

Fãs-vazadores de *Fortnite* e literacia midiática:

uma análise do perfil @iannzits no X¹

Gustavo Furtuoso²

Daiana Sigiliano³

Gabriela Borges⁴

As práticas e habilidades suscitadas pelo consumo de videogames abrangem aspectos que incluem não só o entendimento acerca das regras do universo ficcional e da superação de níveis, mas também a capacidade de participar de contextos sociais e de comunicação relacionados (Gee, 2003; Zagal, 2010). Enquanto produtos culturais, os jogos eletrônicos abrem possibilidades para que os jogadores possam descrever, discutir, interpretar e posicionar o jogo em cenários narrativos, ficcionais e tecnológicos diversos.

O *Fortnite* (Epic Games) surgiu como um jogo de tiro multijogador lançado em 2018 e que, nos anos seguintes, através de seu modo *Battle Royale*, se estabeleceu rapidamente como um dos jogos mais populares da atualidade. Atualmente, os esforços de sua desenvolvedora caminham no sentido de se afastar de apenas um gênero de jogo para se tornar um “ecossistema persistente, aberto e interoperável” (Figueiredo, 2024, On-line). Este esforço vem acompanhado de investimentos bilionários com outras grandes companhias, como a Disney e a Lego (Figueiredo, 2024).

¹ Trabalho apresentado no GT 2 (Estratégias de comunicação em ambientes digitais) do IV Encontro Virtual da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Perspectivas Interdisciplinares e Reconfigurações na Ciberultura: Dados, Algoritmos e Inteligência Artificial. Realização da UNIFAE, nos dias 20 e 21 de junho de 2024.

² Mestrando em Comunicação na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Brasil, bolsista FAPEMIG. Formado em Jornalismo pela mesma instituição de ensino. Membro do grupo de pesquisa Comunicação, Arte e Literacia Midiática, da UFJF, integrante do Observatório da Qualidade no Audiovisual. E-mail: gfurtuoso@gmail.com.

³ Doutora e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Brasil. Membro do grupo de pesquisa Comunicação, Arte e Literacia Midiática, da UFJF, e vice-coordenadora do Observatório da Qualidade no Audiovisual. E-mail: daianasigiliano@gmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação e Semiótica (2004) pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professora da Escola Superior de Educação e Comunicação da Universidade do Algarve (UALg), Portugal. Coordenadora do Observatório da Qualidade no Audiovisual e da equipe brasileira da Rede Interinstitucional Euroamericana de Competência Midiática para a Cidadania (Alfamed). E-mail: gaborges@ualg.pt.

Uma das principais características de *Fortnite* é o fato de ser um universo que evolui continuamente, com mudanças constantes que acontecem a partir de temporadas, períodos de cerca de três meses que trazem novos temas que influenciam mudanças nos mapas, cosméticos e mecânicas para os jogadores (Moore & Carter, 2021). Essa estrutura em temporadas é um elemento que contribui de forma direta para a experiência que os jogadores possuem com seu universo, afetando desde os aspectos narrativos e procedurais até os econômicos.

Neste sentido, o universo de *Fortnite* é construído a partir de uma estética transmídia, que exige do sujeito uma série de habilidades para navegar e construir sentido entre distintas plataformas, linguagens e formatos (Scolari, 2018a). Esse esforço envolve, por exemplo, desde a curadoria, tradução e checagem de informações, até a produção de conteúdos, a colaboração e o gerenciamento de redes sociais, incluindo também a manipulação de softwares de edição e mesmo a superação de um nível dentro do jogo (Scolari, 2018b; González-Martínez, 2019). O domínio dessas habilidades está presente na comunidade de fãs enquanto um todo, mas alguns deles se tornam, de certa forma, especialistas em agregar e difundir tais informações a partir da manipulação simultânea de textos interativos e não-lineares de diferentes plataformas.

Diante desse fluxo de informação e interesse, alguns desses fãs especialistas se tornaram *leakers*, ou vazadores, criadores de conteúdo que se distinguem dos demais por acessar diretamente os arquivos dessas atualizações, descriptografá-los, e prever os próximos acontecimentos e lançamentos. Muitas vezes, são jovens que, através do interesse espontâneo e aprendizagem informal, desenvolvem uma série de habilidades que ajudam a alimentar uma grande comunidade nas redes sociais (Furtuoso, 2022). Estes funcionam como criadores primários de conteúdo e alimentam um ecossistema de outros criadores que reverberam essas novidades em diferentes redes sociais.

A partir deste contexto, este artigo tem como objetivo analisar, com base na

proposta teórico-metodológica de Mihailidis (2014), os conteúdos publicados por um fã-vazador do jogo *Fortnite* no X (antigo Twitter). Segundo o autor, no ambiente da cultura digital a literacia midiática é norteada, de modo geral, por cinco habilidades. São elas: a curadoria (a capacidade de organizar e sistematizar conteúdos multimídia), a criação (capacidade de produzir, remixar e compartilhar conteúdos em plataformas online), a compreensão crítica (capacidade de analisar e compreender criticamente os conteúdos em rede), a participação (capacidade de comentar, editar e propagar publicações em plataformas) e a colaboração (capacidade de produzir conteúdos colaborativamente).

Com 191 mil seguidores, o perfil @iannzits⁵ é um dos mais relevantes no *fandom* brasileiro de *Fortnite*⁶. Para a análise das habilidades propostas por Mihailidis (2014) adotamos o protocolo de abordagem de monitoramento, extração e codificação de dados desenvolvido pelo *Observatório da Qualidade no Audiovisual* (Borges, et al. 2022) A primeira etapa consistiu na definição do período em que os dados seriam coletados. O recorte se justifica por abarcar o fim de uma temporada em andamento do jogo - temporada 2 do capítulo 5 - e trazer um padrão mais regular de publicações, porém ainda com certa agitação da comunidade pela antecipação da temporada seguinte.

A Epic Games, neste momento, continua a explorar colaborações com outros artistas e franquias da indústria do entretenimento. Como apontado por seu ex-diretor criativo, Donald Mustard, as decisões em torno do jogo passaram a afastar-se da criação de um único ambiente que evolui com o tempo, para consolidar *Fortnite* como um metaverso onde é possível acessar diversas formas de experiências imersivas conectadas pela interface e vestiário⁷ que foram criados inicialmente para o modo *Battle Royale*, que segue sendo o

⁵ Disponível em: <https://x.com/iannzits>. Acesso em: 21 mai. 2024.

⁶ Apesar de gerenciar contas em outras plataformas digitais tais como Instagram, Threads, Twitch, Tiktok, Youtube, Bluesky e um canal Telegram, o perfil no X é o mais ativo. Disponível em: <https://linktr.ee/iannzits>. Acesso em: 21 mai. 2024.

⁷ Vestiário é o termo que refere-se aos itens obtidos pelos jogadores, seja por compra ou como recompensas de missões dentro do jogo. Os itens obtidos como skins de personagens e acessórios, tornam-se propriedade

principal produto da marca (Totilo, 2024).

Posteriormente, entre os dias 10 e 23 de maio de 2024, os dados foram extraídos manualmente e sistematizados em tabela no formato csv. Na terceira e última etapa, codificamos⁸ os 250 *tweets* coletados. Conforme pontuamos anteriormente, Mihailidis (2014) propõe cinco habilidades, são elas a curadoria, a criação, a compreensão crítica, a participação e a colaboração. É importante ressaltar que além de serem desenvolvidas ao longo da vida, estas habilidades são inter-relacionadas e estão em constante transformação. Deste modo, Mihailidis (2014) afirma que um mesmo indivíduo pode apresentar diversas capacidades em diferentes graduações, de acordo com o contexto midiático que está inserido.

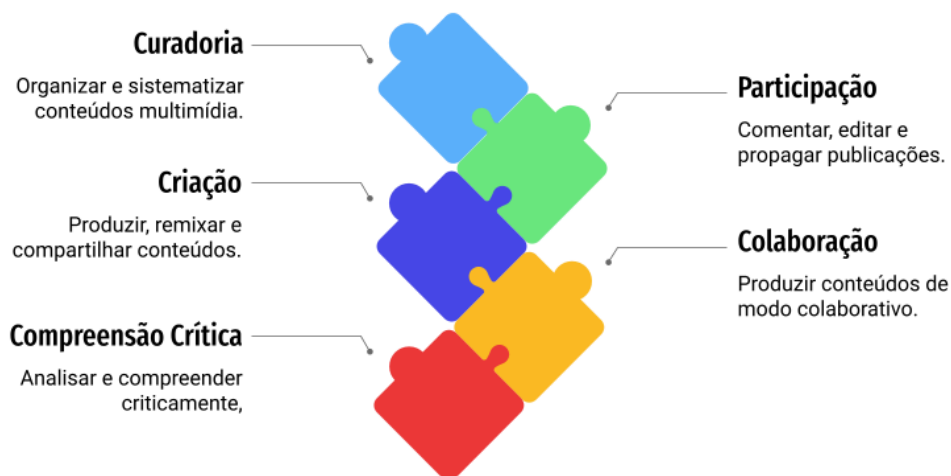


Figura 1: Habilidades propostas por Mihailidis (2014)

Fonte: Adaptado pelos autores (2024)

daquela conta e podem ser usados nos diferentes modos de jogo que compõem a plataforma, garantindo a continuidade da experiência a partir do avatar do jogador e outros itens cosméticos.

⁸ Dataset disponível em: <https://bit.ly/4bl7Vu>. Acesso em: 21 mai. 2024.

Segundo Mihailidis (2014) a habilidade da curadoria se refere a capacidade de organizar, filtrar, selecionar e sistematizar conteúdos midiáticos. O autor pontua que o volume de informação e a instantaneidade das redes sociais digitais tornam esta habilidade ainda mais necessária na contemporaneidade. A criação abrange a capacidade de produzir, remixar, compartilhar e adaptar conteúdos midiáticos em plataformas digitais (Mihailidis, 2014). De acordo com ele, o desenvolvimento dessa habilidade não precisa, necessariamente, contemplar o conteúdo desde a sua origem. Em outras palavras, a sobreposição, a colagem e o remix recorrentes do ambiente da cultura participativa, são pontos norteadores da criação. A habilidade da compreensão crítica se refere a capacidade analisar os conteúdos, identificando e distinguindo diferentes formatos, linguagens e gêneros a partir de suas semelhanças e idiosincrasias (Mihailidis, 2014).

Segundo Mihailidis (2014) a participação é pautada pela habilidade de comentar, editar e compartilhar publicações em diferentes plataformas em rede (fóruns, redes sociais, etc.) Neste sentido, o interagente deverá contribuir para a propagação de informações e conteúdos plurais e dinâmicos. A habilidade da colaboração abrange a capacidade de produzir, de modo colaborativo, conteúdos midiáticos em que cada interagente contribui de uma forma para o todo (Mihailidis, 2014). O autor afirma que a habilidade está ligada à cooperação e ao esforço coordenado e coletivo em rede.

A partir da análise dos conteúdos compartilhados pelo fã-vazador pretende-se apontar como sua relação com o universo ficcional do jogo fomentou um domínio da arquitetura informacional do X, inclusive com automação de criação de publicações a partir de bots, com planejamentos específicos para atender as necessidades dos jogadores brasileiros de *Fortnite*. Ao criar uma rede de vazadores internacionais nas quais baseia as informações que publica, - as traduzindo na maior parte das vezes - desenvolve um processo de curadoria que demanda uma série de habilidades e conhecimentos para que seja

feita de forma efetiva. Além disso, utiliza recursos de diferentes mídias e formatos para não somente informar, mas também posicionar-se enquanto fã dentro da comunidade.

Palavras-chave

Literacia midiática; videogames; fã vazador; *Fortnite*; X.

Referências

BORGES, G *et al.* **A qualidade e a competência midiática na ficção seriada contemporânea no Brasil e em Portugal.** Coimbra: Grácio Editor, 2022.

CIATELLARDI, M. *et al.* Transmedia Literacy: A Premise. **International Journal of Transmedia Literacy**, v.1, n.1, p. 1-10, 2015. Disponível em: <<https://bit.ly/3ECEQQf>>. Acesso em: 2 nov. 2021

GONZÁLEZ-MARTÍNEZ, J. *et al.* What's up with transmedia and education? A literature review. **Digital Education Review**, n.36, p. 207-222, 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/3wc6UqH>>.

FIGUEIREDO, A. L. **Disney investe US\$ 1,5 bilhão na Epic para criar universo de Fortnite.** Olhar Digital, 2024, online. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/2024/02/07/games-e-consoles/disney-investe-us-15-bilhao-na-epic-para-criar-universo-de-fortnite/>>. Acesso em 17 mai. 2024.

FURTUOSO, G. **Cultura de leaks e jornalismo de videogames** : Um estudo de caso de Fortnite. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social, 2022. Disponível em: <<https://bit.ly/42rY91a>>. Acesso em: 20 mai. 2024.

GEE, J. P. **What video games have to teach us about learning and literacy.** New York: Palgrave/Macmillan, 2003.

JENKINS, H. *et al.* **Reading in a Participatory Culture:** Remixing Moby-Dick in the English Classroom. Nova York: Teachers College Press, 2003.

LIVINGSTONE S. **Making Sense of Television - The Psychology of Audience Interpretation** 2.ed. Londres: Routledge, 2007.

MIHAILIDIS, P. **Media literacy and the emerging citizen:** youth, engagement and participation in digital culture. Nova York: Peter Lang, 2014.

MOORE, K & CARTER, M. (2021). **It is Not an Island It's A World: Fortnite and "Worldness"**. 54th Hawaii International Conference on System Sciences, 2021. Disponível em:



IV Encontro Virtual da ABCiber

Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura

Perspectivas Interdisciplinares e Reconfigurações na Ciberultura:
Dados, Algoritmos e Inteligência Artificial
Online — 20 e 21/06/2024

<https://www.researchgate.net/publication/348419864_It_is_Not_an_Island_It's_A_World_Fortnite_and_Worldness>. Acesso em: 17 de mai. 2024.

SCOLARI, C. Ecologia dos meios de comunicação, alfabetização transmídia e redesign das interfaces [Entrevista realizada por Fernanda Pires de Sá]. **Matrizes**, v.12, n.3, p. 129-239, 2018a. Disponível em: <<https://bit.ly/3GL1GqB>>. Acesso em: 20 mai. 2024.

SCOLARI, C. **Literacia transmedia na nova ecologia mediática** - Livro Branco. Barcelona: European Union Funding for Research & Innovation, 2018b.

TOTILO, S. **Exclusive: Fortnite's longtime lead creator Donald Mustard speaks about his epic run and what's next**. Game File, 2024, online. Disponível em: <<https://www.gamefile.news/p/donald-mustard-fortnite-agbo-shadow-complex>>. Acesso em 20 mai. 2024.

ZAGAL, J. P. **Ludoliteracy**: defining, understanding and supporting Games Education. Pittsburgh: Carnegie Mellon University, 2010.