois ambos são considerados o “Pai dos Videogames”.

MERCADO DE GAMES PRÉ PANDEMIA

O topo do mercado de games na década de 1990 era disputado por 3 grandes empresas: Nintendo Co., Sega e Sony. Dessas três empresas dominantes na época apenas a Nintendo e a Sony se mantiveram no ramo de fabricação de consoles, enquanto a Sega saiu desse mercado pois havia perdido força e manteve o foco apenas em ser uma desenvolvedora de jogos. Nesta mesma década, a Microsoft, empresa do ramo de sistemas operacionais para computadores, decide ingressar no mercado de jogos eletrônicos, acreditando que este mercado possuía um grande poder de crescimento não só por atrair novos jogadores, mas também investidores.

A forma de se adentrar a cultura de jogar foi se moldando com o passar do tempo. Se no início a forma de jogar que fazia sucesso era através dos fliperamas e consoles domésticos, hoje se faz através de celulares e computadores sendo eles os maiores geradores de receita para o mercado de games de 2010 a 2018, conforme mostra o gráfico a seguir.

FIGURA 4 – Gráfico de Receita (1971 até 2018)



Fonte – Adrenaline, 2020. Disponível em <<https://www.adrenaline.com.br/games/infografico-mostra-evolucao-do-faturamento-dos-games-de-1971-a-2018/>>. Acesso em 03 out. 2023

Percebe-se que a partir de 1996 a receita dos jogos de celulares e computadores cresceram e um dos motivos desse aumento foi a criação dos esportes eletrônicos. Os esportes eletrônicos, conhecidos como eSports, tiveram início nas décadas de 70 e 80 com competições envolvendo jogos populares da época como Quake e Street Fighter, que tiveram um papel muito importante no aumento da popularidade desses torneios.

Com o advento da internet foi possível criar comunidades online e estabelecer competições mais estruturadas. Em meados de 2009, jogos como Counter Strike: Global Offensive (CS:GO), League of Legends (LOL) e Dota 2 deram o impulso final necessário para que essa nova modalidade obtivesse a visibilidade que precisava. Após o crescimento dos eSports, várias empresas e investidores passaram a patrocinar tanto equipes quanto eventos, fazendo com que jogar video games se tornasse uma profissão. Em 2017, os eSports alcançaram um reconhecimento nacional tão grande que foram incluídos nos Jogos Asiáticos, um evento multiesportivo que é celebrado a cada 4 anos entre todos os países asiáticos.

Atualmente, essa indústria é multimilionária, abrangendo ligas esportivas, grandes prêmios, equipes profissionais e amadoras, bem como locais dedicados. Todos esses elementos desempenham um papel fundamental na atração crescente de jogadores, juntamente com uma vasta base de fãs, que constituem os principais impulsionadores desse fenômeno. Dessa forma, os Esportes Eletrônicos estão conquistando um espaço considerável, impulsionados por um motivo simples: o interesse das pessoas em assistir jogadores de elite competindo em jogos que conhecem e/ou praticam. Esses campeonatos compartilham semelhanças notáveis com outros esportes, como futebol, basquete e tênis, no que diz respeito ao fascínio que despertam nos espectadores.

A pandemia resultou no cancelamento de muitos eventos e competições de esportes presenciais, em conformidade com os protocolos de segurança da Covid-19. Em contrapartida, os eSports conseguiram ampliar sua presença, tornando-se uma forma alternativa de entretenimento, uma vez que campeonatos de jogos digitais podem ser facilmente acessados por meio de computadores ou dispositivos móveis. Plataformas como o YouTube e a Twitch possibilitaram que as pessoas pudessem interagir durante as competições online, dialogando e demonstrando entusiasmo por meio do chat em tempo real, tudo isso no conforto de seus lares e sem gastar um centavo. Esse fenômeno digital aproveita uma geração de pessoas que já cresceu imersa no mundo digital.

O MERCADO DE GAMES NA ECONOMIA MUNDIAL

O mercado de jogos movimentou bilhões de dólares em todo o mundo, e a tendência é que esse número continue a crescer. De acordo com Lucia Santaella, Sérgio Nesteriuk e Fabricio Fava, o mercado de jogos consolidou-se no século XXI, juntamente com os mercados de cinema e música, como um dos principais mercados globais de entretenimento. Pode-se afirmar que esse êxito não se deve apenas ao entretenimento proporcionado pelos jogos ou à sua ampla variedade, mas também à evolução na forma de jogar que se desenvolveu ao longo do tempo, bem como ao alto valor atribuído a esse mercado.

Com a expansão e a consolidação dos games como a maior indústria do entretenimento e um dos mais significativos produtos culturais do século XXI, pudemos observar também uma crescente diversidade de seus gêneros e desígnios que extrapolam o campo do divertimento. (SANTAELLA, NESTERIUK, FAVA, 2018, p.10).

Ao unir a diversão de jogar com o fato de as pessoas passarem muito tempo em casa sem muitas opções de atividades durante a quarentena, os jogos se tornaram uma maneira de escapar da realidade e se divertir. Isso ocorreu tanto com as pessoas jogando quanto com aquelas que consumiam conteúdo de jogos na internet em busca de uma forma de passar o tempo.

Alguns setores tiveram regresso em suas receitas devido a pandemia, mas o setor de games conseguiu caminhar no sentido oposto e obteve maiores números de usuários e receita, isso durante o seu primeiro ano de isolamento social. Como as grandes desenvolvedoras de jogos tiveram que alterar a sua forma de trabalhar devido ao isolamento, o mercado regrediu por um curto período de tempo por causa de vários lançamentos de jogos que tiveram que ser adiados. Porém, voltou a crescer no ano de 2022 e com a expectativa de crescer ainda mais até 2024. Novas empresas alcançaram o topo do mercado como por exemplo a TENCENT que é uma das maiores holdings de tecnologia da China atualmente.

TENCENT

Fundada em 1998 na China, a TENCENT se consolidou entre as maiores empresas do mundo no mercado da tecnologia, como por exemplo Microsoft e Apple. Atualmente ela atua de forma dominante no mercado de jogos possuindo direitos sobre os jogos mais lucrativos do mundo e movimentando milhões no mercado. Uma das grandes aquisições da empresa foi a desenvolvedora de games chamada SUPERCELL, criadora de um dos maiores jogos para celulares, o Clash Of Clans. Quando a TENCENT adquiriu os direitos majoritários da SUPERCELL, ela já era dona da Riot Games, detentora do jogo competitivo mais assistido no ano de 2022, o League of Legends. Ambos os jogos citados foram adquiridos pela TENCENT antes da pandemia, quando a empresa enxergou a possibilidade de estar alavancando os seus lucros, porém, como foi que essa empresa trabalhou na pandemia e como a mesma lidou com as adversidades para se manter no topo?

Assim como todas as empresas do mundo a TENCENT também passou por variações econômicas. Durante alguns momentos da pandemia registrava lucros, em outros registrava quedas em suas receitas, porém sempre se manteve estável, no que diz respeito ao mercado econômico. A empresa foi alvo de especulações sobre demissões em massa como as demais organizações mundiais e também adotou o home-office, prática que muitos denominaram como o “novo normal” durante a pandemia.

Falando sobre as duas maiores potências mundiais, EUA e China, de acordo com Petersen e Warzel (2022), aproximadamente 42% dos norte-americanos trabalharam remotamente durante a pandemia e logo passaram mais tempo em frente a uma tela.

Nas palavras de Petersen e Warzel (2022, p. 3)

Se você é como um dos 42% de norte-americanos, aproximadamente, que puderam trabalhar de forma remota durante a pandemia, provavelmente passou a maior parte do tempo preso a uma tela em sua casa, em frente à qual se posicionava todas as manhãs.

Essa afirmação aplica-se tanto para o trabalho quanto ao tempo livre em que se passava em casa. Do outro lado do mundo, na China, a TENCENT via o número de usuários de seus jogos aumentarem constantemente, afinal a mesma continuou

adquirindo direitos autorais de outros jogos e dessa forma aumentava o seu portfólio. Ou seja, a mudança causada pela pandemia na forma de trabalho e o fato de as pessoas passarem mais tempo em casa proporcionou a elas a possibilidade de estarem imersas nesse mundo, seja através do streaming ou jogando os jogos da produtora, que estão entre os jogos mais populares do mundo.

STREAMING

Abordado no Capítulo anterior, a prática de streaming também colaborou para o aumento do consumo de jogos, pois ela permite que pessoas assistam, joguem e transmitam jogos em tempo real para todo o mundo. Tal prática consolidou-se nos últimos dez anos e tornou-se parte do cotidiano de muitos. Além do consumo de conteúdo audiovisual, o streaming ganhou destaque em áreas educacionais, com plataformas oferecendo cursos online e palestras em tempo real. Essa expansão para além do lazer reflete a adaptabilidade e a versatilidade do streaming, transformando-o em uma ferramenta multifuncional.

No mundo dos jogos, o streaming evoluiu consideravelmente, principalmente com o lançamento Xbox Cloud Gaming da Microsoft, com serviços que permitem aos usuários jogar títulos de alta qualidade diretamente na nuvem, eliminando a necessidade de um indivíduo não só possuir um hardware de última geração como memória suficiente para tal jogo. Esse avanço tem potencial para ampliar o acesso a experiências de jogo avançadas, reduzindo as barreiras tradicionais de entrada no mundo dos games.

Quando se fala de reduzir as barreiras tradicionais de entrada no mundo nos games, é referido a forma de se jogar, que evoluiu através da tecnologia, e suas vastas possibilidades. Se o home-office é considerado o “novo normal” das empresas, onde as pessoas trabalham de casa sem ter a necessidade de estar presente na organização, pode-se dizer que essa evolução da Microsoft se tornará o “novo normal” do mundo dos games.

XBOX CLOUD GAMING

A Microsoft também marca presença entre as maiores empresas desenvolvedoras de games do mundo, ocupando o segundo lugar no ranking, e vêm trazendo novidades no mundo dos games há 20 anos. Ela é a criadora do famoso console chamado Xbox. Através do gráfico abaixo pode-se ver o crescimento que a Microsoft alcançou em suas receitas desde o ano de 2008 somente com esse console.

Figura 5 - Gráfico de lucros do Xbox de 2008 a 2020.



Fonte – Gamevicio, 2020. Disponível em <<https://www.gamevicio.com/noticias/2020/08/graficos-da-receita-do-xbox-em-2020-superam-todos-os-numeros-de-anos-anteriores/>>. Acesso em 22 out. 2023

O Xbox era como todos os consoles modernos do mundo. Precisava estar conectado a uma televisão ou monitor para jogar, tinha seus controles que funcionavam através de pilhas recarregáveis e a cada atualização seus gráficos melhoravam. Porém, a Microsoft tomou aquele ditado para si que diz, “tudo que é bom, pode melhorar” e aplicou no Xbox. O console evoluiu para um serviço chamado o Xbox Cloud Gaming. Criado em 2019 pela Microsoft, o serviço foi divulgado através de uma versão fechada com o objetivo de fazer testes para avaliar o desempenho e para ver se seria bem recebido pela comunidade gamer. Seu principal diferencial é que ele funciona através do streaming, ou seja, não requer um console ou um computador, apenas um smartphone, assinatura da Microsoft chamada Gamepass Ultimate e conexão com a internet.

De acordo com Satya Nadella (2019), CEO da Microsoft, em entrevista para a revista internacional Fortune sobre o xCloud, a ideia desse serviço é expandir as possibilidades de jogar, onde você pode começar um jogo no console, depois passar

para o computador e terminar de jogá-lo no seu celular. Antes as pessoas precisavam de mídias físicas, no caso CDs, depois passaram a instalar jogos digitalmente. Atualmente nem mesmo essa etapa se faz necessária, uma vez que a tecnologia do streaming está criando cada vez mais possibilidades, não só no mundo dos jogos, mas em escala global.

Figura 6 – xCloud



Fonte – Criar Games, 2021. Disponível em <<https://criargames.com.br/2021/09/06/a-time-to-renew/>>.

Acesso em 05 out. 2023

Num mundo onde as empresas possuem setores específicos para prever cenários e tendências do mercado, esse serviço veio na hora certa. Não que a pandemia fosse previsível, porém, o xCloud chegou em um momento onde a busca por entretenimento estava alta. E mesmo após o período pandêmico, a Microsoft revelou que o xCloud atingiu mais de 20 milhões de usuários, o dobro de 2020, ano do lançamento oficial do serviço para o público, um crescimento de 100%. Os números podem não representar uma boa parcela do mercado, mas já mostram como o serviço cresceu com velocidade. Um dos motivos desse crescimento é o jogo Fortnite, que se encontra entre os 10 jogos mais jogados do mundo. Outro fator que aumentou a popularidade do serviço foi sua chegada a televisões e monitores, principalmente os da marca Samsung, que por coincidência também estão no topo da lista de televisores mais comprados no mundo, uma jogada de mestre por parte da Microsoft.

Além disso, de acordo com Vinícius Tadeu e Tiago Tortella, da CNN Brasil, em matéria publicada no ano de 2022, 74,5% da população brasileira joga games. Dos 74,5% de jogadores brasileiros, 48,3% preferem jogar pelo celular, o que fortalece

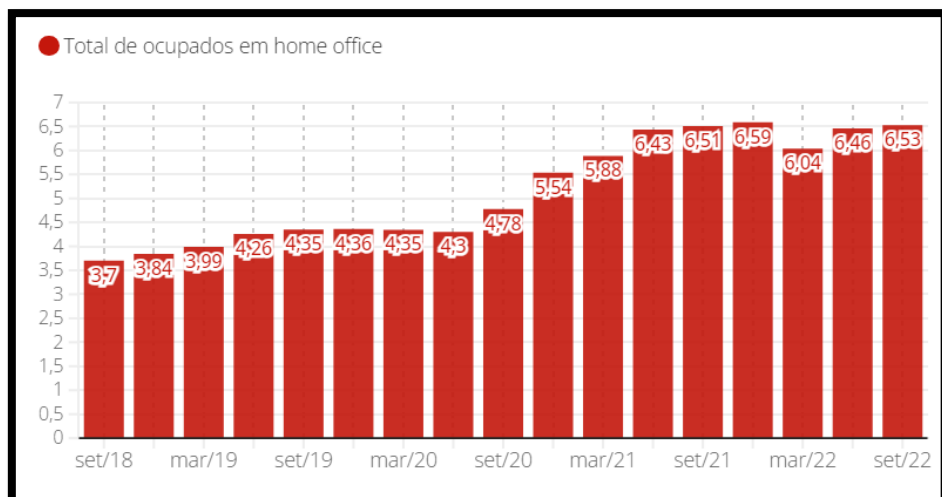
ainda mais o xCloud. Outro fator que pode ser relatado é que a maior parte dos jogadores brasileiros são de classe média, o que dá mais espaço para o xCloud, por ser um serviço acessível com base nas condições financeiras dessa classe, custando R\$45,00 por mês, o que para muitos pode ser mais vantajoso do que ter que comprar um console ou computador, duas coisas que requerem um grande investimento ao longo do tempo.

ANÁLISE COMPARATIVA

O objetivo deste capítulo consiste em demonstrar a associação entre o home office e o aumento da receita na indústria de jogos ao longo do período pandêmico. Esta análise será conduzida por meio de representações gráficas que abrangem o intervalo de 2018 a 2022, o ano que marca o término da pandemia.

O home office teve um crescimento notável em 2018, e conforme o tempo foi passando ele foi se tornando mais conhecido e cobiçado por aqueles que queriam trabalhar no conforto de seus lares. A eclosão da pandemia proporcionou a muitos profissionais a oportunidade de adotar essa modalidade de emprego. Tendo em vista o gráfico abaixo é possível notar que houve um grande crescimento a partir do primeiro ano da pandemia, 2021, até o terceiro trimestre de 2022, quando se assinala o fim do período pandêmico.

Figura 7 – Trabalhadores em Home Office



Fonte – Marta Cavallini, g1. Disponível em <<https://g1.globo.com/trabalho-e-carreira/noticia/2022/12/20/rendimento-de-trabalho-em-home-office-sobe-53percent-desde-o-inicio-da-pandemia-e-ganha-do-presencial.ghtml>>. Acesso em 12 out. 2023

Já no mundo dos games foi possível presenciar uma trajetória de crescimento semelhante no intervalo entre 2020 e 2022, principalmente nos jogos Counter Strike: Global Offensive e Dota 2, os quais emergiram em meio aos mais populares durante esse período. Abaixo estão os gráficos com o número de espectadores que cada um atingiu durante os anos.

Figura 8 – Telespectadores de Dota 2 e CSGO



Fonte – ESPORTS CHARTS. Disponível em: <<https://escharts.com/pt/games/dota2>>. Acesso em 12 out. 2023

É evidente que ambos os jogos obtiveram um crescimento notável durante esse período, foram milhões de novos espectadores em um período de dois anos. Este fenômeno está ligado ao cenário de trabalho remoto, pois, ao estarem em casa muitas pessoas puderam aproveitar a oportunidade de assistir às transmissões dos jogos enquanto desempenhavam suas tarefas, coisa que não acontece facilmente em ambientes de trabalho presenciais.

Além do streaming ajudando a alavancar esse crescimento, os consoles também tiveram grande participação. Durante a pandemia o número de consoles vendidos foi bem maior comparado aos anos anteriores, principalmente devido ao lançamento da nova geração de consoles, o PlayStation 5 e os Xbox Series S e X. Além desses dois, mais um console obteve um grande número de vendas, o Switch, que foi lançado em 2017 e que atualmente é o carro-chefe da Nintendo. Abaixo está um gráfico que mostra a venda desses consoles num período de 34 meses após os lançamentos do PS5 e dos Xbox da linha Series no final de 2020. O número de vendas desses consoles já é recorde para a Nintendo e para a Sony.

Figura 9 – Vendas de consoles 34 meses após lançamento



Fonte – TudoCelular. Disponível em:

<<https://www.tudocelular.com/mercado/noticias/n212017/ps5-dobro-vendas-xbox-series-dados.html>>.

Acesso em 12 nov. 2023

Vale ressaltar que a Microsoft não obteve um número de vendas tão alto, porém, a Microsoft possui a assinatura de jogos mais comprada dos últimos anos, o Game Pass, que já conta com mais de 30 milhões de assinantes. Outro ponto importante a respeito do Game Pass é que o serviço funciona não só em consoles e computadores, mas também em celulares e televisões, sendo um serviço necessário para aqueles que desejam desfrutar do xCloud como foi dito anteriormente. Com essas informações pode-se concluir que mesmo com um número menor de vendas de consoles a Microsoft pode não estar tão atrás das concorrentes no que diz respeito ao lucro obtido.

CONCLUSÃO

Com base no conteúdo apresentado, é possível perceber que o mercado de games sempre apresentou grandes oportunidades de crescimento econômico. No entanto, dois eventos em nosso mundo foram extremamente importantes para consolidar esse mercado como um dos maiores: a atuação da internet no mundo dos games e a pandemia.

No contexto do avanço tecnológico, a presença da internet não apenas viabilizou o desenvolvimento de novos métodos de entretenimento ao longo do tempo, mas também facilitou a interação entre indivíduos. Durante o período pandêmico, notou-se que a interação possibilitada pela internet foi crucial para o sucesso das

empresas. Em um momento de incerteza global, quando vários outros setores estavam à beira do colapso, o setor de games foi um dos poucos que conseguiram, de alguma forma, tirar vantagem da situação.

Este trabalho buscou demonstrar que as mudanças sociais proporcionadas pela pandemia alavancaram o crescimento do mercado de games, pois o ato de jogar se tornou uma forma de escapar dos problemas provenientes da pandemia e as lives de jogos se tornaram uma forma de se reunir socialmente sem burlar os protocolos de segurança implementados naquele período. Dessa forma, foi possível verificar que o crescimento do trabalho remoto e o do mercado de games estavam relacionados. A partir do momento em que o mundo adotou o lockdown e as organizações mantiveram seus funcionários trabalhando em home-office, as grandes desenvolvedoras de games registraram aumento em suas vendas de consoles, número de jogadores online e telespectadores.

Conclui-se também que a nova tendência do mercado de games é o streaming, serviço que só tende a crescer no mercado devido aos constantes avanços que recebe e à praticidade que oferece aos seres humanos. É possível que, daqui a algumas décadas, as pessoas nem saibam o que é um console, pois tudo será feito através de um simples celular.

REFERÊNCIAS

MCGONIGAL, Jane. A realidade em jogo: Porque os games nos tornam melhores e como eles podem mudar o mundo. 1ª Edição. Estados Unidos: The Penguin Press, 2011. Disponível em

https://ler.amazon.com.br/kp/embed?linkCode=kpe&ref=cm_sw_r_kb_dp_PSGXyb_2MC8RPW&asin=B074CPFF7Y&tag=tpltrs-20&amazonDeviceType=A2CLFWBIMVSE9N&from=Bookcard&preview=newtab&reshareId=6CAJDVDXAY5QY7F1D80V&reshareChannel=system. Acesso em 11/03/2023.

LONGO, Laelya. Com mercado que gira US\$ 2,5 bi ao ano no Brasil, bancos estão de olho no 'gamer money'. Valor Investe, São Paulo, 2022. Disponível em <https://valorinveste.globo.com/produtos/servicos-financeiros/noticia/2022/06/22/com-mercado-que-gira-us-25-bi-ao-ano-no-brasil-bancos-estao-de-olho-no-gamer-money.ghtml>. Acesso em 20/03/2023.

SANTAELLA, Lucia; NESTERIUK, Sérgio; FAVA, Fabricio. Gamificação em debate. 1ª Edição. São Paulo. Editora Edgard Blücher Ltda, 2018. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521213161/pageid/4>. Acesso em 04/11/2023

WARZEL, Charlie; PETERSEN, Anne Helen. Trabalho Remoto: As vantagens e as desvantagens do Home Office. 1ª Edição. Rio de Janeiro, 2022.

HENRIQUE, Jorge. Satya Nadella quer que o Xbox domine os jogos em nuvem. Windows Club, 2019. Disponível em <https://windowsclub.com.br/satya-nadella-quer-que-o-xbox-domine-os-jogos-em-nuvem/>

CARBONE, Filipe. Xbox Game Pass com mais de 30 milhões de assinantes. Adrenaline, 2023. Disponível em <https://www.adrenaline.com.br/games/xbox/numero-assinantes-game-pass/#:~:text=Esse%20novo%20servi%C3%A7o%20conta%20com,do%20Game%20Pass%20se%20considerados>

TELLES, Bruna; HILDEBRAND, Yuri. Mais brasileiros passaram a jogar durante o isolamento social, diz pesquisa. Techtudo, 2022. Disponível em <https://www.techtudo.com.br/noticias/2022/04/mais-de-70percent-dos-brasileiros-preferem-jogar-a-outros-tipos-de-entretenimento.ghtml>

TADEU, Vinícius; TORTELLA, Tiago. Público gamer cresce e 3 em cada 4 brasileiros consomem jogos eletrônicos. CNN Brasil, São Paulo, 2022. Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/publico-gamer-cresce-e-3-em-cada-4-brasileiros-consomem-jogos-eletronicos/>

CAVALLINI, Marta. Número de trabalhadores fica no patamar de 6 milhões. g1, 2022. Disponível em <https://g1.globo.com/trabalho-e-carreira/noticia/2022/12/20/rendimento-de-trabalho-em-home-office-sobe-53percent-desde-o-inicio-da-pandemia-e-ganha-do-presencial.ghtml>

SOUZA, Guilherme. PS5 já vendeu quase o dobro do Xbox Series desde o lançamento dos consoles. TudoCelular, 2023. Disponível em <https://www.tudocelular.com/mercado/noticias/n212017/ps5-dobro-vendas-xbox-series-dados.html>

Popular esports games in 2023 by viewership. Esports Charts, 2023. Disponível em <https://escharts.com/pt/top-games?order=peak>

CARBONE, Filipe. Xbox Cloud Gaming chega à marca de 20 milhões de usuários. Adrenaline, 2022. Disponível em <https://www.adrenaline.com.br/games/xbox/xbox-cloud-gaming-chega-a-marca-de-20-milhoes-de-usuarios/>

ROSA, Marcus. Xbox Cloud Gaming tem mais de 20 milhões de usuários, diz Microsoft. TudoCelular, 2022. Disponível em https://www.tudocelular.com/mercado/noticias/n197414/xbox-cloud-gaming-20-milhoes-usuarios-microsoft.html#google_vignette

xCloud: o que é e como funciona o serviço de streaming de game. TecMundo, 2021. Disponível em <https://www.tecmundo.com.br/voxel/226039-xcloud-brasil-consoles-jogar-saiba-tudo-servico.htm>

BUTCHER, Billy. Gráficos da Receita do Xbox em 2020 superam todos os números de anos anteriores. GameVicio, 2020. Disponível em

<https://www.gamevicio.com/noticias/2020/08/graficos-da-receita-do-xbox-em-2020-superam-todos-os-numeros-de-anos-anteriores/>

Maiores empresas de games do mundo: quais são e como investir. Warren Magazine, 2020. Disponível em <https://warren.com.br/magazine/maiores-empresas-de-games-do-mundo/>

Conheça a Tencent a maior empresa de games do mundo! Renova Invest, 2022. Disponível em <https://renovainvest.com.br/blog/conheca-a-tencent-a-maior-empresa-de-games-do-mundo/>

CARBONE, Filipe. Sony é empresa de games que obteve maior receita no mundo em 2022. Adrenaline, 2023. Disponível em <https://www.adrenaline.com.br/games/playstation/sony-empresa-game-maior-receita-2022/>

LOPES, André. O isolamento doméstico multiplicou os lucros das empresas de games. Veja, 2020. Disponível em <https://veja.abril.com.br/tecnologia/o-isolamento-domestico-multiplicou-os-lucros-das-empresas-de-games>

GQP - Magnavox Odyssey, o Primeiro Videogame do Mundo !!! GQP, 2017. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=c4muSVRGKhE&t=372s>

Conheça Magnavox Odyssey, primeiro videogame comercializado da história. Da Redação, TechTudo, 2015. Disponível em <https://www.techtudo.com.br/noticias/2015/12/conheca-magnavox-odyssey-primeiro-videogame-comercializado-da-historia.ghtml>

CANCELIER, Mariela. Infográfico mostra evolução do faturamento dos games de 1971 a 2018. Adrenaline, 2020. Disponível em <https://www.adrenaline.com.br/games/infografico-mostra-evolucao-do-faturamento-dos-games-de-1971-a-2018/>

LOREIRO DE MATOS, João Roberto e DOS SANTOS GUIMARÃES, Leonam. Gestão da tecnologia e inovação: uma abordagem prática. 2ª Edição. São Paulo. Editora Saraiva, 2012. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502178960/pageid/4>>.

Acesso em 18/12/2023.