



A importância do jogo digital como ferramenta de aproximação da cultura regional nordestina¹

Luzia Mirella Pontes Z. de Oliveira²
Universidade Federal de Pernambuco, PE

RESUMO

Os jogos digitais, aliados à internet, atraem cada vez mais o interesse das crianças, que os tem como uma de suas atividades favoritas de lazer. A presente pesquisa foi realizada com 20 crianças, entre 11 e 12 anos, com propósito de identificar a imagem que esse público detém da cultura nordestina e, partir dela, propor a criação de um game que trabalhe a significação cultural, a quebra de falsos estereótipos e a valorização da região em abordagem lúdica e divertida.

PALAVRAS-CHAVE: Jogos digitais; Identidade nordestina; Cibercultura;

INTRODUÇÃO

Toda criança possui necessidade lúdica. Através de brincadeiras e jogos ela começa a aprender noções de sociabilidade, seu ego se estrutura, a personalidade é desenvolvida e aprende a competir.

Os jogos digitais, por sua vez, aliados à internet, atraem o interesse das crianças, que muitas vezes os tem como uma das atividades favoritas de lazer. Por essa razão, se faz necessária uma reflexão sobre o conteúdo que está sendo produzido e disponibilizado para este público, que influências essa atividade pode exercer na mente e, conseqüentemente, no comportamento das crianças, sobretudo em relação às questões de identidade e pertencimento.

Neste estudo, investigou-se comportamentos e os hábitos de 20 crianças de diferentes meios sociais e recursos financeiros a fim de observar como elas utilizam o computador e como os games podem se tornar uma ferramenta cotidiana.

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012

² Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pela UFPE, email: pontesmirella@gmail.com



O objetivo final foi utilizar os dados avaliados como preferência de estilo e dinâmica dos jogos e estereótipos predominantes sobre a região para servir de premissa para a criação de games com ambiência no Nordeste, que, por sua vez, podem ter uma utilidade muito mais ampla que o puro entretenimento, funcionando como um estímulo à leitura, à busca do conhecimento em relação à região que vivem, nos âmbitos cultural e geográfico, além de operar como ferramenta de socialização.

DESENVOLVIMENTO

1. Porque investir em jogos como ferramenta cultural?

De acordo com a Entertainment Software Association (ESA), cerca de 70% dos lares americanos possuem pelo menos um aparelho de vídeo game. O exército aproveitou a conjuntura e fez uso desse poderoso instrumento de persuasão, criando o jogo *American Army*, onde os usuários vivenciam o ambiente e a carreira militar. Projetado para durar cerca de cinco anos, o jogo existe há dez anos, está em sua terceira versão e recebeu um investimento de 32,8 milhões de dólares.

De acordo com a pesquisa realizada em 2008 pelo Massachusetts Institute of Technology (MIT), 30% dos americanos entre 16 e 24 anos foram influenciados pelo jogo e, devido a ele, possuem uma visão positiva das forças armadas do seu país. A ferramenta obteve resultados de recrutamento que superaram outras formas de publicidade, tais como o uso das redes sociais e o emprego de Ipods como parte do equipamento de combate. Atualmente, o exército planeja investir US\$ 50 milhões em games militares para aplicar tecnologias virtuais nos treinamento de soldados.

Além disso, o setor de games é uma das áreas mais promissoras dentro da indústria de entretenimento. Estudo realizado pela empresa norte-americana NPD Group estima entre 1999-2009 o setor cresceu mais de 400% em faturamento. Crescimento muito superior ao da indústria cinematográfica que, no mesmo período, obteve um aumento de 32%.

2. Panorama dos jogos digitais em Pernambuco e a Olimpíada de Jogos Digitais e Educação (OJE)

Iniciativas utilizando games para valorizar a cultura, embora escassas, já se fizeram presentes no Estado. Em 2009, a Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco (Fundarpe) apresentou, na Feira Música Brasil, um jogo popular com a



pretensão de valorizar e divulgar artistas e músicas pernambucanas. O Toca Pernambuco é um game similar ao *Guitar Hero*, contendo cinco composições de artistas pernambucanos.

Apesar da simplicidade, visto que apresenta apenas cinco variações, o projeto obteve sucesso no mercado local, foi atração do festival “Abril pro Rock” no ano seguinte e ainda está disponível na internet.

Já a Olimpíada de Jogos Digitais e Educação (OJE) desenvolvida pela Secretaria de Educação de Pernambuco, em 2008, foi desenvolvida em parceria com o Núcleo de Gestão do Porto Digital com o intuito de melhorar aproveitamento educacional dos alunos, por meio dos jogos, e inseri-los no meio digital, promovendo a integração e o incentivo à pesquisa de conteúdos relevantes na internet.

Atualmente, 128 escolas do estado estão envolvidas no processo e 25 mil alunos participaram das Olimpíadas e Educação no ano de 2009. A iniciativa foi adotada pelo estado do Rio de Janeiro e há planos de expansão nacional.

Observa-se, portanto, um mercado aberto e disposto a investir em jogos que trabalhem a significação cultural do Nordeste e os diversos costumes que permeiam o Brasil.

3. Identidade e a criação imagética do Nordeste

De acordo com o sociólogo e filósofo polonês Zygmunt Bauman, as identidades, atualmente, não são sólidas nem fixas, elas flutuam no ar. Podem ser adotadas e descartadas rapidamente, pois a cultura pós-moderna propõe um modelo de identidade com mudanças rápidas e radicais, fluídas. Ela é tida como um processo dinâmico e está sempre em movimento, sendo alterada constantemente.

“Uma posição fixa dentro de uma infinidade de possibilidades também não é uma perspectiva atraente. Em nossa época líquido-moderna, em que o indivíduo livremente flutuante, desimpedido, é o herói popular, ‘estar fixo’ - ser identificado’ de modo inflexível e sem alternativa- é algo cada vez mais malvisto.” (BAUMAN, 2005, p. 35).

Partindo do pressuposto que as sociedades não evoluem em ritmo semelhante, é pertinente o questionamento sobre o Brasil e especificamente sobre a região Nordeste. Se o país possui um passado ainda presente e venerado, onde as gerações passadas se perpetuam, e por isso, é considerado como uma sociedade tradicional, ou se há uma



mudança permanente, onde a avaliação e modificação das práticas sociais são adotadas como uma forma de vida, denominando a sociedade como moderna.

É relevante a observação que mesmo num espaço caracterizado pela fluidez, o indivíduo necessita de algo que lhe forneça e assegure um sentimento de pertencimento, algo com que possa se identificar e ser identificado. As culturas nacionais são uma das formas mais eficientes de se estabelecer e fortalecer as identidades culturais. De acordo com o teórico Ernest Gellner, sem um sentimento de identificação local, o indivíduo atesta um sentimento de perda subjetiva.

As identidades nacionais não são intrínsecas ou inerentes ao sujeito, elas são criadas, solidificadas e transformadas no campo da representação. A ideia de nação tem como base uma comunidade imaginada, onde as memórias em comum são capazes de gerar sentimentos. As pessoas participam da ideia da nação e são responsáveis pela manutenção e/ou alteração dessa imagem.

“As culturas nacionais são uma forma distintivamente moderna. A lealdade e a identificação que, numa era pré-moderna ou em sociedades mais tradicionais, eram dadas à tribo, ao povo, à religião e à região, foram transferidas, gradualmente, nas sociedades ocidentais, à cultura nacional [...] A formação de uma cultura nacional contribuiu para criar padrões de alfabetização universais, generalizou uma única língua vernacular como o meio dominante de comunicação em toda a nação, criou uma cultura homogênea e manteve instituições culturais nacionais, como, por exemplo, um sistema educacional nacional. Dessa e de outras formas, a cultura nacional se tornou uma característica-chave da industrialização e um dispositivo da modernidade... As culturas nacionais são compostas não apenas de instituições culturais, mais também de símbolos e representações. (HALL, 2003 p. 49-50).

O sociólogo sueco Lars Dencik destaca que embora valores definidos antes como fundamentais na sociedade como gênero, raça e nacionalidade, estejam perdendo valor em detrimento de valores econômicos, há uma ânsia para criar novos grupos com os quais se possa construir e vivenciar novas identidades. Isso se faz necessário para diminuir uma insegurança própria da modernidade, gerada pela falta de solidez. Bauman, por sua vez, afirma que esses grupos tendem, atualmente, a ser eletronicamente mediados, os chama de frágeis ‘totalidades virtuais’, que prometem um ilusório ‘sentimento de nós’.



“Buscamos, construímos e mantemos as referências comunais de nossas identidades em movimento - lutando para nos juntarmos aos grupos igualmente móveis e velozes que procuramos, construímos e tentamos manter vivos por um momento, mas não por muito tempo”.
(BAUMAN, 2005, p.32).

Tal fato pode ser exemplificado nas redes sociais, onde os usuários podem participar de comunidades relacionadas a filmes, séries de televisão, cantores, locais que frequentam, hobbies e hábitos em geral. É criada uma falsa relação de proximidade e intimidade.

Há ainda outra problemática relacionada à identidade virtual. Por mais que a proposta da internet seja uma quebra na polaridade da relação unilateral de quem produz e quem consome o produto, muitas identidades ainda são aplicadas e impostas por terceiros. Identidades as quais estereotipam e estigmatizam um determinado grupo.

O Brasil fez parte do cenário do jogo *Counter Strike*. Desenvolvida pela Valve Software, o game popularmente conhecido como C.S. é uma extensão do *Half-Life*, jogo de tiro em primeira pessoa (FPS).

O mapa do Rio de Janeiro foi ilustrado com campinhos de futebol, habitações precárias, morros, invasões do Batalhão de Operações Especiais (BOPE) e o Cristo Redentor. O país reagiu, em 2008, proibindo a veiculação e comercialização de todo e qualquer material que contivesse o jogo devido a sua violência excessiva e estímulo à subversão. A decisão, entretanto, foi revogada em 2009.

A invenção do Nordeste, por sua vez, é bem recente. Surge como a parte do Norte sucessiva à seca. Nos jornais do Sul, por exemplo, a região era exclusivamente associada à miséria e as vítimas das estiagens. Por isso, se faz importante notar como Gilberto Freyre transforma essa visão. Os fatores naturais, próprios da região, deixam de definir a identidade coletiva, em detrimento da valorização dos fatos históricos e de ordem cultural. É criada uma consciência nordestina baseada na produção cultural.

Duvarl Muniz destaca a necessidade de reterritorialização da época, devido ao contexto socioeconômico e político, e a consequente e essencial análise da natureza, da economia local e de compilar uma memória social, cultural e artística que servisse de base para suscitar nos indivíduos um sentimento de pertencimento de identidade com a região.

Nesse contexto, o tipo regional nordestino nasce a partir do discurso político e do movimento cultural regionalista, tendo Recife como pólo irradiador. Esse



regionalismo político surge entre a elite agrária, produtora de açúcar e algodão, em razão da desvalorização de seus interesses, que estavam em declínio em virtude da abolição da escravatura e da ascensão da cafeicultura no sul do país. Essa regionalização se fez natural em tal conjuntura, ao passo que o federalismo republicano privilegiava algumas áreas e aos outros estados restaram apenas alternativa criar parcerias para atuarem em conjunto.

O Movimento Regionalista e Tradicionalista, liderado por Gilberto Freyre, criou o Centro Regionalista do Nordeste, o qual tinha como objetivo desenvolver um sentimento de unidade, lutar pelos interesses sociais, econômicos e culturais do local e organizar exposições de arte e congressos, ações fundamentais para a posterior criação da revista “O Nordeste”, que expunha a vida e questões referentes àquele espaço.

O movimento estimava conceituar uma realidade para a região, separando-a dos estereótipos ilusórios da modernidade. Imagem a qual será fortalecida com a literatura na década de 30 - A figura de um nordestino com costumes rudes, viril e masculino, reflexo de uma sociedade patriarcal, como enfatiza Freyre.

Essa construção era um reflexo da fragilidade da terra em relação à seca e, economicamente, em relação ao sul do país. Esse forte homem nordestino seria capaz de superar todas as adversidades impostas pelo clima.

Essa busca sem cessar pelas raízes regionais no campo cultural faz com que se invente uma tradição, a qual prezava pelo equilíbrio entre a anterior e a nova ordem, uma espécie de reação às práticas capitalistas e seu fluxo de intercâmbio cultural contínuo, oriundo da modernidade.

Essa identificação e tradição criada seria uma eficiente forma de integração para que indivíduos de diferentes camadas sócias pudessem se ver como únicos e a partir de então interagir como sociedade articulada. Portanto, essas ‘fábulas’ assumiriam um papel educador, contribuindo para manutenção de uma memória que atribui significados à existência – exatamente o oposto do que acontece com a fluidez da pós-modernidade. O Nordeste tradicional é, portanto, resultante da modernidade.

Portanto, questiona-se na presente pesquisa que tipo de pensamento está intrínseco, atualmente, nos brasileiros sobre o Nordeste e, sobretudo, como as crianças nordestinas percebem sua região e de que forma a comparam com as outras partes do Brasil. Tal indagação é a razão pela qual foi realizado o estudo de caso a seguir.

4. Estudo de caso



Entender como as crianças nordestinas percebem sua região foi um dos motivos para a realização deste estudo de caso. A partir de uma constatação, pensar numa posterior elaboração de um game que se adéque ao perfil dessas crianças, investigado na pesquisa demonstrada seguir, e que supra as defasagens identificadas.

Foram entrevistadas 20 crianças, entre 11 e 12 anos, alunos de escolas da rede pública e da rede privada de ensino. Metade delas frequenta o Colégio Maria Auxiliadora, instituição privada, localizada no bairro do Derby, centro da cidade do Recife. Já as outras 10 crianças fazem parte da escola estadual Lyons de Parnamirim, localizada no bairro de Dois irmãos, Recife.

Com os dados da pesquisa, foram analisadas as respostas entre as redes de ensino e também de acordo a variável sexo.

Por meio de um formulário com 18 questões, abertas e de múltipla escolha, foi examinado como tal público conceitua, define e que palavras são escolhidas para traduzir o Nordeste, além de interpretar o que ele percebe de positivo e de negativo na região. Foi observado também se as crianças possuem uma noção coerente do significado de cultura, se têm conhecimento do acervo cultural de onde vivem e se essa produção as agrada ou não.

Também foram investigados os tipos de atividades que as crianças sentem prazer em realizar em seu tempo livre e até que ponto o computador e a internet estão ligados a esses hobbies.

A terceira parte do formulário analisa seus hábitos no computador. O que esses estudantes jogam, que gênero de games eles optam, se é apenas um ou preferem diversificar e se quando jogam, despertam algum sentimento específico ou não dão atenção a isso.

Buscou-se ter conhecimento também sobre o local aonde eles praticam a atividade, se é em casa, na residência de amigos, em lan houses, ou ainda nas escolas – questão a qual pode estar relacionada a fatores socioeconômicos, o que pode exigir necessidades diferenciadas entre os grupos.

Também foi observado com quem se joga, se é sozinho, para suprir algum sentimento de ausência, ou se a atividade gera isolamento, se a prática é compartilhada com amigos ou com os pais, analisando também como a presença dos responsáveis influencia no tipo de game escolhido, se é mais educativo, por exemplo.

Questionou-se aos alunos se eles praticavam a atividade em rede, ou seja, se a internet é fundamental para tal exercício e se eles se reúnem, virtualmente, com seus



companheiros para jogar e se o fazem com desconhecidos – se há um intercâmbio de culturas.

Por fim, foi indagada a quantidade de tempo que eles despendem durante o ofício e quantas vezes por semana o fazem. Pontos importantes para avaliar o perfil desse público e para formular um novo game.

Grupo 1: Estudantes do sexo masculino da Escola Pública Estadual Lyons de Parnamirim

De acordo com a pesquisa, o primeiro grupo relacionou a definição de nordeste a palavras abstratas como *Paz e Bom*, a maior parte, entretanto, não sabia como descrevê-lo. Quanto aos aspectos positivos, foram citados os vocábulos praia, calor e diversão. Já no tópico sobre negatividade, todos os alunos deste grupo se queixaram da violência, das drogas e das mortes.

Quanto à comparação com o Brasil, se observou que essas crianças não conseguiam se expressar, declarando muitas vezes não saber ou sempre que a outra parte era melhor, mesmo que não fizessem ideia do que poderiam encontrar na outra área.

Constatou-se que elas não possuem uma ideia concreta do significado de cultura, já que, por vezes, o associaram a palavras como justiça, direito e cidadania, não adequadas tendo o formulário como contexto. Conclusão reforçada quando se compara o que preferem da cultura e os mesmos afirmam que não sabem ou citam palavras como *justiça, estudo e trabalho*, e no que no quesito de parte cultural com a qual menos se identificam utilizam *quadrilha, brigas ou o fatídico muita coisa*.

80% afirmou ter interesse em jogar um game que tivesse o Nordeste e sua história como cenário. O grupo, que costuma praticar em casa e em lan houses, mencionou os jogos GTA e de tiros, sem especificações. Já entre os gêneros, foram apontados luta, tiro, ação e esportivo.

Não foi detectada, entretanto, uma emoção em comum despertada pelos games, pois enquanto uns afirmam se acalmar ao realizar tal atividade, outros exercitam seu desejo de destruição. Apenas uma pessoa afirmou jogar com seu responsável, contudo não foi significativa a mudança de estilo de game.

O primeiro grupo demonstrou praticar a atividade sozinho e com amigos, o que descaracterizaria o argumento de conexão entre o exercício e a reclusão. O tempo mínimo de horas dedicadas aos games citado por um dos participantes foi de duas por semana, e o máximo, de mais de 12 horas. O tempo médio semanal foi 6,5 horas.



Grupo 2: Estudantes do sexo feminino da Escola Pública Estadual Lyons de Parnamirim

As deficiências evidenciadas pelo Grupo 1 também foram apresentadas pelo segundo grupo. Para descrever o Nordeste, lançaram mão de palavras como *legal e não sei*. Embora tenham dito que a cultura é o que a região tem de positivo, não souberam definir sua significação, indicando-a apenas como algo bom ou uma mania.

Quanto à negatividade, assim como o primeiro grupo, mencionaram a violência.

Quando comparado com as outras regiões, a imagem do Nordeste foi mais positiva que no grupo 1. Em relação às características favoráveis da região, foram relatadas as comidas e festas tradicionais, como o Natal e o São João. Nas negativas, o carnaval e as brigas. Mesmo com a verificação de desconhecimento em relação ao lugar onde vivem, 80% dos participantes do Grupo 2 afirmou ter interesse em games que possuam o Nordeste e sua história como tema.

Foi diagnosticada falta de intimidade com a máquina: dentre os hobbies, o computador não foi lembrado por essas alunas, que afirmaram preferir ler, brincar e desenhar. Os jogos digitais citados foram Mário e de cartas, o que comprova que elas não estão atualizadas com o setor de games, preferindo estilos mais comuns, como é o caso das cartas, e antigos, como Mário.

O resultado da avaliação foi corroborado com os tempos relatados: a menor duração foi uma hora por semana, enquanto a maior foi de até seis horas. O tempo médio foi 2,5 horas por semana.

Embora esse tempo seja considerado curto, quando comparado com o dos outros grupos, todas as participantes afirmaram jogar em rede e relataram praticar nas suas casas, em lan houses e na escola. Elas declararam se sentir melhor enquanto realizavam a atividade, sozinha e/ou com amigos. O computador liderou a preferência com 80%, o videogame ficou em segundo lugar.

Grupo 3: Estudantes do sexo masculino do Colégio Maria Auxiliadora

Este grupo delineou o Nordeste de acordo com a sua cultura e com seu calor, características também utilizadas nas preferências pela região, ao lado da culinária e das praias. As gírias também apareceram. No quesito negatividade do NE, o clima foi motivo de descontentamento.

Embora tenham apresentado semelhança com o grupo 1, demonstrando inferioridade em relação ao sul/sudeste, os participantes souberam conceituar a cultura,



colocando a culinária como o setor mais valoroso de sua característica, ao lado das brincadeiras regionais. A dança foi responsável pela maior rejeição.

80% dos estudantes demonstrou ter interesse em jogar um game tipicamente nordestino e, diferentemente dos grupos 1 e 2, todos os voluntários do grupo três classificaram o computador e a internet como atividades primordiais de lazer. Além disso, citaram uma quantidade bem mais ampla de games preferidos, dentre os quais estão: Habbo, CS, Guitar Hero, futebol e The Sims.

A abrangência no tipo de jogos também foi maior, sendo relatados games de tiro em 1ª pessoa, de estratégia, de aventura, ação, culinária e esportivo como gêneros favoritos. Foram citadas a casa, a residência de amigos, lan houses e escolas como ponto de encontro para a atividade.

Foi declarado, inclusive, que eles se sentiam mais felizes e que percebiam um fortalecimento no sentimento de amizade, o que contraria a teoria de que o game afasta o convívio social. Mesmo que todos tenham afirmado jogar só, também disseram praticar com amigos. O menor tempo de dedicação foi entre uma e duas horas por semana, enquanto o maior foi mais de 21 horas. O tempo médio foi aproximado a 10 horas semanais.

Grupo 4: Estudantes do sexo feminino do Colégio Maria Auxiliadora

O grupo formado pelas meninas do colégio Auxiliadora obteve uma pluralidade de respostas. Na questão que se referia à caracterização do Nordeste, por exemplo, utilizaram vocábulos como lutador, forró, clima, hospitalidade e também o “palavrado” próprio de nossa região.

Acreditam que o melhor do Nordeste se traduz por meio da gastronomia e da cultura. A negatividade, por sua vez, ficou por conta do excesso de calor, do sertão e da ignorância de parte da população. Como os outros três grupos, não possuem uma visão tão positiva de sua região quando comparada ao restante do país, atribuindo adjetivos como pobreza e lutadora.

Este grupo soube delimitar a significação de cultura e colocou a culinária e a dança como os pontos fortes. O sotaque e a ignorância foram os pontos fracos.

80 % delas afirmou ter interesse em jogar um game que expressasse a cultura e a história de sua terra, resposta confirmada com o hobby mais citado, a internet, seguida de atividade física, televisão e música.

A quantidade de games relatados, assim como no grupo 3, foi significativa. Habbo, The Sims, Café Mania, Clube Pingüim, CS e jogos de futebol e de luta foram



apresentados pelas participantes. Todas as voluntárias afirmaram jogar em casa e definiram sentir alegria e emoção ao praticar a atividade, entretanto, a maioria apontou não saber explicar o que sentiam.

80% delas afirmou jogar em rede. O menor tempo de prática foi de 0,5 hora semanal e o maior de até 8 horas. O tempo médio foi de 2,9 horas por semana, substancialmente menor que o relatado pelos grupos anteriores.

CONCLUSÃO

Durante as pesquisas empíricas com os grupos de estudantes, foi comprovada a premissa que as crianças possuem estereótipos errôneos e de cunho depreciativo acerca da região Nordeste, assim como foi reforçada a possibilidade dos jogos serem utilizados como ferramenta cotidiana no auxílio à educação, visto que o público tem como hábito a prática de games e o faz por uma quantidade de horas razoável.

O tempo mínimo de horas dedicadas aos games citado por um dos participantes foi de 0,5 hora por semana, pertencente ao grupo 4 e o maior tempo, de mais de 21 horas, foi revelado por um estudante do grupo 3. O maior tempo médio semanal foi atingido pelo terceiro grupo (10h), seguido do primeiro (6,5h), do quarto (2,9h) e do segundo (2,5h), respectivamente. O tempo médio dos participantes do estudo de caso foi 5,4 h por semana.

Observa-se que os maiores tempos foram obtidos pelos grupos composto por crianças do sexo masculino, surgindo a possibilidade de estímulo ao público feminino, que apresenta as menores médias semanais.

Além da prévia observação sobre o estilo do mercado local, aberto e disposto a investir em jogos que trabalhem a significação cultural do Nordeste e os diversos costumes que permeiam o Brasil, comprova-se por meio da pesquisa empírica o interesse das crianças pela temática em questão.

Sugere-se, portanto, jogos que trabalhem significação de cultura e que a comparem com a das outras regiões do Nordeste, sem menosprezar as preferências citadas pelos jovens participantes do estudo. Dentre os gêneros dos games recordados por 60% dos estudantes inseridos em cada grupo, estão os esportivo, luta, ação e tiro.

Faz-se relevante, ainda, ressaltar a necessidade de divulgação perante o público específico dos jogos com a temática, visto que embora 80% tenha afirmado ter interesse em jogar um game que contivesse o NE, sua cultura e história como cenário, nenhum



aluno conhecia o Toca Pernambuco, jogo apresentado pela Fundaj que simula o *Guitar hero* e utiliza canções regionais em seu repertório.

REFERÊNCIAS

ABRAGAMES. **A indústria brasileira de jogos eletrônicos**: Um mapeamento do crescimento do setor nos últimos 4 anos. Disponível em: <<http://www.abragames.org/docs/AbraGames-Pesquisa2008.pdf>>. Acesso em: 25 ago. 2010.

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de, **Nordestino: uma invenção do falo – Uma história do gênero masculino (Nordeste- 1920/1940)**. Maceió: Edições catavento, 2003.

_____. **A invenção do Nordeste e outras artes**. 2. ed. Recife: Fundação Joaquim Nabuco/Ed. Massangana; São Paulo: Cortez, 2001.

ARAÚJO, Yara R. G. **(Tele)+Presença e VR**. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_12.pdf>. Acesso em: 3. set. 2010.

ASSOCIATED PRESS. **Exército americano vai investir US\$ 50 milhões em games militares**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Games/0,,MUL880213-9666,00.html>>. Acesso em: 25 ago. 2010.

AYALA, Marcos.; AYALA, Maria Ignez Novais. **Cultura popular no Brasil: perspectiva de análise**. 3. ed. São Paulo: Ática, 2008.

BATZ. **Os games mais vendidos de 2009 no Brasil pela NC Games**. Disponível em: <<http://www.gamesbrasil.com.br/conteudo.php?categoria=noticias&valor=os-games-mais-vendidos-de-2009-no-brasil-pela-nc-games&id=40954&cod=CON1264943475CO&old=0&nick=&pagina=1>>. Acesso em: 27 ago. 2010.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1999.

BAUMAN, Zygmunt; VECCHI, Benedetto. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2005.

BARBUTTI, Brian. **O Mercado de Games**. Disponível em: <www.egocheese.com/files/O-Mercado-de-Games.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2010.

BRESCIANI, Alex. **A breve e lucrativa história de consolidação dos jogos**. Disponível em: <http://www.benzaiten.com.br/artigo/consolidacao_jogos.htm>. Acesso em: 28. Ago. 2010.

CANAL EXECUTIVO. **Indústria de jogos eletrônicos começa a recuperar ritmo após a crise**. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/canalexecutivo/notasemp10/emp050420101.htm>>. Acesso em: 27 ago. 2010.



CARVALHO, Bruna Carolina. **Indústria brasileira de jogos eletrônicos recupera ritmo após crise.** Disponível em:

<<http://www.band.com.br/jornalismo/economia/conteudo.asp?ID=285321>>. Acesso em: 27 ago. 2010.

CASTRO, Fábio Morais. **Helmet Mounted Display/Sight - HMD/S.** Disponível em:

<<http://sistemadearmas.sites.uol.com.br/ca/hmd1intro.html>>. Acesso em: 30 ago. 2010.

CORREIOBRAZILIENSE. **Indústria brasileira de jogos eletrônicos começa a recuperar ritmo após a crise.** Disponível em:

<<http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia182/2010/04/05/economia,i=184049/INDUSTRIA+BRASILEIRA+DE+JOGOS+ELETRONICOS+COMECA+A+RECUPE RAR+RITMO+APOS+A+CRISE.shtml>>. Acesso em: 15. Set. 2010.

FRAGOSO, Suely; REBS, Rebeca; BARTH, Daiani. **Territorialidades Virtuais: identidade, posse e pertencimento em ambientes multiusuário online.** Disponível em:

<http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1447.docx>. Acesso em: 7. set. 2010.

HALL, Stuart; SILVA, Tomaz Tadeu da; LOURO, Guacira Lopes. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 7.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

IBGE. **PNAD 2009: rendimento e número de trabalhadores com carteira assinada sobem e desocupação aumenta.** Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1708&id_pagina=1>. Acesso em: 13 ago. 2010 .

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.

NOMINUTO. **Indústria brasileira de jogos eletrônicos começa a retomar crescimento.** Disponível em:

<<http://www.nominuto.com/vida/ciencia-e-tecnologia/industria-brasileira-de-jogos-eletronicos-comeca-a-retomar-crescimento/50403/>>. Acesso em: 12 set. 2010.

OLIVEIRA, Fátima C. R. M. **A Subjetividade Ciber: ciborgues, ciberespaço e cyberpunk.** Disponível em:

<http://www.compos.org.br/data/biblioteca_787.PDF>. Acesso em: 03. set. 2010.

PELLICAN. **NC Games divulga jogos mais vendidos no Brasil em 2009.** Disponível em:

<<http://wiiclube.uol.com.br/blog/2010/01/29/nc-games-divulga-jogos-mais-vendidos-no-brasil-em-2009/>>. Acesso em: 14 ago. 2010.

PEREIRA, Vinícius Andrade. **G.A.M.E.S. 2.0 ? Gêneros e Gramáticas de Arranjos e Ambientes Midiáticos Mediadores de Experiências de Entretenimento, Sociabilidades e Sensorialidades.** Disponível em:

<http://www.compos.org.br/data/biblioteca_819.pdf>. Acesso em: 23 ago.2010.

PE360GRAUS. **Olimpíada de Jogos Digitais e Educação movimenta escolas públicas de Pernambuco.** Disponível em:

<<http://pe360graus.globo.com/educacao/educacao-e-carreiras/rede-publica/2010/09/06/NWS,520083,35,352,EDUCACAO,885-OLIMPIADA-JOGOS->



DIGITAIS-EDUCACAO-MOVIMENTA-ESCOLAS-PUBLICAS-PERNAMBUCO.aspx>. Acesso em: 7 set. 2010.

PILLEGGI, Marcus Vinicius. **O mercado dos jogos eletrônicos**. Disponível em: <<http://www.papodeempreendedor.com.br/oportunidades/o-mercado-dos-jogos-eletronicos/>>. Acesso em: 12 set. 2010.

QUINTANILHA, Leandro. **Jogos made in Brazil**. ARede: online. Disponível em: <<http://www.arede.inf.br/inclusao/edicoes-antiores/89-%20/1316>>. Acesso em: 7 set. 2010.

RESELLER WEB. **Indústria brasileira de jogos eletrônicos começa se recuperar após a crise**. Disponível em: <<http://www.resellerweb.com.br/noticias/index.asp?cod=66880>>. Acesso em: 9 set.2010.

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO DE PERNAMBUCO. **Olimpíada de Jogos Digitais e Educação**. Disponível em: <<http://www7.educacao.pe.gov.br/oje/Sobre.action;jsessionid=3F1FD467B32078FE7301097851E6D72C.server01>>. Acesso em:10. Set. 2010.

SILVA, Dinara Moura Barbosa Lima e. **Navegação em jogos digitais**. 2007. 123f. Dissertação (mestrado em Design) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife.

SOFTEX. **Histórico**. Disponível em: <http://www.softex.br/_asoftex/historico.asp>. Acesso em: 8 set. 2010.

WESTBROOK, Logan. **Modern Warfare 2 Enters Guinness Book of Records**. Disponível em: <<http://www.escapistmagazine.com/news/view/100153-Modern-Warfare-2-Enters-Guinness-Book-of-Records>>. Acesso em: 27 ago. 2010.