

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza  
Etec Doutor Renato Cordeiro  
Técnico em Desenvolvimento de Sistemas – Híbrido

## **TRIBUNAL GAMES: espaço para interação, informação e diversão**

Anderson Tomé Santos\*

Luiz Fernando\*\*

Leonardo M. Dametto\*\*\*

Felipe Brito\*\*\*\*

**Resumo:** O interesse por jogos eletrônicos cresce continuamente, impulsionado pela diversidade de títulos e pela rápida expansão desse setor, que oferece experiências imersivas e interativas aos jogadores. Nesse cenário dinâmico, o projeto Tribunal Games foi concebido com o objetivo de criar uma plataforma onde usuários possam avaliar jogos eletrônicos, formando um ranking baseado em aspectos como gráficos, áudio, narrativa, contexto e jogabilidade, subsidiando, assim, as escolhas de outros jogadores. A metodologia do projeto incluiu três etapas: uma pesquisa bibliográfica para compreensão do mercado de jogos eletrônicos; uma pesquisa de campo, com coleta de dados via formulário eletrônico para verificar o interesse na proposta; e o desenvolvimento do site Tribunal Games, utilizando ferramentas como Photopea e Canva para design, Visual Studio Code para programação e linguagens como PHP, MySQL, CSS e JavaScript. A estrutura do site abrange seções de Avaliações de Jogos e Ranking de Jogos, Requisitos Mínimos e Dicas de Configuração, Onde Comprar e Blog e Comunidade, proporcionando um espaço completo para interação e informação sobre o universo dos games.

Palavras-chave: Jogos Eletrônicos; avaliação de jogos; ranking de jogos; desenvolvimento web; comunidade gamer.

## **1 INTRODUÇÃO**

Os jogos eletrônicos emergiram no século XX, paralelamente ao desenvolvimento dos primeiros computadores voltados para o ambiente de escritórios,

---

\* Discente do curso Técnico em Desenvolvimento de Sistemas, na Etec Dr. Renato Cordeiro, Birigui, [tomeanderson410@gmail.com](mailto:tomeanderson410@gmail.com)

\*\* Discente do curso Técnico em Desenvolvimento de Sistemas, na Etec Dr. Renato Cordeiro, Birigui, [coronelboyah@gmail.com](mailto:coronelboyah@gmail.com)

\*\*\* Discente do curso Técnico em Desenvolvimento de Sistemas, na Etec Dr. Renato Cordeiro, Birigui [leodamettowales@gmail.com](mailto:leodamettowales@gmail.com)

\*\*\*\* Discente do curso Técnico em Desenvolvimento de Sistemas, na Etec Dr. Renato Cordeiro Birigui [felipebrito650@gmail.com](mailto:felipebrito650@gmail.com)

quando alguns entusiastas enxergaram o potencial de um novo mercado com capacidade de atingir milhões de pessoas. Desde então, a indústria de games experimentou um crescimento exponencial, alcançando sua primeira Era de Ouro nos anos 1970. O que começou com gráficos rudimentares evoluiu para uma indústria multibilionária, envolvendo desenvolvedores, distribuidores, criadores de conteúdo e plataformas especializadas, que hoje atendem a uma audiência global (AMORIN, 2023).

Atualmente, o Brasil destaca-se como o maior mercado de jogos da América Latina e ocupa a 13ª posição no ranking mundial, movimentando cerca de R\$ 12 bilhões anualmente, de acordo com a Newzoo. Além disso, o país registra investimentos superiores a US\$ 20 bilhões nesta década em empresas do setor, conforme aponta a XDS. No cenário de exportação, o relatório Brazil Games revelou que, em 2021, o mercado nacional ultrapassou a marca de US\$ 50 milhões em exportações, com os Estados Unidos e países da América Latina figurando entre os principais consumidores das produções brasileiras (BUENO, 2024). A popularidade dos jogos no Brasil reflete-se também no público: cerca de 74,5% da população brasileira declara-se adepta dos games, um crescimento de 2,5% em comparação a anos anteriores (OLIST, 2023).

Diante da crescente demanda e da diversidade do mercado de jogos eletrônicos, observou-se a necessidade de uma plataforma que oferecesse aos usuários avaliações e recomendações que os auxiliassem a fazer escolhas informadas. Assim, surgiu o “Tribunal Games”, um site concebido como parte de um projeto de conclusão de curso, com o propósito de servir como um espaço informativo e colaborativo. Desenvolvido com o objetivo de simplificar a tomada de decisão dos jogadores, o Tribunal Games oferece análises detalhadas de jogabilidade, gráficos, narrativa e outros aspectos fundamentais, além de fornecer informações sobre preços e requisitos técnicos de compatibilidade.

A proposta do Tribunal Games é, portanto, contribuir para uma comunidade gamer mais informada e consciente, proporcionando uma experiência enriquecedora e auxiliando os jogadores na escolha dos títulos que melhor correspondam às suas expectativas. Dessa forma, o site se posiciona como uma ferramenta essencial para o público gamer, criando um espaço interativo que agrega valor ao mercado de jogos

eletrônicos ao conectar entusiastas e promover um consumo mais informado e consciente.

## **2 MATERIAIS E MÉTODOS**

Para a elaboração da proposta foram utilizados recursos próprios, computadores pessoais e notebooks com acesso à internet e informações disponibilizadas online, além ferramentas:

- a) Photopea: utilizamos muitas ferramentas e sites para fazermos o site, por exemplo: O Photopea que utilizamos para fazer muitos designers para o site, e também por que é totalmente gratuito.
- b) Canva: Canva que foi muito utilizado no início e na metade do site para montar o designer dele todo e para fazer as apresentações. O canva foi muito bem usado e explorado por nós, ele ajudou muito.
- c) Visual Studio Code: Para fazermos os códigos do site utilizamos o Visual Studio Code(Vscode) que foi usado desde o começo e final do site, por ser totalmente de graça e fácil de mexer e aprender. Ele foi uma das ferramentas mais utilizadas para a realização do site.
- d) PHP: O PHP foi a linguagem que utilizamos para realizar a ligação com o banco de dados elas foi principalmente usada para criar as seguintes funções no site: comentários, Ranking avaliativo tanto no modo júri quanto public, foi usado também nas mecânicas de editar usuário e criar conta e em todas as outras funções presentes.
- e) MySQL:O MySQL foi o banco de dados do projeto inteiro, o mesmo que realiza a conexão com o PHP, ele guarda as imagens, dados cadastrados pelo usuário como: Nome, email, imagem de perfil, comentários, denúncias e outros... A também dados fornecidos por nós, como: As Sinopses, URL da foto, requisitos e etc.O MySQL é o que dizemos de baú, é onde todo o projeto está guardado.
- f) CSS: O CSS foi a linguagem usada para deixar o visual do site bonito e do jeito como queríamos, ele que provém a cor, tamanho, posicionamento e estilo para o site, a aparência do projeto foi feita inteiramente com o mesmo.

g) JavaScript: O JavaScript foi a linguagem utilizada para realizar animações e mecânicas estéticas para contribuir e elevar o visual do Site ele foi utilizado para: realizar as animações/mecânicas de botões na tela principal/jogo, usado também para criar apenas a animação no menu da tela principal.

### 3 DESENVOLVIMENTO E PROTOTIPAÇÃO

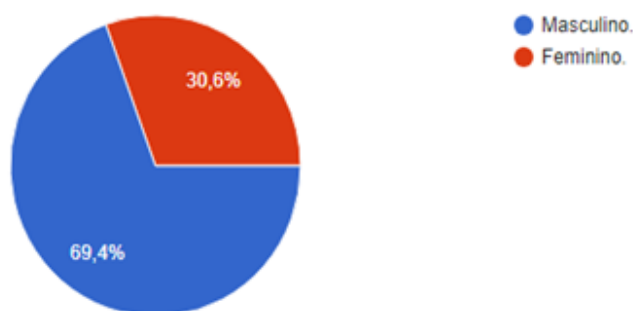
#### 3.1 Pesquisa de campo

Para compreender a viabilidade da proposta foi realizada uma pesquisa de campo de modo a traçar o perfil de compra/uso da proposta implementada. O comportamento de compra/uso abrange o processo que os consumidores seguem desde a descoberta até a aquisição/uso e, possivelmente, a recompra/reuso de um produto/serviço, influenciado por fatores práticos, pessoais e sociais, além de motivadores racionais e emocionais (SURVEYMONKEY, 2024).

As informações foram coletadas utilizando questionário eletrônico (Google Forms), contendo 12 perguntas. Participaram do estudo 36 pessoas, com amostragem selecionada por conveniência.

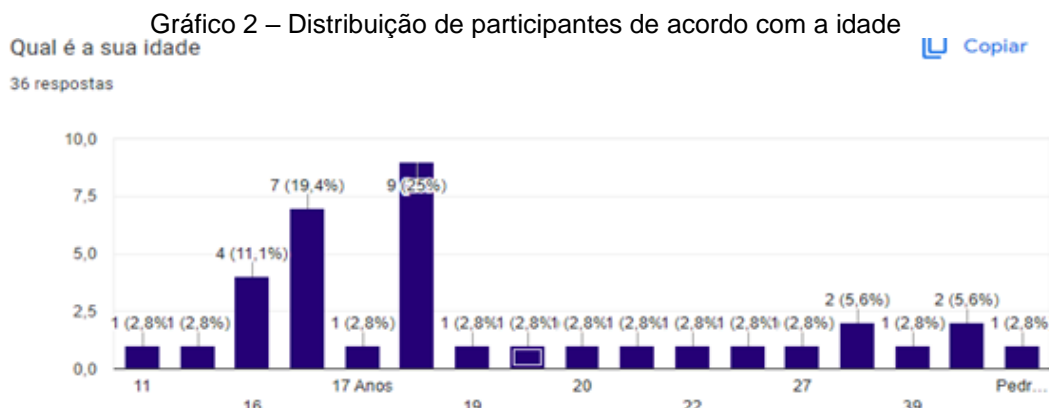
Conforme os dados coletados, o grupo foi composto por 69,4% de participantes do sexo masculino e 30,6% feminino (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Distribuição de participantes de acordo com o gênero  
Qual seu sexo?  
36 respostas



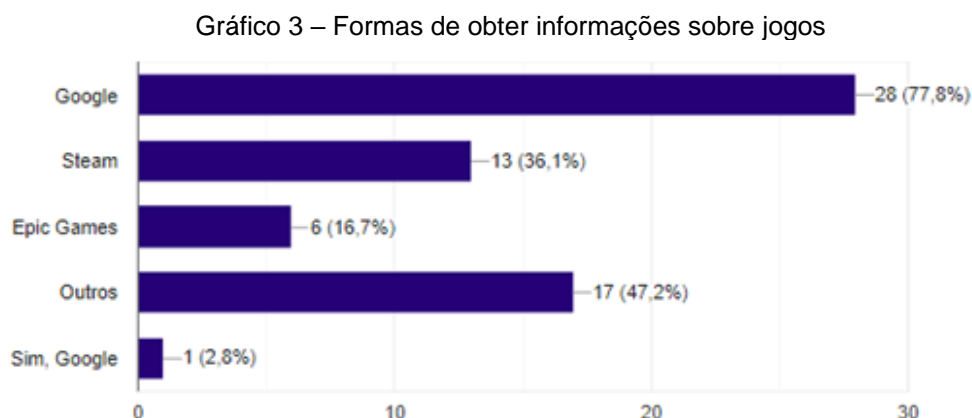
Fonte: Elaborado pelos autores; Google Forms (2024)

A grande maioria das pessoas que responderam o questionário de campo (total de 36 pessoas), tinham cerca de 16 a 18 anos, ou seja, um total de 23 pessoas, cerca de 61.1% de todo o questionário (Gráfico 2).



Fonte: Elaborado pelos autores; Google Forms (2024)

A terceira questão teve como objetivo identificar se os participantes do estudo costumam buscar informações sobre jogos antes de comprar e onde costumam pesquisar. Os participantes poderiam indicar mais de uma resposta, sendo os dados apresentados no Gráfico 3.



Fonte: Elaborado pelos autores; Google Forms (2024)

Observa-se que a maioria das pessoas, 77,8% (n=28) preferem buscar informações de jogos pelo Google, enquanto 36,1% (n=13) pesquisam pela Steam e, com menor porcentagem, 16,7% (n=6), optam por pesquisar na plataforma de busca da Epic Games. Por fim, 47,2% (n=17) procuram por pesquisar em outros meios.

Na questão número 4 buscou-se identificar qual seria a principal motivação dos participantes para usar o site Tribunal Games e, como pode ser observado no Gráfico 4, a principal razão seria consultar opiniões de outros usuários, com 77,8% (n=28) das indicações.

Gráfico 4 – Motivação para uso do site Tribunal Games

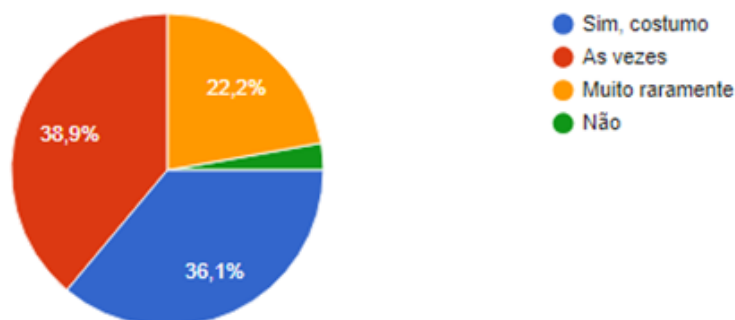


Fonte: Elaborado pelos autores; Google Forms (2024)

Observa-se ainda, no Gráfico 4, que 36,1% (n=13) usariam para deixar suas próprias opiniões sobre um determinado jogo; 44,4% (n=16) usariam para ver os requisitos mínimos e recomendados; 44,4% (n=16) usariam o *site* para comparar preços de um jogo em específico no mercado; 8,3% (n=3) usariam o *site* para outro fim; 5,8% (n=2) não usariam; 2,8% (n=1) veria se vale a pena baixar pelo Torrent.

Na questão número 5 buscou-se investigar se os participantes da pesquisa costumam buscar informações sobre jogos em outros *sites* e, conforme se observa no Gráfico 5, 38,9% das pessoas procuram às vezes por informações de jogos em diferentes *sites*; 36,1% costumam procurar; 22,2% procuram raramente pelas informações desejadas e 2,8% não procuram.

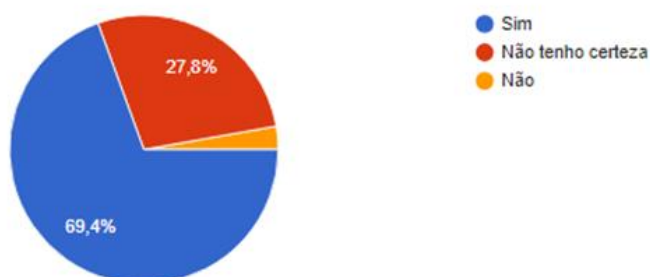
Gráfico 5 – Busca de informações sobre jogos em outros sites



Fonte: Elaborado pelos autores; Google Forms (2024)

Em seguida, os participantes foram questionados se consideravam os *sites* em que buscavam informações seguros e a maioria deles, 69,4%, acredita que sim, como se observa no Gráfico 6. Do restante, 27,8% não sabem ao certo se é de confiabilidade o site no qual procuram pelas informações desejadas.

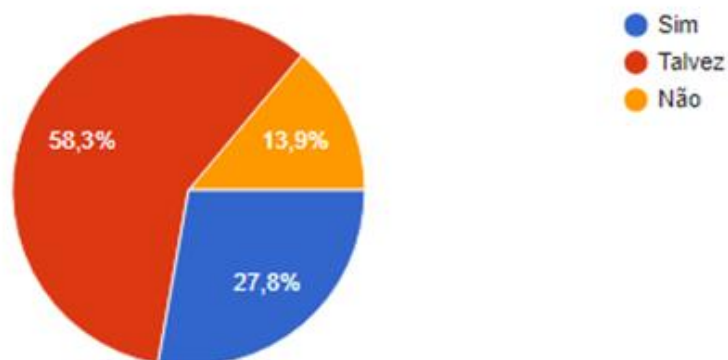
Gráfico 6 – Os sites onde você procura é seguro?



Fonte: Elaborado pelos autores; Google Forms (2024)

Os participantes foram questionados se gostariam de apresentar suas opiniões sobre jogos em forma de comentários no *site*. Como se observa no Gráfico 7, a maioria, 58,3%, respondeu “talvez”. Os demais, 27,8% gostariam e 13,9% não gostariam de compartilhar suas opiniões sobre jogos no *site* Tribunal games.

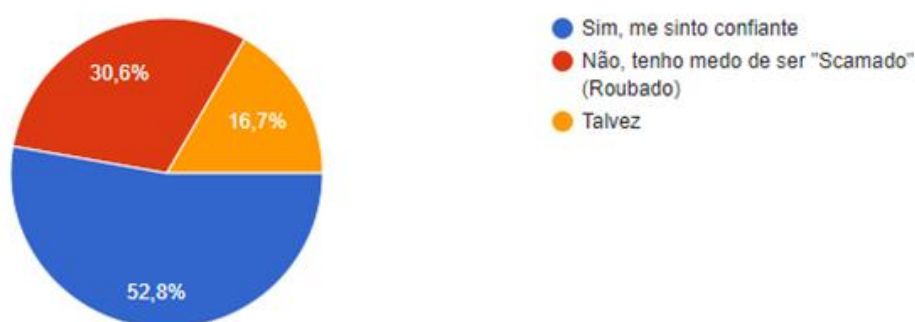
Gráfico 7 – Gostaria de apresentar opiniões sobre jogos no *site*?



Fonte: Elaborado pelos autores; Google Forms (2024)

Na questão 8 foi perguntado aos participantes se eles tinham confiança e se sentiam seguros para fazer aquisição de jogos com base nas informações e indicações disponíveis na internet. De acordo com os dados apresentados no Gráfico 8, praticamente a metade dos participantes, 52,8%, confiam nas informações dos *sites* na hora de fazerem uma compra de jogos, ao passo que 30,6% indicaram receio de comprar e 16,7% se mostram indecisos e indicaram que talvez confiariam nas indicações feitas online.

Gráfico 8 – Tem confiança nas indicações de *sites* para efetivar compra online de jogos



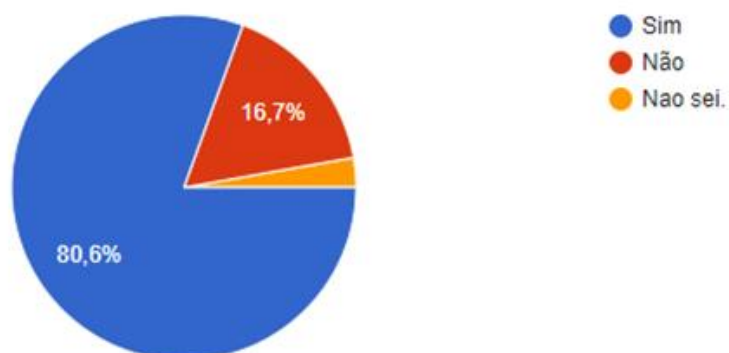
Fonte: Elaborado pelos autores; Google Forms (2024)

Os participantes da pesquisa foram questionados se acreditavam ser necessário dois espaços para avaliar um determinado jogo, um para usuários que acessam o *site* com pouca frequência (denominado público), outro para usuários veteranos e frequentes (denominado Júri). Em termos práticos, a proposta é que o modo Júri apresentasse uma opinião de maior peso por serem usuários mais ativos. Os resultados para este questionamento são apresentados no Gráfico 9, em que se observa que a maioria (80,6%) concordam que seria importante o *site* ter a opinião de



ranking Júri; 16,7% creem que não seria necessária a classificação de ranking de opinião; 2,8% não sabem se seria de fato necessário apresentar essa classificação.

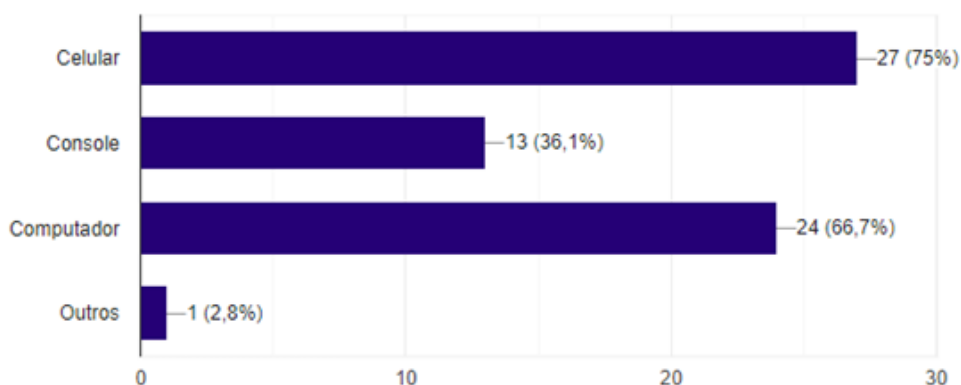
Gráfico 9 – Concordam com duas categorias de usuários para emitir opinião



Fonte: Elaborado pelos autores; Google Forms (2024)

O Gráfico 10 apresenta os resultados sobre o questionamento em relação aos dispositivos mais utilizados pelos participantes da pesquisa para jogar. Os dispositivos mais utilizados, pela ordem, são: celular, com 75% (n=27) das indicações; computador, indicado por 66,7% (n=24) dos participantes; console, com 36,1% (n=13) das indicações. A opção “outros” foi indicada por 2,8% (n=1) dos participantes.

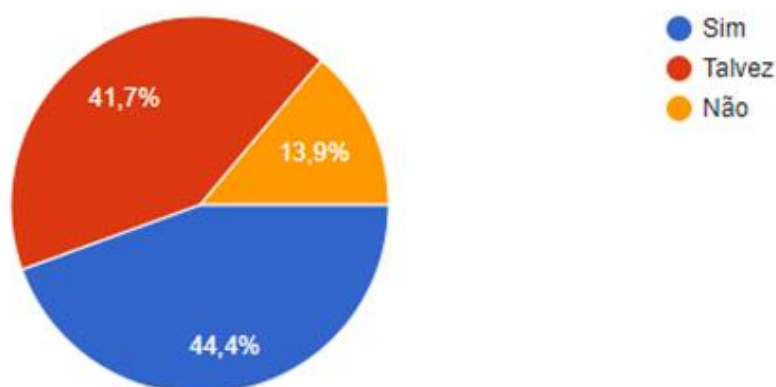
Gráfico 10 – Dispositivos mais utilizados para jogar



Fonte: Elaborado pelos autores; Google Forms (2024)

Na questão 11 foi perguntado aos participantes se eles usariam o *site* Tribunal Games para promover ou recomendar um jogo *underground* (desconhecido). Conforme apresentado no Gráfico 11, 44,4% usariam; 41,7% talvez usariam; 13,9% dos participantes não usariam o Tribunal Games para promover ou recomendar um jogo desconhecido.

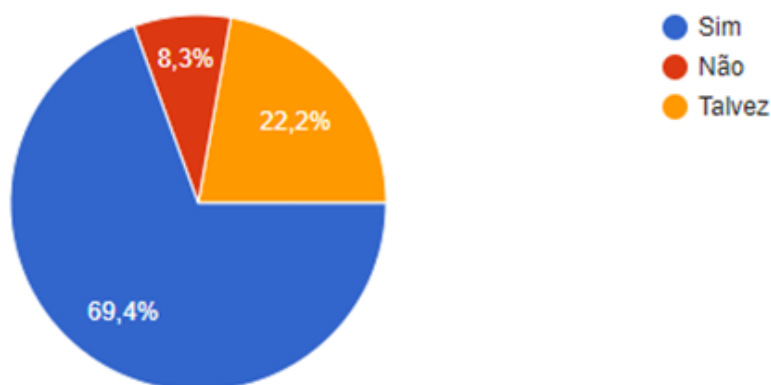
Gráfico 11 – Usaria o Tribunal Games para promover ou recomendar jogo *underground*



Fonte: Elaborado pelos autores; Google Forms (2024)

Por fim, foi perguntado aos participantes se eles recomendariam o *site* Tribunal Games para outras pessoas. A maioria deles, 69,4%, respondeu afirmativamente a essa questão. 22,2% indicaram que talvez recomendariam o *site* e 8,3% responderam que não indicariam (Gráfico 12).

Gráfico 12 – Recomendaria o Tribunal Games para outras pessoas?



Fonte: Elaborado pelos autores; Google Forms (2024)

Percebe-se, com os resultados da pesquisa de campo, que o Tribunal Games tem potencial para se estabelecer como uma plataforma confiável e relevante no mercado de jogos eletrônicos. Contudo, a predominância de jovens usuários masculinos na amostra sugere a necessidade de estratégias que promovam maior diversidade e inclusão, ampliando o alcance do site para públicos distintos. Além disso, a percepção de segurança e confiabilidade nas informações, embora positiva

para a maioria, precisa ser fortalecida para conquistar maior confiança e fidelidade dos usuários.

Para alcançar esse objetivo, é essencial investir no aprimoramento das ferramentas de interação, como rankings e comentários, que já demonstraram ser atrativas para o público. Também é crucial priorizar o desenvolvimento de uma experiência otimizada para dispositivos móveis, considerando sua ampla utilização entre os usuários. Com essas melhorias, o Tribunal Games pode consolidar-se como uma referência no universo dos jogos eletrônicos, oferecendo não apenas análises e informações precisas, mas também um ambiente inclusivo e interativo para os jogadores.

### **3.2 O Tribunal Games**

O Tribunal Games foi idealizado como uma plataforma centralizada para atender às necessidades dos jogadores de forma prática e interativa. Sua concepção partiu da análise de lacunas no mercado de jogos eletrônicos, identificando a necessidade de um espaço que combinasse análises técnicas detalhadas, troca de opiniões entre jogadores e funcionalidades práticas voltadas para otimizar a experiência de quem consome e avalia jogos.

O nome "Tribunal Games" reflete a essência do projeto: um lugar onde os jogos são "julgados" com base em critérios claros e na opinião pública. Assim como em um tribunal, cada título recebe avaliações fundamentadas tanto em análises técnicas quanto na experiência real dos usuários. A ideia é promover um julgamento justo, onde a diversidade de opiniões contribua para uma visão abrangente sobre os jogos.

A construção do site foi pensada para facilitar o acesso e maximizar a interação entre os usuários. As principais seções incluem:

- a) avaliações de jogos: nesta seção, cada título é analisado de maneira detalhada, levando em conta jogabilidade, narrativa, gráficos e trilha sonora. O sistema de avaliação é colaborativo, combinando as críticas técnicas de especialistas com as opiniões dos jogadores, oferecendo um equilíbrio entre precisão e representatividade;

- b) ranking de jogos: o Tribunal Games organiza rankings atualizados regularmente, com base na popularidade dos títulos e no feedback dos usuários. Essa funcionalidade não apenas ajuda os jogadores a descobrir novos jogos, mas também promove discussões sobre as preferências da comunidade;
- c) requisitos técnicos: para garantir que os usuários aproveitem ao máximo seus jogos, o site apresenta informações detalhadas sobre requisitos mínimos e recomendados. Além disso, dicas de configuração ajudam a evitar problemas técnicos e otimizam a jogabilidade;
- d) links de compra: facilitando o processo de aquisição, o Tribunal Games disponibiliza links para plataformas confiáveis, além de monitorar promoções e ofertas. Essa abordagem visa garantir o melhor custo-benefício para os usuários;
- e) Blog e Comunidade: um espaço dedicado a artigos, dicas e discussões sobre o universo *gamer*. O blog funciona como um complemento às análises, abordando tendências, curiosidades e reflexões mais amplas sobre os jogos e sua influência cultural;
- f) desenvolvimento e objetivos: a construção do Tribunal Games priorizou a experiência do usuário. Desde o design responsivo, que favorece o acesso por dispositivos móveis, até a criação de ferramentas interativas, o site foi pensado para engajar e informar. Com um público majoritariamente jovem e conectado, a plataforma busca se consolidar como um ambiente inclusivo, que valorize a diversidade de opiniões e promova decisões conscientes.

Assim, o Tribunal Games posiciona-se não apenas como um portal de análises, mas como uma comunidade colaborativa, onde os usuários podem compartilhar seus interesses e a paixão por jogos e ainda, encontrar informação confiável e trocar experiências com os outros.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS:**

O Tribunal Games apresenta-se como uma iniciativa inovadora no mercado de jogos eletrônicos, oferecendo uma plataforma interativa que atende às principais

necessidades da comunidade *gamer*. Com funcionalidades como rankings, avaliações detalhadas e informações técnicas, o site promove um espaço colaborativo e informativo. Seu design responsivo, pensado para dispositivos móveis, e o uso de tecnologias como PHP, MySQL e JavaScript demonstram um desenvolvimento bem estruturado, focado em proporcionar uma experiência amigável e completa para os usuários.

Os resultados da pesquisa de campo evidenciam o potencial do Tribunal Games em conquistar seu público-alvo. A preferência por ferramentas como rankings de opinião e comentários confirma que o site está alinhado às expectativas dos jogadores. Além disso, a alta taxa de recomendação (69,4%) destaca a aceitação positiva do projeto e sua capacidade de engajar a comunidade *gamer*.

No entanto, algumas melhorias podem ser implementadas para maximizar o impacto do site. A predominância de jovens usuários masculinos indica a necessidade de estratégias para atrair públicos mais diversos, promovendo maior inclusão. Reforçar a percepção de segurança e confiabilidade das informações fornecidas também é fundamental para conquistar maior adesão e fidelidade. Além disso, explorar novos formatos de interação, como fóruns ou conteúdos exclusivos, pode ampliar ainda mais o engajamento da comunidade.

Com esses ajustes e a consolidação de suas funcionalidades, o Tribunal Games tem o potencial de se tornar uma referência no mercado de jogos eletrônicos, promovendo um consumo mais informado e conectado às necessidades de um público cada vez mais exigente e diversificado.

## REFERÊNCIAS

AMORIM, Caique Ferreira. A indústria de jogos eletrônicos: oportunidades e desafios para o cenário de e-sports. **Revista FT**, v. 27, n. 122, 12 jun. 2023. Disponível em: <https://revistaft.com.br/a-industria-de-jogos-eletronicos-oportunidades-e-desafios-para-o-cenario-de-e-sports/>. Acesso em: 06 nov. 2024.

BUENO, Felipe. A expansão do mercado de games brasileiro se deve a mudanças no modo tradicional do trabalho. **Jornal da USP**, 08. abr., 2024. Disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/a-expansao-do-mercado-de-games-brasileiro-se-deve-a-mudancas-no-modo-tradicional-do-trabalho/>. Acesso em: 06 nov. 2024.

OLIST. **Mercado de Games no Brasil em 2023:** números e tendências do setor. 2023. Disponível em: <https://olist.com/blog/como-vender-mais/inteligencia-competitiva/mercado-de-games-no-brasil/>. Acesso em: 06 nov. 2024.

SURVEYMONKEY. **Como medir, entender e influenciar comportamentos de compra.** Disponível em: <https://pt.surveymonkey.com/mp/buying-behavior/>. Acesso em: 06 nov. 2024.