

### Fãs-vazadores de *Fortnite* e literacia midiática:

#### uma análise do perfil @iannzits no X<sup>1</sup>

Gustavo Furtuoso<sup>2</sup>

Daiana Sigiliano<sup>3</sup>

Gabriela Borges<sup>4</sup>

**Resumo:** As discussões sobre literacia midiática e videogames ressaltam que os jogos podem estimular a aprendizagem informal dos jovens (Gee, 2003; Zagal, 2010). Um dos títulos mais populares nos últimos anos, *Fortnite* (Epic Games) utiliza a estética transmídia para criar um universo consistente e uma narrativa ampla espalhada em diferentes meios e formatos. Em sua comunidade de jogadores, alguns fãs especializam-se no processo de buscar e difundir informações, tornando-se fãs-vazadores, como é o caso do perfil @Iannzits, no X (antigo Twitter). O artigo tem como objetivo analisar, com base na proposta teórico-metodológica de Mihailidis (2014), os conteúdos publicados pelo fã-vazador ao final de uma temporada do jogo. Segundo o autor, no ambiente da cultura digital, a literacia midiática é norteadada, de modo geral, por cinco habilidades: curadoria, criação, compreensão crítica, participação e colaboração. Assim, podemos relacionar o engajamento espontâneo com videogames e narrativas transmídia com o desenvolvimento de competências midiáticas.

#### Palavras-chave

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

#### Introdução

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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](mailto:gfurtuoso@gmail.com).

<sup>3</sup> 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](mailto:daianasigiliano@gmail.com).

<sup>4</sup> 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](mailto:gaborges@ualg.pt).

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).

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).

### **O videogame como ferramenta educacional**

As discussões sobre a literacia midiática e os videogames ressaltam que os jogos podem estimular a aprendizagem informal dos jovens (Gee, 2003; Zagal, 2010). Segundo

Gee (2003; 2005), a natureza imersiva dos jogos possibilita experiências pedagógicas significativas, contribuindo para o desenvolvimento cognitivo e o pensamento crítico. Abrangendo a interação, a produção, a customização, o agenciamento, o pensamento sistemático, o conhecimento distribuído, entre outros (Gee, 2003; Zagal, 2010). Deste modo, para Gee (2009, p.2) a aprendizagem é algo inerente aos videogames,

[...] os bons videogames incorporam bons princípios de aprendizagem, princípios apoiados pelas pesquisas atuais em Ciência Cognitiva. Por quê? Se ninguém conseguisse aprender esses jogos, ninguém os compraria e os jogadores não aceitam jogos fáceis, bobos, pequenos. Em um nível mais profundo, porém, o desafio e a aprendizagem são em grande parte aquilo que torna os videogames motivadores e divertidos.

O autor (2005) afirma que o que impede que os jogos sejam adotados no ambiente escolar não é somente o custo financeiro, mas principalmente o estigma dos jogos. Neste sentido, o autor pontua que é fundamental uma mudança de paradigma na forma como o aprendizado é percebido e estruturado.

A discussão proposta por Gee (2003, p. 18) é norteadada pelo domínio semiótico, o termo se refere a “[...] um conjunto de práticas que recruta uma ou mais modalidades (tais como a linguagem oral ou escrita, imagens, equações, símbolos, sons, gestos, artefatos, etc.) para comunicar tipos distintos de significados<sup>5</sup>” (tradução nossa). Nesse sentido, o autor propõe a análise de videogames com base na reflexão de habilidades de decodificação, de compreensão dos significados de cada domínio semiótico e de produção de significados em cada contexto semiótico.

Alves (2010) afirma que os videogames demandam habilidades que ultrapassam o processo de estímulo e resposta. Os jogos exigem do interagente a capacidade de imergir e

---

<sup>5</sup> [...] set of practices that recruits one or more modalities (e.g., oral or written language, images, equations, symbols, sounds, gestures, graphs, artifacts, etc.) to communicate distinctive types of meanings.

compreender diferentes universos simbólicos, além de regras e códigos específicos daquele mundo ficcional em questão. Deste modo, cada jogo exige um entendimento distinto do interagente, seja por meio das regras, da jogabilidade, da sequência narrativa, da criação de personas *on-line*, etc.

De acordo com Johnson (2012) na contemporaneidade a prática de jogar videogames se torna cada vez mais complexa e polissêmica. Demandando dos interagentes diversas habilidades e competências críticas e criativas. Como ressalta (2010, p. 81) os jogos

[...] exigem uma imersão no ambiente do jogo, identificando e significando a simbologia existente para explorar os cenários, interagir com avatares, personagens não-jogáveis, com as questões para solucioná-las. Para tanto, é necessário planejar, antecipar, prever, simular, memorizar, armazenar objetos que são encontrados durante a jogada e que serão usados nos momentos adequados. A atenção aos detalhes, às imagens, aos mapas, ao inventário (espaço onde são armazenados objetos que serão utilizados mais tarde) são fundamentais para ganhar pontos, vencer o jogo, ocupar um espaço diferenciado frente ao clã.

Para Salen (2009) os jogos estimulam a capacidade do interagente de improvisar e de questionar regras, engendrando novas camadas interpretativas para o mundo ficcional proposto no cânone. A autora afirma que as chaves de leitura de um jogo mobilizam um tipo específico de alfabetização conectada, relacionada à capacidade de um jogador de interpretar e compreender como os sistemas operam e como eles podem ser transformados.

Baseado nas discussões de Gee (2003), Zagal (2010) afirma que os videogames requerem o desenvolvimento e o domínio de competências específicas, relacionadas não só a polissemia da prática interativa, mas ao universo simbólico proposto pelo jogo. Isto é, os videogames demandam habilidades aos artefatos culturais, sociais e tecnológicos nos quais estão inseridos. Estimulam, assim, a capacidade de explicar, discutir, descrever, interpretar

e/ou posicionar o jogo em contextos culturais, narrativos, ficcionais e tecnológicos diversos (Steinkuehler, 2004; Zagal, 2010; Gee, 2003).

### O Universo de Fortnite e os Fãs Vazadores

Lançado em 2017, *Fortnite* (Epic Games) utiliza a estética transmídia para criar um universo consistente e uma narrativa ampla que engloba as mudanças que acontecem no mapa, na jogabilidade e nas próprias possibilidades oferecidas pelo jogo. A franquia nasceu como um projeto que tinha como objetivo criar um jogo cooperativo de sobrevivência do estilo “defenda a torre”. Entretanto, no mesmo ano, a Epic Games fez uma mudança estratégica e lançou, gratuitamente, o modo Battle Royale, gênero que experimentava um pico de popularidade nessa mesma época. A iniciativa foi bem sucedida e ajudou a consolidar a franquia como um dos maiores títulos de videogames no mundo, status que mantém ainda quase uma década depois. Entre julho e agosto de 2024, por exemplo, o jogo contou com uma média superior a 220 milhões de jogadores ativos<sup>6</sup>.

Em sua face atual, *Fortnite* ampliou seu raio de atuação para além do modo original e do *Battle Royale*, funcionando como uma plataforma onde é possível criar seus próprios jogos, assim como acessar novos modos oficiais específicos, como o *Fortnite Festival* (focado em música), o *Rocket Racing* (corrida de carros) e o *Legos Fortnite* (sandbox de mundo aberto). Um dos motivos que explica o sucesso do jogo desde seu lançamento é o apelo da estética cartunesca e irreverente que se destaca em comparação a construções visuais mais realistas e graficamente violentas de jogos similares (Chan, 2018).

Para além do apelo estético, dois fatores importantes fazem de *Fortnite* um fenômeno que tem sucesso em manter a atenção contínua de seu público. O primeiro deles é se configurar como um ambiente virtual persistente que funciona ele próprio como

---

<sup>6</sup> Disponível em: <https://activeplayer.io/fortnite/>. Acesso em: 22 ago. 2024.

protagonista deste universo, transformando-se ao longo do tempo e construindo uma sucessão de eventos encadeados que constroem uma história (Feldman, 2018; Webster, 2021). Ao longo das semanas, o jogo recebe atualizações constantes que trazem a evolução de uma trama que funciona como aspecto secundário à *gameplay*. Embora não seja necessário entender a narrativa de *Fortnite* para jogar uma partida, ter contato com seu enredo fortalece os laços dos jogadores com a franquia. O uso do ambiente com objetivos narrativos é chamado de *environmental storytelling* (Carson; 2004). Tal estratégia motiva os jogadores a se manterem atentos às transformações que acontecem nas paisagens e locais do jogo, muitas vezes teorizando sobre o que elas podem significar ou tentando prever os próximos eventos.

O segundo fator é a temporalidade operada pelo jogo. Para dar conta das sucessivas transformações, que além de serem apenas narrativas mudam também as mecânicas de jogabilidade, *Fortnite* opera em temporadas. A cada mudança de temporada, novos locais surgem, há modificações nas armas e recursos do jogo, além de novos personagens e skins. A cada temporada também é lançado um novo passe de batalha, que ao ser comprado, garante ao jogador uma série de desafios e recompensas a serem conquistadas durante esse tempo. As recompensas costumam ter seu tema e estética relacionados à temática da temporada, e os desafios a serem feitos trazem pistas e informações sobre a evolução da ilha e a trama do jogo, de forma que comprar o passe de batalha é mais que apenas receber uma série de itens, mas participar ativamente da história e, de certa forma, presenciar todos esses acontecimentos (Furtuoso, 2022).

Essa dinâmica de temporadas ajuda diretamente na sensação de construção do mundo do jogo. *Fortnite* é criado para ser constantemente checado por seu público em níveis econômicos, narrativos e procedurais (Moore; Carter, 2021). Isso não diz respeito a ter apenas contato direto com o jogo, mas conectar-se socialmente com amigos e criadores de conteúdo para manter-se atualizado sobre todas as novidades. É justamente neste ponto

que a cultura do streaming, a criação de conteúdo dos fãs e o universo ficcional de Fortnite fazem sua interseção.

Por operar uma narrativa transmídia que se expande através de inúmeras peças distintas e com atualizações constantes, a comunidade do jogo se articula para cobrir todas as mudanças, visto que seria individualmente impossível dar conta de todos os elementos que são criados ininterruptamente. Junta-se a isso o fato de que *Fortnite* tem estabelecido parceria com inúmeras outras marcas e franquias, o que expande seu raio de interesse para além de apenas aqueles fãs que já acompanham o jogo habitualmente. Essa comunidade engajada, como propõe Lévy (1998), é capaz de construir uma inteligência coletiva, que possibilita a todos seus membros terem acesso ao conjunto de conhecimento acumulado até aquele momento. Por ter surgido num contexto em que as redes sociais já eram amplamente utilizadas para discussão de temas em tempo real, criando conexões assimétricas a partir de interesses, uma comunidade se forma ao redor desse fluxo de informações do jogo. Dentro de tal comunidade, alguns fãs apenas acessam informações, alguns também emitem opiniões, e outros especializam-se na criação de conteúdo e cobertura desses acontecimentos, tornando-se referência em diferentes plataformas sociais.

Alguns desses criadores de conteúdo vão além de apenas buscar e postar informações, tornando-se fãs-vazadores (Furtuoso, 2022). Como *Fortnite* atualiza periodicamente seus arquivos para trazer mudanças ao jogo, estes vazadores conseguem acessar diretamente alguns arquivos, descriptografá-los e, a partir de modelos 3D, trilhas de áudio e linhas de código, por exemplo, antecipar novidades que ainda nem foram anunciadas. Essas informações são postadas de forma rápida, contínua e seguindo a rotina de atualizações do jogo. Embora vazem conteúdo antes da hora planejada, a prática é tolerada e até incentivada pela *Epic Games*, que consegue manter o interesse na franquia e a conversação sobre ela de maneira orgânica. A prática de vazamentos é a base para toda uma cadeia de produção de conteúdos, que parte de redes sociais como o X, antigo Twitter, que

possibilita uma comunicação mais ágil e instantânea, e alimenta outras redes sociais, plataformas de vídeo, blogs e sites.

### **Percurso metodológico de análise**

Com 191 mil seguidores, o perfil @iannzits<sup>7</sup> é um dos mais relevantes no *fandom* brasileiro de *Fortnite*<sup>8</sup>. 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 vestiário<sup>9</sup> que foram criados inicialmente para o modo *Battle Royale*, que segue sendo o 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

---

<sup>7</sup> Disponível em: <https://x.com/iannzits> . Acesso em: 21 mai. 2024.

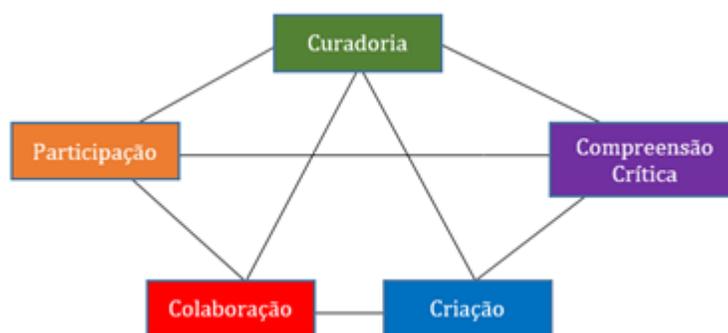
<sup>8</sup> Apesar de gerenciar contas em outras plataformas digitais tais como Instagram, Threads, Twitch, Tiktok, Youtube, Bluesky e um canal Telegram, o perfil no X é o mais ativo. Disponível em: <https://linktr.ee/iannzits>. Acesso em: 21 mai. 2024.

<sup>9</sup> 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 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.

terceira e última etapa, codificamos<sup>10</sup> os 247 *tweets* coletados.

Segundo Mihailidis (2014) a cultura digital engendra novos modos de produção, circulação e consumo dos conteúdos midiáticos, desempenhando um papel central na sociedade cívica. O autor pontua que no atual ecossistema de conectividade o desenvolvimento de competências ultrapassa as lógicas tradicionais das mídias, abrangendo a interpretação crítica de conjuntos interativos e multimodais, e a integração de distintas plataformas digitais. Neste contexto, Mihailidis (2014) destaca cinco habilidades básicas da literacia midiática, são elas: a curadoria, a criação, a compreensão crítica, a participação e a colaboração.

**Figura 1:** Habilidades propostas por Mihailidis (2014)



Fonte: Adaptado pelos autores (2024)

A partir de um esquema visual (Figura 1) o autor ressalta que as cinco habilidades são inter-relacionadas e em constante transformação. Além de serem desenvolvidas ao longo da vida, um mesmo sujeito pode apresentar diversas capacidades em diferentes graduações. Segundo Mihailidis (2014) a curadoria está relacionada à capacidade de organizar, filtrar, selecionar e sistematizar conteúdos. O autor pontua que historicamente o

---

<sup>10</sup> Dataset disponível em: <https://bit.ly/4b17Vu> . Acesso em: 21 mai. 2024.

sujeito sempre sistematizou objetos e informações, seja em museus, acervos e/ou bibliotecas. Porém, a instantaneidade das redes sociais e o constante compartilhamento de dados *on-line* tornaram a curadoria ainda mais pertinente na contemporaneidade.

De acordo com Mihailidis (2014) a criação integra a capacidade de produzir, remixar, compartilhar e adaptar conteúdos em plataformas digitais. O autor afirma que esta habilidade não precisa, obrigatoriamente, contemplar o conteúdo desde a sua origem. Isto é, a mistura, a colagem e o remix recorrentes do atual ecossistema de conectividade, são pontos norteadores desta habilidade. Mihailidis (2014) pontua que a criação ajuda na formação crítica do público, que não só produz conteúdo, mas compreende os formatos, as linguagens e os fundamentos característicos daquele contexto.

A compreensão crítica refere-se a capacidade de analisar conteúdos, identificando e distinguindo diferentes formatos e gêneros a partir de suas recorrências e especificidades (Mihailidis, 2014). Para Mihailidis (2014) o pensamento crítico é uma habilidade valiosa em um ambiente midiático pautado pela desinformação e a rápida propagação dos conteúdos em rede.

A participação abrange a habilidade de comentar, editar e propagar publicações em distintas plataformas em rede (fóruns, redes sociais, etc.) (Mihailidis, 2014). Mihailidis (2014) pontua que o interagente deverá promover a circulação responsável de informações e conteúdos plurais e dinâmicos. A colaboração está relacionada com a capacidade de produzir, de modo colaborativo, conteúdos em que cada interagente contribui de uma forma para o todo (Mihailidis, 2014). Neste sentido, a colaboração está diretamente ligada ao esforço coordenado e a cooperação em rede.

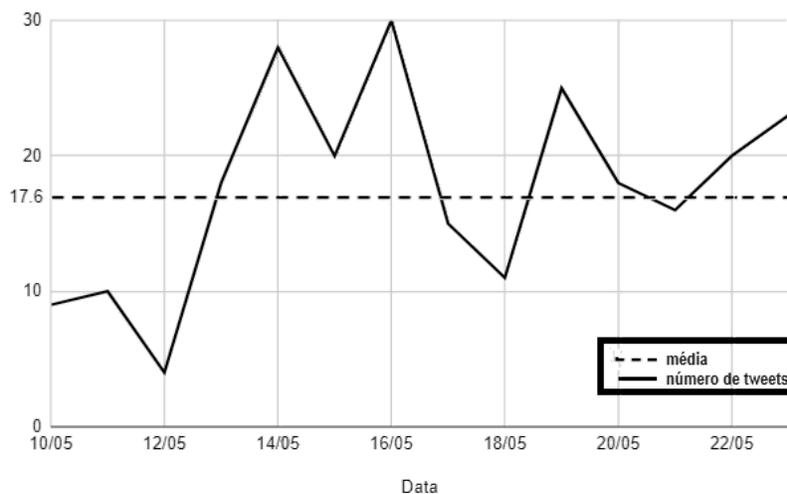
A partir da análise dos conteúdos compartilhados pelo fã-vazador pretende-se apontar como sua relação com o universo ficcional do jogo fomentou um domínio da arquitetura informacional do X, inclusive com automação de criação de publicações a partir de bots, com planejamentos específicos para atender 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.

### **Análise do perfil @iannzits no X**

No período analisado, foram levantados um total de 247 tweets no perfil @iannzits do X. O pico de publicações se deu no dia 16 de maio, com 30 tweets feitos em um mesmo dia [Figura 2]. A média de publicações, ao longo dos 14 dias monitorados, foi de aproximadamente 18 tweets por dia, o que mostra um compromisso com seus seguidores em mantê-los informados sobre todas as novidades. Cabe ressaltar que, embora compartilhe vazamentos sobre o jogo, o fã-vazador faz um trabalho mais relacionado à curadoria e tradução de vazadores internacionais, visto que a prática não é totalmente desenvolvida ainda no contexto brasileiro. Apesar disso, o perfil tornou-se uma das principais referências sobre o assunto na comunidade brasileira, em especial pela cobertura contínua e atualizada de tais vazamentos.

**Figura 2** - Número de tweets com relação ao tempo



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Dentre a amostra, o uso de alguns recursos foi identificado com certa recorrência [Quadro 1]. Hashtags, por exemplo, estavam presentes em aproximadamente 77% dos tweets, servindo como forma de sinalizar o tipo de conteúdo publicado. Recursos multimodais como imagens, vídeos e gifs também foram amplamente utilizados, assim como a interação com outros perfis na plataforma. Cada recurso é utilizado pelo leaker com um propósito específico, como será detalhado a seguir. A partir de agora, serão utilizados exemplos encontrados no período de coleta para ilustrar as cinco habilidades propostas por Mihailidis (2014) na produção de conteúdo do fã-vazador, assim como os recursos empregados por ele para construir sua comunicação.

**Quadro 1** - Recursos utilizados nas publicações do perfil @iannzits

Recurso	Ocorrência	Porcentagem (%)
Hashtag	189	77
Emoji	94	38
Imagem / captura de tela	82	33

RT	73	30
Vídeo	45	18
Sinalização de anúncio (#ad)	38	15
Vazamento	37	15
Imagem gerada por IA	24	10
Menção a <i>leakers</i>	19	8
Sinalização de spoiler	13	5
Thread	10	4

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

### Curadoria

A partir da definição de Mihailidis (2014) a curadoria trata da capacidade de organizar, selecionar e sistematizar conteúdos. A partir do perfil analisado, podemos compreender a habilidade de forma transversal em toda a produção de conteúdo, visto que o fã-vazador precisou delimitar seu alcance editorial. Sua produção passa por vazamentos, propagação de informações oficiais, interação com a comunidade, emissão de opiniões pessoais e criação/compartilhamento de memes. Diferentemente de uma página exclusivamente informativa, Iannzits também atua enquanto fã que faz parte da comunidade, como um jogador que experiencia o universo ficcional. Neste caso, dentre os recursos oferecidos pelo X que foram listados na Tabela 1, o fã-vazador utilizou a indexação por hashtags, atribuição de emojis e uso imagens ilustrativas [Figura 3].

**Figura 3** - Habilidade de curadoria



Fonte: X (2024)

Nos tweets em questão, por exemplo, o emoji de um cadeado aberto foi associado à prática de vazamentos, informando que novos arquivos foram descriptografados. Já no tweet que anunciava novos lançamentos de skins, a hashtag #ad foi incluída para identificar que tratava-se da divulgação de um produto na loja do jogo. A escolha de etiquetas para os diferentes tipos de publicação ajuda seus seguidores a se orientarem com relação aos tipos de conteúdos que veicula. Além disso, a habilidade de curadoria também pode ser percebida no uso de referências, memes e a abordagem de temas correlatos que não pertencem ao universo de Fortnite. Iannzits, por exemplo, compartilhou o anúncio do jogo Grand Theft Auto 6 (GTA 6) - que não faz parte do universo transmídia de Fortnite - mas que é uma informação importante para fãs de videogames no geral. Isso mostra um conhecimento de público para criar conteúdos e estratégias de comunicação que sejam mais efetivas dentro

da comunidade.

### **Criação**

A habilidade de criação inclui produzir e compartilhar conteúdos nas plataformas digitais (Mihailidis, 2014). A habilidade contempla também a possibilidade do remix, ou seja, a apropriação e adaptação de conteúdos para outros contextos. Isso é evidente na produção do perfil Iannzits em publicações que o fã cria imagens e vídeos a partir de softwares de edição, demonstrando domínio na produção técnica e textual de conteúdos. Um fato que chama atenção no levantamento é o uso de imagens geradas com uso de inteligência artificial [Figura 4]. Apesar de ser uma tecnologia que teve sua popularização mais recente, o fã-vazador programou um bot para acessar diretamente os arquivos do jogo e montar, automaticamente, uma tabela com todos os itens disponíveis na loja, que rotaciona diariamente às 21 horas. Assim, seus seguidores têm acesso praticamente instantâneo aos itens que estão sendo vendidos, sem precisar acessar o jogo.

**Figura 4** - Habilidade de criação



Fonte: X (2024)

O domínio de tal habilidade reforça a aprendizagem informal desempenhada pelo fã, que a partir de um interesse espontâneo no universo ficcional vai atrás de informações para aprimorar sua prática de produção de conteúdo. A habilidade também pode ser vista na produção de artes para identidade visual do perfil, que seguem um mesmo padrão estético e garantem seu reconhecimento ao longo das diferentes redes sociais em que atua. Ao demonstrar conhecimento acerca dos formatos e características específicas para comunicação em rede, o fã consegue otimizar seus conteúdos, incluindo capturas de tela quando estas são convenientes, ou criando threads de conteúdo que mostram a evolução de determinado acontecimento dentro do universo ficcional. Os recursos do X empregados no contexto de tal habilidade foram principalmente o uso de imagens, vídeos, capturas de tela e imagens geradas por inteligência artificial.

### Colaboração

Ainda tratando da possibilidade de apropriação e adaptação de conteúdos, a habilidade de colaboração pode ser notada na forma como informações obtidas por diferentes fãs-vazadores ao redor do mundo são incorporadas e traduzidas por Iannzits para os seguidores brasileiros. A habilidade de colaboração trata da capacidade de produzir conteúdos colaborativos que envolvem a participação de diferentes interagentes (Mihailidis, 2014). Essa cooperação em rede pode ser notada a partir dos tweets focados em vazamentos e discussão de teorias, que envolvem a formação de uma inteligência coletiva. Um exemplo é a discussão em torno de um teaser de lançamento da nova temporada do jogo, que trazia a imagem de um novo local que seria adicionado ao mapa [Figura 5].

**Figura 5** - Habilidade de colaboração



Fonte: X (2024)

A figura divulgada oficialmente pela Epic Games era vaga e trazia informações parciais, com uma coloração artificial e sem uma dimensão total da localidade. Entretanto, a

partir de pequenos detalhes ao fundo, o perfil @alignedeclipse conseguiu identificar exatamente qual local do mapa seria substituído. A partir da descoberta, Iannzits compartilhou a imagem indicando que possivelmente a Estância da Esgrima seria substituída pelo Nitródromo com o lançamento da nova temporada, o que de fato aconteceu. Muitos exemplos semelhantes foram encontrados no levantamento, incluindo desde vazamentos descryptografados por vazadores até a identificação de uma mensagem em código morse escondida na animação de relâmpagos que aconteciam periodicamente na ilha do jogo. Tais enigmas são lançados pela desenvolvedora justamente para que os fãs se articulem e decifrem, em conjunto, os *easter eggs* e novidades escondidas nos teasers e trailers. Os principais recursos do X utilizados neste contexto foram retuítes e menção a outros perfis, criando um diálogo com outros vazadores que, juntos, descobriram e difundiram os vazamentos para a comunidade.

### Participação

Assim como a habilidade de colaboração, a participação envolve a interação entre membros da comunidade. Neste caso, entretanto, tal interação não acontece no sentido de criar um novo conteúdo, mas reforçar os laços entre os usuários através de comentários e compartilhamentos, por exemplo. A habilidade envolve ainda a capacidade de propagar publicações em plataformas variadas e promover uma circulação responsável de conteúdos. (Mihailidis, 2014). Diariamente, antes de publicar a rotação da loja de itens, o perfil compartilha postagens dos seguidores que o marcam em compras que fizeram. Além de compartilhar, Iannzits também comenta em resposta agradecendo o apoio.

A campanha “apoie um criador”, desenvolvida pela Epic Games, retorna aos criadores de conteúdo parte do valor gasto na moeda do jogo por compras feitas utilizando seu código na

loja. Assim, ao divulgar os itens sendo vendidos, o perfil inclui seu código para que os jogadores possam registrar seu apoio na plataforma do jogo. Para incentivar a prática, ele tomou como costume compartilhar as publicações que o marcam e agradecer pela iniciativa. Além disso, ele interage com seguidores que tiram dúvidas, fazem elogios e fazem piadas/memes com o universo de *Fortnite*. Enquanto fã, também compartilha opiniões, memórias e expectativas, que criam ambientes de discussão dos quais participa como jogador, e não necessariamente criador de conteúdo, o que gera identificação e senso de comunidade. Outro aspecto de participação observado, não diretamente através do levantamento, mas pela observação das outras redes sociais administradas pelo fã-vazador, é a capacidade de propagar as publicações ao longo de diferentes redes sociais, adequando-as para suas respectivas especificidades. Os principais recursos da Tabela 1 utilizados pelo perfil aqui também foram os retuïtes, utilizados para incentivar os seguidores a interagirem e apoiarem o conteúdo da página.

### **Compreensão crítica**

Por fim, a habilidade de compreensão crítica abrange a capacidade de avaliar conteúdos a partir de seus formatos e gêneros a partir de suas recorrências (Mihailidis, 2014). É uma habilidade que se torna cada vez mais importante diante de um contexto midiático permeado por desinformação e com alta velocidade de propagação. A partir da Quadro 1, foi possível associar o uso da hashtag #ad à habilidade, pois sinaliza a compreensão do fã-vazador com relação à sinalização de conteúdos publicitários para seus seguidores, como nos casos em que divulgava itens à venda na loja do jogo.

No período de monitoramento do perfil, também pudemos identificar alguns tweets que evidenciam tal habilidade, como no caso do perfil oficial do Fortnite Espanha, que supostamente estava dando pistas sobre o lançamento da nova temporada. O criador de

conteúdo havia compartilhado algumas informações postadas pelo perfil espanhol, mas alertou seus seguidores que estas ainda seriam checadas e confirmadas. Após certo tempo, ele retomou o assunto explicando que as supostas informações eram apenas formas de chamar atenção da comunidade, que estava ávida por novidades, para o lançamento de um canal de memes no Whatsapp. Ao anunciar a checagem dos fatos e compreender a estratégia empregada por um perfil supostamente confiável, Iannzits reforça um compromisso com seus seguidores. Além do exemplo citado, houve outros comentários em que ele refletia sobre características da comunidade, como sobre o fato de a desenvolvedora saber que pode contar com a articulação e colaboração dos jogadores para desvendar os enigmas criados dentro do jogo e nas peças de divulgação.

### **Considerações Finais**

O universo construído por *Fortnite*, apenas por sua estética transmídia, demanda uma participação ativa de seus fãs para conectar as peças disponíveis e vislumbrar a narrativa que engloba os diferentes produtos da franquia. Mas para além disso, a Epic Games passou a criar estratégias que já levavam em conta a inteligência coletiva do *fandom*, o que motivou os fãs a se engajarem ainda mais com o jogo e a desenvolver uma série de habilidades e conhecimentos para isso.

Fãs-vazadores, como no caso de Iannzits, tornam-se referência dentro das comunidades locais e globais de Fortnite ao prover informações que um jogador médio não teria acesso por conta própria. Mais que reunir informações relevantes e oficiais, esses perfis dedicam-se a antecipar os movimentos do jogo e colaborar diretamente com a expansão deste universo, agendando discussões nas redes sociais, estimulando a produção criativa e tornando-se peças que operam papéis que já configuram-se como essenciais para a indústria dos videogames.

O monitoramento do perfil do fã-vazador exemplifica as habilidades desenvolvidas por ele enquanto indivíduo, e como articula os recursos disponíveis na plataforma analisada para alcançar objetivos específicos. Do manejo de sua identidade e estabelecimento de interações sociais até uso de softwares de edição e inteligência artificial, uma gama de conhecimentos e técnicas foram acessadas para engajar-se com o universo ficcional de *Fortnite* de maneira criativa, comprometida e responsável. Isso ilustra a capacidade de universos ficcionais, em especial os que constroem uma narrativa transmídia, terem impacto no desenvolvimento da literacia midiática.

### Referências

ALVES, L. Letramento e games: uma teia de possibilidades. **Educação & Tecnologia**, v.15, n.2, p. 76 – 86, 2010. Disponível em: <https://bit.ly/348cnF9>. Acesso em: 17 ago. 2021.

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

Carson, D. **Environmental Storytelling**: Creating Immersive 3D Worlds Using Lessons Learned from the Theme Park industry. Game Developer, 2004. Disponível em: <https://encurtador.com.br/iJbyA>. Acesso em: 22 ago. 2024.

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: 17 ago. 2024

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. Orientadora: Marise Pimentel Mendes. Coorientadora: Gabriela Borges Martins Caravela. 2022. 107 p. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social, 2022. Disponível em: <https://bit.ly/42rY9Ja>. Acesso em: 17 ago. 2024

GEE, J. P. Bons video games e boa aprendizagem. **Perspectiva**, v.27, n.1, p. 167-178, 2009. Disponível em:

<https://periodicos.ufsc.br/index.php/perspectiva/article/view/2175-795X.2009v27n1p167>. Acesso em: 17 ago. 2024

GEE, J. P. Learning by Design: good video games as learning machines. **E-Learning**, v.2, n.1, p.5-16, 2005. Disponível em: < <https://journals.sagepub.com/doi/10.2304/elea.2005.2.1.5>>. Acesso em: 17 ago. 2024

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

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

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>. Acesso em: 17 ago. 2024

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

JOHNSON, S. **Tudo que é ruim é bom para você: como os games e a TV nos tornam mais inteligentes**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

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. **It is Not an Island It's A World: Fortnite and "Worldness**. 54th Hawaii International Conference on System Sciences, 2021. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/348419864\\_It\\_is\\_Not\\_an\\_Island\\_It's\\_A\\_World\\_Fortnite\\_and\\_Worldness](https://www.researchgate.net/publication/348419864_It_is_Not_an_Island_It's_A_World_Fortnite_and_Worldness)>. Acesso em: 17 de mai. 2024.

SALEN, K. Gaming Literacies: A Game Design Study in Action. **Journal of Educational Multimedia and Hypermedia**,v. 16, n. 3, p. 301-32, 2007. Disponível em: <https://www.learnlib.org/primary/p/24374>. Acesso em: 17 ago. 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: 17 ago. 2024

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



## IV Encontro Virtual da ABCiber

Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura

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

---

STEINKUEHLER, C. A discourse analysis of MMOG Talk. Proceedings from the Other Players, Center for Computer Games Research, IT University of Copenhagen, *Anais [...]*, p. 6-8, 2004. Disponível em: <https://bit.ly/34aW6ir>. Acesso em: 17 ago. 2024

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.