

“QUANDO VOCÊ É O CONTROLE!”: UM ESTUDO SOBRE O COMPORTAMENTO DE CONSUMO DOS USUÁRIOS DO KINECT.

Autores: Igor de Jesus Lobato Pompeu Gammarano; Emílio José Montero Arruda Filho.

RESUMO

Este artigo tem como objetivo investigar sobre o comportamento de consumo dos usuários de videogames com o intuito de esclarecer como as inovações tecnológicas ligadas aos videogames, permitem que os usuários justifiquem o uso e a adoção deste tipo de produto. Foi realizada uma pesquisa qualitativa exploratória utilizando a Netnografia como método de estudo. Os dados coletados foram extraídos de *blogs/fóruns* de discussões hospedados na internet. Foi eleito como objeto de análise o sensor de movimento denominado *Kinect*, desenvolvido para os consoles *Xbox 360* e *Xbox One* pertencentes à empresa Americana *Microsoft Corporation*. Os resultados indicam que as inovações ligadas aos videogames podem permitir a justificação de uso dos usuários, por meio de atributos convergentes que agucem a percepção utilitária dos usuários para com esses equipamentos.

Palavras-chave: Videogames. Netnografia. Justificação Utilitária. Produtos Convergentes. Kinect.

INTRODUÇÃO

O mercado de videogames expandiu-se exponencialmente nos últimos vinte anos, dado o desenvolvimento de dispositivos inovadores que atraíram o desejo dos consumidores, tornando esses equipamentos um dos elementos mais relevantes para a economia do entretenimento global (MARCHAN; HENNIG-THURAU, 2013).

Esta evolução proporcionou novas experiências de uso, permitindo aos entusiastas uma interação mais imersiva com os jogos atuais por meio dos sensores de movimentos corporais, onde estes distinguem de forma rápida e eficaz as ações do arquétipo humano, possibilitando aos usuários uma jogabilidade mais real e dinâmica (HADJIMINAS; CHILD, 2011).

Muito embora exista uma literatura extensa que aborda os videogames e seus acessórios de diversas perspectivas (HARTMANN; JUNG; VORDERER, 2012; LENHART *et al.*, 2008; ANNEMA *et al.*, 2013;), não foram identificados estudos que tratem sobre o comportamento de consumo dos usuários deste tipo específico de

dispositivo. Fazendo-se necessário construir uma análise sobre as preferências e formas de uso dos apreciadores destas plataformas de jogos virtuais.

Esta pesquisa possui como finalidade investigar sobre o comportamento de consumo dos usuários de videogames, focando nas preferências, predições e formas de uso dos aficionados por estas tecnologias.

Dentre os construtos teórico aplicados neste estudo, destacam-se: estratégia do oceano azul (KIM; MAUBORGNE, 2005), justificção (OKADA, 2005), convergência tecnológica (GILL, 2008; HARRIS; BLAIR, 2006), hedonismo (VAN DER HEIJDEN, 2004) e redenção (FONTENELLE, 2010), sendo estas utilizadas com o intuito de entender os aspectos intrínsecos ao uso e a preferência de consumo dos usuários de videogames frente às outras opções de acessórios e consoles disponíveis no mercado.

Desta forma, a presente pesquisa busca esclarecer a seguinte indagação: a) como as inovações tecnológicas ligadas aos videogames, permitem que os usuários justifiquem o uso e a adoção deste tipo de produto?

Foram coletados dados referentes a discussões de usuários de videogames estabelecidas em *sites/fóruns* de debates *online* por meio do método intitulado netnografia. A análise netnografica possibilita avaliar a conduta dos usuários direcionada a um produto específico que é discutido nos círculos de discussões hospedados no ciberespaço (KOZINETS, 2002).

As evidências resultantes da pesquisa permitiram compreender quais especificidades ligadas aos videogames mostram-se mais atraentes para os entusiastas destes dispositivos. Logo, este artigo divide-se da seguinte forma: 1) são levantadas as literaturas que explicam o comportamento de consumo dos usuários de consoles de jogos virtuais, assim como as que contextualizam a indústria e o mercado de videogames atual; 2) apresentam-se o método netnográfico, detalhando o processo da coleta e análise dos dados utilizados; 3) realiza-se a análise das discussões, gerando resultados; 4) conclui-se o estudo expondo o comportamento dos usuários de consoles de jogos virtuais.

REFERENCIAL TEÓRICO

O desenvolvimento contínuo de tecnologias permitiu que nas últimas décadas, o mercado de videogames evoluiu-se de uma prática artesanal para uma indústria robusta

(NAKANO; NAKAMURA; SAKUDA, 2012) composta por uma cadeia produtiva que se baseia na relação entre entretenimento, cultura e negócios (CADIN; GUERIN, 2006).

Deste modo, estima-se que este mercado ultrapasse a quantia de US\$ 74,4 Bilhões (2011) para US\$ 112,1 Bilhões (2015) em *hardwares* e *softwares* vendidos em todo o mundo (GARTNER 2011), prevendo dessa forma um crescimento exponencial de entusiastas do setor de games ao redor do globo, durante os próximos anos (AZEVEDO, 2005).

Percebe-se que as inovações desenvolvidas para os consoles de jogos virtuais da atualidade, tem atraído a atenção dos aficionados por *games*. Essas novas características foram incorporadas com o auxílio da convergência tecnológica (GILL, 2008) que possibilitou a reunião de diversos produtos e serviços em apenas um único dispositivo.

A variedade de atributos inovadores presentes em videogames como o *Xbox 360*, *Nintendo Wii* e *Playstation 3*, fez com que a sétima geração de consoles arrebatasse um grande número de consumidores, sendo este um dos ciclos de vida (COX, 2008) que mais repercutiu em termos de aceitação ligadas as novidades desenvolvidas para estas plataformas de jogos virtuais (VGCHARTZ, 2010).

Dentre os diversos pacotes de produtos (HARRIS; BLAIR, 2006) inovadores presentes nos videogames de sétima geração, destacam-se: reprodução de discos com alta definição e armazenamento de dados (como o *Blu-ray*), serviço de jogo multijogador *online* (como a *Xbox Live*, a *Nintendo Network* e a *Playstation Network – PSN*), controladores com sistema *Wifi*, sensores de movimento interativos, dentre outras propriedades tecnológicas que intensificam a relação entre o jogador e o jogo por meio de uma performance imersiva e divertida (GANESAN; ANTHONY, 2012).

Em meio a estes atributos, os sensores de movimento se destacam por ser uma das características tecnológicas que aguça a percepção de uso e de consumo dos usuários de videogames. Estes acessórios vêm ganhando adeptos, tornando-se assim uma das características mais desejadas em termos de experiência e interatividade (CUMMINGS, 2007).

Desde a década de 80, os sensores de movimento não são novidade no setor de videogames (NEWBON, 2006). Acessórios como o: *Sega Activator*, desenvolvido para o console *Sega Genesis/Sega CD* (VÖHRINGER, 2011); o *Power Glove*, criado para integrar a plataforma *NES* da *Nintendo* (GARDNER, 1989); e o *U-Force* que se configurou como um ambicioso projeto para o periférico *Famicom* (lançado apenas no Japão pela *Nintendo*) (MICHAEL, 2000), são exemplos de sensores que se difundiram

no mercado, embora não tenham emplacado, principalmente, por causa da difícil usabilidade e do suporte limitado dos jogos (SCHEDEEN, 2010).

Entretanto, os sensores desenvolvidos para as plataformas da sétima geração ampliaram as possibilidades em termos de interatividade com o ambiente virtual por meio de seus recursos de detecção de movimentos que utiliza tecnologias como *wireless* e o *bluetooth* (NEWBON, 2006).

Logo, o último console desta geração a ser lançado foi o *Nintendo Wii*, pertencente à empresa japonesa *Nintendo Company* (SUBRAMANIAN; CHAI; UM, 2011). Este console trouxe de forma acentuada, a possibilidade de interação dos usuários com os jogos, por intermédio dos sensores de movimento (CUMMINGS, 2007).

A decisão da *Nintendo* em investir neste tipo de diretriz, baseia-se na determinação da empresa em buscar mercados inexplorados pelos demais concorrentes. O objetivo da *Nintendo* pautava-se em não precisar mais lutar por uma fatia do mercado existente, já prospectado por empresas como a *Microsoft* e a *Sony*. Todavia esta anciã do setor de *games* acabou quebrando os paradigmas ao lançar o conceito de que “videogames não são atividades solitárias e sedentárias”, investindo nos sensores de movimento como uma forma de atrair o interesse de um novo nicho de consumidores que antes era inatingível (DA CRUZ JÚNIOR; BAUMGARTEN; PEREIRA, 2008).

Diferentemente da visão de Porter (1986, 1992) que entende estratégia como “um meio de se posicionar diante do mercado, visando obter lucros advindos da competição entre as organizações concorrentes”, a estratégia de ação da *Nintendo* em investir no *Wii Remote* (sensor de movimento do *Nintendo Wii*) permitiu que a mesma mergulhasse em um Oceano Azul de possibilidades (KIM; MAUBORGNE, 2005), concedendo-a a oportunidade de explorar um campo novo, identificado na ocasião como sendo os ex-jogadores, entusiastas do sexo feminino e os usuários atraídos por atividades físicas, sem que houvesse interferência da concorrência (DA CRUZ JÚNIOR; BAUMGARTEN; PEREIRA, 2008)

Contudo, a hegemonia da *Nintendo* nesse nicho mercadológico imperou até o lançamento dos demais sensores de movimento direcionados para os consoles de sétima geração, com destaque para o sensor intitulado *Kinect*, desenvolvido pela *Microsoft Corporation* (XBOX, 2013).

Este dispositivo se apresenta como um acessório concebido para ligar-se ao *Xbox 360*, onde este serviu como um “divisor de águas”, no que diz respeito à forma de interação com os jogos eletrônicos da atualidade.

Suas características inovadoras fomentam a interação entre o usuário e o jogo por meio da movimentação corporal dos *players*. Isso é possibilitado por meio das propriedades tecnológicas que este dispositivo possui, como por exemplo: uma câmera RGB (*Red, Green, Blue*) que realiza o escaneamento corporal do usuário; enquanto que um sensor de profundidade executa o reconhecimento em *3D* da área onde o jogador se encontra; ao mesmo tempo o dispositivo capta e distingue os timbres de vozes e ruídos produzidos no ambiente, por intermédio de um microfone sensível e ainda detecta até 48 pontos de articulações no corpo humano (ZENG; ZHANG, 2011).

O conhecimento prévio sobre a existência de produtos similares no mercado, como os sensores de movimento desenvolvidos para outros consoles de sétima geração, como o *Wii Remote* e o *Playstation Move*, facilitou a aceitação e reforçou o reconhecimento do *Kinect* como um produto realmente novo (HOEFFLER, 2003, ENGEL; BLACKWELL; MINIARD, 2000), o que por sua vez facilitou o processo de aceitação deste dispositivo pelos consumidores do setor de games.

Deste modo, as inovações ligadas à experiência de uso que o *Kinect* oferece aos usuários, facilita a justificação com a eliminação da culpa (OKADA, 2005) que a forma clássica de jogar (sedentária) e o ato de possuir um equipamento tecnológico, estritamente para fins hedônicos proporcionam (VAN DER HEIJDEN, 2004). Sendo assim, as atribuições hedônicas e utilitárias dadas ao *Kinect* pelos usuários, pode facilitar a justificação de uso e consumo desse dispositivo pelos aficionados por games (PRELEC; LOWENSTEIN, 1998).

METODOLOGIA

A netnografia define-se como uma metodologia exploratória de caráter qualitativa que permite extrair dados sobre as preferências de consumo dos usuários ligados a um determinado produto que é debatido em comunidades instaladas no ambiente virtual (KOZINETS, 1998).

O método netnográfico também procura compreender a respeito dos aspectos culturais que induzem a adoção de determinados produtos (KOZINETS, 1997). Logo, por intermédio de uma análise desenvolvida em um ambiente natural, livre de

influências, busca-se observar e descrever a conduta dos participantes que declaram suas percepções de consumo por meio de informações textuais, em sites e/ou de *blogs* de discussões alocados no ciberespaço (KOZINETS, 2002).

Este método de pesquisa inovador tem sido amplamente utilizado em estudos que buscam aferir sobre as intenções, motivações e percepções dos grupos de usuários, participantes de comunidades *online*, a partir da interpretação dos discursos postados por estes indivíduos na *web*, por meio da comunicação mediada por computador, o que para Kozinets (2002) define-se como sendo um espaço “puro” para a realização de pesquisas que visam coletar dados sobre o comportamento de usuários residentes nesses nichos virtuais.

Desta forma, este estudo almeja investigar elementos como justificação, predição, hedonismo e utilitarismo relacionados à preferência de uso e consumo dos usuários de videogame.

A realização da coleta de dados foi desempenhada de acordo com os seguintes procedimentos:

a) Foi eleito como objeto de análise o sensor de movimento denominado *Kinect*, desenvolvido para os consoles *Xbox 360* e *Xbox One* pertencentes à empresa Americana *Microsoft Corporation*.

b) As informações foram extraídas de debates localizados em *blogs/fóruns* de discussões. As considerações dos integrantes foram manifestadas nestes ambientes, visto que as discussões tiveram como foco as percepções atreladas às marcas; aspectos como performance, qualidade e *design* dos consoles e acessórios tratados; e sobre as particularidades do sensor de movimento pesquisado.

c) A coleta de dados foi realizada em cinco fóruns de discussões independentes (não havendo ligações com os fabricantes dos consoles) e uma mídia social (plataforma de comunicação social – *Orkut*), somando ao todo seis *sites* analisados.

No que compete à admissão da rede social *Orkut* como página virtual optada na coleta de dados, percebe-se que a sua estrutura e organização, com comunidades temáticas semelhantes aos demais fóruns selecionados, facilita a obtenção de informações e disponibiliza uma estética que fomenta as discussões. Muito embora o *Facebook* seja a rede social mais requisitada mundialmente, o *Orkut* se adéqua de forma mais eficaz aos requisitos solicitados pelo método netnográfico, estando desta forma apto para adentrar ao banco de dados.

d) A sistematização das discussões originou um documento com 39 páginas no processador de texto *Word* concebendo ao todo 136 comentários sobre os desejos, percepções, descontentamentos e afinidades relacionadas ao discurso dos usuários estudados. As discussões foram totalmente analisadas, haja vista que foram selecionadas apenas as que obtinham um montante satisfatório de discursantes (no mínimo 10), sendo eliminadas as que continham expressões vulgares e/ou injúria/ linguagem ofensiva.

e) Estes conteúdos foram encontrados por intermédio de palavras-chave apresentadas no Quadro 1 como: atraídos pelo “nome do console e/ou acessório”, satisfeitos/insatisfeitos com “nome do console e/ou acessório”, amantes do “nome do console e/ou nome do acessório”, inseridas no site de buscas *Google.com*, visto que estas palavras estão atreladas a predição de uso e desejo dos usuários, explorando assim as percepções dos respondentes em relação ao sensor *Kinect*.

Quadro 1: Dados primários coletados dos debates virtuais para análise netnográfica do *Kinect*.

Websites Pesquisados	Endereço Eletrônico dos <i>Foruns/Blogs</i> Alvos da Coleta de Dados (URL's)
Kinectxbox	www.kinectxbox.com.br
Ccvteam	www.ccvteam.net
Baixakijogos	www.baixakijogos.com.br
Forum.jogos.uol	www.forum.jogos.uol.com.br
Orkut	www.orkut.com
MagroscKinect	www.magrosc Kinect.com
Total de Enredos Checados	5 Enredos dos Sites Indicados + 1 Enredo de Mídia Social
Data da Coleta de dados (<i>Download</i>) das discussões	De 14 de Maio de 2012 até 18 de Agosto de 2013
Total de Páginas do Banco de Dados Netnografico	39 Páginas no Formato A4.
Idioma das Discussões	Português
Palavras Chaves Inseridas nos Buscadores <i>Online</i>	Amantes, Satisfeitos/Insatisfeitos, Atraídos, <i>Xbox 360</i> , <i>Playstation 3</i> , <i>Ninendo Wii</i> , <i>Kinect</i> , <i>Wii Remote</i> , <i>Ps Move</i>

Fonte: Elaborado pelos autores (2013)

A avaliação dos dados se sucedeu de forma que: a) O banco de dados distribuiu-se de forma que os comentários organizados ocuparam 2/3 de cada página no processador de texto *Word*, deixando livre 1/3 do espaço restante para a codificação das informações resultantes da análise interpretativa dos pesquisadores.

b) Os comentários do banco de dados foram analisados de forma conjunta, para em seguida serem comparados com o intuito de verificar se os aspectos teóricos divergiam ou apresentavam um modelo coerente em relação ao comportamento de consumo dos usuários, possibilitando dessa forma elaborar uma terceira interpretação dos dados decorrentes.

c) Foram evidenciadas no decorrer da análise, as expressões que apontavam os sentimentos manifestados pelos discursantes em relação aos assuntos temáticos levantados e aos artefatos tecnológicos debatidos, almejando detectar as percepções de consumo ligadas aos usuários que integram os ambientes de debates virtuais avaliados. Os dados inerentes ao banco de dados netnográfico estão organizados no Quadro 2.

Quadro 2: Categorização do enredo elaborado para embasar à pesquisa da netnografia.

Ordem no Banco de Dados	Nome do Enredo	Discussão	Nº de Pôsteres Únicos	Total de Pôsteres	Nº de Palavras
1	Debate de opiniões sobre as características do <i>Playstation 3</i> frente ao <i>Xbox 360</i>	Melhores argumentos: <i>PS3 x Xbox 360</i>	14	36	4.758
2	Comparação entre o sensor do <i>Xbox 360 (Kinect)</i> e do <i>Playstation 3 (Ps Move)</i>	<i>Kinect VS Psmove</i>	29	58	3.855
3	Defendendo a aquisição do <i>Nintendo Wii</i>	Motivos para comprar um <i>Nintendo Wii</i>	8	8	1.533
4	Questionando a aquisição do <i>Nintendo Wii</i>	Vale a Pena Comprar um <i>Nintendo WII?</i>	21	19	445
5	Se informando/debatendo sobre as vantagens em adotar um <i>Playstation 3</i>	Quais as vantagens do <i>PS3?</i> (aquisição)	8	15	1.527
6	Debatendo sobre a utilidade do <i>Kinect</i> na realização de atividades físicas	<i>Jogamos your shape: fitness involved part 1</i>	29	54	2.501
Total			109	190	14.619

Fonte: Elaborado pelos autores (2013)

d) Posterior a análise das discussões, foi concebido um segundo documento no programa *Word*, totalizando 3 (três páginas) que evidenciam os grupos de consumo. Esse documento objetiva seccionar os consumidores para cada tipo de comportamento, preferência de uso e valores identificados.

4 PREFERENCIA DE USO E VALORES DE CONSUMO DO KINECT

Objetivando estabelecer uma descrição sobre a preferência dos usuários do *Kinect*, foram inseridos na análise os fragmentos das postagens realizadas pelos discursantes de debates ocorridos no ambiente *online*, visto que estas estão dispostas no Quadro 3 e são citadas na análise com o código de sua disposição (página e linha) no banco de dados netnográfico.

As postagens foram proferidas em língua portuguesa, haja vista que o ofício dos usuários postulantes vão de estudantes de diversos níveis escolares até especialistas que trabalham diretamente com o objeto pesquisado, todos possuidores de vasto conhecimento sobre tecnologias que envolvem o dispositivo estudado.

4.5 JUSTIFICAÇÃO UTILITÁRIA DE ITENS HEDÔNICOS

A experiência inovadora proporcionada pelo *Kinect* aguça a percepção dos consumidores pelo fato do dispositivo identificar as ações dos usuários por intermédio de um conjunto de sistemas (como sensor, microfone, câmera, dentre outros), onde estes permitem transferir os comandos motores e de voz dos usuários diretamente para o jogo, transformando a constituição física dos jogadores no próprio controle da plataforma (P-15, L 24-34).

Sensores de movimento antecedentes ao *Kinect* como o *Wii Remote* e o *Ps move* promoveram uma revolução em termos de interação entre os jogos virtuais e os jogadores. Contudo, a proposta do *Kinect* inovou o conceito de jogabilidade no nicho dos sensores de movimento e aguçou o desejo dos entusiastas, visto que os sensores tradicionais necessitam que o usuário utilize um controlador físico para que os comandos sejam processados, diferentemente do *Kinect* cuja tecnologia liberta o usuário de qualquer tipo de controle (*Gamepad*) que porventura precise ser manuseado (P-12, L 43-47; P-18-19, L 50-54, 09-11).

A percepção de integrabilidade que o *Kinect* gerou nos usuários, contribuiu para que este dispositivo fosse considerado uma inovação genuína pelos mesmos, e não apenas uma inovação incremental (LEMOS; LASTRES; ALBAGLI, 1999) (P-16, L 12-13(...))21-26). Logo, as características tecnológicas convergidas, tanto no *Xbox 360* quanto no próprio *Kinect*, fez com que as possibilidades de uso dos *players* fossem expandidas, transformando o console da *Microsoft* em um verdadeiro terminal tecnológico multifuncional, como mostra o discursante a seguir (P-13, L 43-51).

Os estudos que adotam o *Kinect* como meio de promover a atividade física dos usuários (CHANG *et al.* 2011; WARBURTON *et al.* 2007;), indicam que os *players* se sentem mais inclinados a realizar atividades físicas por intermédio do *Kinect*, devido aos estímulos hedônicos que os jogos interativos, compatíveis com esse acessório, proporcionam. Estes jogos são desenvolvidos para que seus usuários se movimentem intensamente, seja pulando, dançando ou se exercitando, visto que os jogadores são estimulados a se exercitarem de forma intensa, sem que a diversão oferecida pelos jogos seja comprometida (P-32, L 20-25).

Quadro 3: Conteúdo referente a categoria de justificação utilitária de itens hedônicos.

Código	Trecho selecionado
P-15, L 24-34	Sem duvida alguma o Kinect é melhor! Não tem controle, isso sim é evolução. A resposta nos jogos é excelente! Sem contas que sairão diversos jogos muito bons para o xbox que vão usar o kinect. Ainda temos o fato de que o kinect possui um sistema de voz integrado, o que poderá ser usado para jogos daqui pra frente (...) Se estão em duvida, compre um kinect garanto que vocês farão uma excelente escolha! Não que o ps3 move seja ruim, mas é que o kinect é muito melhor!
P-12, L 43-47	Eles ficam falando que o Kinect não é preciso e talz! Já pararam para pensar que o kinect não USA NADA! Enquanto o move precisa de um aparelhinho (...) que se quebra a toa! Á e é uma copia do wii, Sem duvidas!
P-18-19, L 50-54(...)09-11	inovação sim, pois como foi dito o Kinect integra funcionalidades de 2 câmeras pra gerar movimentos 3d, além da identificação de áudio e de outras N funcionalidades, o conceito da câmera já existia no PS2 mais mesmo assim o Xbox apresentou muitas novidades(...) Sobre o Kinect é obvia a superação pois ele não usa controle algum, isso por si só já gera maior integrabilidade, enquanto o Move me soa como uma cópia(mais desenvolvida) do Wii.
P-16, L 12-13(...)21-26	Eu também possuo os 2 sistemas, tanto o ps3 move quanto o Kinect e posso dizer que ambos são realmente muito bons (...) Já o Kinect realmente é uma inovação..eu tenho apenas 2 jogos mas ambos são realmente excelentes e movimentos extramente perfeitos...Sou fã numero 1 do playstation 3, e na minha opinião ele é melhor do que o xbox, porém o Kinect acaba sendo melhor que o ps3 move.
P-13, L 43-51	Kinect e 10 vezes melhor , pois te deixa livre para fazer o que quiser.possui microfone imbutido para comando de voz, tem 3 lentes que lêem 46 partes do corpo e PS3 Move é uma imitação do Wii e é igual os jogos (ex. Wii resorts=Sports Champions) e Kinect revoluciou o modo de jogar. Minha opinião e que kinect 10 e MOVE 0. (quando se ta jogando com um amigo o kinect tira fotos deixando o jogo engraçado. E os jogos ja estão saindo e ate o jogo FIFA 13 vai sair pro KINECT segundo a EA)
P-32, L 20-25	Boa dica da música Yuri! Esses jogos de esporte ajudam a emagrecer, mas são mais para divertir. Se quiser tonificação muscular e emagrecer, esse Your Shape é o jogo ideal! Ao menos, dentre os que jogamos. Ele até instrui a usar pesinhos em alguns exercícios.
P-10, L 37-38	Prós importantes do 360: InternetTV, youtube, Kinect com total interação com todo o console e sistema de menus
P-21-19, L 13-19	sensor de movimento nenhum supera o Kinect, quer se mover na frente da TV que mova o corpo todo mesmo, pois pra ficar parado apenas com os braços balançando igual wii e o ps move é mais fácil ficar em pé na sala com o joystick comum na mão mexendo os dedos para apertar os botões rsrs, pareço irônico nas frases mas é a realidade rsrs
P-38 L 11-16	Comprei o your shape, adorei e recomendo. Também era muito sedentária, agora faço os exercícios em casa, pois nunca consegui frequentar academia. É maravilhoso. Você pode criar perfis para cada membro da família e ele

	memoriza o que você consome de calorias e os exercícios que você já praticou, dentre muitas outras vantagens.
P-34 L 26-31	Eu estava tentando me decidir entre o Wii (Amo Super Mário e Donkey Kong!) e o Xbox. Mas na verdade eu queria me exercitar mesmo, não sou fã de academia, não tenho muita coordenação (...) mas enfim, preciso emagrecer e sair do sedentarismo! Então achei este blog, e amei!!! Já me decidi pelo Xbox, e já fiz uma listinha dos jogos que eu quero!!! Valeu pelas dicas!!!! Espero que não desanimem!! Abraços.
P-33 L 06-09	Eu queria usar este jogo para perda de peso, sou sedentário, mas não sei que opção escolher, está tudo em inglês eu não entendo nada, alguém pode me dar uma dica (...).

Fonte: Banco de dados netnografico (2013)

O fato dos videogames terem evoluído de produtos dedicados para produtos convergentes, possibilitou a integração do *Kinect* dentre as diversas opções de produtos e serviços tecnológicos presentes nas plataformas da sétima geração (P-10, L 37-38). Assim, a aplicação de grandes quantias na adoção de um console de jogos virtuais que possui diversas características voltadas para fins de entretenimento (VAN DER HEIJDEN, 2004), suscita o sentimento de culpa ao usuário do produto (OKADA, 2005).

Contudo, as inovações em termos de experiência e jogabilidade que o sensor de movimento da *Microsoft* proporcionou, permitiu aos usuários uma nova forma de interação com os jogos eletrônicos (P-21-19, L 13-19), onde os estímulos corporais, gerados por meio das atividades físicas, permitem que os entusiastas do setor de games possam justificar a adoção destes dispositivos por intermédio da alegação de que tais equipamentos serão úteis para combater o sedentarismo e outros males causados pela falta de exercícios físicos (P-38 L 11-16; P-34 L 26-31; P-33 L 06-09).

Este fato possibilita a diminuição da culpa causada pela adoção de um produto hedônico como o *Xbox 360*, por meio da justificação utilitária que o *Kinect* proporciona, concedendo assim a redenção (FONTENELLE, 2010) das ações dos jogadores, como pode ser visto na Figura 1.

Figura 1: Valores de uso e consumo dos consoles de jogos virtuais



Fonte: Elaborado pelos autores (2013)

CONCLUSÃO

Este estudo se baseou no comportamento de consumo dos entusiastas de videogames, onde se verificou que as características inovadoras presentes em consoles como o *Xbox 360*, assim como o caso do sensor de movimento denominado *Kinect*, seduzem os usuários por meio das novas formas de interação que permitem que os corpos dos jogadores tornem-se o próprio “controle” da plataforma.

A netnografia apresentou-se como um método apropriado para a pesquisa no ambiente do ciberespaço, permitindo que a análise dos elementos que motivam os usuários de videogames a adotarem tal tecnologia, pudessem ser avaliados.

Os participantes dos debates *online* apresentaram suas opiniões espontaneamente, sem que houvesse qualquer tipo de interferências, interrupções ou pressões externas, o que permitiu a estes postulantes declarar suas percepções sem que o sentimento de culpa permeasse suas colocações.

A convergência de diversos produtos e serviços em apenas um único dispositivo possibilitou que os usuários pudessem experimentar propriedades utilitárias e hedônicas coexistindo no mesmo equipamento. Esse fato fomentou a integração de inovações como o *Kinect* que por intermédio de experiências inovativas, atraíram o desejo de consumo dos aficionados por *games*.

Entretanto, a convergência também estimulou a justificação de uso, visto que a culpa causada pelo consumo de produtos hedônicos é diminuída por meio dos elementos utilitários percebidos pelos usuários. Neste caso, o que facilita a justificação de uso e consumo do *Xbox 360* é a presença do *Kinect* como acessório integrado, pois

os usuários alegam que por meio dos jogos que utilizam este sensor de movimento, os mesmos poderão realizar movimentos corporais intensos, o que por sua vez será útil para os *players* que buscam harmonizar diversão e exercícios físicos.

Deste modo, uma inovação tecnológica pode permitir a justificação de uso e de consumo pelos usuários de videogame, por meio de atributos convergentes que agucem a percepção utilitária dos jogadores para com esses equipamentos.

Inovações como o *Kinect* permite que a indústria de videogames se desenvolva, consolida o mercado para este tipo de tecnologia e oferece aos usuários, novas formas de interação virtual, diversificando as formas como os aficionados por jogos eletrônicos utilizam estas tecnologias para se divertir.

Este estudo se limita por ter realizado uma avaliação exploratória focando no modo como os usuários justificam a adoção dos videogames, o qual pode ser desenvolvido um estudo que priorizará desvendar os perfis dos consumidores de videogames existentes, haja vista que outros métodos como análise estatísticas e entrevistas em profundidade, poderiam ser adotados no intuito de compreender profundamente sobre o comportamento de consumo dos usuários de videogames.

REFERÊNCIAS

ANNEMA, J. H.; VERSTRAETE, M.; ABELE, V. V.; DESMET, S.; GEERTS, D. Video games in therapy: a therapist's perspective. **International Journal of Arts and Technology**, v. 6, n. 1, p. 106-122, 2013.

AZEVEDO, Eduardo. **Desenvolvimento de jogos 3D e aplicações em realidade virtual**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CADIN, L.; GUERIN, F. What Can We Learn from the Video Game Industry? **European Management Journal**, v. 24, n. 4, p. 248–255, Ago. 2006.

CHANG, Yao-Jen.; CHEN, Shu-Fang.; HUANG, Jun-Da. A Kinect-based system for physical rehabilitation: A pilot study for young adults with motor disabilities. **Research in developmental disabilities**, v. 32, n. 6, p. 2566-2570, 2011.

COX, J., 2008. Purchasing power parity and cultural convergence: evidence from the global video games market. *Journal of Cultural Economics*, 32(3), 201–214.

CUMMINGS, Alastair H. The evolution of game controllers and control schemes and their effect on their games. In: **The 17th Annual University of Southampton Multimedia Systems Conference**. 2007.

DA CRUZ JÚNIOR, João Benjamim.; BAUMGARTEN, Marcelo Zepka.; PEREIRA, Maurício Fernandes. As melhores práticas de estratégia: o caso da Nintendo Co. **Revista Fae**, v. 11, n. 2, p. 1-14, Jul/Dez. 2008.

ENGEL, James F.; BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W. **Comportamento do Consumidor**. 8ª ed. Rio de Janeiro: Editora LTC, 2000.

FONTENELLE, I. A. O fetiche do eu autônomo: consumo responsável, excesso e redenção como mercadoria. **Psicologia & sociedade**, v. 22, n. 2, p. 215-224, 2010.

GANESAN, Samyukta.; ANTHONY, Lisa. Using the kinect to encourage older adults to exercise: a prototype. In: **CHI'12 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems**. ACM, p. 2297-2302, 2012.

GARDNER, Dana. L. The Power Glove. **Design News**, p. 63-68, 1989.

GARTNER, 201. Gartner Says Spending on Gaming to Exceed \$74 Billion in 2011. Disponível em: www.gartner.com/it/page.jsp?id=1737414, Acesso em: 25 de Outubro de 2013.

GILL, T. Convergent Products: What Functionalities Add More Value to the Base? **Journal of Marketing**, v. 72, n. 2, p. 46-62, 2008.

HADJIMINAS, Nicholas.; CHILD, Christopher. Be The Controller: A Kinect Tool Kit for Video Game Control. **City University, London, United Kingdom**, 2011.

HARRIS, J.; BLAIR, E. A. Functional Compatibility Risk and Consumer Preference for Product Bundles. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 34, p.19-26, 2006.

HARTMANN, Tilo.; JUNG, Younbo.; VORDERER, Peter. What Determines Video Game Use? The Impact of Users' Habits, Addictive Tendencies, and Intentions to Play. **Journal of Media Psychology**, v. 24, n. 1, p. 19-30, 2012.

HOEFFLER, Steve. Measuring preferences for really new products. **Journal of Marketing Research**, p. 406-420, 2003.

KIM, W. Chan.; MAUBORGNE, Renée. **A estratégia do oceano azul**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

KOZINETS, R. V. I Want To Believe: A Netnography of The X-Philes' Subculture of Consumption. **Advances in Consumer Research**, v. 24, n. 1, p. 470-475, 1997.

KOZINETS, R. V. On Netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture. **Advances in Consumer Research**, v. 25, p. 366-371, 1998

KOZINETS, R. V. The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. **Journal of Marketing Research**, v.39, p. 61-72, Feb.2002.

LE MOS, Cristina; LASTRES, Helena M. M.; ALBAGLI, Sarita. Inovação na era do conhecimento. **Informação e globalização na era do conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, p. 122-144, 1999.

- LENHART, A.; KAHNE, J.; MIDDAUGH, E.; MACGILL, A. R.; EVANS, C.; VITAK, J. Teens, Video Games, and Civics: Teens. **Pew internet & American life project**, p. 76, 2008.
- MARCHAND, André.; HENNIG-THURAU, Thorsten. Value Creation in the Video Game Industry: Industry Economics, Consumer Benefits, and Research Opportunities. **Journal of Interactive Marketing**, v. 27, p. 41–157, 2013
- MICHAEL, Ted. **U-Force**. The Everything Development Company. 2000.
- NAKANO, Davi. Noboru.; NAKAMURA, Ricardo.; SAKUDA, Luiz. Ojima. **Produção e Operações em Games: Visão Geral e Perspectivas**. In: XI SBGames, 2012. Brasília – DF. **Anais...** Brasília – DF, 2012.
- NEWBON, Ben. Virtual reality: Immersion through input. **6th Annual Multimedia Systems, Electronics and Computer Science**, 2006.
- OKADA, E. M. Justification Effects on Consumer Choice of Hedonic and Utilitarian Goods. **Journal of Marketing Research**, v. 42, p. 43, 2005.
- PORTER, Michael. E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Rio de Janeiro: Campus, 1986.
- PORTER, Michael. E. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. 7.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- PRELEC, D.; LOEWENSTEIN, G. The red and the black: Mental accounting of saving and debt. **Marketing Science**, v. 17, p. 4-28, 1998.
- SCHEDEEN, Jesse. 'IGN' **The Most Useless Gaming Peripherals**, 2010. Disponível em: <http://uk.gear.ign.com/articles/112/1122624p3.html>. Acesso em: 02 de Outubro de 2013.
- SUBRAMANIAN, Annapoornima M.; CHAI, Kah-Hin; MU, Shifeng. Capability reconfiguration of incumbent firms: Nintendo in the video game industry. **Technovation**, v. 31, n. 5, p. 228-239, 2011.
- VAN DER HEIJDEN, H. User Acceptance of Hedonic Information Systems, **MIS Quarterly**, v. 28, n. 4, p. 695-704, Dec. 2004.
- VGCHARTZ. **Worldwide Hardware Totals**. Vgchartz.com. 2010. Disponível em: <http://vgchartz.com/#Worldwide%20Totals>. Acesso em: 17 de Outubro de 2010.
- VÖHRINGER, Sascha. Controller-Free Gaming. **Institute of Media Informatics Ulm University**, p. 29, 2011.
- WARBURTON, Darren. E. R.; BREDIN, Shannon. S. D.; HORITA, Leslie. T. L.; BOGAR, Dominik. Z.; SCOTT, Jessica. M.; ESCH, Ben. T. A.; RHODES, Ryan. E. The health benefits of interactive video game exercise. **Applied Physiology, Nutrition, and Metabolism**, v. 32, n. 4, p. 655-663, 2007.

[XBOX](http://www.xbox.com/en-US/kinect). Introducing Kinect for Xbox 360: All You Need is You, 2013. Disponível em: <http://www.xbox.com/en-US/kinect>, Acesso em: 21 de Agosto de 2013.

ZENG, Wenjun.; ZHANG, Zhengyou. Microsoft Kinect Sensor and its Effect. **IEEE Computer Society**, v. 12, 2012. Disponível em: <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=6190806>. Acesso em: 14 de Março de 2013.