

**CCE, PUC-Rio**

**Curso de Extensão em Educação e Mídia**

**Campus Barra, 2009.2**

**Prof. Ilana Eleá**

[www.midiaedu.com.br](http://www.midiaedu.com.br)

[www.midiaedu.ning.com](http://www.midiaedu.ning.com)

**Aluna:** Natalia Freitas

[nfreitas@rocketmail.com](mailto:nfreitas@rocketmail.com)

### **Trabaho final – Análise de Produto: Club Penguin**

A influência que a mídia, meios de comunicação que vinculam conteúdos através de imagem, áudio ou texto, exerce sobre os indivíduos é evidente. Diante dessa constatação, a relação do indivíduo com as informações midiáticas que esta recebendo se dá de formas cada vez mais complexas e variadas.

Nesse contexto, a mídia interfere na educação de adultos e crianças, e um professor precisa ter conhecimento para integrar a mídia em suas propostas pedagógicas.

No decorrer do presente trabalho será feita uma análise sobre um produto de mídia que será escolhido através de uma sondagem com aproximadamente dez crianças, na faixa etária dos sete aos dez anos, das turmas da extensão de inglês de um colégio de classe média alta, na Barra da Tijuca. Nesta sondagem, por meio de um questionário pretendo investigar qual o game mais acessado pelas crianças via internet.

Visando mostrar como, e quais representações elas estão construindo em relação ao mundo virtual. Muitas vezes, partimos do pressuposto de que a criança chega à escola sem conhecimento, e não é assim. Ela sabe menos que os adultos, mas já formaram alguns conceitos a partir da realidade em que vivem.

## 2. Escolha do produto

Como dito acima a sondagem foi realizada num colégio, com crianças na faixa etária dos sete anos do 2º ano do Ensino fundamental, e que também cursam a extensão do inglês. No total foram oito crianças entrevistadas, quatro meninos e quatro meninas.

A entrevista foi feita durante o recreio, que na extensão de inglês ocorre uma vez por semana, individualmente e de forma informal. Quando uma criança se aproximava perguntava se podíamos ter uma conversa que me ajudaria a realizar um trabalho. Conversei com cada uma sobre internet e durante o diálogo procurei obter as respostas do questionário.

Como esperado todas as oito crianças tem acesso a internet em casa. Entre as crianças entrevistadas, cinco afirmam usar a rede quase todo dia, de cinco a seis dias na semana, duas utilizam três a quatro dias, e uma apenas um ou dois dias na semana.

A maioria usa internet para jogar games, entretanto duas falaram que gostam de ver vídeos, e uma falou que utiliza para pesquisa. Essa ultima resposta foi a mais peculiar, um dos meninos gosta de acessar o site do lego para saber o lançamento de novos jogos, e assim poder pedir para os pais que aumentem sua coleção.

Ao acessar a internet, para minha surpresa, apenas uma criança afirmou estar sempre na companhia dos pais, quatro ora entram sozinhas ora com os pais, e três tem livre acesso ao computador sem necessidade da companhia dos pais ou outro adulto.

Finalmente, ao perguntar sobre seus games favoritos tive respostas bastante variadas, além da surpreendente pesquisa virtual de jogos no site do lego, observei que duas meninas apontaram games diferentes, uma da Barbie e outra da Star Doll, mas que são semelhantes com a criação de personagens e possibilidade de escolher roupas e maquiagem.

O youtube foi mencionado duas vezes, porém, para fins diferentes, por um menino que gosta de ver episódios de desenho e montagens de lego, e outra por uma menina que gosta de ver clipes do High School Musical e Hannah Montana para aprender as coreografias.

O preferido entre esse grupo foi o Clube Penguin mencionado por três crianças, o site é gratuito, na verdade não é apenas um game, se trata de uma comunidade virtual onde cada criança cria o seu pingüim e tem acesso a jogos variados, existindo uma versão para assinantes que permite mais interações como veremos a seguir.

### **3. Contextualização do produto**

Muitas crianças estão tendo o seu primeiro contato com um meio de comunicação através da internet, e as empresas de entretenimento para crianças estão repensando como captar essa nova geração. Segundo uma pesquisa da eMarketer hoje 8,2 milhões de crianças são membros de algum mundo virtual e estima-se que em 2011 esse numero será de 20 milhões de crianças. <sup>1</sup> Sendo assim cresce na rede o numero de sites destinados a crianças de diferentes faixas etárias.

O Club Penguin é um mundo virtual onde as crianças brincam com jogos diversos e interagem entre si. Trata-se de uma ilha coberta de neve, e todos assumem a forma de pingüins coloridos. O publico alvo do site são crianças de 6 a 14 anos, mas é aberto a todas as idades.

<sup>1</sup> dado retirado da reportagem publicada no NY times em 31/12/2007

O Club Penguin foi criado pela empresa New Horizon Interactive, do Canadá, em outubro de 2005. Os criadores detectaram uma demanda por uma “rede social” infantil com segurança para as crianças brincarem na internet. O sucesso do Club Penguin levou à aquisição do site pela Walt Disney Company em agosto de 2007.

Desde a criação do mundo virtual, a comunidade brasileira sempre foi uma das mais ativas e presentes no Club Penguin. Em uma busca no Orkut, site de relacionamento, encontra-se 210 comunidades sobre o Club Penguin, sendo a maior delas a do Club Penguin Brasil com 10.540 membros. Em

função dessa presença maciça de brasileiros, em outubro de 2008 foi lançada a primeira versão do mundo virtual em outro idioma, o português, além do inglês.

O Club Penguin é um site gratuito, onde o usuário não paga nada para jogar, explorar a ilha e conversar com seus amigos, mas para aproveitar algumas das possibilidades desse mundo virtual é preciso ter uma assinatura.

As assinaturas são justificadas como uma forma de financiar as operações do Club Penguin, e assim manter a segurança online, livre de anúncios publicitários.

Ao se cadastrar no site, os jogadores criam um pinguim e então podem passear pela ilha do Club Penguin, participando de uma série de atividades. Os usuários podem conversar por chat, jogar jogos individuais ou com outro usuário. O usuário também pode participar de festas temáticas e eventos especiais, interpretar um papel na peça de teatro, adotar e cuidar de um bichinho de estimação chamado Puffle (uma pequena bola colorida com carinha que interage com o pingüim), e jogar os jogos para ganhar moedas virtuais, que podem ser usadas para decorar seu iglu e comprar diversas roupas para seu pinguim. Toda semana o site diz apresentar um novo conteúdo. Ressaltando que algumas dessas possibilidades são apenas para assinantes.

O compromisso principal do site é garantir um ambiente virtual seguro para crianças e suas famílias, e para tal oferece duas opções de bate-papo, conforme informações do site:

**“Bate-papo super seguro:** Limita as palavras que os jogadores podem usar de acordo com uma lista pré-definida de saudações, perguntas e frases, assim como emoticons, ações e cartões com mensagens. Ao conversar com outros pinguins, os jogadores conseguem ver apenas as mensagens usadas no Bate-papo SuperSeguro.

**Bate-papo seguro:** Permite que os jogadores digitem suas próprias mensagens para os outros usuários. Cada mensagem é filtrada para permitir

apenas palavras e frases pré-aprovadas, e bloqueia tentativas de informar um número de telefone ou qualquer outro tipo de informação pessoal identificável.

”2

Prevendo a possibilidade dos filtros falharem, dispõe ainda de uma equipe para monitorar as atividades e o bate-papo, receber denúncias de mau comportamento e fornecer assistência personalizada ao jogador. Jogadores com comportamento inapropriado podem ser advertidos e banidos.

Os pais podem criar uma conta vinculada ao pingüim do seu filho e escolher o tipo de bate-papo utilizado pela criança, controlar os horários, assim como delimitar o número de horas que as crianças passam jogando.

<sup>2</sup> Texto retirado do site <http://www.clubpenguin.com/pt/>

#### **4. Analise da imagem**

Figura 1



Esta é a página inicial do Club Penguin, a imagem passa a ideia de uma ilha de gelo, com montanha e teleférico, uma cidade ao fundo e habitantes pingüins. O cenário fica evidente se tratar de uma ilha, porém devido ao azul de fundo e o desenho de algumas nuvens parece uma ilha flutuante, e não um pedaço de terra cercado de água por todos os lados, definição que nos é apresentada no colégio.

Apesar de reconhecer os personagens como pingüins eles não são iguais aos pingüins de verdade, aqueles encontrados na natureza, são coloridos, mais gordinhos e com aparência de desenho animado.

No plano geral o pingüim azul acena como que dando boas vindas. Mais atrás dois pingüins, um verde e um amarelo portando uma câmera estão de frente um para o outro se olhando como se estivessem interagindo. Próximo a eles outro pingüim, esse laranja, posa para um artista, que curiosamente não passa de uma pequena bola amarela, indicando, aparentemente, que além dos pingüins existem outros personagens nesse jogo.

Observa-se também referências ao universo infantil como balões de gás, cata-vento, e um colorido vibrante que chama a atenção.

Nessa página é possível identificar que o site é da Disney.

Figura 2



Esta é a imagem do centro da ilha, temos 3 estabelecimentos: o café, uma boate Dance club e uma loja presentes. Os estabelecimentos não são exatamente lugares que crianças freqüentam, mas fazem parte do centro de qualquer cidade. As setas azuis do lado esquerdo do café e do lado direito da loja presentes indicam o caminho para ir para outras partes da ilha.

O jogador para identificar o seu pingüim, em meio aos demais, existe um círculo azul ao redor do pingüim, nessa imagem o pingüim que criei é rosa e o círculo pode ser visto na direção da placa do café.

O colorido do cenário é bastante vibrante, mesmo a cor da parede dos estabelecimentos sendo cores mais sóbrias. Balões de gás, e lanternas coloridas mais uma vez remetem ao universo infantil.