



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
GRADUAÇÃO EM GESTÃO DA INFORMAÇÃO

MATHEUS PAIVA BACALHAU

A UTILIZAÇÃO DE RECURSOS INFORMACIONAIS DOS
JOGADORES DE VIDEOGAMES

RECIFE, 2021

MATHEUS PAIVA BACALHAU

A UTILIZAÇÃO DE RECURSOS INFORMACIONAIS DOS JOGADORES DE VIDEOGAMES

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Universidade Federal de Pernambuco como parte dos requisitos necessários para obtenção do Grau de Bacharel em Gestão da Informação.

Orientador: Prof. Dr. Sílvio Luiz de Paula.

RECIFE, 2021

Biblioteca Joaquim Cardozo – Centro de Artes e Comunicação

B116u Bacalhau, Matheus Paiva
A utilização de recursos informacionais dos jogadores de videogames/
Matheus Paiva Bacalhau. – Recife, 2021.
69f.: il.

Sob orientação de Sílvio Luiz de Paula.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal
de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Departamento de Ciência
da Informação. Curso de Gestão da Informação, 2021.

Inclui referências e anexos.

1. Gestão da Informação. 2. Recurso Informacional. 3. Videogame. I.
Paula, Sílvio Luiz de (Orientação). II. Título.

020 CDD (22. ed.)

UFPE (CAC 2021-239)



Serviço Público Federal
Universidade Federal de Pernambuco
Centro de Artes e Comunicação
Departamento de Ciência da Informação

FOLHA DE APROVAÇÃO

A utilização de recursos informacionais dos jogadores de videogame

Matheus Paiva Bacalhau

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Banca Examinadora, apresentado e aprovado de modo remoto (online), conforme autorizado pelo PROACAD/UFPE em Ata de Reunião Virtual dos Coordenadores de Graduação do dia 12 de Maio de 2020, pelo Curso de Gestão da Informação, do Departamento de Ciência da Informação, da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Gestão da Informação.

TCC aprovado 17 de Dezembro de 2021.

Banca Examinadora:

Orientador – Prof. Dr. Sílvio Luiz de Paula.
DCI/Universidade Federal de Pernambuco.

Examinadora 1 – Profa. MSc. Marcela Lino da Silva.
DCI/Universidade Federal de Pernambuco.

Examinadora 2 – Profa. Dra. Claudinete de Fátima Silva Oliveira Santos.
CAA/UFPE.

Dedico este trabalho a todos aqueles que
contribuíram para meu crescimento.

AGRADECIMENTOS

Agradecer primeiramente a Deus por estar concluindo este trabalho da melhor forma, estando com saúde. Reconhecendo imensamente o apoio do meu pai José Rauriano Bacalhau e minha mãe Aline Rebeca, pois mesmo todo esse tempo de construção do trabalho não sendo fácil, com eles ao meu lado, todo problema rapidamente se transformou em solução. Também não poderia esquecer da minha irmã Melissa Rebeca a qual esteve diariamente convivendo por toda construção do trabalho. Além disto, gostaria de agradecer a todos os alunos da graduação de Gestão da informação e Administração que participaram da pesquisa, contribuindo para conclusão do mapeamento dos dados necessários. E por fim, gostaria de demonstrar meus agradecimentos e respeito ao professor Silvio de Paula, por estar me motivando e acreditando em meu potencial durante este processo, providenciando orientações crucias que ajudaram a enriquecer no desenvolvimento desse trabalho de conclusão de curso.

“A educação é a arma mais poderosa para você mudar o mundo.”

Nelson Mandela

RESUMO

Neste mundo no qual vivemos, a cada dia estamos mais inseridos na era digital, sendo necessário entender como toda essa informação que está sendo produzida e utilizada por diversos meios tecnológicos está influenciando no cotidiano da sociedade, buscando assim entender seus comportamentos. Os jogos, por sua vez, possibilitam para seus usuários momentos na qual precisam tomar decisões e resolver dificuldades momentâneas, portanto, é um processo que poderá permitir a sociedade compreender melhor o ambiente informacional que está inserida (AGUILERA; MÉNDIZ, 2003). Mediante exposto, este trabalho tem como objetivo investigar empiricamente a abrangência da utilização de recursos informacionais associados à alunos de graduação no contexto de videogames. Considerou-se nesta pesquisa uma abordagem quantitativa, para tanto, foram aplicados 542 questionários em alunos da UFPE, sendo 395 do curso de Administração em 2018, o que representa 44,33% do corpo de alunos com idade média de 27 anos, e 147 do curso de Gestão da Informação em 2020, o que corresponde a 59,74% do corpo de alunos do curso com idade média de 23 anos de idade. Para a análise dos dados empregou-se a estatística descritiva. No que se diz respeito as fontes de informações, baseado na pesquisa os principais canais de comunicação usado para auxiliar no jogo são amigos ou colegas que jogam (44%), mostrando, portanto, que as relações interpessoais contribuem para o jogo. Além dos dados citados anteriormente, as amostras apresentam sutis diferenças entre os dois grupos pesquisados, desvelando as principais fontes de informações utilizadas nos jogos, a quantidade e a qualidade da informação recuperada. Registra-se ainda o perfil do jogador e as características dos jogos utilizados, bem como o tempo de interação, as principais plataformas utilizadas e os motivadores dos jogos utilizados.

Palavras-Chave: Recurso informacional. Gestão da informação. Videogame.

ABSTRACT

In this world we live in, every day we are more inserted in the digital age, it is necessary to understand how all this information is being produced and used by different technological means is influencing the daily life of society, thus seeking to understand their behavior. Games, in turn, provide their users with moments in which they should make decisions and resolve momentary difficulties, therefore, it is a process that will allow society to better understand the informational environment in which it is inserted (AGUILERA; MÉNDIZ, 2003). Through the above, this work empirically investigates the scope of the use of informational resources associated with undergraduate students in the context of video games. A quantitative approach was considered in this research; therefore, 542 questionnaires were applied to UFPE students, 395 from the Administration course in 2018, which represent 44.33% of the student body with an average age of 27 years, and 147 of the Information Management course in 2020, which corresponds to 59.74% of the body of students in the course with an average age of 23 years old. For data analysis, descriptive statistics were used. Concerning information sources, based on the research, the main communication channels used to assist in the game are friends or colleagues who play games (44%), thus showing that interpersonal relationships contribute to the game. In addition to the abovementioned data, the samples show subtle differences between the two groups surveyed, revealing the main sources of information used in the games, the quantity and quality of the information retrieved. The player profile and the characteristics of the games used are also registered, as well as the interaction time, the main platforms used and the motivators of the games used.

Keywords: Informational resource. Information management. Videogame.

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Análises relacionadas aos jogos.....	43
Quadro 02 - Análises relacionadas a fontes de informação	43

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Histórico de lançamentos dos consoles	30
--	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 - Crescimento do número de empresas na industrias de games	31
Gráfico 02 - Faturamento das empresas na indústria de games.....	32
Gráfico 03 - Principal ocupação gestão da informação	43
Gráfico 04 - Principal ocupação administração	44
Gráfico 05 - Atividade profissional Gestão da Informação.....	45
Gráfico 06 - Atividade profissional Administração.....	45
Gráfico 07 - Utilização dos computadores, GI	46
Gráfico 08 - Utilização dos computadores, ADM	46
Gráfico 09 - Acesso ao desktop/notebook em casa, GI.....	47
Gráfico 10 - Acesso ao desktop/notebook em casa, ADM.....	47
Gráfico 11 - Você joga no celular/ você possui smartphone? GI.....	48
Gráfico 12 - Você joga no celular/ você possui smartphone? ADM.....	49
Gráfico 13 - Você joga em qual plataforma? (GI & ADM)	49
Gráfico 14 - Gênero mais jogado pelos usuários (GI & ADM)	50
Gráfico 15 - Canais usado pelos usuários para auxiliar nos jogos	51
Gráfico 16 - Quantidade de informação buscada, GI	51
Gráfico 17 - Quantidade de informação buscada, ADM	52
Gráfico 18 - Utilidade da informação buscada, GI.....	52
Gráfico 19 - Utilidade da informação buscada, ADM.....	52

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Vendas dos consoles por ano.....	29
Tabela 02 - Distribuição geográfica das indústrias de games no Brasil	31
Tabela 03 - Vida acadêmica	44
Tabela 04 - Desempenho acadêmico	45

LISTA DE ABREVIações E SIGLAS

GI	Gestão da Informação
ADM	Administração
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco
SEGA	Sega Corporation
CD-ROM	Compact Disc Read Only Memory
RPG	Role Playing Game
PSN	PlayStation Network
DVD	Digital Versatile Disc
ANCINE	Agência Nacional do Cinema
IBJD	Indústria Brasileira de Jogos Digitais
BBC	British Broadcasting Corporation

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	15
1.1	OBJETIVO GERAL.....	16
1.1.1	Objetivos específicos.....	16
1.2	JUSTIFICATIVA	17
1.3	ESTRUTURA.....	17
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	19
2.1	VIDEOGAMES.....	19
2.2	GESTÃO DA INFORMAÇÃO.....	33
3	METODOLOGIA.....	39
3.1	POPULAÇÃO, AMOSTRA E PARTICIPANTES.....	40
3.2	COLETA DE DADOS.....	40
3.3	ANÁLISE DE DADOS.....	41
4	RESULTADOS.....	43
4.1	CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA.....	43
4.2	RELAÇÃO COM OS JOGOS.....	46
4.3	RELAÇÃO COM AS FONTES DE INFORMAÇÕES.....	50
5	CONCLUSÃO.....	54
	REFERÊNCIAS.....	57
	APÊNDICE A – Instruções para coleta de dados.....	60
	APÊNDICE B - Questionário.....	60
	APÊNDICE C - Questionário extra.....	69

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho ressalta a importância dos jogos eletrônicos correlacionados com os recursos informacionais que constantemente estão sendo produzidos pelos jogadores. Isso se evidencia quando o jogo possibilita para seus usuários momentos na qual precisam tomar decisões e resolver dificuldades momentâneas, essas características são bastantes relevantes no ambiente profissional em qual vivemos, outro atributo bem importante na qual ajuda a desenvolver são os pensamentos de planejamento estratégico que ajudam em todo o momento no dia a dia da sociedade (AGUILERA; MÉNDIZ, 2003). Neste contexto, o jogo se trata de um conjunto de atividades na qual os tomadores de decisão que são os jogadores precisam passar pelos desafios, onde existem regras bem definidas (ARAÚJO *et al.*, 2012).

A tecnologia da informação e comunicação são áreas de muita relevância para nossa sociedade, principalmente quando envolvemos os jogos digitais na educação, pois é através desse meio que muitos professores atualmente usando essa ferramenta possibilita uma experiência rica para o aluno, com bastante exigência cognitiva que ajuda no aprendizado. Dessa forma são utilizados mundos fantasias para divertir com objetivo de facilitar o desenvolvimento de suas habilidades, além do mais serve muitas vezes como força de motivação que estimula o estudante buscar a aprender (FALKEMBACH; GELLER; SILVEIRA, 2006). Portanto, quando estamos observando os jogos no mundo digital, entre as mais diversas inovações tecnológicas podemos perceber que muitas das novidades seja de software, hardware, entre outros, são primeiramente pensadas para os mundos dos games, pois é através desse meio que se encontra o público mais fanático, pela qual o mercado movimenta bastante dinheiro.

Considerando este grande desenvolvimento tecnológico por meio dos jogos, com o passar do tempo mudou a forma como a sociedade consumia o entretenimento, pois fora as produções através das empresas de desenvolvimento, neste aspecto ocorria muita disseminação de conhecimento principalmente por causa de seu envolvimento com a educação e comunicação (BARBOZA; SILVA, 2014). Os fliperamas por sua vez foi um dos primeiros contatos com jogos digitais que as pessoas tiveram, se tratava de uma máquina robusta composta por um gabinete normalmente feito de madeira, monitor, uma fonte de alimentação e sistema para rodar os jogos, sendo assim nesta época jogos como

o Tetris que usavam a estratégia com raciocínio lógico para conseguir melhores pontuações foram de grande sucesso na comunidade.

A informação está presente em todo tipo de atividade humana, não importa o contexto, sempre vai existir. Por isso a comunicação ajuda neste processo de produção de novos recursos, tendo em vista que a tecnologia se torna uma característica muito importante para sociedade, dessa maneira é através desses meios que a sociedade vai mudando pouco a pouco. No entanto, esse processo vem sendo acelerado pelo aumento da disseminação nos ambientes digitais, consequentemente influenciando a forma pela qual as empresas lidam com as informações produzidas.

No mundo da tecnologia da informação, os jogos são parte fundamental para o desenvolvimento intelectual da sociedade, outro fator que também contribuem são as relações interpessoais, pois existem muitas comunidades de jogadores, sites, vídeos, etc. Dessa maneira, percebe-se que este contexto possui muita informação sendo produzida e disseminada entre os usuários, tornando assim atributo relevante de ser compreendido em relação aos recursos informacionais presentes (PAULA; SOUZA, 2019).

Segundo Fiani (2006), a Teoria dos Jogos tem como objetivo entender as situações de conflitos dos jogadores e como ocorre a cooperação entre eles, consequentemente para resolução desses conflitos são necessárias tomadas de decisões que precisão ser realizadas de forma estratégica, porém para contribuir para essas escolhas dos jogadores são usadas fontes informacionais que são desde uma comunicação entre usuários, como também pesquisas em sites especializados. Portanto os recursos informacionais bem utilizados podem contribuir bastante para tomada de decisões mais assertivas no contexto dos videogames, mas também se estende ao mundo organizacional.

Assim esse trabalho tem o problema de pesquisa: “Como funciona a utilização dos recursos informacionais no mundo dos jogos digitais?”. Buscando responder o problema de pesquisa, apresenta-se a seguir os objetivos definidos e a estrutura do documento.

1.1 OBJETIVO GERAL

Investigar empiricamente a abrangência da utilização de recursos informacionais associados à alunos de graduação no contexto de videogames.

1.1.1 Objetivos específicos

- Mapear o perfil sociodemográfico dos usuários de videogame;
- Identificar as necessidades e recursos informacionais dos jogadores;
- Analisar a quantidade das informações produzidas pelos recursos informacionais;
- Analisar a utilidade dos recursos informacionais dos jogadores.

1.2 JUSTIFICATIVA

Neste mundo da era digital no qual vivemos, é necessário entender como toda essa informação que está sendo produzida e utilizada por diversos meios tecnológicos, está influenciando no cotidiano da sociedade. Para justificar e responder os objetivos propostos foi, então, analisado o processo do uso dos recursos informacionais no viés de videogames e buscando compreender a qualidade de informação que está sendo utilizada. Pois há sempre a necessidade de tomada de decisões, analisando tanto do ponto de vista do mercado que está todo dia mudando, quanto a partir de novos conhecimentos sendo disseminados entre as empresas. Tornando-se uma busca incansável pela inovação, mas para isso precisa de uma boa gestão das informações.

Analisar essas questões, portanto, é um processo que poderá permitir a sociedade compreender melhor o ambiente informacional que está inserida, como também para as empresas do mundo tecnológico entender que esses recursos são primordiais no seu dia-a-dia. Devido a serem ativos de grande valor, pois é a partir dos mesmos que serão possíveis tomar melhores decisões, visto que a qualidade dessas informações proporciona contexto melhores para inovação. Em meio acadêmico, este trabalho servirá como uma forma de apresentar a gestão da informação e como ela pode gerar valor através da gestão dos recursos informacionais produzidos em um contexto como nos videogames.

Além dos contextos que demonstram a importância do trabalho, existe a motivação pessoal do autor, que desde pequeno sempre esteve interagindo no ambiente dos jogos digitais e sendo entusiasta de videogames. Observa-se também que este é pioneiro ao abordar características de videogames aplicados ao contexto de recursos informacionais na Universidade Federal de Pernambuco, o que pode vir a motivar outros alunos explorarem mais o tema, assim como outros assuntos relacionados ao ambiente digital.

1.3 ESTRUTURA

Esta monografia é composta por Introdução, onde está sendo apresentado os componentes do objeto de estudo, o tema é apresentado mostrando sua importância para

sociedade, também é explicado a diretriz da pesquisa, sendo justificado o tema com a identificação dos objetivos. A segunda parte diz respeito ao Referencial Teórico. Sendo conceituado os jogos digitais mediante a uma revisão cronológica de desenvolvimento tecnológico nesta área, como também um embasamento teórico acerca da gestão da informação e seus recursos nos ambientes organizacionais.

A terceira parte é a Metodologia. Onde é estruturado a pesquisa em questão, como foi feita a fundamentação do trabalho, quais recursos foram utilizados e por que meios aplicados para coletar os resultados. A apresentação dos Resultados é explicada na quarta etapa, pela qual tem o objetivo de esclarecer as pesquisas realizadas, elucidando as informações obtidas e mostra através do conhecimento que o trabalho possibilitou ao leitor. Finalizando o trabalho com a parte da Conclusão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Serão abordados um histórico e conceitos relevantes sobre os videogames, e a gestão da informação associado a estes.

2.1 VIDEOGAMES

O jogo é uma atividade que está presente no dia a dia das sociedades desde os tempos primitivos até momentos atuais, a palavra vem do latim *Ludus* que tem como significado diversão, brincadeira. É neste ato que a criança começa a estimular o desenvolvimento de características como raciocínio lógico, memorização, curiosidade entre outros. A brincadeira, portanto, se torna essencial neste momento de criança, pois é nesse ato que ela vai aprendendo e desenvolvendo-se, desta forma não se pode imaginar esta fase sem brinquedos e diversão.

Segundo Huizinga (2005), descrever características culturais dos jogos como atos primários da vida animal, tão importantes como o raciocínio, o autor também descreve que os jogos existem muito antes da civilização humana, presente assim na vida dos animais a muito tempo.

O jogo é fato mais antigo que a cultura, pois esta, mesmo em suas definições menos rigorosas, pressupõe sempre a sociedade humana; mas, os animais não esperaram que os homens os iniciassem na vida lúdica. É-nos possível afirmar com segurança que a civilização humana não acrescentou característica essencial alguma à ideia geral de jogo. Os animais brincam tal como os homens (HUIZINGA, 2005, p.03)

Toffler (1980) caracteriza que nossa sociedade perpassa por momentos chamados “ondas” que se trata de revoluções e mudanças que ocorrem ao decorrer do tempo, sendo assim inicialmente tivemos a primeira “onda”, caracterizada pelo momento em que a raça humana deixa de ser puramente nômade para trabalhar e viver da agricultura, produzindo seus próprios alimentos. Mormente passamos pela segunda onda mudança da pura região agrícola para transformar-se em industrial, fase essa caracterizada principalmente pelo trabalho repetitivo de muito desgaste dos trabalhadores.

No momento em que vivemos estamos passando pela terceira “onda” citada pelo autor, nesse momento passamos por uma fase que não conseguimos pensar em limites para tecnologia, em que cada dia que passa são desenvolvidas nossas invenções, são

criadas novas ferramentas, mas tudo isso graças a era do conhecimento pela qual vivemos. Momento esse que a informação deixou de ser somente um agregador de valor, mas, sim, meio dominante para o desenvolvimento da sociedade, pois é por meio do conhecimento que vêm ocorrendo tantas inovações em todas as áreas. Dessa forma com tantas melhorias, os jogos eletrônicos não ficam de fora, pelo contrário só vêm cada vez mais quebrando barreiras e inovando, seja em qualidade gráficas melhores nos jogos ou em videogames com capacidades de um computador.

A revolução digital ocorre no final do século 20, a partir desta grande mudança ocorre um grande desenvolvimento no meio tecnológico, bem como nos softwares que são desenvolvidos, desta forma os primeiros jogos digitais começam a ser criados. Segundo Barbosa e Silva (2014) a história dos jogos eletrônicos começa com o osciloscópio que é um instrumento de medida eletrônica, utilizando essa ferramenta o físico William Higinbotham desenvolveu um jogo de tênis de mesa na década de 1950 que consideram como primeiro videogame da história.

Todo esse desenvolvimento dos jogos digitais vem chamando muita atenção e não passa despercebido por algumas instâncias da nossa sociedade, principalmente pelos centros propulsores de ensino e pesquisa (NEVES, 2010, p.1)

Segundo Xavier (2010), a forma de observar os games começou a mudar no mundo acadêmico, quando os pesquisadores passaram a pensar nos games como sendo não simplesmente um joguinho digital que ocupa o tempo livre da sociedade sem ser sério, portanto, com ajuda das pesquisas muitas descobertas para esse contexto foram sendo encontradas e desenvolvidas, aumentando ainda mais seu crescimento no mundo contemporâneo.

Por outro lado, segundo Novak (2010), existia um interesse muito forte nos games pelo exército norte-americano, fato esse percebido nos campos militares, pela qual a forma de distração dos jovens devido a treinamentos pesados, eram jogos eletromecânicos. Por tanto essa grande crescente de interesse por várias partes, criou um mercado de expansão muito grande, por isso cada novo game desenvolvido tem como características trazer alguma novidade para os jogadores, facilitando sua popularização pelo mundo.

Sendo assim o desenvolvimento dos games perpassa por várias etapas de criação e desenvolvimento, mas principalmente o momento que são definidos os conceitos do jogo, pois é nesta fase que a equipe responsável vai atribuir uma “cara” para sua aplicação. Dessa maneira a cada fase concluída o game deve estar cada vez mais perto deste conceito inicialmente proposto, tendo como objetivo final, “qualquer pessoa que for apresentada às informações tem de conseguir entender os objetivos do conceito do jogo” (CHANDLER, 2012, p. 215).

Tanto o processo de projetar um aparelho, como o de criar um jogo, envolve conhecimento e emprego de muita tecnologia, que, por sua vez, leva muito tempo para ser desenvolvida. O jogo Pokémon, que surgiu em 1996, levou seis anos para ser desenvolvido, gerou uma revolução no mercado, e a companhia japonesa Nintendo faturou bilhões de dólares em poucos anos (NATALE, 2013, p. 16).

O game por sua vez possui características bem peculiares comparadas aos jogos de criança de antigamente, pois um mesmo jogo pode ter regras diferentes dependendo do contexto social que está inserido, mas no caso do game isso não existe, pois tudo que deve ser seguido é definido no seu desenvolvimento, sendo assim as regras se torna única e fixo a todos os jogadores.

Na década de 1980, as casas especializadas em games eletrônicos só viviam lotadas de adolescentes que amavam jogos, pois eram nelas que as famosas máquinas eletromecânicas com jogos foram sendo familiarizadas, toda essa popularidade do termo videogame inicia-se com o fliperama depois foi sendo usando nos games que atualmente existe nas casas. “Antes do advento dos videogames, os games mais populares nesses locais de entretenimento eram as máquinas de pinball eletromecânicas” (NOVAK, 2010, p. 5). Neste período do crescimento das máquinas de arcade que eram responsáveis para rodar um jogo e possuem uma tela gráfica integrada, foi considerada a “era de ouro”, devido ao grande aperfeiçoamento dos jogos eletrônicos em todo o mundo, desta maneira surgiu um jogo icônico para várias gerações, o conhecido Pac-Man, que nos Estados Unidos vendeu 150 mil unidades, se tornando o principal marco desenvolvido para os arcades.

As máquinas de fliperamas possuem características bem peculiares com relação ao seu funcionamento, pois enquanto nos consoles o jogador liga e começa a jogar, nas máquinas de arcade o jogador precisa inserir fichas que vão liberar a sua utilização,

possuindo assim um limite de utilização de acordo com as vidas de cada jogo. Portanto para muitas pessoas que viveram nesta época, dizem que a experiência de jogar nessas máquinas é completamente diferente de estar em um console. A partir desse desenvolvimento das máquinas, necessitava ter mais jogos para o público, sendo assim Nolan Bushbell que na época era um engenheiro eletricitista se juntou ao seu amigo Ted Dabney, com objetivo de criar uma empresa de desenvolvimento de games, dessa forma surgiu a Atari. Logo em seguida, sem perder tempo, lançaram seu primeiro jogo o conhecido Pong, foi de grande sucesso na comunidade devido a sua simplicidade e sua jogabilidade fácil, caindo então nas graças do público em geral (ARANHA, 2004). Nos parágrafos seguintes são apresentados a linha do tempo dos surgimentos dos videogames.

Nesta fase da década de 1990, a grande maioria dos jogos foram sendo lançados em diferentes gêneros, porém um dos mais populares desse período foram os de luta, que por sinal envolveu bastante evoluções tanto no aspecto de jogabilidade, como também nos gráficos utilizados nos jogos. Em 1991, foi lançando a segunda versão do Street Fighter, o chamado Capcom Street Fighter II, neste jogo foi usando um estilo de animação dos personagens diferente, conhecido por *Sprites*. Segundo Power (2007 *apud* BATISTA *et al.*, 2007) *sprites* são imagens que dão movimento aos personagens, sendo realizado através de um conjunto de fotos que geram uma impressão para o jogador de movimento, por sua vez esse game em questão foi o mais popular nesta década. No ano seguinte uma empresa concorrente, lança o Mortal Kombat que é do mesmo gênero de luta, porém utilizaram uma nova forma de produzir movimento, dessa maneira foi capturado imagens de atores e transformada em animação dentro do jogo, devido a essa aplicação os personagens se tornaram mais realistas. No ano seguinte, a SEGA outra empresa que desenvolvia jogos para fliperama na época, desenvolveu um jogo chamado Virtual Fighter, que possuiu uma grande inovação revolucionária que é a popularização do processamento gráfico ser realizado em Tridimensional (3D), sendo incorporado em todos jogos desse momento para frente, principal característica nova observada, foi a mudança da visão da câmera do jogador.

Como passar do tempo muitos as tecnologias integradas aos jogos foram sendo aperfeiçoadas, com isso necessitava uma ferramenta pra comportar melhor os jogos, tanto na parte gráfica como também nas animações entre outros. Sendo assim em 1972, Raph Baer lança o primeiro console da história, o conhecido Odyssey 100, portanto este foi um momento muito importante para o crescimento dos videogames em todo mundo, pois

tornou algo mais convencional para toda as pessoas, o console em questão oferecia ao jogador doze jogos, sendo a maioria deles de esporte, como forma de acréscimo comercial era vendido um rifle para usar em jogos de tiro.

Os consoles são os próprios aparelhos de videogame, desenvolvidos para o uso doméstico, que, conectados a um aparelho de televisão, exibem um jogo, armazenado em cartucho ou CD-ROM, no qual o jogador interage, tentando vencer os desafios propostos pelo jogo (BRESCIANI, 2001 *apud* BATISTA *et al.*, 2007, p.6).

Esta primeira experiência de console inicialmente caiu nas graças das pessoas, chegando a vender 100 mil consoles e 20 mil rifles, porém em contrapartida não durou muito essa febre, pois devido a ser o início dessas gerações ele não tinha um gráfico tão apurado, outro fator que foi de muita importância para frustração da comunidade a quantidade de jogos oferecidos (CLUA; BITTENCOURT, 2005). Anos depois em 1976, foi lançado o primeiro console programado, o chamado FairChild Channel F, foi o primeiro a conseguir desenvolver uma técnica de trocar os jogos somente a partir da mudança do cartucho, sem precisar de muita dificuldade (BRESCIANI, 2001 *apud* BATISTA *et al.*, 2007). Porém acabou esbarrando nas mesmas complicações que o Odyssey, sem grande variedade nos jogos, preço do console muito caro para os consumidores e gráficos muito básicos sem nenhuma inovação.

Com o passar do tempo as empresas estavam começando aprender a fazer consoles, principalmente para agradar seu público-alvo, com isso a Atari de Nolan não tinha mais espaço para conseguir desenvolver um produto novo como o console, utilizando uma nova linha de produção, principalmente também pela falta de recurso para investir, por estes motivos ele decidiu vender a empresa por 28 milhões para Warner Communications, pois ela precisava desse novo capital para o melhor desenvolvimento (ARANHA, 2004). Portanto dessa forma em 1977, foi lançado o Atari 2600, foi considerado na época um dos maiores sucessos no ramo eletrônico, vendendo cerca de 25 milhões de unidades num período de cinco anos, tornando a empresa Atari dominadora de mercado nesta década dos anos 70 a 80 (SOUZA; ROCHA, 2005 *apud* BATISTA *et al.*, 2007). Após este período a empresa só crescia e se tornava a maior empresa, porém em 1984, sete anos depois do lançamento do último console da Atari, certo momento de instabilidade no mercado começou a acontecer, as vendas caíram, buscando tentar mudar esse cenário foi produzido muitos novos jogos, mas no fim das contas não tinha nenhuma

novidade, consequentemente a comunidade não comprava em grande escala, devido esta queda sete anos tentando mudar esse mercado fraco foi o limite para empresa, chegando ao fim da mesma (CLUA; BITTENCOURT, 2005).

Durante todo esse período outra empresa chamada Nintendo nesta época ainda não era tão famosa, lançou em 1983, no Japão um console Famicon que obteve 2,5 bilhões de vendas, dois anos após seu lançamento ele chega ao EUA com nome de Nintendo Entertainment System, continuando o mesmo sucesso que tinha feito na Ásia (CLUA; BITTENCOURT, 2005). Sendo assim foi muito importante esse desenvolvimento para ajudar a recuperação dos videogames, pois neste produto a qualidade dos equipamentos melhoraram possuindo boas novidades para comunidade voltar a comprar no mercado, desde personagens de jogos que cativavam as pessoas até imagens mais bonitas. Dessa maneira a empresa seguiu seu planejamento sem ter nenhum concorrente para atrapalhar, portanto muitos dos esforços foram voltados para ações de marketing que trariam clientes fiéis a marca, construindo assim seu pedaço do mercado de forma bem consolidada, ela crescia de forma tão única, que as melhores organizações de desenvolvimento de jogos tinham acordos de exclusividade. Com essa grande crescente ela se expandiu para além do Japão, conquistando mercado no EUA e no mundo todo, alcançando, portanto, 90% de tudo que era vendido no mercado de jogos eletrônicos nessa época era da Nintendo, ultrapassando a antiga Atari (BRESCHIANI, 2001 *apud* BATISTA *et al.*, 2007).

Seguindo os anos de evolução no mercado de videogames, muitas organizações não se sentiram confortável vendo uma única dominando sem concorrentes, dessa maneira a SEGA uma empresa que só desenvolvia os jogos até o momento, decidiu entrar para bater de frente com a Nintendo. Portanto em 1988, o primeiro console de 16 bits foi lançado, o chamado Mega Drive, possuindo um dos melhores processadores da época, sem falar do seu aumento de memória tanto para armazenar como também processamento gráfico, sendo assim as histórias dos jogos se tornava cada vez mais realistas, personagens com características inovadoras (CLUA; BITTENCOURT, 2005).

Posteriormente chegou a era dos CD-ROM nos computadores que neste momento era um concorrente muito grande dos videogames, devido a isso a Sega tentou incluir ao seu Mega Drive um acessório que com essa nova tecnologia de multimídia, o chamado Sega CD, mas por outro lado não foi muito bem aceito, por conta do seu preço elevado e para o momento irrelevante a inclusão do mesmo. Após alguns anos, em 1994, a Sega desenvolveu seu novo console, o chamado *Saturn*, agora já com as novas tecnologias e

com processadores muito potentes para atender a demanda dos jogos, tanto em formato 2D como também nos sucessos que era utilizado gráficos 3D, os recursos de CD foram muito bem integrados. Dessa maneira os jogos em formato bidimensional(2D) os personagens só podiam se movimentar de um lado para outro, ir para baixo e pular, quando chega a inovação do tridimensional (3D) os games ganham muito em seu desenvolvimento, pois os personagens conseguem alcançar até 5 graus de movimentação, sendo possível andar em diagonal e poder utilizar diferentes tipos de texturas, melhorando a experiência de realismo para os jogadores. (LOPES; BREYER; KELNER, 2016)

Porém mesmo com esse sucesso, meses depois chega ao mercado o grande concorrente do console da SEGA, através da Sony é lançado, o conhecido Playstation, possuindo processadores de última geração na época, dessa forma muitas empresas de *softhouse* no momento do lançamento já possuía permissão de desenvolvimento. Como também outro fator que ajudou o crescimento das vendas do mesmo foi a pirataria dos jogos, mesmo assim com gráficos muito bonitos e com uma jogabilidade incrível, portanto, em 1996 então começa uma nova dinastia agora da Sony, liderando o mercado em todos os aspectos, desbancando todos concorrentes (SOUZA; ROCHA, 2005 *apud* BATISTA *et al.*, 2007). Devido a sua versatilidade para desenvolvimento de jogos de fácil licença para mesma, a Sony em pouco tempo alcança números de maior quantidade de jogos para um console, contribuindo para esse crescimento outros acessórios se tornam essências, como o conhecido *Memory Card*, dispositivo responsável pelo armazenamento adicional para o console, outro instrumento que fez muito sucesso na comunidade foram os controles que vibram de acordo com a interação com os jogos, o famoso *Dual Shock*.

Neste mesmo ano de consolidação da Sony, a Nintendo tenta sua sacada para acompanhar esse crescimento da concorrência e lança no mercado o novo Nitendo 64, console que tinha uma proposta de placa gráfica muito boa, com imagens bem definidas e sons perfeitos, porém o primeiro ponto que não fez sucesso do mesmo, foi a continuação do armazenamento dos jogos por meio de cartucho. Por isso muitas empresas que era parceiras, desistiram de continuar criando jogos para Nintendo, consolidando ainda mais a força da Sony, um outro fator chave também para queda foi a falta de diversidade de gêneros de jogos, diferente do Playstation que possui uma gama bem diversa, graças a alta quantidade de desenvolvedoras ao seu lado (SOUZA; ROCHA, 2005 *apud* BATISTA *et al.*, 2007).

Anos depois desse crescimento, em 1998, a SEGA tenta uma nova investida no mercado para tentar alcançar a sua concorrente Sony, para adquirir novamente uma fatia de mercado que anos atrás possuía, portanto lançou neste ano o console chamado Dreamcast, foi o primeiro a possuir modem embutido para conectar a internet, tornando a experiência dos jogadores mais prazerosas devido, abrindo espaço portanto para jogos de RPG (*Role-Playing Game*) *on-line* como *Grandia II*, cujo gênero traz uma jogabilidade de forma que o usuário interpreta o personagem, numa maneira tal que se torna decisivo as escolhas tomadas nos desafios encontrados dentro do jogo(SILVA *et al.*, 2009). Por outro lado, a sua concorrente mesmo sem ter lançado nenhum console no momento, esfriou as vendas do Dreamcast só com a divulgação das especificações técnicas do futuro substituto ao Playstation que viria no ano 2000, devido a isso a SEGA corre para tentar produzir mais jogos para aumentar a biblioteca dos jogos para seu console, da mesma forma que também expandir a produção em massa, porém se depara com o problema nos fornecimentos dos *chips* gráficos usado no mesmo (LEITE, 2003).

Por conta de muitas divulgações pré-lançamento sobre o console da Sony no ano 2000, se tornou o mais aguardado por todos, sendo assim em Março no Japão foi lançado o Playstation 2, com recordes de vendas, a empresa disponibilizou nas lojas o primeiro lote com 1 milhão de unidades, aproximadamente 4 horas todo o estoque tinha sido vendido, como ele não só tinha o objetivo de atingir os jogadores de jogos eletrônicos como público-alvo, muito do seu uso inicial foi para assistir filmes, visto que no começo ele não possuía uma biblioteca muito grande de jogos (LEITE, 2003, p. 67-68).

Observando o crescimento da Sony, Bill Gates e sua equipe experiente da Microsoft desenvolve seu próprio console chamado XBOX para ser lançado em novembro do mesmo ano, tendo com o objetivo de superar todos seus concorrentes, para isso foi utilizado toda tecnologia que já possuíam em construir potentes computadores, sendo que neste caso usando no console, foi colocado uma placa para conectar à rede, também usou a placa gráfica de alta performance do chip da Nvidia (CLUA; BITTENCOURT, 2005). Um dos principais jogos que fizeram sucesso foi o Halo 2, um jogo de ação de tiro, na qual os jogadores em tempo real devem lidar rapidamente com os combates com os inimigos usando armas variadas e controlando suas munições (SILVA *et al.*, 2009).

A NPD Group é uma empresa americana voltada para pesquisas mercadológicas de muita influência, anos atrás em 2017 ela ficou classificada como a 8º maior empresa

de pesquisa nesse ramo no mundo (VGSW, 2008). Portanto segundo a mesma, foi analisado as vendas no Estado Unidos dos 30 primeiros meses após o lançamento de cada um dos seguintes consoles: PS2 (Playstation2), N64 (Nintendo 64) e XBOX. Sendo assim foi obtido os seguintes resultados:

- PS2 - \$17,199,692;
- N64 - \$10,980,990;
- XBOX - \$8,600,581.

Ao observar os resultados coletados é possível perceber que mesmo que o Nintendo apesar de ter sido lançado num período anterior aos outros dois consoles analisados, conseguiu vender muitas unidades, ficando na frente inclusive da Microsoft, foi tão bom que era considerado uma “febre” na sua época. No ano de 2005 a mesma empresa analisou os 10 jogos mais vendidos nos consoles, obtendo os seguintes resultados:

1. Madden NFL 06 (PS2), Electronic Arts, mais de \$2.9 milhões de vendas
2. Pokemon Emerald (GBA), Nintendo of America, mais de \$1.7 milhões de vendas
3. Gran Turismo 4 (PS2), SCEA, mais de \$1.5 milhões de vendas
4. Madden NFL 06 (Xbox), Electronic Arts, mais de \$1.2 milhões de vendas
5. NCAA Football 06 (PS2), Electronic Arts, mais de \$1.1 milhões de vendas
6. Star Wars: Battlefront II (PS2), LucasArts, mais de \$1 milhão de vendas
7. MVP Baseball 2005 (PS2), Electronic Arts, mais de \$970,000 de vendas
8. Star Wars Episode III: Revenge of the Sith (PS2), LucasArts, mais de \$930,000 vendas
9. NBA Live 06 (PS2), Electronic Arts, mais de \$820,000 vendas
10. LEGO Star Wars (PS2), Eidos, mais de \$800,000 vendas

Observando os resultados é claro o domínio da Sony nos consoles com mais jogos vendidos, porém a Nintendo com seu Game Boy Advance conseguiu alcançar o 2º lugar nas vendas devido ao seu jogo “febre” do momento o conhecido Pokemon Emerald, jogo do modo RPG *online* que utiliza de personagens animados que atacam com habilidades para vencer suas batalhas. Por outro lado, com relação às empresas de desenvolvimento,

o domínio ficou com Eletronic Arts famosa por seus jogos esportivos que sempre foi bem visto pela comunidade.

A Microsoft ao perceber que mesmo um console muito potente, com componentes bem superiores, mesmo assim não conseguia ser o líder de vendas do mercado, devido a isso o pensamento para evolução de geração, foi ainda mais forte o marketing em cima de sua rede online Xbox Live, pois se trata de uma rede onde os jogadores de todo o mundo se conectam para jogar, conversar entre outros, além do mais as desenvolvedoras de games começaram a ter contratos exclusivos de lançamento dos jogos, sendo assim ao pagar a mensalidade do serviço do Xbox você adquiria jogos únicos no console (TECHTUDO, 2013). Portanto, em novembro de 2005, chegou aos mercados o novo console da Microsoft, o conhecido Xbox 360, com incríveis processadores de última geração, junto com um capacidade incrível de armazenamento, sendo disponibilizado em dois versões uma mais barata com *joystick* com fio, e uma outra cara com mais memória junto com o *joystick* sem fio, porém diferente de outros lançamentos o console não vêm somente com qualidade em suas peças, possui a sua inovadora plataforma de entretenimento integrada, oferecendo uma experiência única naquela época (LEITE, 2003, p.70).

A Sony aguardou 1 ano para o lançamento da sua geração, diferente de sua concorrente ela já liderava o mercado, possuía sim um grande desafio de continuar o sucesso da antiga versão, dessa forma não precisava mudar muito seu plano, porém ela também inovou lançando a seu rede online a *PlayStation Network* (PSN), foi por meio da mesma que os novos consoles chegaram com *Blu-Ray*, formato que conseguiu substituir o DVD, devido a sua maior capacidade de armazenamento, proporcionando assim a compatibilidade com jogos de maior potencial. A partir de toda essa análise e planejamento no fim de 2006 a Sony lança o Playstantion 3, diferente do Xbox 360, optaram por eliminar os controles com fio, sendo assim o *joystick* que vinha de fábrica já era sem fio para todos, a principal dificuldade encontrada no foi o preço, pois ficou sendo o mais caro console da época (TECHTUDO, 2013).

A Nintendo buscando não ficara para trás na geração lança em novembro de 2006 o famoso Nintendo Wii, com muitas inovações, sendo a principal delas seu *joystick* funciona de forma sem fio, porém o console possui um aparelho sensorial de captação via *Bluetooth* pela qual os movimentos dos jogadores são recebidos e reproduzidos pelo personagem nos jogos, seguindo os concorrentes, a mesma também incluiu sua rede

online para poder jogar com pessoas de diversas partes do mundo. Fora esses fatores a empresa também teve como objetivo em ser o líder de mercado nos preços, sendo o mais acessível da sua geração para todos os consumidores. Portanto este console se voltou bastante para valorização do corpo na comunicação, sendo fator determinante para sua experiência jogando, por isso se diferenciou dos demais (PERANI; BRESSAN, 2007).

Segundo a NPD Group (VGSW, 2008) que realizou uma análise financeira das vendas para essa geração também, foi observado quantos consoles de cada empresa foram vendidos, no intervalo de tempo sendo, ano inicial de lançamento do Xbox 360 como primeiro da geração em 2005 até julho de 2009, obtendo os seguintes resultados visto na Tabela 01.

Tabela 01 - Vendas dos consoles por ano

Console	2005	2006	2007	2008	2009 (até 01/06/2009)	Total (até 01/06/2009)
PlayStation 3	0,00	688,000	2,557,600	3,544,900	1,120,000	7,910,000
Xbox 360	670,000	3,896,000	4,619,000	4,735,400	1,620,600	15,478,000
Wii	0,00	1,080,000	6,290,000	10,151,000	3,024,400	20,565,400

Fonte: NPD GROUP (VGSW, 2008).

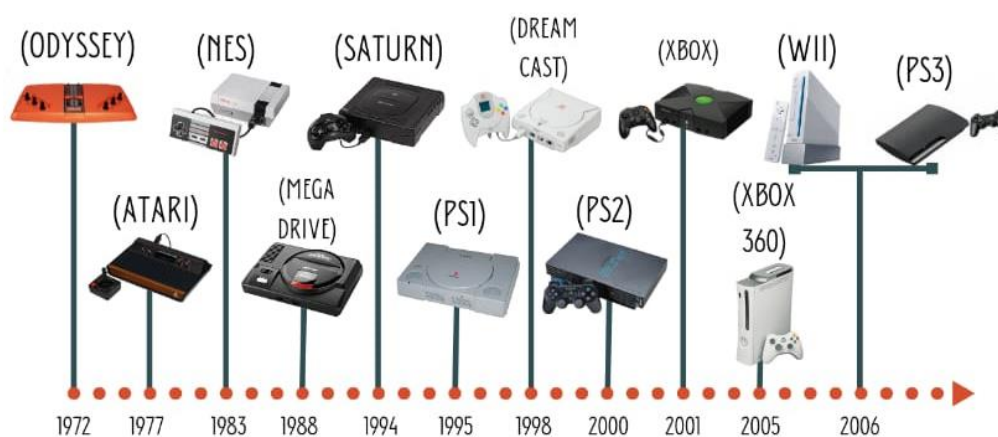
É possível perceber que realmente a estratégia de marketing de vendas da Nintendo deu certo, com seu console inovador, com preço muito acessível a todos conseguindo obter mais vendas neste período. Consequentemente a Sony com aplicação da tecnologia de *Blu-Ray* tornou o preço um pouco mais caro e ficou em último nesta análise. E para Microsoft foi muito boa a implantação e melhoria de sua plataforma em rede para os usuários interagirem de uma forma mais agradável e única. Na Figura 01 é possível observar a evolução temporal do lançamento dos consoles.

Para continuar todo esse entendimento sobre esse mundo dos games é importante também observar como nosso mercado nacional está posicionado, como funcionam as empresas que desenvolve para o Brasil.

O mercado de games é um objeto muito interessante para ser observado devido a ser uma das principais áreas de grande potencial de renda e trabalho para sociedade. O Brasil possui bons desenvolvimentos tecnológicos em setores privados, o que ajuda no crescimento da economia. Uma das atitudes mais recentes realizada pelo Governo, com

relação a incentivos a este ramo específico, foi em dezembro de 2016 através da ANCINE (Agência Nacional do Cinema), pela qual foi disponibilizado cerca de R\$10 milhões para fomentar as empresas de desenvolvimento de jogos digitais (AMÉLIO, 2018).

Figura 01 - Histórico de lançamentos dos consoles



Fonte: O Autor (2021).

Dessa maneira, o Governo Federal por meio do Ministério da Cultura realiza de 4 em 4 anos um Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais (IBJD). Ocorrendo o primeiro deles no ano de 2014 e o mais recente 2018. Este censo visa acompanhar como se dá o desenvolvimento dentro do país, analisando aspectos geográficos, socioculturais, éticos e produção com relação as empresas ou micro empresas e autônomos que são produtoras de jogos digitais. Portanto, a pesquisa é realizada com variados grupos de pessoas envolvidos neste contexto, dessa maneira pode ser observado a distribuição geográfica desses criadores de jogos digitais, representado pela Tabela 02, o censo de 2018.

O Brasil mediante a pesquisa possui 375 criadores de jogos digitais, entre elas estão empresas, microempresas e autônomos, dentro desse grupo 276 são formalizadas, que por critério do estudo são empresas pela qual estão regularizadas com o cadastro nacional de pessoa jurídica (CNPJ) e no caso de autônomo possui a formalização profissional que seria o microempreendedor individual (MEI), por outro lado existem um grupo de 99 não formalizadas. As principais cidades que se destacam São Paulo, Rio de Janeiro e em seguida Minas Gerais, que representam respectivamente 31% (118), 10,7% (40) e 8,5% (32) da totalidade da amostra. Dessa forma fica evidente nesta ilustração que muito da produção brasileira fica restrita a região Sul e Sudeste do país, somente as duas regiões representam 74,6% (206) de desenvolvedores formalizados.

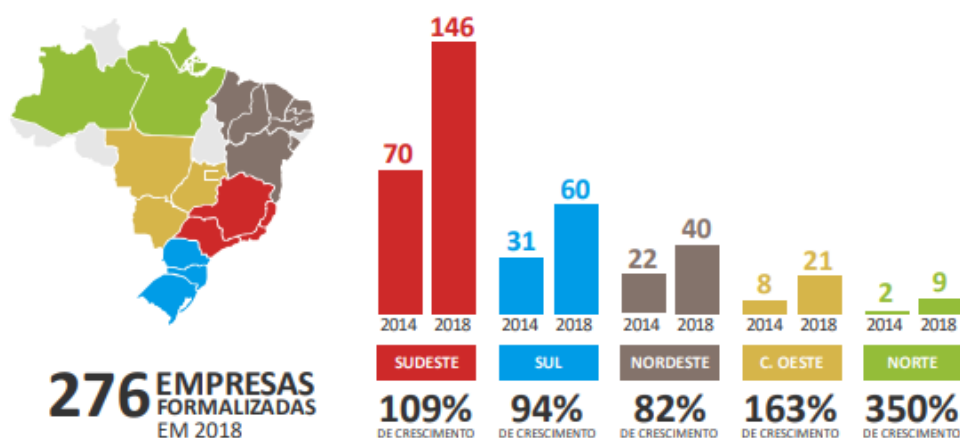
A partir dessa inferência foi possível realizar um comparativo entre o censo de 2014 com 2018, para poder observar como foi a evolução das regiões/cidades mediante as empresas de jogos digitais, representado no Gráfico 01.

Tabela 02 - Distribuição geográfica das indústrias de games no Brasil

REGIÃO	UF	FORMALIZADAS		NÃO FORMALIZADAS		TOTAL	%TOTAL
Sudeste	SP	91	33,0%	27	27,3%	118	31,5%
Sudeste	RJ	26	9,4%	14	14,1%	40	10,7%
Sudeste	MG	25	9,1%	7	7,1%	32	8,5%
Sul	PR	22	8,0%	8	8,1%	30	8,0%
Sul	RS	21	7,6%	5	5,1%	26	6,9%
Centro-Oeste	DF	15	6,2%	7	4,0%	22	5,9%
Sul	SC	17	5,4%	4	7,1%	21	5,6%
Nordeste	CE	9	3,3%	5	5,1%	14	3,7%
Nordeste	PE	9	3,3%	3	3,0%	12	3,2%
Nordeste	BA	8	2,9%	4	4,0%	12	3,2%
Nordeste	PB	7	2,5%	4	4,0%	11	2,9%
Norte	AM	5	1,8%	1	1,0%	6	1,6%
Sudeste	ES	4	1,4%	2	2,0%	6	1,6%
Nordeste	RN	3	1,1%	3	3,0%	6	1,6%
Centro-Oeste	MS	3	1,1%	1	1,0%	4	1,1%
Norte	PA	3	1,1%	0,0%		3	0,8%
Centro-Oeste	GO	2	0,7%	1	1,0%	3	0,8%
Nordeste	PI	1	0,7%	2	0,0%	3	0,8%
Nordeste	SE	2	0,4%	2,0%		2	0,5%
Centro-Oeste	MT	1	0,4%	1	1,0%	2	0,5%
Norte	AP	1	0,4%	0,0%		1	0,3%
Nordeste	MA	1	0,4%	0,0%		1	0,3%
Brasil	TODAS	276	100%	99	100%	375	100%

Fonte: 2ª Censo da IBDJ (2018).

Gráfico 01 - Crescimento do número de empresas na indústrias de games

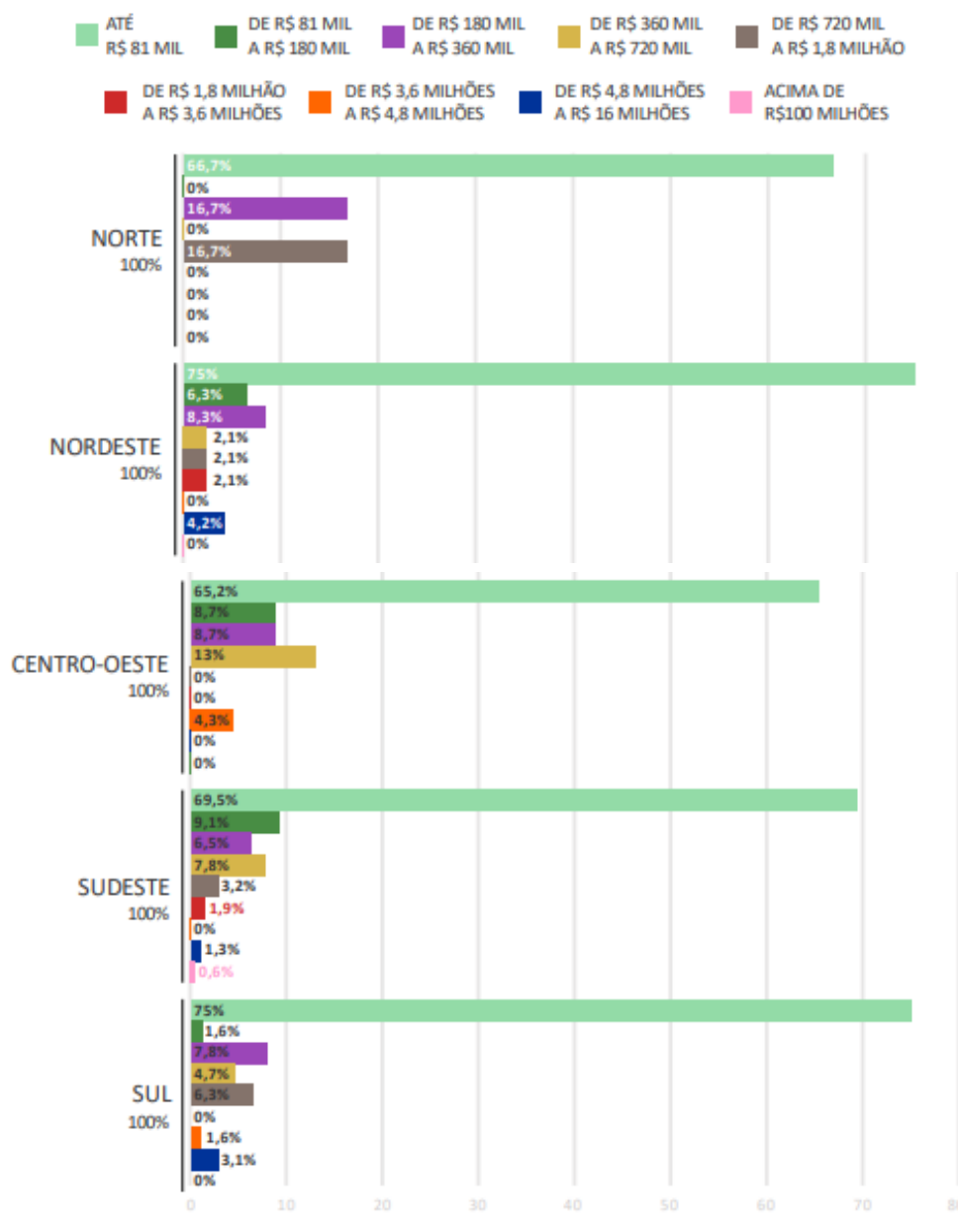


Fonte: 2ª Censo da IBDJ (2018).

Portanto, é possível perceber com esta comparação realizada que mesmo com certa dificuldade em determinadas regiões, este ramo da indústria vem em boa crescente com uma abrangência relevante no país, podendo ser encontrado não só mais nas principais capitais, mas também em alguns interiores dos estados, é tão perceptível que numa região como a norte onde a predominância de suas atividades econômicas é agrícola foi a qual obteve maior crescimento entre as regiões.

Posteriormente, foi realizado inferências com relação ao faturamento dessas empresas no ano de 2017 por região, resultado apresentando no infográfico do Gráfico 02.

Gráfico 02 - Faturamento das empresas na indústria de games



Fonte: 2ª Censo da IBDJ (2018).

Ao analisar os resultados encontrados é possível perceber que possuía uma média geral entre todas as regiões concentradas no faturamento até R\$ 81 mil, variando em porcentagem mínima de 65,2% na região Centro-Oeste e com máxima de 75% no Nordeste e Sul, dessa maneira podemos constatar que apesar da grande diferença em quantidade de desenvolvedoras, com relação a parte financeira, elas se aproximam bastante.

2.2 GESTÃO DA INFORMAÇÃO

À medida que começamos a observar essa evolução nos processos de disseminação da informação começamos também a entender sobre a importância das fontes informacionais para estas empresas, sendo assim essas empresas começam a olhar para informação com outros olhos, sabemos que as fontes são diversas com uma variedade de segmentos de negócios bem amplo que encaixa em diversos ambientes da empresa, desde os internos até os mais distante como os externos, serve portanto como um “termômetro” que ajuda na monitoração do funcionamento do ambiente organizacional (BARBOSA, 2002). Por isso, as informações nas instituições se tornam muito valiosas para auxiliar o desenvolvimento dos negócios, visto que através de boas fontes podem ser extraídos importantes contribuições para uma tomada de decisão mais assertiva para o contexto organizacional, outro ponto que as fontes são importantes é o processo de inteligência empresarial, segundo Sutton (1988), quatro fontes contribuem nesse processo, sendo elas:

- Fontes internas: Está relacionado com a parte de vendas, uma pesquisa mercadológica ou planejamento estratégico e relacionados;
- Contato direto com o setor do negócio: Trata-se diretamente do contato com clientes, fornecedores, distribuidores, consultores e relacionados;
- Informações publicadas: Trata-se de periódicos sobre o setor, material das empresas do ramo, relatórios gerados anualmente, relatórios financeiros e relacionados;
- Outras fontes: Base de dados, bancos de investimento e comerciais, anúncios e relacionados.

Alinhando com esse processo de recursos informacionais existentes em determinadas fontes é importante destacar como essa quantidade gigantesca de novas informações que vem sendo produzidas a todo momento, também deve sempre estar

observando a qualidade do que está sendo criado, pois isso pode definir se de fato aquele recurso vai ser útil ou não para determinado contexto que vai ser aplicado. Dessa maneira Sordi e Carandina (2015) apresentam um artefato chamado “Engrenagem para Análise da qualidade da informação”, tem o como principal foco mostra a importância de entender as características das informações para ter uma forma como medir sua qualidade e consequentemente sua utilidade, este artefato apresenta 12 dimensões de qualidade da informação, sendo elas:

- Abrangência: Trata-se do nível de completude de um objeto informacional;
- Atualidade: Trata-se da atualização da informação quando foi gerada, alinhado com a expectativa do usuário;
- Confiabilidade: Trata-se do quanto o recurso informacional tem credibilidade com seus usuários;
- Confidencialidade: Trata-se do nível de segurança da informação em não ser divulgado por fontes não autorizadas;
- Disponibilidade: Trata-se do estado em que o recurso sempre vai estar acessível para o usuário;
- Existência: Trata-se do quanto aquele recurso foi disseminado entre os locais tanto em meio físico como digital;
- Identidade: Trata-se da existência e qualidade dos metadados do objeto informacional;
- Integridade: Trata-se de uma validação se o documento está sem erros e também atualizado conforme seus objetivos;
- Originalidade: Trata-se do número de interlocutores e relacionados que participaram na produção da informação desde sua fonte primária;
- Precisão: Trata-se de quanto o recurso informacional é detalhado em relação ao seu contexto;
- Raridade: Trata-se do número de conteúdos que existem de forma parecida ou similar;
- Veracidade: Trata-se da forma como o recurso informacional é descrito em relação a padrões do contexto.

A seguir será descrito um pouco como se inicia a construção dos primeiros meios de comunicação, para valorização dos recursos informacionais existentes na época.

A história da informação começa muito tempo atrás desde as primeiras formas de comunicação das civilizações antigas, na qual a base se manteve através de símbolos e mensagens gravadas nas paredes, sendo assim o conhecimento de gerações antigas foram compartilhadas por meio de técnicas de simbolismo. Portanto assim o ser humano através da própria natureza foi desenvolvendo seus meio de comunicação, a linguagem por sua vez foi de extrema importância para essa questão, pois somente com as mudanças de oralidade para forma escrita que a sociedade conseguiu superar o tempo e espaço (MIRANDA, 2007). Dessa forma, Sousa (2004) demonstra que a escrita possui uma papel fundamental para evolução da humanidade, fato é tanto que podemos separar a história em duas antes da escrita chamada de Pré-História e depois da invenção de tal, que por sinal foi através dos sumérios à mais ou menos 3.500 a.C, tornando a forma de comunicar-se socialmente mais segura e com uma melhor compressão do acontecimentos.

Por meio dessa evolução a escrita foi importante para a criação de um jornal na época do império Romano, ferramenta tal que foi responsável por divulgar o acontecimentos das reuniões envolvendo o Senado neste período, portanto com os acontecimento mediantemente ao período renascentista muitas coisas mudaram na forma como as artes e ciência acontecia na sociedade, era necessário acontecer a troca de experiências e novidades entre as cidades, por isso surge a necessidade do jornalismo entrar como principal fonte de intercambio de troca de informações. Com o decorrer do fatos históricos e suas revoluções, a comunicação social foi se modulando na maneira que os instrumentos foram sendo desenvolvindos, pois inicialmente existia uma dificuldade muito grande em se obter jornais principalmente por conta de seus altos preços, dessa maneira após a criação da máquina a vapor de impressoras o custo na produção foi bastante reduzido, consequentemente foi possível gerar mais jornais e livros com preços mais acessíveis, começando assim um processo de popularização da comunicação (SOUSA, 2004). Outro fator importante a ser levado em consideração neste contexto está relacionado à forma como a humanidade nesta época se encontrava pouco alfabetizada, com esses desenvolvimento da escrita foi melhorando o processo de aprendizagem das pessoas, pois com uma sociedade alfabetizada culturas, histórias entre outros não precisam estar somente no pensamento, pode ser redigido para ficar gravado para futuras gerações.

Dessa maneira, o acesso às informações mudam ao longo do tempo, com as práticas realizadas pelas pessoas também vão sendo alteradas, de acordo com o modo pela

qual a sociedade se desenvolve, portanto a literatura que era utilizada antes do advento da escrita ser consolidada começam a perder espaço. Devido a grande revolução industrial que se iniciou na metade do século XVIII e veio se desenvolvendo por todas as localidades, foi um fator que aqueceu o crescimento do comércio e consequentemente contribui para os serviços de entregas nas cidades, portanto o sistema de correios daquela teve sua evolução a partir dessas mudanças que ocorreram na sociedade, sendo assim o compartilhamento das obras que vinha sendo escritas foram muito facilitadas (MIRANDA, 2007).

Com isso através dos desenvolvimento da sociedade mediante ao entendimento da escrita, durante o período bem complicado na qual o mundo passou que era a Guerra foi criado pelo engenheiro francês Claude Chappe, um instrumento chamado “telégrafo”, que possui como principal função levar informações de forma simples de uma pessoa até a outra, na qual tempos depois foi usando para enviar mensagens numa longa distância facilitando assim o compartilhando de informações estratégicas para aquela situação de batalha. Mediante a este processo surgiu um novo tipo de mídia que podemos chamar de mídia industrial, Straubhaar e La Rose (2004, p. 33- 34) comentam que:

conforme a Revolução Industrial tomou velocidade, meios de massa com base industrial, tais como livros e jornais, apareceram e proliferaram. Conforme a demanda de massa por meios impressos crescia, os meios tendiam a se tornar mais baratos. A maioria dos países presenciou o crescimento de grandes jornais urbanos e um aumento da publicação de livros. Entretanto, tanto o analfabetismo quanto à falta de dinheiro continuou a limitar a leitura. Muitas pessoas não podiam dispor do dinheiro para um jornal, nem liam tão bem para apreciá-lo.

Devido a este processo de crescimento dos instrumentos, foi neste momento na qual as primeiras agências de notícias começaram a surgir na Europa, mas rapidamente chega em todo mundo, tendo como principal objetivo comunicar para sociedade sobre novidades que vinham acontecendo no dia a dia das cidades, nesse sentido o telégrafo entra como principal forma de auxiliar a difusão do noticiário, portanto a imprensa conseguia alcançar mais pessoas em um curto período de tempo, gerando assim mais visibilidade para tal, consequentemente mais importante tornava-se a agência. Dessa forma os noticiários começaram a servir também para divulgação de produtos, porém este fenômeno começa acontecer ainda mais no surgimento do rádio por volta do ano 1900, em que houve uma ligação num espaço de 300 km, sendo entre Cornwall e a ilha de Wight situada na Inglaterra (PERLES, 2007). Portanto, devido a esta evolução, barreiras na

sociedade começam a ser quebradas, tornando assim uma nova forma de comunicar entre as pessoas tomando o lugar da escrita.

No Brasil, este processo começa a se torna uma pouco mais popular por volta dos anos de 1922, na qual foi usado em uma cerimônia de comemoração a independência na cidade do Rio de Janeiro, basicamente foi instalado na cidade vários alto-falantes que sintonizavam com toda cobertura do está acontecendo naquela cerimônia, posteriormente a este momento, muitas pessoas desejavam ter seus próprios sintonizadores, portanto os jornais começaram a soltar notícias ajudando as pessoas a construir seus próprios receptores como forma de tutorial (SAMPAIO, 1984). Dessa maneira a rádio brasileira cresce e ganha espaço internacionalmente entre 1940 e 1950, neste momento ficou conhecido como “era de ouro” da rádio brasileira, neste período podemos dar destaque a uma emissora a conhecida Rádio Nacional do Rio de Janeiro, durante duas décadas seguidas conseguia sempre liderar as audiências, tinha o diferencial de praticamente toda sua programação era realizada de maneira ao vivo, além de possuir uma variedade de conteúdos que entretém o público independente do horário do dia, desde humor até dramatização. Mas outra característica interessante deste momento foi que não se buscava registrar os programas realizados ou de alguma forma gravar aquilo que aconteceu, dessa forma poucos são os exemplos encontrados, pois o pouco que era registrado foi usado como forma de aprendizado da própria emissora buscando se melhorar, então podemos ver que desde muito tempo atrás era usado o aprender a aprender como forma de solução para os problemas internos, buscando a ampliação da sua audiência. Com o crescimento da imprensa, o meio de comunicação em massa se torna grande responsável por chegar dentro dos lares e aproximar de tal maneira os públicos em geral com os artistas que participam dos programas, portanto esse contato quase que diário foi criando uma popularidade entre eles, por isso essas estrelas começam a ser idolatrados, quase todos possuindo um fã clube (CALABRE, 2003).

No passar do tempo foi percebido que o alcance da rádio tinha chegado já num nível muito grande, mas para ter maior crescimento era necessário um recurso que fosse tão bom quanto, mas que seu alcance fosse maior, portanto, em 1885 o primeiro instrumento de televisão foi patenteado por Paul Nipkow na Alemanha, mas da mesma forma como foi rádio inicialmente não era tão popular devido à dificuldade de aquisição do mesmo. Ao fim da guerra foi nesse momento que houve realmente uma popularização muito grande, pois aconteceu um processo de transferência de audiência por meio do

enfraquecimento da rádio e cinema para televisão. Na Europa este processo se inicia com a inauguração do transmissor da BBC na Inglaterra, dessa maneira a expansão da TV começa a se tornar mais fácil para todos os países, a medida do tempo vai sendo formados modelos para ser seguido (MIRANDA, 2007).

3 METODOLOGIA

O presente trabalho se baseia na construção de um conhecimento científico pela metodologia de Gil (2008), dessa maneira é necessário identificar como o objeto de estudo foi analisado. Por isso, saber como foi estruturado é uma característica fundamental do método científico, pois é por meio dele que podemos saber autenticidade dos fatos apresentados. Para o desenvolvimento do trabalho proposto foi escolhida quanto a natureza o método quantitativo, no qual visa compreender determinadas informações através de análise. Adota-se este método de pesquisa para os trabalhos que tem como objetivo apresentar uma realidade a partir dos fatos coletados, principalmente quando tratamos da área de ciência sociais.

A pesquisa quantitativa, segundo Silva (2005), significa fazer uma tradução de números que seriam opiniões e informações para analisar. Neste método o pesquisador atua como sujeito que aplica as técnicas científicas para coletar as informações, em que seu objetivo é apresentar uma análise de correlações para o público interessado. Sendo assim, suas principais características são: recursos e uso de técnicas estatísticas como média, moda, mediana, entre outras. E para este trabalho a pesquisa quantitativa contribui com uma qualidade melhor para análise das informações em questão.

Quanto aos fins, é uma pesquisa descritiva e interpretativa. Segundo Prodanov e Freitas (2013), no método descritivo o pesquisador realiza o registro do objeto que está sendo observado sem interferir, visando descrever a relação que determinada população tem com as variáveis envolvidas, usando técnicas específicas de coleta desses registros. O outro tipo de pesquisa interpretativo foi adicionado ao trabalho, pois é um tema em que é necessário se aprofundar nos fatos a partir da repetição dos fenômenos acontecidos, realizando todo processo de verificação (GIL, 2008). Portanto, vai servir como um complemento da parte descritiva, devido a ser um método que tem como objetivo se aproxima ao máximo da realidade por meio da utilização e controle das informações.

Com relação a escolha de objeto de estudo, o que melhor se enquadrou com a necessidade do trabalho foi o estudo por abordagem não probabilística, pois se trata de um contexto com variadas mudanças onde o estudo precisa ser realizado através de uma parte da comunidade (amostragem). Sendo assim, amostragem é definida por um conjunto de pessoas que representa uma fatia de um todo grupo, que deve ter características relacionadas na qual foi selecionada pra realizar a pesquisa, ela se

caracteriza por não ser probabilística devido existir a dependência parcial do pesquisador julgar os campos de seleção da amostra (OLIVEIRA, 2011). Segundo Malhotra (2001), dentre os quatro tipos definidos para este tipo de amostragem, a que mais se relaciona com o trabalho atual é a conveniência, pois todos os elementos são selecionados baseados por conveniência do pesquisador em questão, dessa forma a análise dos dados utiliza algumas técnicas, sendo neste a de amostragem estratificada, pois a população foi dividida pensando em ficar o mais homogêneo possível com relação a sexo, turma, faixa etária etc.

3.1 POPULAÇÃO, AMOSTRA E PARTICIPANTES

A população se trata da comunidade pela qual você selecionou para realizar determinada pesquisa científica, dessa maneira este trabalho utilizou 2 principais populações, a primeira são alunos do curso de Administração (ADM) na UFPE, no ano de 2018, e alunos do curso de Gestão da Informação (GI) na UFPE, no ano de 2020. Dessa maneira, a amostragem representa um corte da população em geral, na qual são selecionados primeiramente pelo perfil adequado para tal, mormente, mas não menos importante as características relacionadas ao assunto para facilitar a investigação sobre determinado contexto.

Para o cálculo da amostra mínima para pesquisa, no curso de ADM com 891 alunos, com grau de confiança 95% e com uma margem de erro de 5%, a amostra mínima necessária é de 269 discentes do curso de Administração. No caso do cálculo da amostra mínima para pesquisa, no curso de GI com 236 alunos, com grau de confiança 95% e com uma margem de erro de 5%, a amostra mínima necessária é de 147 discentes do curso de Gestão da Informação.

3.2 COLETA DE DADOS

O método utilizado no trabalho foi o questionário, que se refere a uma ferramenta pela qual é possível obter repostas através de perguntas estabelecidas. As questões podem ser abertas ou fechadas, sendo que as abertas possibilitam ao pesquisador uma informação mais rica e com muitas variantes e no caso das fechadas melhora o estudo estatístico e análise dos dados coletados (OLIVEIRA, 2011). Para este trabalho foram realizadas 2 pesquisas diferentes de forma presencial, uma delas realizada no DCA – Departamento de Ciências Administrativas e a outra no DCI – Departamento de Ciência da Informação, sendo eles questionários com os alunos do curso de Administração e Gestão da

Informação na UFPE, que vivenciam a todo tempo o tema analisado, podendo assim analisar em diferentes pontos de vistas e assim fortalecendo a pesquisa. Para aplicação da pesquisa foram criadas instruções para coleta de dados, no qual está disponível no Apêndice A. Participaram do primeiro questionário 395 discentes do curso de ADM no ano de 2018, a pesquisa foi composta por 41 perguntas fechadas sobre socio demografia, vida acadêmica, bem-estar psicológico correlacionados com jogos de computadores e vídeo games. No caso da segunda foram 141 discentes do curso de GI no ano de 2020, a pesquisa foi composta por 47 perguntas fechadas e 1 pergunta aberta, sendo elas sobre sociodemográfica, vida acadêmica, bem-estar psicológico correlacionados com jogos de computadores e vídeo games; perguntas disponíveis no Apêndice B e C.

3.3 ANÁLISE DE DADOS

Este tópico de análise dos dados é o momento na qual torna-se o que foi coletado na pesquisa em argumentos que fazem sentido. Para melhor resultado é importante juntar farias técnicas que envolve a parte de deduzir e interpretar os dados para facilitar o entendimento do estudo (MERRIAM, 1998). No que diz respeito ao contexto do trabalho atual a seguir serão apresentados os procedimentos que foram utilizados.

Para começar a dar sentido ao material que foi coletado através da pesquisa, como fins de preparação, foi realizado um tratamento do mesmo, para fazer a codificação tabulado no programa Microsoft Excel. Dessa maneira, os dados obtidos no questionário foram submetidos a uma análise quantitativa por meio de técnicas estatísticas descritivas utilizando médias, frequência, estatística inferencial expresso por meio de tabelas e gráficos.

Inicialmente as análises começam observando um panorama mais geral da população presente na pesquisa, para buscar entender que são as pessoas envolvidas, para na sequência partir para a análise dos elementos relacionando a jogos e para finalizar observar o entendimento das fontes de informações.

Em relação às características da amostra, são realizadas análises que ajudam entender sobre a dificuldade do aluno durante o curso, percentual de participação em atividades da vida acadêmica como estágio, monitoria e iniciação científica, também o desempenho acadêmico, principais ocupações, tempo de dedicação ao estudo e aptidões. As análises nos mostram uma relação com os jogos, pra isto foram analisados os seguintes elementos, conforme Quadro 01.

Quadro 01 - Análises relacionadas aos jogos

• Tempo de uso dos computadores e internet;
• Acesso aos computadores/notebook em casa;
• Principais atividades que são realizadas no computador/notebook;
• Tipos de jogos (Gênero, quantidade de jogadores);
• Plataformas de jogos;
• Jogos no smartphone;
• Idade que começou a jogar.

Fonte: O Autor (2021).

Após esta análise que contribui para o resultado da amostra e entender a relação dos jogos. Em seguida as análises buscam compreender as relações do todo com as fontes de informação, conforme Quadro 02.

Quadro 02 - Análises relacionadas a fontes de informação

• Canais de fontes informacionais que auxiliam os jogadores;
• Por qual fonte informacional os jogadores buscam as informações;
• Qualidade informacional dos canais de busca;
• Quantidade informacional dos canais de busca.

Fonte: O Autor (2021).

Finalizada a seção de métodos, a seguir apresentam-se os resultados.

4 RESULTADOS

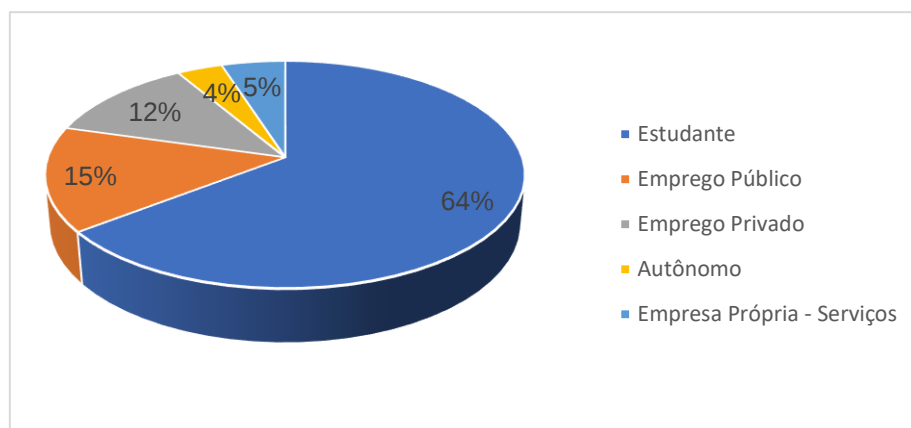
Este capítulo será direcionado para o entendimento dos percursos metodológicos tomados no trabalho para o alcance dos objetivos, dessa forma também atingir as abordagens, procedimentos e estruturas na execução.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

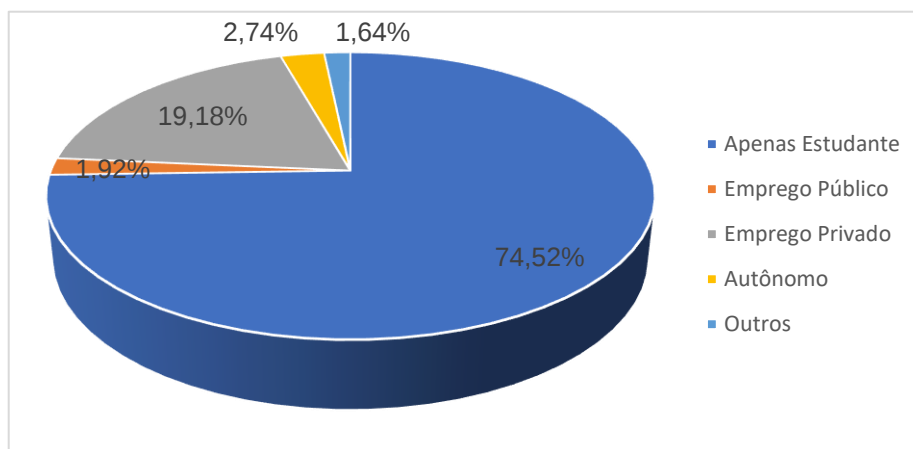
A pesquisa alcançou um total de 536 sujeitos, sendo o primeiro 141 do curso de Gestão da Informação (GI) da Universidade Federal de Pernambuco, com um percentual de 61% de homens e 39% de mulheres, e o segundo 395 do curso de Administração (ADM) da Universidade Federal de Pernambuco, com um percentual de 50,1% de homens e 49,8% de mulheres, esses números nos mostram que cada vez mais as mulheres estão conquistando seus espaços e tendo uma representatividade muito maior na nossa sociedade. Dentre os entrevistados a média de idade do curso de GI foi de 23 anos, variando individualmente entre 17 e 46 anos; enquanto para o curso de ADM a média foi de 27 anos, variando individualmente entre 22 a 44 anos.

No primeiro grupo foi possível verificar uma média de moradores nas residências em 2,9 pessoas e 60% disseram que sua renda familiar vai até R\$ 4.000, mas somente 2% possui uma renda maior do que R\$ 12.000, em relação ao segundo grupo a média de moradores nas residências também foi de 2,9 pessoas e aproximadamente 60% estão com sua renda familiar entre R\$ 2.000 e R\$ 8.000, possuindo 24% uma renda maior que R\$ 12.000, muito deste índice tem a ver com a distribuição de principal ocupação dos participantes, como podemos ver observado nos Gráficos 03 e 04.

Gráfico 03 - Principal ocupação Gestão da Informação



Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

Gráfico 04 - Principal ocupação Administração

Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

Dessa maneira, esses resultados são interessantes para observar as diferenças econômicas das rendas entre os entrevistados, isso ressalta também uma das políticas que existe atualmente que se trata do sistema de cotas nas universidades públicas. Neste caso, em relação a vida acadêmica no curso de GI, 58% dos discentes entrevistados entraram por meio do sistema de cotas, tornando assim um número muito interessante baseado no que a política propõe de 50% das vagas serem destinadas a cotas. Ainda em relação a sua vida acadêmica na Tabela 03 observa-se alguns aspectos.

Tabela 03 - Vida acadêmica

Vida Acadêmica	Gestão da Informação	Administração
Monitoria	9,2%	12,8%
Iniciação científica	13%	17,8%
Estágio	2,1%	39,73%

Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

Um fator que se destaca na Tabela 03 é a discrepância do percentual do grupo de ADM em relação a GI no aspecto de ter realizado algum estágio, mostrando que atualmente os estudantes de administração vem tendo uma participação maior nesse critério, consequentemente os profissionais vão ganhando mais experiência na prática profissional.

Buscando entender um pouco sobre o dia a dia dos entrevistados observou aspectos importantes no desenvolvimento do aluno dentro na universidade, como horas

semanais de estudo e saber a média de notas que conseguiram nas disciplinas já cursadas, sendo assim foi obtido o seguinte resultado, conforme Tabela 04.

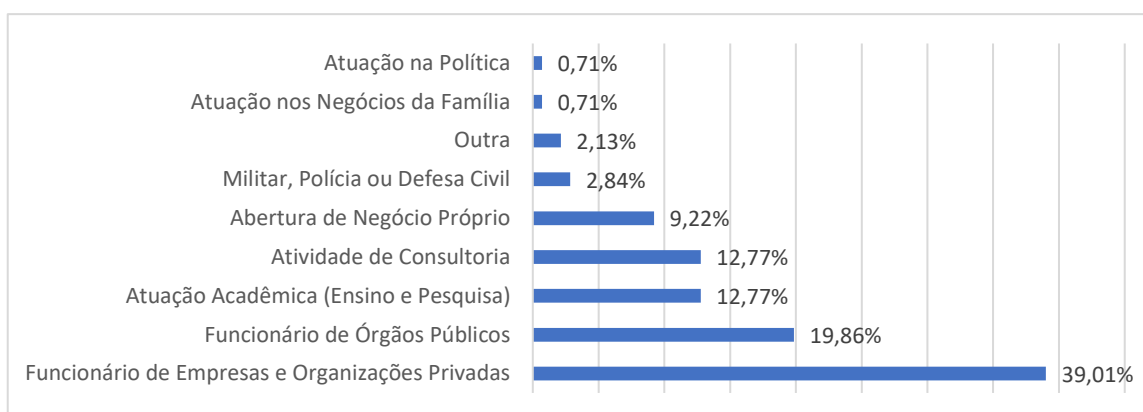
Tabela 04 - Desempenho acadêmico

Vida Acadêmica	Gestão da Informação	Administração
Horas de estudo semanal	8,8 horas	6,2
Média de notas	8,0	7,3

Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

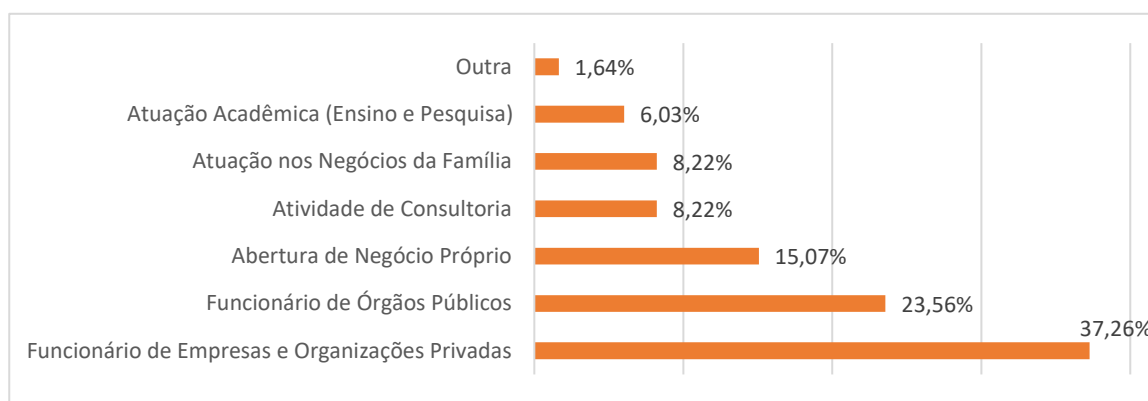
Para contemplar todo detalhamento sociodemográfico, foi analisado as principais atividades profissionais almeçadas pelos entrevistados após a conclusão do curso. Procurou-se entender um pouco mais do perfil dos entrevistados e seus futuros ramos de trabalho, observam-se estes resultados nos Gráficos 05 e 06.

Gráficos 05 - Atividade profissional GI



Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

Gráficos 06 - Atividade profissional ADM



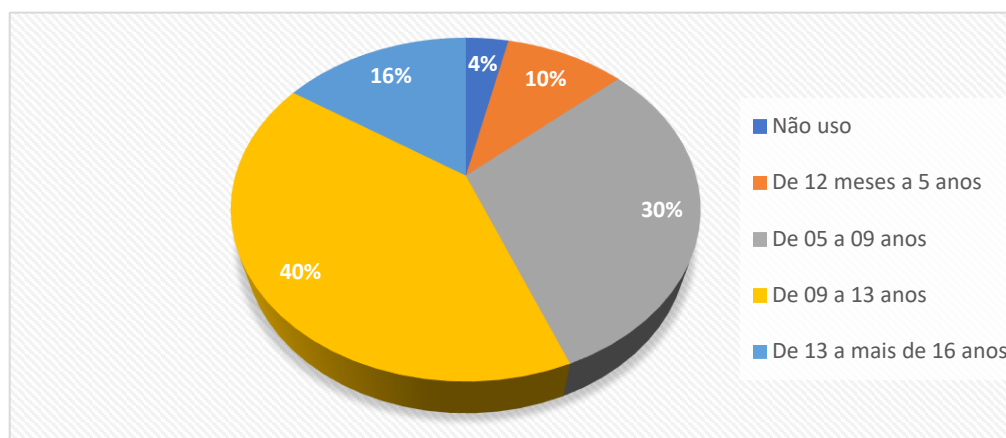
Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

Portanto, procurando entender mais sobre estes gráficos percebe-se o baixíssimo engajamento que acontece em relação a seguir carreiras acadêmicas de ensino e pesquisa. Grande parte dos alunos de fato prefere ir em busca do mercado para trabalhar em uma empresa seja ela privada ou através de concurso em órgão público.

4.2 RELAÇÃO COM OS JOGOS

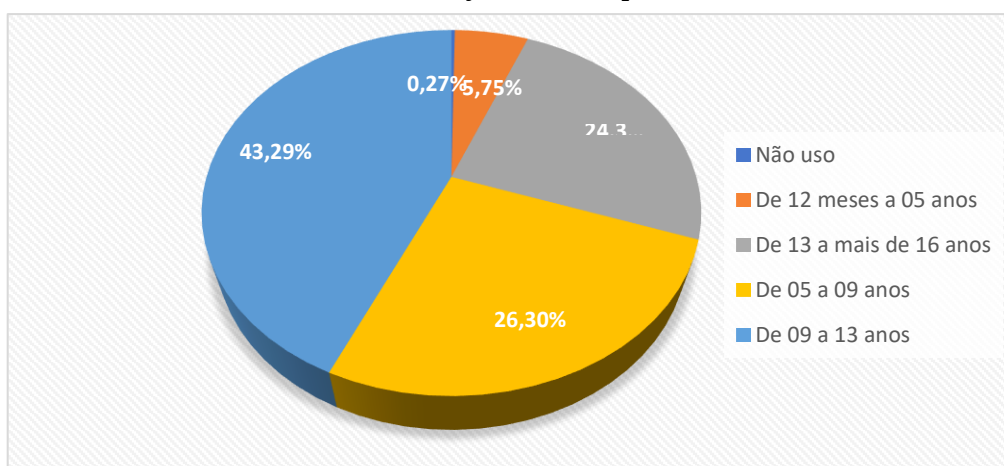
Para primeiro buscar entender como funciona a relação dos entrevistados com os jogos digitais, inicialmente foi observado há quanto tempo utilizava computadores e a internet no geral, conforme pode ser visto nos Gráficos 07 e 08.

Gráfico 07 - Utilização dos computadores, GI



Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

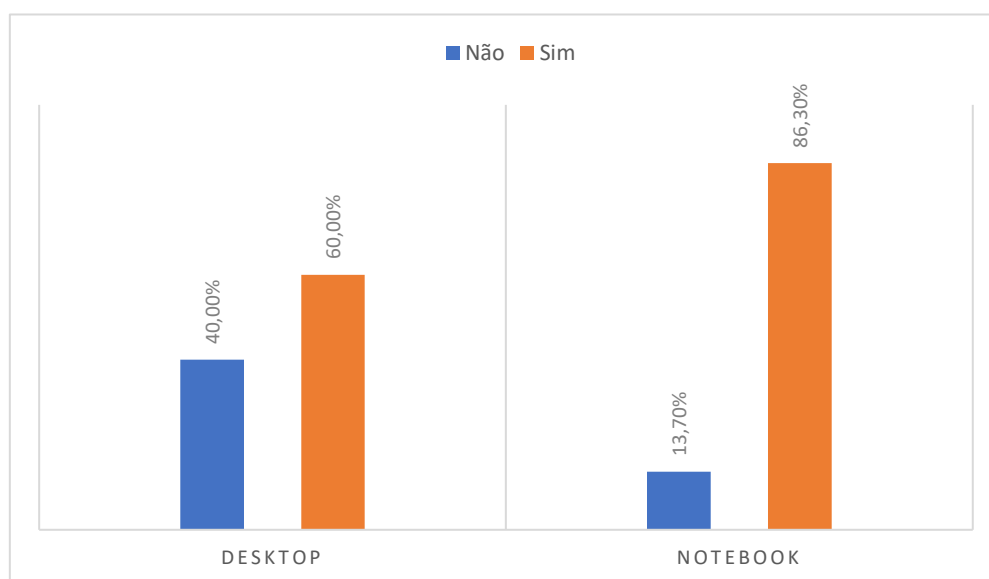
Gráfico 08 - Utilização dos computadores, ADM



Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

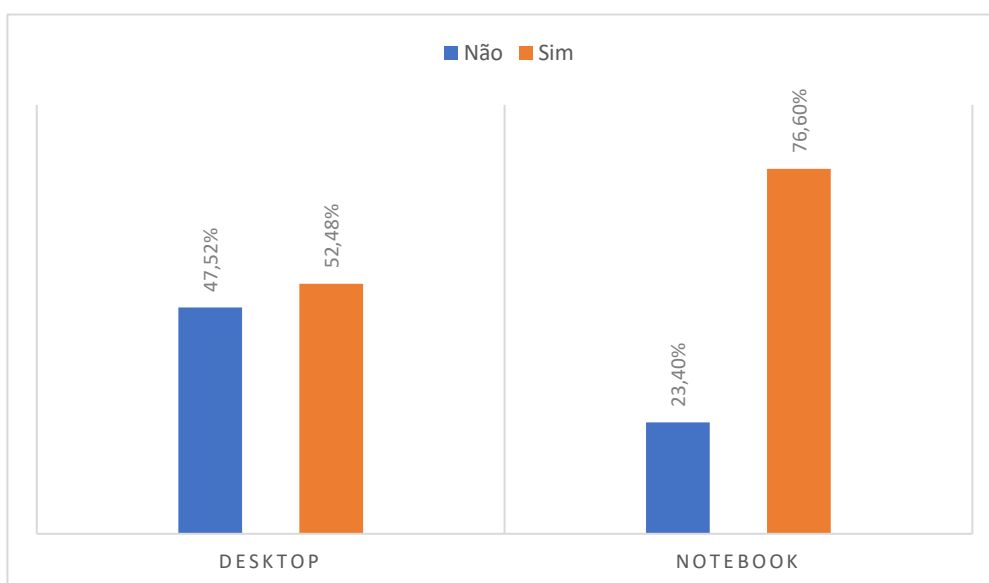
A partir da análise que é feita nos Gráficos 07 e 08, pode-se perceber que grande parte dos entrevistados possuem uma boa experiência com a utilização dos computadores, da mesma maneira para com o uso da internet, variando a maioria entre 05 anos a 13 anos de tempo de uso. Para complementar essas experiências foi observado se na casa os entrevistados tinham acesso ao computador de mesa/notebook (Gráficos 09 e 10). Desta forma, pode-se entender melhor o relacionamento dos entrevistados com este contexto digital, jogos e internet.

Gráfico 09 - Acesso ao desktop/notebook em casa, GI



Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

Gráfico 10 - Acesso ao desktop/notebook em casa, ADM

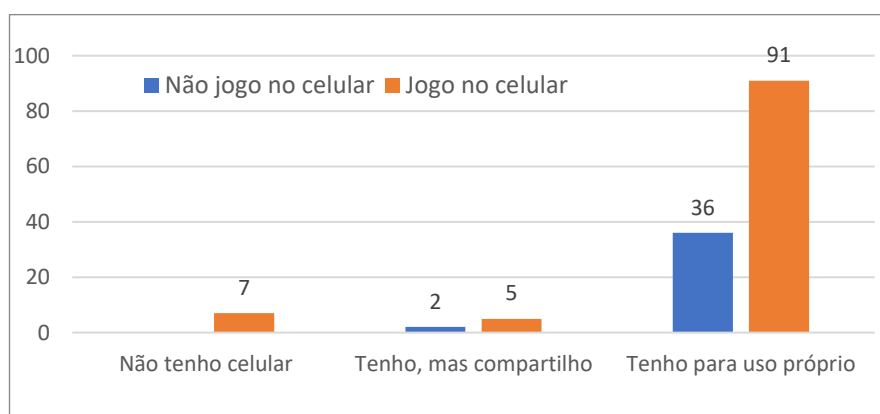


Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

Como observados nos Gráficos 09 e 10, os entrevistados em sua grande maioria possuem uma experiência já de utilização de computadores em sua casa, isso mostra que os mesmos já fazem parte desse contexto da internet e computadores, esse ponto reforça ainda mais a inclusão digital que existe na maioria dos entrevistados, mesmo sabendo que existe muita dificuldade para algumas pessoas. Um contexto interessante que foi levantado em relação a uso dos computadores, diante da grande utilização, quais seriam suas principais atividades realizadas. Observou-se, portanto, que a base dos resultados em ambos os grupos diz respeito a 3 principais atividades, são elas: editor de texto (Word), planilha eletrônica (Excel) e apresentações (Powerpoint). Observou-se mais de 60% nos dois grupos para todas essas atividades, mas com relação aos jogos dois tópicos foram utilizados Jogos simples (Tetris) e Jogos complexos sem uso da internet (Oblivion). No primeiro grupo esses tópicos representaram 39% e 51%, respectivamente, mas já no caso do outro observou-se diminuição neste número indo para 23% e 34%, respectivamente.

Neste tópico foi observado como de fato os entrevistados interagiam com os jogos digitais, primeiramente considerando o uso do mobile que são nos celulares/smartphone, conforme os Gráficos 11 e 12.

Gráfico 11 - Você joga no celular/ Você possui smartphone? GI

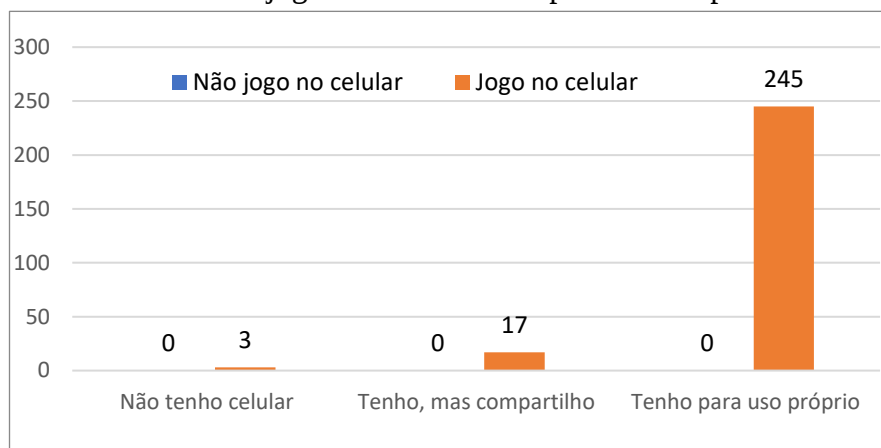


Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

Após observar os Gráficos 11 e 12, no grupo de GI dos 141 entrevistados 134 possui aparelho celular, mas somente 103 utilizava o mesmo para fins de jogar. No caso do outro grupo de ADM, 262 possuíam aparelhos, mas todos jogavam no celular mesmo quem não tinha, isto mostra que atualmente bastante pessoas utilizam os smartphones para jogar, mostrando que essa interação entre as pessoas vem ficando cada vez mais forte e presente no dia a dia da sociedade, produzindo assim uma quantidade gigantesca de novas informações que são disseminadas nesse meio. Para ir definindo mais essa relação

nos mundos dos jogos, analisou-se há quanto tempo os sujeitos jogam videogames, no primeiro grupo teve uma mescla entre 05 a 12 anos com 36% e com 29% as pessoas que não jogava, no outro grupo a predominância foi de 52% sem jogar, seguido 18% entre 05 a 12 anos.

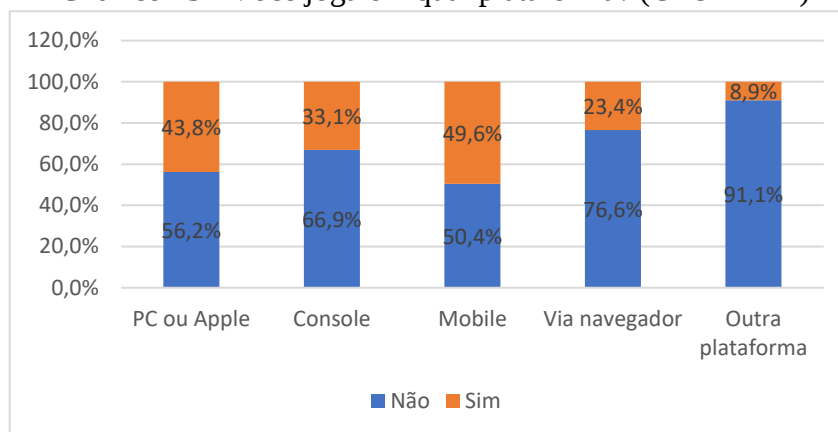
Gráfico 12 - Você joga no celular/ Você possui smartphone? ADM



Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

Após observar a interação e envolvimento dos entrevistados com este mundo dos jogos, caracterizou-se este aspecto analisando quais são as plataformas mais utilizadas pelos mesmos (Gráfico 13).

Gráfico 13 - Você joga em qual plataforma? (GI & ADM)

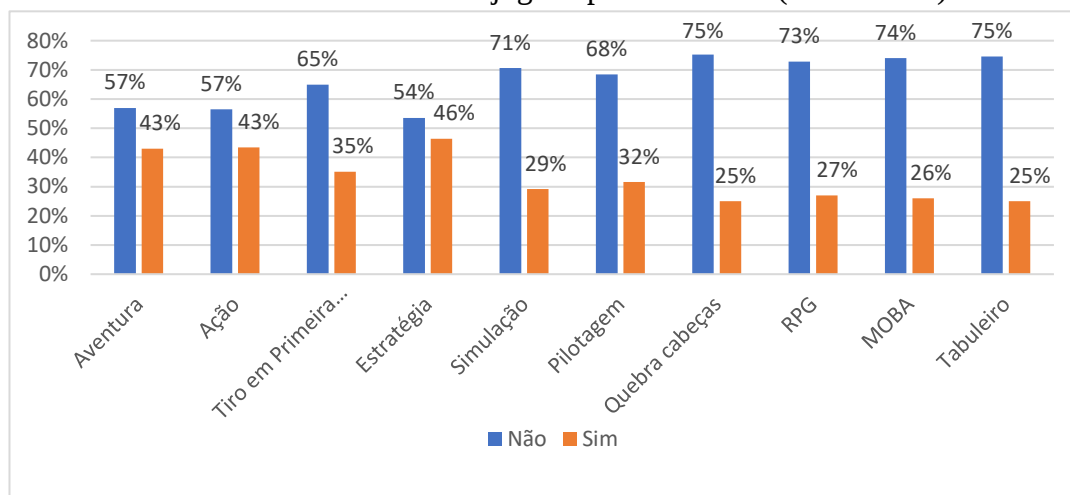


Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

Dessa forma, pode-se ver (Gráfico 13) que a plataforma mais usada pelos entrevistados é a parte Mobile. Incrível observar como os smartphones atualmente pode oferecer uma infinidade de funções inclusive a parte de jogos, mas também muito próximo o PC ou Apple como sendo principal alvo da indústria de games. Quando pensamos nesses jogos, os usuários jogam em variados estilos de jogos com variedades de tipo jogadores. Com relação a este aspecto o grupo de GI demonstrou que 60% do que

jogam são no formato *Multiplayer*, já no caso de ADM a predominância foi de 46% para o formato *Single Player*. Em relação aos gêneros dos jogos, também foi analisado qual deles os entrevistados mais se identificaram (Gráfico 14).

Gráfico 14 - Gênero mais jogado pelos usuários (GI & ADM)



Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

Em relação aos gêneros dos jogos, o que mais se destacou foi o de Estratégia com 46%, seguido de Aventura e Ação com 43% respectivamente (Gráfico 14).

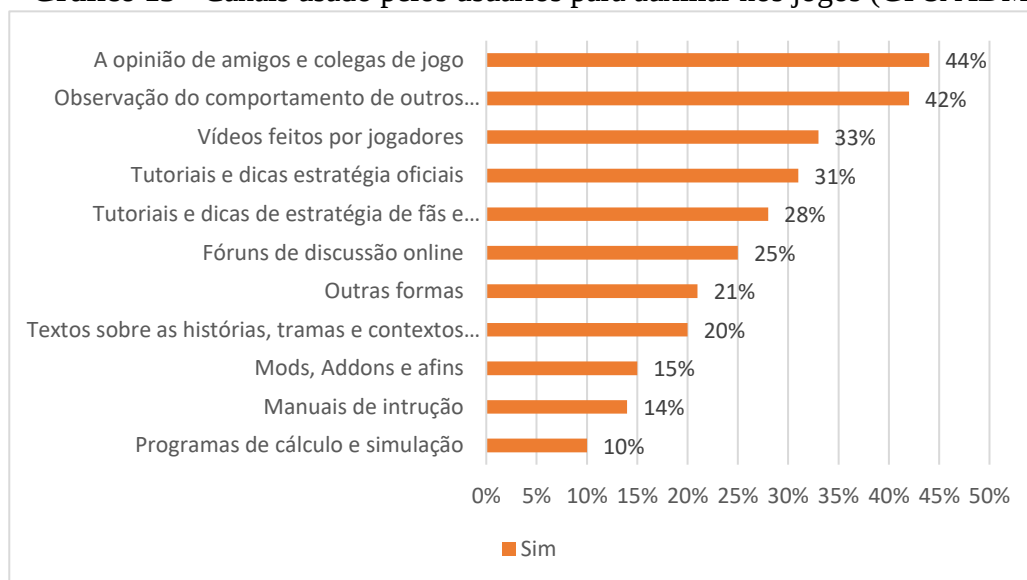
4.3 RELAÇÃO COM AS FONTES DE INFORMAÇÕES

Neste tópico são apresentados os resultados dos entrevistados com relação a como lidam com as informações que nesse mundo dos jogos digitais são produzidos. Buscou-se, principalmente, entender se as fontes informacionais sobre os jogos estão sendo relevantes e com qualidade para o mesmo, como também identificar a forma que é buscada essas informações e seu tempo de uso. Para caracterizar, analisou-se os canais que os grupos usam de informação para auxiliar dentro do jogo, dessa forma obteve o resultado que pode ser visualizado no Gráfico 15.

Dessa forma, observou-se que segundo os entrevistados a forma que mais usam para obter informação para auxiliar os jogadores são por meio da opinião de amigos e colegas de jogo com 44%, mas também com 42% a observação do comportamento de outros jogadores é um ponto importante. Sendo assim, percebe-se que a maioria se instrui de conhecimento mais direcionado aquele que aprende de forma empírica com a utilização do jogo. Para complementar, pode-se observar (Gráfico 15) por onde são obtidas as informações acerca de como jogar os videogames, sendo assim o primeiro grupo o elemento que foi mais relevante foi outros meios além dos citados com 48%,

outro que ficou bem próximo foi o elemento de websites de fãs e apoiadores com 43%. Por outro lado, no segundo grupo o que mais se mostrou relevante foi conversas presenciais com outros jogadores com 33%, outro que se mostrou com destaque foi também o de websites e fãs e apoiadores com 24%.

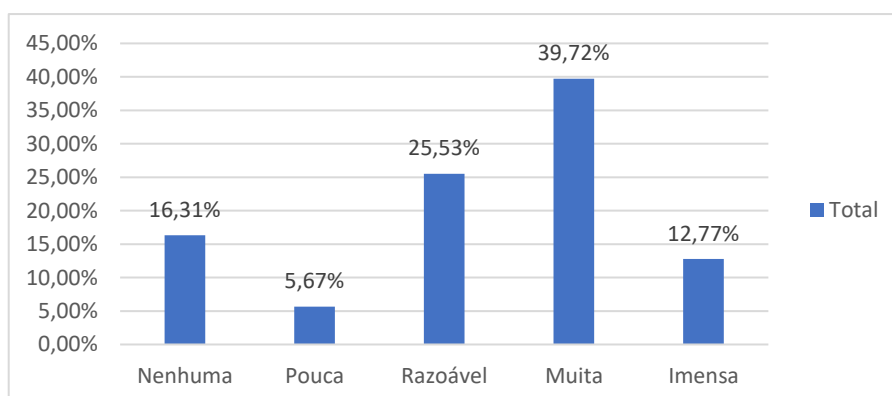
Gráfico 15 - Canais usado pelos usuários para auxiliar nos jogos (GI & ADM)



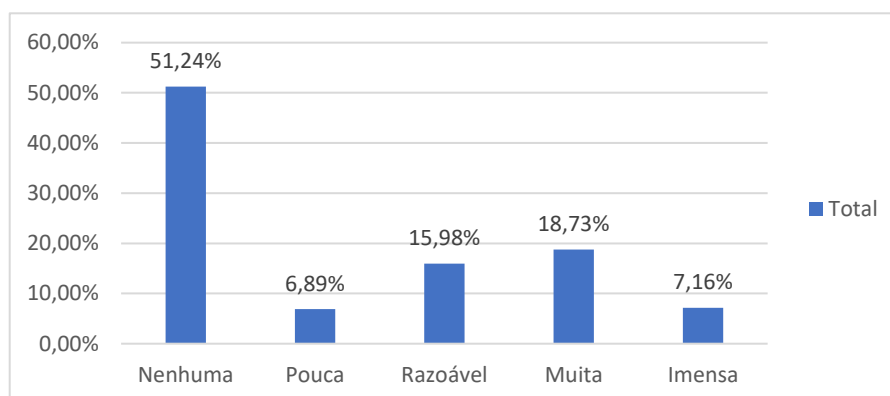
Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

Portanto, para continuar este tópico analisou-se como esses dois grupos acham da quantidade e utilidade dessas informações que são buscadas em relação aos jogos, dessa maneira conseguisse ter uma ideia da qualidade da informação produzida e disseminada nesse contexto, nos Gráficos 16 e 17 pode ser observado os resultados encontrados.

Gráfico 16 - Quantidade de informação buscada, GI

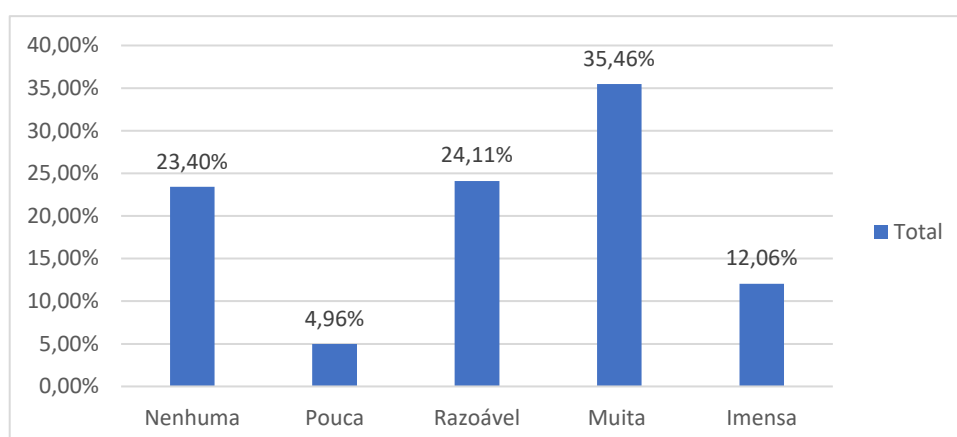


Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

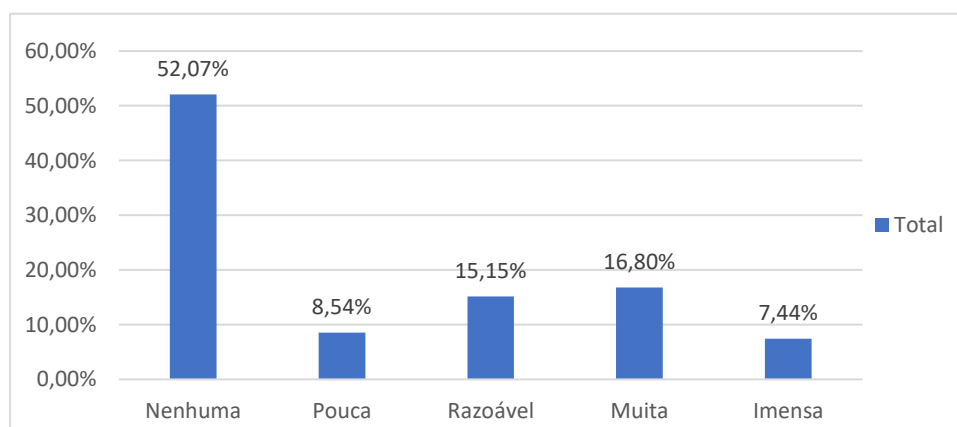
Gráfico 17 - Quantidade de informação buscada, ADM

Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

Em GI com relação a quantidade de informações 65% ficaram entre razoável e muita informação (Gráfico 16) sendo possível perceber um certo equilíbrio. Já para o grupo de ADM 34% ficaram entre razoável e muita informação (Gráfico 17).

Gráfico 18 - Utilidade da informação buscada, GI

Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

Gráfico 19 - Utilidade da informação buscada, ADM

Fonte: Dados das pesquisas em 2018 e 2020, o Autor (2021).

Agora em relação a utilidade o primeiro grupo 59% (Gráfico 18) disse que as informações obtidas são de razoável a muito útil. Para o segundo grupo percebe-se uma queda para 31% entre razoável a muito útil (Gráfico 19), mas mesmo assim sendo um número que mostra que uma parte das informações de fato contribuem de alguma forma.

5 CONCLUSÃO

O objetivo deste trabalho foi analisar a abrangência da utilização de recursos informacionais associados à quantidade e qualidade da informação de alunos de graduação de Gestão da Informação e Administração na UFPE. Como premissa, a pesquisa teve a coleta de dados por meio de formulário como entrevista, com os dados tabulados e analisados por meio do Microsoft Excel.

Para alcançar o objetivo geral deste trabalho, foram traçados alguns objetivos específicos, tais como: o mapeamento do perfil sociodemográfico dos usuários de videogame, a identificação das necessidades e recursos informacionais dos jogadores, analisar os atributos e motivadores dos jogos utilizados, analisar o impacto dos videogames no dia-a-dia dos participantes da pesquisa.

Identificou-se na amostra uma representação de primeiro grupo com 141 participantes do curso de Gestão da Informação (GI) da Universidade Federal de Pernambuco, com um percentual de 61% de homens e 39% de mulheres. Para o segundo grupo com 395 participantes do curso de Administração (ADM) da Universidade Federal de Pernambuco, com um percentual de 50,1% de homens e 49,8% de mulheres. Dentre os entrevistados a média de idade do curso de GI foi de 23 anos, variando individualmente entre 17 e 46 anos; enquanto o curso de ADM a média foi de 27 anos, variando individualmente entre 22 a 44 anos.

Ainda sobre a amostra, identificou-se, no primeiro grupo, uma média de moradores nas residências de 2,9 pessoas, no montante total do grupo 60% disseram que sua renda familiar chega até R\$ 4.000, mas somente 2% possui uma renda maior do que R\$ 12.000. No segundo grupo, a média de moradores se manteve em 2,9, mas já em relação a renda familiar aproximadamente 60% estão variando entre R\$ 2.000 e R\$ 8.000, mas por outro lado 24% possui renda maior que R\$ 12.000. Muito desses valores comentados anteriormente, pode-se relacionar com o percentual de ocupação dos entrevistados que em GI 64% e ADM 74,5% são somente estudantes.

Em relação aos jogos de videogames a experiência dos participantes com computadores e internet é bastante forte, em ambos os grupos o percentual que mais chamou atenção foi o tempo de 09 a 13 anos sendo 40% em GI e 43,2% em ADM. Portanto, a grande maioria tem bastante vivência neste mundo a um bom tempo, relacionado a isto foi importante observar a presença de desktop/notebook nas casas,

sendo assim aproximadamente mais 50% de todos os entrevistados possuem os equipamentos em sua casa, confirmando o fato de estarem já vivendo uma inclusão digital no seu cotidiano.

Um ponto interessante com relação a esta vivência no mundo dos jogos digitais foi como atualmente o crescimento da plataforma mobile é muito grande. É perceptível isto nos entrevistados também, pois 49% utilizam seus smartphones para jogarem, este novo contexto vem expandindo cada vez mais a indústria de games, quebrando dessa maneira algumas barreiras com relação a acessibilidade de determinado grupo de pessoas. Relacionado a esta perspectiva está a crescente interação que vem ocorrendo entre os usuários neste meio, é tanto que grande parte dos entrevistados do grupo de GI mais de 60% jogam no formato *Multiplayer*, que de certa forma cria uma comunidade em volta dos jogos, na qual informações a todo momento são compartilhadas entre eles.

Em relação aos recursos informacionais que percorrem neste mundo, é importante entender como determinadas informações produzidas e consequentemente disseminadas podem contribuir para os usuários, dessa forma a pesquisa com os entrevistados mostrou que a 44% das fontes informacionais utilizadas para auxiliar nos jogos são opiniões de amigos e colegas no jogo em questão, mostrando o quanto as relações entre os próprios usuários podem motivar um movimento de ajuda simultâneo dentro dos jogos. Por fim, visto que esse mundo sempre está em constante expansão, com uma quantidade gigantesca de fontes de informação entender essa relação com a utilidade é essencial. A partir dos entrevistados com relação à quantidade de informação, em GI 65% dizem de razoável a muita, enquanto em ADM 34% dizem ficar entre razoável e muita. Dessa maneira, o ponto seguinte de ser compreendido é sobre qualidade da informação que está diretamente ligado a sua utilidade. Sendo assim, na amostra do primeiro grupo, 59% dizem que são razoáveis a muito útil, por outro lado no segundo grupo somente 31% dizem estar entre razoável a muito útil as informações obtidas.

Conclui-se com a pesquisa que é possível compreender o funcionamento da utilização dos recursos informacionais pelos jogadores de videogames. Dentre os aspectos mais importantes foram identificados as principais fontes informacionais usada pelos usuários quando estão jogando, como também a quantidade de informação encontrada nos recursos informacionais e a utilidade das informações encontradas pelos usuários.

Como limitações da pesquisa vê-se a falta de escopo para avaliar o comportamento informacional por completo dos usuários de videogames e as influências das fontes de informações na sua decisão.

Como sugestão para futuros trabalhos, recomenda-se a aplicação do material deste trabalho em outro contexto para criar uma comparação em relação aos estudantes de Gestão da Informação e Administração, além de perceber novos vieses de análises para ser realizada.

REFERÊNCIAS

- AGUILERA M; MÉNDIZ A. Vídeo games and education. **ACM Computers in Entertainment**, v.1, 2003. Acesso em: 10 nov 2021. DOI: 10.1145/950566.950583
- AMÉLIO, C.O.. A indústria e o mercado de jogos digitais no Brasil. 2018. Disponível em: [//www.sbgames.org/sbgames2018/files/papers/IndustriaFull/188510.pdf](http://www.sbgames.org/sbgames2018/files/papers/IndustriaFull/188510.pdf). Acesso em: 20 out. 2021. **In: XVII SBGames**, Foz do Iguaçu / PR, out-nov, 2018.
- ARANHA, Gláucio. O processo de consolidação dos jogos eletrônicos como instrumento de comunicação e de construção de conhecimento. **Ciências & Cognição**, v.3, p.21-62, 2004.
- ARAÚJO, M. H. de A.; STEIN, M.; ROMÃO, J. J. da S.. Jogo e serious games: conceito e bons princípios para análise do jogo SpaceCross, da Volkswagen. **In: Anais do XI SBGames**, Brasília: 2012.
- BARBOSA, R. R. Inteligência empresarial: uma avaliação de fontes de informação sobre o ambiente organizacional externo. **DataGramaZero - Revista de Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.3, n.6, dez. 2002.
- BARBOZA, E. F. U.; SILVA, A. C. de A.. A evolução tecnológica dos jogos eletrônicos: do videogame para o newsgame. **In: Simpósio internacional de cyber jornalismo**, jul. 2014. Disponível em: [//www.ciberjor.ufms.br/ciberjor5/files/2014/07/eduardo.pdf](http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor5/files/2014/07/eduardo.pdf). Acesso em: 7 ago. 2021.
- BATISTA, Mônica de Lourdes Souza *et al.* Um estudo sobre a história dos jogos eletrônicos. **Revista Eletrônica da Faculdade Metodista Granbery**, jul. 2007. Disponível em: [//re.granbery.edu.br/artigos/MjQ4.pdf](http://re.granbery.edu.br/artigos/MjQ4.pdf). Acesso em: 11 ago. 2021.
- CALABRE, Lia. A era do rádio – Memória e história. 2003. Disponível em: [//encontro2014.rj.anpuh.org/resources/anais/anpuhnacional/S.22/ANPUH.S22.379.pdf](http://encontro2014.rj.anpuh.org/resources/anais/anpuhnacional/S.22/ANPUH.S22.379.pdf). Acesso em: 12 nov. 2021. **In: XXII Simpósio Nacional de História**, João Pessoa. 2003.
- CHANDLER, Heather Maxwell. **Manual de produção de jogos digitais**. Tradução: Aldir José Coelho Corrêa da Silva. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- CLUA, E.; BITTENCOURT, J. Desenvolvimento de Jogos 3D: Concepção, Design e Programação. **In: Anais da XXIV Jornada de Atualização em Informática do Congresso da Sociedade Brasileira de Computação**, pp. 1313-1356, São Leopoldo, Brazil, jul. 2005. Acesso em: 20 ago. 2021. Disponível em: [//www.ic.uff.br/~esteban/files/Desenvolvimento%20de%20jogos%203D.pdf](http://www.ic.uff.br/~esteban/files/Desenvolvimento%20de%20jogos%203D.pdf).
- DIAS, Thiago. Conheça a história do PlayStation, o console que revolucionou a indústria. **Techtudo**, 20 fev. 2013. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2013/02/conheca-historia-do-playstation-o-console-que-revolucionou-industria.ghml>. Acesso em: 22 out. 2021.
- FALKEMBACH, G. A. M; GELLER, M.; SILVEIRA, S. R. **Desenvolvimento de jogos educativos digitais utilizando a ferramenta de autoria multimídia: um estudo de caso com o ToolBook Instructor**. UFRGS, 2006.

FIANI, R. **Teoria dos jogos: com aplicação em economia, administração e ciências sociais**. 2.ed. São Paulo: Campus, 2006. 388p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. Metodologia**, ed. 6, 2008. Disponível em: [//ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf](http://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf). Acesso em: 4 ago. 2021.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens: O jogo como elemento da cultura**. São Paulo, 2005.

LEITE, Leonardo. **Introdução à História dos Jogos Eletrônicos**. 2003. Disponível em: [//www.maxwell.vrac.puc-rio.br/8600/8600_3.pdf](http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/8600/8600_3.pdf). Acesso em: 20 out. 2021.

LOPES, A. P. de S.; BREYER, F. B.; KELNER, J.. Mapeamento das percepções das interações dos usuários em jogos de ação e aventura com dinâmica 2D e 3D. **In: XV SBGames**, set. 2016. Acesso em: 9 set. 2021. Disponível em: [//www.sbgames.org/sbgames2016/downloads/anais/157547.pdf](http://www.sbgames.org/sbgames2016/downloads/anais/157547.pdf).

NEVES, Isa Beatriz da Cruz *et al.* História e jogos digitais: possíveis diálogos com o passado através da simulação. 2010. Acesso em: 11 ago. 2021. Disponível em: [//www.comunidadesvirtuais.pro.br/buzios/publicacoes/sbgames2010/HISTORIA_JOGOS_DIGITAIS_DIALOGOS.pdf](http://www.comunidadesvirtuais.pro.br/buzios/publicacoes/sbgames2010/HISTORIA_JOGOS_DIGITAIS_DIALOGOS.pdf).

NATALE, Adriano, A. **A ciência dos videogames: tudo dominado... pelos elétrons!** Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2013.

NOVAK, Jeannie. **Desenvolvimento de games**. Tradução: Pedro Cesar de Conti. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

VGSW – Video game sales wiki. NPD Sixth generation. Abr. 2008. Acesso em: 19 ago. 2021. Disponível em: [//vg-sales.fandom.com/wiki/NPD_Sixth_generation](http://vg-sales.fandom.com/wiki/NPD_Sixth_generation).

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MIRANDA, Gustavo Lima. **A história da evolução da mídia no Brasil e no mundo**. UNICEUB, 2007. Acesso em: 12 ago. 2021. Disponível em: [//repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1265/2/20266495.pdf](http://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1265/2/20266495.pdf).

MERRIAM, Sharan B. **Qualitative research and case study applications in education**. San Francisco: Jossey-Bass, 1998.

OLIVEIRA, Maxwell F. de. **Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em administração**. Catalão - GO, 2011.

PAULA, S. L. de; SOUZA, B. C. de. Recurso informacional de jogadores de videogame. **Brazilian Journal of Information Science: research trends**, [S. l.], v. 13, n. 1, p. 21–32, 2019. DOI: 10.36311/1981-1640.2019.v13n1.04.p21.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. Novo Hamburgo - RS, ed. 2, ASPEUR, 2013.

PERLES, João Batista. **Comunicação: conceitos, fundamentos e história**. Biblioteca. On-line de Ciências da Comunicação, 2007. Disponível em: [//www.bocc.ubi.pt/pag/perles-joao-comunicacao-conceitos-fundamentoshistoria.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/perles-joao-comunicacao-conceitos-fundamentoshistoria.pdf). Acesso em: 10 out. 2021

PERANI, Letícia; BRESSAN, Renato Teixeira. Wii will rock you: Nintendo Wii e as relações entre interatividade e corpo nos videogames. **In: VI Brazilian Symposium on Computer Games and Digital Entertainment – SB Games**, São Leopoldo, nov. 2007. Acesso em: 6 out. 2021. Disponível em: projeto.unisinos.br/sbgames/anais/gameecultura/shortpapers/34560.short.pdf.

SAMPAIO, Mario F. **História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo**. Edição. Rio de Janeiro: Ed. Achiamé, 1984.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Eстера Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. Florianópolis, ed. 4, UFSC, 2005.

SILVA, Maycon Prado Rocha *et al.* Jogos Digitais: definições, classificações e avaliação. Tópico em Engenharia de Computação VI, set. 2009. Disponível em: [//www.dca.fee.unicamp.br/~martino/disciplinas/ia369/trabalhos/t1g1.pdf](http://www.dca.fee.unicamp.br/~martino/disciplinas/ia369/trabalhos/t1g1.pdf). Acesso em: 15 out. 2021.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de teoria e de pesquisa da comunicação e da mídia**. Edição. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

SORDI, J. O.; CARANDINA, T. Comportamento informacional: proposição de artefato para reflexão de interdependências entre dimensões de qualidade da informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 20, n. 3, p. 152-177, 2015. Disponível em: [//hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/34673](http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/34673). Acesso em: 07 dez. 2021.

SUTTON, H. **Competitive intelligence** (Conference Board Research Report n. 913). New York: The Conference Board, 1988.

STRAUBHAAR, Joseph; LAROSE, Robert. **Comunicação, mídia e tecnologia**. Edição. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

TOFFLER, Alvin. **A Terceira Onda**. Petrópolis: Editora Record, 1980.

XAVIER, G. **A condição eletrolúdica: cultura visual nos jogos eletrônicos**. 2010. Teresópolis: Novas Idéias.

ZAMBARDA, Pedro. Conheça a história do Xbox, o revolucionário console da Microsoft. **Techtudo**, 20 maio 2013. Disponível em: www.techtudo.com.br/noticias/2013/05/conheca-historia-do-xbox-o-revolucionario-console-da-microsoft.ghhtml. Acesso em: 18 nov. 2021.

IBJD – Indústria Brasileira de Jogos Digitais. 2º Censo da Indústria Brasileira de Jogos digitais. 2018. Disponível em: [//www.sedetur.al.gov.br/servicos-internos/observatorio-da-economia-criativa-e-do-turismo/publicacoes-de-instituicoes-parceiras/cento-da-industria-brasileira-de-jogos-digitais/send/62-cento-da-industria/136-2-cento-da-industria-brasileira-de-jogos-digitais](http://www.sedetur.al.gov.br/servicos-internos/observatorio-da-economia-criativa-e-do-turismo/publicacoes-de-instituicoes-parceiras/cento-da-industria-brasileira-de-jogos-digitais/send/62-cento-da-industria/136-2-cento-da-industria-brasileira-de-jogos-digitais). Acesso em: 16 out. 2021.

APÊNDICE A

INSTRUÇÕES PARA A COLETA DE DADOS

- **ENTREVISTAR OS SUJEITOS INDIVIDUALMENTE E FACE-A-FACE:** Abordar os sujeitos uma-a-um em entrevistas presenciais, com o entrevistador anotando as respostas.
- **COLETAR DADOS DOS SUJEITOS ADEQUADOS:** Um total de 12 pessoas, sendo dois de cada um dos oito tipos abaixo:

Período	Sexo	Turno
1º - 3º	Masculino	MANHÃ (M)
1º - 3º	Masculino	NOITE (N)
4º - 6º	Masculino	MANHÃ (M)
4º - 6º	Masculino	NOITE (N)
7º - 9º	Masculino	MANHÃ (M)
7º - 9º	Masculino	NOITE (N)
1º - 3º	Feminino	MANHÃ (M)
1º - 3º	Feminino	NOITE (N)
4º - 6º	Feminino	MANHÃ (M)
4º - 6º	Feminino	NOITE (N)
7º - 9º	Feminino	MANHÃ (M)
7º - 9º	Feminino	NOITE (N)

Sempre dentro dos critérios acima, é importante variar ao máximo os indivíduos e os locais onde se recruta eles para assegurar uma boa amostra, evitando-se ao máximo amigos e conhecidos do entrevistador.

- **USAR A FOLHA DE RESPOSTAS:** Ao aplicar o questionário, assegurar que as respostas sejam assinaladas na folha de respostas (imprimir uma cópia da folha de respostas para cada sujeito).
- **DIGITAR AS RESPOSTAS NO ARQUIVO EM MS EXCEL:** Inserir os registros das folhas de respostas no arquivo em MS Excel apropriado (fornecido pelo professor).
- **FAZER AS PERGUNTAS DE MODO A SE FAZER ENTENDER:** Utilizar a linguagem necessária até que o sujeito dê sinais de que compreendeu o que está sendo perguntado.
- **OBTER RESPOSTA PARA TODAS AS PERGUNTAS:** Não deixar pergunta alguma sem resposta, mesmo que isso signifique pedir

estimativas ou ter que descartar o sujeito atual e obter outro para substituí-lo (observar que TODAS as perguntas têm resposta para TODOS os casos – note ainda que registrar um “0” e deixar um campo “em branco” NÃO são a mesma coisa).

- **RESPONDER CONFORME INDICADO:** Cada pergunta deve ter apenas uma única resposta e a mesma deve ser fornecida estritamente no formato indicado, mesmo que para isso seja preciso “forçar” o sujeito a uma escolha, ou então descartar o sujeito atual e obter outro para substituí-lo. Algumas respostas são quantidades, outras são datas e ainda outros códigos numéricos indicados entre parênteses.
- **NÃO INFLUENCIAR AS RESPOSTAS:** Procurar ser o mais neutro possível na hora de fazer as perguntas, sem sugerir, direta ou indiretamente, qualquer resposta. Esforçar-se para não indicar, via tom de voz, gesto ou expressão facial, qualquer concordância ou discordância, aprovação ou desaprovação, para com qualquer resposta que seja fornecida.
- **TESTE DE QI E DE CONHECIMENTOS:** Nos instrumentos MICROTESTE DE QI e TESTE RÁPIDO DE CONHECIMENTOS, cada pergunta deve ser respondida em até exatos 10 segundos, tempo após o qual o examinador descarta a questão e passa para a seguinte – as respostas corretas devem ser anotadas como “1” e as incorretas ou não respondidas como “0” (a resposta correta em cada caso é indicada no próprio instrumento).
- **QUESTIONÁRIO DE FACÇÕES:** Apenas no caso do QUESTIONÁRIO DAS FACÇÕES, pode-se mostrar a folha impressa ao entrevistado para auxiliar a compreensão das perguntas e das alternativas de resposta (nos demais instrumentos, o entrevistador deve apenas ler as perguntas em voz alta e anotar as respostas com a codificação adequada).

APÊNDICE B**QUESTIONÁRIO**

01) Sexo: (1) Masculino. (0) Feminino.

02) Data de Nascimento: DD/MM/AAAA

03) Estado Civil:

(1) Casado (2) Solteiro (3) Divorciado/separado (4) Viúvo (5) União Informal

04) Você já tem algum outro curso superior completo?

- (1) Não
- (2) Sim, na área de Exatas ou Tecnologia
- (3) Sim, na área de Biológicas ou Saúde
- (4) Sim, na área de Sociais ou Humanas
- (5) Sim, em área que não Exatas/Tecnologia, Biológicas/Saúde ou Sociais/Humanas.

05) Você está cursando algum outro curso superior fora Administração na UFPE?

- (1) Não
- (2) Sim, na área de Exatas ou Tecnologia
- (3) Sim, na área de Biológicas ou Saúde
- (4) Sim, na área de Sociais ou Humanas
- (5) Sim, em área que não Exatas/Tecnologia, Biológicas/Saúde ou Sociais/Humanas.

06) Quantas horas por dia você costuma dormir? _____ horas

07) Quantas pessoas da sua família moram junto com você? _____ (Coloque "0" se nenhuma)

08) Faixa de Renda Familiar:

- | | |
|--------------------------------------|--|
| (01) Até R\$ 2.000,00 | (07) De R\$ 10.000,01 a R\$ 12.000,00 |
| (02) De R\$ 2.000,01 a R\$ 4.000,00 | (08) De R\$ 12.000,01 a R\$ 14.000,00 |
| (03) De R\$ 4.000,01 a R\$ 6.000,00 | (09) De R\$ 14.000,01 a R\$ 16.000,00 |
| (04) De R\$ 6.000,01 a R\$ 8.000,00 | (10) De R\$ 16.000,01 a R\$ 18.000,00. |
| (05) De R\$ 6.000,01 a R\$ 8.000,00 | (11) De R\$ 18.000,01 a R\$ 20.000,00. |
| (06) De R\$ 8.000,01 a R\$ 10.000,00 | (12) Mais de R\$ 20.000,00. |

09) Nas últimas quatro semanas, com que frequência você:

- (1) Nunca.
- (2) Poucas Vezes.

- (3) Algumas Vezes.
- (4) A Maior Parte das Vezes.
- (5) Sempre.

- A) Sentiu-se cheio de vida?
- B) Tem estado muito nervoso.
- C) Sentiu-se tão desanimado que nada podia lhe animar?
- D) Sentiu-se calmo e pacífico?
- E) Teve muita energia?
- F) Sentiu-se triste e deprimido?
- G) Sentiu-se exaurido, acabado?
- H) Sentiu-se feliz?
- I) Sentiu-se cansado?

10) Qual a sua principal ocupação?

- | | |
|----------------------|-----------------------------------|
| (1) Apenas Estudante | (5) Empresa Própria - Serviços |
| (2) Emprego Público | (6) Empresa Própria - Comércio |
| (3) Emprego Privado | (7) Empresa Própria - Indústria |
| (4) Autônomo | (8) Polícia, Bombeiros ou Militar |

11) Você faz estágio? (1) Sim (0) Não

12) Quantas horas por semana você costuma trabalhar? _____ horas
(Não inclua estágio e coloque "0" se não trabalha – considere apenas trabalho remunerado)

13) Há quantos semestres você está matriculado(a) no curso em graduação da UFPE? Inclua o semestre atual.

_____ Semestres

14) Quantos semestres ainda faltam para você se formar? Não inclua o atual.

_____ Semestres

15) Você realiza ou já realizou atividades de:

- A) Monitoria (1) Sim (0) Não
- B) Iniciação Científica (s/ Bolsa) (1) Sim (0) Não
- C) Iniciação Científica (c/ Bolsa) (1) Sim (0) Não

16) Que nota média você tirou até agora nas disciplinas que você cursou na graduação em Administração? Dê a sua melhor estimativa.

Nota _____

17) Em que tipos de disciplina do curso de Administração você costuma se dar melhor?

A) Identificação com o curso:

(1) Específicas: Com conteúdos característicos do curso.

(0) Complementares: Com conteúdos mais acessórios e periféricos ao curso.

B) Presença de fatores humanos:

(1) Humanas: Conteúdo fortemente social e humano.

(0) Operacionais: Conteúdo mais técnico-operacional.

C) Tipo de conhecimento:

(1) Quantitativas: Conteúdos matemáticos, objetivos e exatos.

(0) Qualitativas: Conteúdos mais subjetivos e não matemáticos.

18) Quanto tempo por semana você dedica atualmente ao estudo? Não inclua o horário das aulas.

_____ Horas/Semana

19) Que tipo de área de atuação em Administração você pretende desenvolver?

(1) Gestão

(2) Finanças

(3) Materiais

(4) Recursos Humanos

(5) Marketing

(6) Outra

20) Depois de completar o curso, que tipo de atividade profissional você pretende desenvolver?

(1) Atuação Acadêmica (Ensino e Pesquisa)

(2) Funcionário de Empresas e Organizações Privadas

(3) Funcionário de Órgãos Públicos

(4) Atividade de Consultoria

(5) Abertura de Negócio Próprio

(6) Atuação nos Negócios da Família

(7) Outra.

21) Na sua opinião, qual a melhor forma de continuar a melhorar a sua qualificação profissional após a formatura?

(1) Experiência direta via prática profissional;

(2) Congressos, seminários e encontros profissionais;

(3) Oficinas e cursos de extensão;

(4) Pós-Graduação (Especialização, Mestrado, Doutorado);

- (5) Atualização via leitura de livros e revistas especializados;
- (6) Outro curso superior;
- (7) Outra Forma.

22) Há quanto tempo você usa computadores e Internet de modo regular?

- | | | | |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| (01) Não uso. | (06) De 02 a 03 anos. | (11) De 07 a 08 anos. | (16) De 12 a 13 anos. |
| (02) Até 06 meses. | (07) De 03 a 04 anos. | (12) De 08 a 09 anos. | (17) De 13 a 14 anos. |
| (03) De 06 a 12 meses. | (08) De 04 a 05 anos. | (13) De 09 a 10 anos. | (18) De 14 a 15 anos. |
| (04) De 12 a 18 meses. | (09) De 05 a 06 anos. | (14) De 10 a 11 anos. | (19) De 15 a 16 anos. |
| (05) De 18 a 24 meses. | (10) De 06 a 07 anos. | (15) De 11 a 12 anos. | (20) Mais de 16 anos. |

Responda as perguntas de 23 a 27 a seguir conforme a escala abaixo:

- (0) Não (1) Sim, que compartilho com outros. (2) Sim, para uso próprio.

23) Você tem acesso a um computador de mesa (desktop)?

- A) Em casa _____
- B) No trabalho _____
- C) Em outro lugar _____

24) Você tem acesso a um notebook/laptop?

- A) Em casa _____
- B) No trabalho _____
- C) Em outro lugar _____

25) Você tem acesso a um computador tipo tablet?

- A) Em casa _____
- B) No trabalho _____
- C) Em outro lugar _____

26) Você tem um celular tipo smartphone? _____

27) Você tem acesso à Internet?

- A) Em casa _____
- B) No trabalho _____
- C) Em *Lan House* _____
- D) Via Celular _____
- E) Em outro lugar _____

28) Indique se você realiza ou não as seguintes atividades ao computador regularmente:

- | | | |
|--|---------|---------|
| A) Preparar documentos no editor de textos (ex: Word). | (1) Sim | (0) Não |
| B) Fazer contas com planilha eletrônica (ex: Excel). | (1) Sim | (0) Não |
| C) Preparar apresentações (ex: Powerpoint). | (1) Sim | (0) Não |

- D) Fotografia digital, tratamento de imagens e/ou desenho. (1) Sim (0) Não
 E) Uso de sistemas corporativos (ex: SAP, ERP, etc.). (1) Sim (0) Não
 F) Jogos simples (ex: Tetris, Paciência) (1) Sim (0) Não
 G) Jogos complexos sem ser pela Internet. (ex: Oblivion) (1) Sim (0) Não
 H) Outros tipos de software (1) Sim (0) Não

29) Indique se você realiza ou não as seguintes atividades na Internet regularmente:

- A) Uso do e-mail. (1) Sim (0) Não
 B) Pesquisas e buscas (ex: usando o Google). (1) Sim (0) Não
 C) Criação e/ou manutenção de Websites. (1) Sim (0) Não
 D) Escrever/atualizar Blogs. (1) Sim (0) Não
 E) Bate-papo online. (1) Sim (0) Não
 F) Jogos online do tipo "tiroteio" (ex: Counterstrike) (1) Sim (0) Não
 G) Jogos online tipo "RPG" (ex: Warcraft) (1) Sim (0) Não
 H) Sites de relacionamento (Ex.: Facebook) (1) Sim (0) Não
 I) Twitter (1) Sim (0) Não
 J) Assistir ou baixar vídeos (1) Sim (0) Não
 K) Ouvir ou baixar música (1) Sim (0) Não
 L) Baixar software. (1) Sim (0) Não

30) Você usa no celular:

- A) Mensagens Instantâneas (ex: SMS, WhatsApp) (1) Sim (0) Não
 B) E-mail (1) Sim (0) Não
 C) Navegador (1) Sim (0) Não
 D) Redes Sociais (1) Sim (0) Não
 E) Jogos (1) Sim (0) Não
 F) Calendário (1) Sim (0) Não
 G) Despertador (1) Sim (0) Não
 H) Anotações (1) Sim (0) Não
 I) Música (1) Sim (0) Não
 J) Câmera Fotográfica (1) Sim (0) Não
 K) Gravador de Áudio (1) Sim (0) Não
 L) Gravador de Vídeo (1) Sim (0) Não

31) Com que frequência você:

- (1) Nunca (2) Raramente (3) Ocasionalmente (4) Frequentemente (5) Sempre

A) Percebe semelhanças entre o modo como funcionam as coisas do dia a dia e o modo funcionam certas tecnologias digitais (computador, Internet, etc.).

B) Usa, nas atividades do dia-a-dia palavras, expressões e modos de dizer oriundos da Informática (ex: "deletar", "linkar", "clique", "conectar", "processar", "interativo").

32) Há quanto tempo você joga videogames de modo regular?

- (01) Não jogo. (06) De 02 a 03 anos. (11) De 07 a 08 anos. (16) De 12 a 13 anos.
 (02) Até 06 meses. (07) De 03 a 04 anos. (12) De 08 a 09 anos. (17) De 13 a 14 anos.
 (03) De 06 a 12 meses. (08) De 04 a 05 anos. (13) De 09 a 10 anos. (18) De 14 a 15 anos.
 (04) De 12 a 18 meses. (09) De 05 a 06 anos. (14) De 10 a 11 anos. (19) De 15 a 16 anos.

(05) De 18 a 24 meses. (10) De 06 a 07 anos. (15) De 11 a 12 anos. (20) Mais de 16 anos.

33) Em que tipo de plataforma você costuma jogar videogames?

- | | | |
|------------------------------|---------|---------|
| A) PC ou Apple | (1) Sim | (0) Não |
| B) Console (XBox, PS4, etc.) | (1) Sim | (0) Não |
| C) Mobile (Smartphone) | (1) Sim | (0) Não |
| D) Via Navegador (Browser) | (1) Sim | (0) Não |
| E) Outra plataforma | (1) Sim | (0) Não |

34) Em termos de quantidade de jogadores, os videogames que você costuma jogar são:

- | | | |
|---|---------|---------|
| A) Solitários (<i>Single Player</i>) | (1) Sim | (0) Não |
| B) Em rede com 02 até 24 jogadores (<i>Multiplayer</i>) | (1) Sim | (0) Não |
| C) Em rede com inúmeros jogadores (<i>MMO</i>) | (1) Sim | (0) Não |

35) Quanto ao gênero de jogo, você costuma jogar videogames do tipo:
(Um mesmo jogo pode corresponder a mais de uma categoria)

- | | | |
|--|---------|---------|
| A) Aventura (levar um personagem a vencer desafios ao longo de uma história) | (1) Sim | (0) Não |
| B) Ação (ênfase em destreza e velocidade de reação) | (1) Sim | (0) Não |
| C) Tiro em Primeira Pessoa ou FPS (caso particular dos jogos de Ação) | (1) Sim | (0) Não |
| D) Estratégia (ênfase em planejamento e decisão) | (1) Sim | (0) Não |
| E) Simulação (versão virtual de um organismo, objeto ou sistema) | (1) Sim | (0) Não |
| F) Pilotagem ou Corrida (caso particular dos jogos de Simulação) | (1) Sim | (0) Não |
| G) Quebra Cabeças ou Puzzle (resolução de problemas e enigmas) | (1) Sim | (0) Não |
| H) RPG (voltado para o aprimoramento e evolução de um personagem) | (1) Sim | (0) Não |
| I) MOBA (jogos de batalha em equipe com objetivos estratégicos) | (1) Sim | (0) Não |
| J) Tabuleiro (ex: Xadrez, Damas, Gamão, etc.) | (1) Sim | (0) Não |
| K) Outros Tipos | (1) Sim | (0) Não |

36) Qual a importância para você dos seguintes elementos dos jogos:

- (0) Nenhuma Importância
- (1) Pouca Importância
- (2) Alguma Importância
- (3) Muita Importância
- (4) Máxima Importância

- A) História, trama, contexto, cenário e desenvolvimento de personagens
- B) Ação, dinâmica, funcionamento e tipo de interação envolvidos
- C) Qualidade dos gráficos, áudio e efeitos

37) Qual a importância para você das seguintes motivações para jogar:

- (0) Nenhuma Importância
- (1) Pouca Importância
- (2) Alguma Importância
- (3) Muita Importância
- (4) Máxima Importância

- A) Realização (aprimoramento, progresso, sucesso e vitórias)
- B) Social (interagir com outras pessoas, trabalho em equipe)
- C) Imersão (vivenciar e explorar um mundo de fantasia ou pensamento)

38) Quantas horas por semana você costuma passar jogando? _____ horas por semana

39) Você utiliza para lhe auxiliar nos jogos:

- | | |
|--|-----------------|
| A) Manuais de instrução | (1) Sim (0) Não |
| B) Observação do comportamento de outros jogadores | (1) Sim (0) Não |
| C) A opinião de amigos e colegas de jogo | (1) Sim (0) Não |
| D) Fóruns de discussão online | (1) Sim (0) Não |
| E) Tutoriais e dicas estratégia oficiais | (1) Sim (0) Não |
| F) Tutoriais e dicas de estratégia de fãs e apoiadores | (1) Sim (0) Não |
| G) Vídeos feitos por jogadores | (1) Sim (0) Não |
| H) <i>Mods</i> , <i>Addons</i> e afins | (1) Sim (0) Não |
| I) Programas de cálculo e simulação | (1) Sim (0) Não |
| J) Textos sobre as histórias, tramas e contextos do jogo | (1) Sim (0) Não |
| K) Outras formas | (1) Sim (0) Não |

40) Você procura obter informações, conhecimentos, ferramentas e dicas acerca de como jogar os videogames via:

- | | |
|--|-----------------|
| A) Conversas presenciais com outros jogadores | (1) Sim (0) Não |
| B) Revistas, livros e outras publicações impressas | (1) Sim (0) Não |
| C) Convenções e encontros de jogadores | (1) Sim (0) Não |
| D) E-mail e mensagens individuais | (1) Sim (0) Não |
| E) Website oficial da empresa do jogo | (1) Sim (0) Não |
| F) Websites de fãs e apoiadores | (1) Sim (0) Não |
| G) Outros meios | (1) Sim (0) Não |

41) Em relação ao que você encontrou através das fontes e meios supramencionados:

A) Qual a quantidade de informação que você obteve?

- (0) Nenhuma (1) Pouca (2) Razoável (3) Muita (4) Imensa

B) Qual a utilidade, em termos dos jogos, da informação que você obteve?

- (0) Nenhuma (1) Pouca (2) Razoável (3) Muita (4) Imensa

APÊNDICE C

QUESTIONÁRIO EXTRA - GESTÃO DA INFORMAÇÃO

- **Filhos:** (1) Sim (0) Não

- **Você estudou:**

- | | | |
|---------------------------------|---------|---------|
| A) No Colégio de Aplicação | (1) Sim | (0) Não |
| B) Colégio Militar | (1) Sim | (0) Não |
| C) Colégio ou Escola da Polícia | (1) Sim | (0) Não |

- **Você ingressou na universidade por meio de algum sistema de cotas?**

(1) Sim (0) Não

- **Em relação ao seu rendimento acadêmico no seu curso de graduação, você diria que está:**

(1) Entre os 33% mais baixos (2) Mediano (3) Entre os 33% mais altos

- **Sobre o curso de Gestão da Informação, qual o seu nível de satisfação em relação aos aspectos abaixo. Use a notação a seguir para preencher as lacunas:**

- 1 – Fortemente Insatisfeito
- 2 – Moderadamente Insatisfeito
- 3 – Um pouco insatisfeito
- 4 – Nem Satisfeito nem Insatisfeito
- 5 – Um Pouco satisfeito
- 6 – Moderadamente Satisfeito
- 7 – Fortemente Satisfeito

	1	2	3	4	5	6	7
a) Ao curso de Gestão da Informação?							
b) Ao grau de relevância dos conteúdos ministrados durante a graduação para a atuação profissional?							
c) Matriz do curso							
d) Docentes do curso							
e) Atividades práticas							
f) Oportunidades de mercado de trabalho							
g) Atualização de acordo com o mercado de trabalho							
h) Dos cursos, palestras, fóruns e feiras oferecidos pela UFPE no atendimento às demandas requeridas pelo mercado profissional							

- **Que área de atuação em Gestão da Informação você pretende desenvolver?**
