

Insira a Ficha: Os games na plataforma radiojornalística¹

Mariela CANCELIER²
Amanda Ribeiro MARQUES³
Carlos Felipe ESTRELLA⁴
João Bosco CYRINO⁵
Luiz Fernando Nascimento MENEZES⁶
Mateus MOGNON⁷
Valci ZUCULOTTO⁸
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

Este trabalho apresenta o projeto radiojornalístico *Insira a Ficha*, produzido por alunos da disciplina de Radiojornalismo II, ministrada no quarto semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). O projeto é realizado com a participação dos alunos da UFSC, independente do tempo de graduação, e é composto por programas de rádio, transmitidos ao vivo através da Rádio Ponto, com reportagens, entrevistados, notícias e jornalismo opinativo. O objetivo do programa é produzir jornalismo de games e tecnologia sob uma nova abordagem, já que, comumente, a cultura *geek* e *gamer* se aloja em outras plataformas. Através do rádio, os programas semanais são produzidos com seriedade e pautam temas ligados a comportamento, cultura e história.

PALAVRAS-CHAVE: Games; Jornalismo de games; Radiojornalismo; Tecnologia.

1 INTRODUÇÃO

O programa de rádio *Insira a Ficha (IaF)*, produzido por alunos de jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), é um programa semanal com duas edições — uma temática e uma noticiosa. O *Insira a Ficha* foi fundado em 2014 com o objetivo de abordar o mundo dos jogos e da tecnologia de uma forma diferente daquela que vemos nos portais de notícias especializados e é transmitido ao vivo pela Rádio Ponto UFSC. O programa radiofônico foi inicialmente produzido para um projeto da disciplina Webdesign

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Jornalismo, modalidade Produção Laboratorial em Audiojornalismo e Radiojornalismo (avulso/conjunto ou série).

² Aluna líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), email: marielacancelier0210@gmail.com

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, email: amandarbm Marques@gmail.com

⁴ Estudante do 9º. Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, email: carlosfelipeestrella@gmail.com

⁵ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, email: jbcyrino@gmail.com

⁶ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, email: luizfernandonmenezes@gmail.com

⁷ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, email: mateusmognon@gmail.com

⁸ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, email: valzuculotto@gmail.com

Aplicado ao Jornalismo e depois foi “apadrinhado” pelos alunos de Redação para Rádio, Radiojornalismo I e Radiojornalismo II.

Inicialmente, ia ao ar a cada quinze dias, já que o objetivo era produzir reportagens aprofundadas e contextualizadas, que fugissem ao *hard news* que serve como base para o jornalismo de *games* atual. Atualmente, como consequência do aumento de membros participantes, o programa passou a ser semanal. São realizadas reuniões semanais organizadas pelos próprios estudantes e professores envolvidos na sua produção, aonde são discutidas as pautas, a divisão dos trabalhos para cada membro da equipe e a análise da produção da semana anterior. As pautas geralmente tratam os *games* dentro da cultura brasileira e os aspectos comportamentais, sociais e econômicos que os envolvem. Também se discute questões relativas ao exercício profissional do Jornalismo de jogos e tecnologia, sempre apresentando convidados e entrevistados profissionais sobre os assuntos abordados nas edições temáticas.

O *Insira a Ficha* surgiu com a ideia de um pequeno grupo de alunos que gostavam da área de games e tecnologia, mas não tinham espaço para produzir esse tipo de conteúdo — fosse pela falta de projetos experimentais ou pelo preconceito dentro do próprio ambiente universitário, onde a opinião da maioria é de que jogos eletrônicos não são um “assunto sério”. O programa piloto, produzido por apenas três estudantes, foi ao ar no último mês letivo de 2014 com o objetivo de fazer jornalismo, literalmente, sobre games. Não só divulgar notícias, rumores e análises de lançamentos.

Durante o programa, os repórteres, apresentador e comentaristas trazem pesquisas e estatísticas sobre o assunto pautado, contam a história e a evolução de franquias, procuram trazer dados relevantes sobre a situação do mercado de trabalho e discutem os aspectos comportamentais, sociais, éticos e políticos que envolvem o mundo dos *games*. Além de discutir as pautas, os alunos participantes apuram informações para gravar as reportagens, entrevistam as fontes, redigem os roteiros e editam os boletins radiofônicos.

O *Insira a Ficha* propõe dois tipos de programas. São eles: o *Insira a Ficha Temático*, programa de caráter informativo focado em um assunto específico; e o *Insira a Ficha DLC*, programa opinativo com as últimas notícias sobre *games* e tecnologia. O termo *DLC* vem do inglês, que significa "*Downloadable Content*", um conteúdo adicional para jogos de videogame. Já que o programa temático era realizado a cada quinze dias, os estudantes responsáveis pelo projeto decidiram criar o *DLC* para preencher a quinzena em que não havia o programa principal. Nessa subdivisão, importante para que os alunos

exercem o jornalismo opinativo, apresenta-se e comenta-se as notícias mais importantes da semana. Para fins de esclarecimento, utilizamos a classificação de José Marques de Melo (2003): jornalismo opinativo é quando o jornalista expressa sua reação diante das notícias, difundindo sua opinião.

Desde o início do programa, em dezembro de 2014 até a terceira semana de abril de 2016, foram produzidos 26 programas: 11 no formato *DLCs* e 15 no formato temático.

2 OBJETIVO

O *IaF* tem como objetivo principal promover a discussão acerca das principais questões do mundo dos *games* e suas implicações no cotidiano, no comportamento, na economia e até mesmo na política. Oferecendo reportagens aprofundadas, com contexto carregado de apuração e dados estatísticos, também tem como intenção sair do modelo *hard news* do jornalismo de *games* atual, que só se preocupa em anunciar lançamentos, publicar rumores e analisar qualidades técnicas dos jogos eletrônicos. Atualmente, esse tipo de modelo baseado exclusivamente na novidade é o que impera na área:

Análises de *games* geralmente sobrepõem-se perante as outras formas de discurso jornalístico sobre *games*, como notícias, reportagens investigativas e comentários. Análises também já foram criticadas por uma variedade de razões como por ter uma escrita e estilo inconsistentes, ou ser “cheia de erros gramaticais, incoerências históricas, plágios, verbosidade e clichês”. Elas também têm sido acusadas de falhar em ter um ponto de vista crítico e analítico. Outra acusação é que as análises não explicam o que o jogadores sentem ao jogar um jogo em particular e que elas não analisam o que o jogo significa fora dele mesmo. (LADD; JOHNSON; ZAGAL, p.215, 2009. Tradução nossa⁹)

E é disso que o *Insira a Ficha* tenta se desviar: o objetivo é estudar os jogos também fora do mundo dos *games*. Apesar de passarem uma imagem simplória de produto de entretenimento, os *games* ganharam um espaço social muito amplo, onde afetam ativamente setores como a economia e a política. É necessário entender que eles são uma narrativa, um discurso, e que esse discurso atinge milhões de pessoas no mundo inteiro. Que mensagens, valores e influências não estão sendo veiculadas para pessoas de todas as idades — principalmente os jovens, público consumidor majoritário? O *Insira a Ficha* quer mostrar

⁹ “Game reviews often overshadow other forms of journalistic discourse surrounding games such as news, investigative reporting, and commentary (Thomas 2007). Reviews have also been maligned for a variety of reasons such as being inconsistent in writing and style (Thomas, Orland et al. 2007), or being “rife with grammatical errors, historical inaccuracies, plagiarism, run on sentences, [and] clichés” (Buffa 2006b). They have also been accused of failing to take a critical and analytical viewpoint (Costikyan 2008). Another accusation is that reviews don’t explain what playing a particular game feels like and that they don’t analyze what a game means outside the game itself”.

que os games devem entrar na discussão das pessoas, devem ter espaço no jornalismo, e não serem só tratados como um assunto de nicho:

O maior desafio é abordar games de uma forma que atraia os fãs e até as pessoas que não jogam videogame. Esse desafio inclui mostrar sim que videogames são cultura, arte, interatividade e parte importante e atuante do futuro tecnológico. (ZAMBARDA, Pedro, Campus Party: jornalistas de games falam sobre desafios da área, Canaltech, janeiro de 2014.)

No que diz respeito ao meio de veiculação, pretende-se discutir novas formas de se fazer jornalismo de *games*, buscando constantemente novas formas de inovação dentro do espaço oferecido pelo rádio, de maneira a criar uma experiência interessante e informativa ao ouvinte.

3 JUSTIFICATIVA

O *Insira a Ficha* tem o papel de discutir uma diversidade de temas que existem dentro do universo dos jogos eletrônicos e que são esquecidos pela grande mídia. Apesar de milhões de pessoas jogarem uma infinidade de jogos diariamente, pouquíssimas param para pensar nos efeitos sociais, comportamentais e econômicos trazidos por esse ato. É necessário entender que os *games* não são mera forma de entretenimento: a indústria de jogos eletrônicos é a quarta maior do mundo e, segundo a Associação Brasileira de Desenvolvedores de *Games* (Abragames), movimentada cerca de R\$ 900 milhões por ano só no Brasil. Atualmente, 61 milhões de brasileiros consomem jogos eletrônicos, e pesquisas da Associação estimam que, com o constante investimento que existe por parte dos desenvolvedores, o setor cresça ainda mais nos próximos anos.

Além de corresponder à demanda de muitos jogadores assíduos, profissionais ou não, a indústria de jogos criou um nicho cultural: as comunidades *gamer*. Muitas delas se conduzem em forma de *webrings*, fóruns de discussão e comunidades virtuais, ou dentro de clubes sociais de faculdades e universidades. Lojas especializadas em jogos, por exemplo, freqüentemente servem como locais de encontro no qual grupos de jogadores conversam e trocam experiências.

Claramente, os efeitos deixados por alguns jogos foram fortes o suficiente para inspirar jogadores a formar sua própria subcultura baseada nos jogos, que existe fora do mundo dos *games*. Ao invés do estereótipo do *gamer* trancado dentro do quarto, essas pessoas estão saindo para o mundo real e celebrando e compartilhando aspectos dos jogos que lhes trazem prazer. (TOTTEN Chris, 2010, tradução nossa)

Portanto, é importante discutir sobre os jogos como objeto cultural e econômico, expondo para ouvintes *gamers* e não *gamers*, através da mídia radiojornalística, as dimensões de lucratividade que os produtos dessa indústria alcançam, bem como apresentar os jogos eletrônicos como pilar de um nicho da sociedade.

Porém, não se pode mentir que o público-alvo seja os entusiastas de jogos eletrônicos e os gamers em geral. Mota, Bittencourt e Viana (2014) explicam que, quando o consumidor da mídia possui conhecimento prévio sobre o assunto e tem em seu repertório pessoal uma maior consistência de experiências, o potencial de influência — no sentido de aprendizado — é aumentado. O *Insira a Ficha* surgiu, primeiramente, para tentar suprir a carência de reportagens e aprofundamento da área.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O *Insira a Ficha* possui dois programas que vão ao ar semanalmente de forma intercalada. As produções têm como foco trazer abordagens mais profundas e contextualizadas dos assuntos relacionados ao mundo dos games, de maneira a fugir do jornalismo *hard news* praticado atualmente no mercado de trabalho do jornalismo especializado na área.

O programa temático tem duração de 30 a 60 minutos, dependendo da relevância do assunto, e visa apresentar, debater e contextualizar um tema do mundo dos games. Para isso, a equipe produz de duas a três reportagens em formato de boletim, com tempos de duração de dois a cinco minutos, que são comentados ao vivo por dois apresentadores e no mínimo um entrevistado. Junto com os boletins, um convidado é chamado para a mesa para, junto do apresentador e comentarista da edição, montar uma mesa de debates, seguindo linguagem e técnicas de produção adequadas (McLeisch, 2001). Quando o entrevistado não consegue ir ao estúdio na hora da gravação, é feita uma entrevista ao vivo ou gravada sobre o tema escolhido.

Com duração de 30 minutos e sem intervalo, o *Insira a Ficha DLC* é o programa intercalado com o temático, que se propõe a comentar e debater as principais notícias sobre *games*.

A partir do dia da reunião de pauta, os participantes devem escolher as notícias da semana que acharem mais relevantes dentro da cultura *gamer*, pesquisadas em sites especializados, adaptá-las a linguagem radiofônica e enviá-las ao apresentador da edição. No programa, o comandante da mesa apresenta os fatos e dois comentaristas pré-definidos argumentam e discutem sobre o assunto. Além de auxiliar na adaptação de textos para o

rádio e desenvoltura ao vivo, o *DLC* também colabora no desenvolvimento da opinião e conhecimento na área dos jogos eletrônicos, atributos bem considerados no mercado de trabalho.

Até o semestre 2015.2, após serem veiculados ao vivo na Rádio Ponto UFSC, os programas eram enviados ao site de nuvem Soundcloud e publicados no site do *Insira a Ficha*. No começo do semestre 2016.1, a equipe resolveu alterar o método de distribuição dos podcasts e adotou o Youtube, já que uma das metas para este ano é, também, começar a cobrir eventos em vídeo. Agora, as edições são enviadas ao Youtube e publicadas no *site* do projeto. Com a mudança, ficará mais fácil para a equipe veicular as produções e ter um controle de público, já que a plataforma de vídeos do Google é amplamente popular e possui um sistema de comentários bastante simplificado, o que permite receber retorno de quem está consumindo o conteúdo.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Foram selecionados para a apresentação seis programas da edição temática que melhor representam o nosso objetivo de “fazer jornalismo, literalmente, de games”: com apuração, problematização, entrevistas e discussões. A seleção também tentou abarcar todos os tipos de programas que o *Insira a Ficha* já fez: históricos, comportamentais, ligados à economia ou política, relacionados ao desenvolvimento de games e até previsões de problemas.

5.1 Edição 23/04/2015 — Como ganhar dinheiro jogando videogame?

A primeira edição do programa tinha como pauta “as diferentes maneiras de ganhar dinheiro jogando videogame”. Destaca-se o verbo “jogando”, pois a ideia era falar única e exclusivamente de pessoas que têm como trabalho jogar, e não desenvolver ou vender o *game*. O programa abordou três profissões — *youtubers* que gravam vídeos relacionados a jogos, *game-testers* que são pagos para achar problemas nos jogos antes que sejam lançados e jogadores profissionais — e trouxe informações sobre o trabalho, como começar a trabalhar na área e até os prós e contras do ofício.

O convidado da edição, que concedeu uma entrevista via Skype, foi o *youtuber* e narrador de *e-Sports* William Lemos, apelidado “gORDOX”.

5.2 Edição 07/05/2015 - Dublagens nos jogos

Após um programa sobre as diversas profissões relacionadas aos jogos eletrônicos, a equipe decidiu produzir um programa em que um único trabalho fosse aprofundado. A área escolhida — tanto pela falta de cobertura da grande mídia quanto pela adequação às especificidades da rádio — foi a de dublagem. Vale ressaltar também que o assunto estava sendo bastante comentado na semana de produção por causa da dublagem brasileira que a cantora Pitty fez no jogo *Mortal Kombat X*.

Além de abordar os principais aspectos da profissão, a equipe discutiu se os games precisam mesmo de dublagem, já que muitos jogadores relatam a importância dos *games* no aprendizado da língua inglesa e outros nem chegam a comprar jogos dublados por acharem a qualidade mais baixa do que a da dublagem original.

O entrevistado da edição foi Sérgio Moreno, que dublou personagens icônicos dos games — Geralt de *The Witcher 3* e Pagan Min de *Far Cry 4* — e de outras mídias — Bob Esponja e Mickey.

5.3 Edição 18/06/2015 - 16 anos da franquia *Counter-Strike*

Durante o programa *DLC* do dia 11/06/2015, um dos integrantes, enquanto procurava as datas de aniversários das principais franquias dos games, percebeu que o programa temático iria ao ar no dia exato em que *Counter-Strike (CS)*, o jogo de tiro mais jogado no mundo inteiro, faria 16 anos. A equipe decidiu então fazer o seu primeiro programa histórico sobre um único game, passando por todos os títulos, discutindo sua influência no mundo dos jogos e contando experiências pessoais.

Essa edição contou com a participação de dois entrevistados: Renan Diniz, apelidado de “Nano”, ex-jogador profissional de *CS*; e Felipe Coradin, criador e administrador do *Site CS*, maior site especializado em *Counter-Strike* do Brasil.

5.4 Edição 24/09/2015 - Vamos falar sério sobre pirataria

A pirataria é um dos assuntos mais comentados na mídia quando se trata de *games*. Geralmente o enfoque recai sobre os problemas econômicos que causa, a violação dos direitos autorais e a legalidade da prática. Porém, há pouca discussão sobre por que isso ocorre e se a ilegalidade da pirataria realmente é legítima, uma vez que os preços altos aqui no Brasil impedem que boa parte da população tenha acesso a jogos eletrônicos.

Como se tratava de um assunto polêmico e bastante extenso, a equipe optou por estender o programa dos 40 minutos habituais para 60 minutos. Também foi considerada

necessária a presença de dois entrevistados com opiniões divergentes na mesa. Foram chamados para debater o integrante do Partido Pirata, Maximillian Stephens, e Arakém Lima, do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).

5.5 Edição 05/11/2015 - Morte do Co-Op Local

A primeira edição de jornalismo de tese (gênero não delimitado academicamente, mas que significa “aquele no qual o repórter estrutura a matéria para confirmar o que ele já pensa”) começou quando, durante a reunião semanal, um dos integrantes disse que não conseguia mais encontrar jogos eletrônicos em que fosse possível jogar com amigos presencialmente (*multiplayer* local), a não ser os relacionados ao esporte e à luta. Num primeiro momento, o jornalismo de tese parece ser um “antijornalismo”, ao sugerir que só é apurado aquilo que convém ao repórter. Sirkis (2011) diz:

Um dos piores cacotes da imprensa é o tal “jornalismo de tese”. O repórter ou o editor tem sua tese preconcebida pela matéria e direciona sua apuração (...) O ciclo de notícias de 24 horas induz à compulsão de se tentar especular a uma velocidade infinitamente maior do que a capacidade dos atores sociais de produzi-las. Passamos a viver um jornalismo insuportável, que vive quase que exclusivamente de achismos, teses *a priori*. (SIRKIS, 2011)..

Entretanto, a equipe *do Insira a Ficha* não é pressionada pela velocidade da redação. A tese tem como objetivo verificar se há ou não um determinado problema: várias vozes são ouvidas, vários lados abordados e argumentos são colocados lado a lado afim de se chegar em alguma conclusão. O problema do jornalismo de tese só aparece quando o pesquisador só quer enxergar aquilo que pensa ser certo. O *Insira a Ficha*, por outro lado, pesquisa para achar o máximo sobre o assunto e, depois, criar uma resposta à pergunta feita.

Dito isso, vale ressaltar que a equipe decidiu então pesquisar mais sobre o assunto — um dos integrantes chegou a produzir uma reportagem em quadrinhos com parte da apuração — e produzir um programa que tentasse defender a tese de que “o *multiplayer* local cooperativo estava acabando”. Explicamos o que significa o termo, as principais teorias por trás do acontecimento, o que isso pode acarretar no comportamento dos gamers, inclusive crianças e adolescentes e, claro, argumentos que vão contra a teoria apresentada.

O entrevistado da edição foi o jogador João Vítor Roberge, que se auto-proclama um “*oldgamer*” — pessoa que só consome *games* velhos — porque não vê mais graça nos jogos

produzidos atualmente, que passaram a se focar muito na diversão individual e não na coletiva.

5.6 Edição 19/11/2015 - E se a vida fosse um videogame?

Desde o primeiro semestre de projeto, a equipe vinha escrevendo textos de opinião *nonsense* — no qual o autor defende uma opinião indefensável, com objetivo humorístico — para alimentar o site do *Insira a Ficha* com outras produções além do programa de rádio.

No último programa temático do semestre, os integrantes se desafiaram a produzir uma edição do programa com uma tese *nonsense*. O primeiro temático desse gênero foi sobre o tema “O que aconteceria com a humanidade se não existissem videogames?”. O segundo abordou a questão “E se a vida fosse um videogame?”, discutindo sobre implicações econômicas, políticas e sociais. Mais uma vez, convidamos dois entrevistados: os jornalistas do portal de notícia de games *Adrenaline*, Andrei Longen e Diego Kerber.

6 CONSIDERAÇÕES

O *Insira a Ficha* nasceu para que os alunos da UFSC pudessem fazer jornalismo de games e exercitassem a criatividade. Autodenominar-se jornalista de games ainda é uma tarefa complicada. Apesar de se tratar de uma das indústrias que mais movimenta a economia mundial, os games ainda possuem uma aura preconceituosa de “brincadeira de criança”, e os textos especializados produzidos acabam trazendo essa infantilidade, essa falta de aprofundamento.

Com o *Insira a Ficha*, tentamos nos aprofundar no assunto e mostrar que essa brincadeira vai muito além da diversão, abordando, direta e indiretamente, política, violência, psicologia, entre outros assuntos que moldam a nossa sociedade. Apesar de ter nascido nos anos 70, os games são uma linguagem que atinge uma ampla faixa de idades e dialoga muito bem com os jovens, mais um motivo para que existam mais coberturas aprofundadas sobre o tema. No âmbito técnico, os jogos eletrônicos já trazem gráficos que beiram a realidade e narrativas que se equiparam a séries de TV e filmes, o que possibilita retratar histórias de formas que não são possíveis em outros meios. Os games são uma mídia importante e merecem uma cobertura que aborde todos os seus aspectos e importância social.

Enquanto houver o preconceito, tanto profissional quanto acadêmico, em torno da área, um mundo vasto e complexo não estará sendo abordado: narrativas não estarão sendo problematizadas, elementos da cultura não estarão sendo estudados, pessoas não saberão que

estarão sendo influenciadas (tanto positiva, quanto negativamente). Felizmente, já vemos trabalhos e pesquisas acadêmicas sobre os games. Por que o jornalismo também não entra nessa?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERIMBAU, Mauro. **A importância cultural e econômica dos games em nossa sociedade**. Marketingegames, 2015. Disponível em: <http://www.marketingegames.com.br/a-importancia-cultural-e-economica-dos-games-em-nossa-sociedade/> (Acesso em 15 de abril de 2016)

LADD, Amanda; JOHNSON, Terris; ZAGAL, José P. Characterizing and understanding game reviews. **Proceedings of the 4th International Conference on Foundation of Digital Games**, p.215-222, 2009.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MCLEISH, Robert. **Produção de Rádio: um guia abrangente da produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 2001.

MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na Era da Informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo**. Florianópolis, Editora Insular, Editora da UFSC, 2001.

MEDITSCH, Eduardo (org). **Teorias do Rádio: Textos e Contextos. Volume I**, Florianópolis: Insular, 2005.

MEDITSCH, Eduardo e ZUCULOTO, Valci (orgs.). **Teorias do Rádio: Textos e Contextos. Volume II**, Florianópolis: Insular, 2008.

MOTA, Bruna Seibert; BITTENCOURT, Maíra; FERNANDES VIANA, Pablo Moreno. A influência de Youtubers no processo de decisão dos espectadores: uma análise no segmento de beleza, games e ideologia. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, Brasília, v.17, n.3, 2014.

SIRKIS, Alfredo. **O Efeito Marina: Bastidores da campanha que mudou o rumo das eleições**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2011.

SLATER, Don. **Cultura do Consumo & Modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

TOTTEN, Chris. **The importance of gaming culture**. *Gamasutra*, 2010. Disponível em: http://www.gamasutra.com/blogs/ChrisTotten/20100528/87373/The_Importance_of_Gaming_Culture.php (Acesso em 19 de abril de 2016)