



Pragas e Jornais Virtuais¹

Nilson SOARES²

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

Tratamos, neste artigo, de como as formas de mídia que surgem ao redor dos MMORPGs podem ajudar os jogadores a consolidar sua posição de co-construtores do mundo onde jogam, ao lado dos desenvolvedores, bem como oferecer um intermédio entre o jogo e o não-jogo, facilitando a interação entre esses espaços. Para isso tratamos dos *world events* ocorridos nos MMORPGs, em específico o *Corrupted Blood*, e analisamos as características de um periódico semanal centrado no jogo City of Heroes, *The City Scoop*.

PALAVRAS-CHAVE: MMORPGs; jogos; mundos virtuais; cibercultura; comunicação.

1. PRAGA VIRTUAL

Em setembro de 2005, exploradores foram contaminados por uma doença, potencialmente fatal, nas ruínas de *Zul’Gurub*. Ao retornar à cidade, espalharam o patógeno entre os habitantes do centro urbano, contaminando também visitantes que, por sua vez, levaram a doença às suas cidades de origem. A praga resultou em milhares de mortes no decorrer de poucos dias; *Corrupted Blood*, como ficou conhecida, é o primeiro caso de pandemia virtual³ em um *Massive Multiplayer Online Role-Playing Game* (MMORPG)⁴, sendo a contraparte do World of Warcraft⁵ à Peste Negra européia.

A praga se originou quando os desenvolvedores do jogo adicionaram um novo labirinto, *Zul’Gurub*, dominado por um deus ancestral chamado *Hakkar, o Arrancador*

¹ Trabalho apresentado no NP Tecnologias da Informação e da Comunicação do VIII NP-Intercom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE, e-mail: nilsonsoares@gmail.com.

³ Existem casos anteriores de doenças virtuais, como no The Sims, onde os jogadores poderiam adquirir um porquinho-da-índia de estimação que, caso mal tratado, adoecia e transmitia a doença ao dono. Esses casos anteriores, porém, eram programados de forma a causarem impacto limitado, sem a característica de auto-replicação encontrada no *Corrupted Blood*, nem a imprevisibilidade causada pelas altas taxas populacionais de um MMORPG, fatores que, somados, tornaram a pandemia possível.

⁴ Jogos de Interpretação On-line para Quantidade massiva de Jogadores, gênero surgido na década de 90. Para mais informações cf. Castronova (2005) e Taylor (2006) ou <http://pt.wikipedia.org/wiki/MMORPG>

⁵ Criado pela Blizzard Entertainment, é, na atualidade, o maior jogo do gênero, ultrapassando, em janeiro de 2008, a marca de 10 milhões de assinantes (BLIZZARD, 2008)). É o quarto jogo da linha Warcraft, iniciada em 1994 com o Warcraft: Orcs & Humans, e o primeiro a se desviar do gênero estratégia em tempo-real (RTS).

de *Almas*. O deus servia como o oponente final do labirinto, devendo ser derrotado pelos jogadores antes que pudessem clamar as devidas recompensas. Como um dos seus poderes, *Hakkar* tinha a habilidade de conjurar, sobre seus oponentes, a *Corrupted Blood*, doença virtual que drenava aos poucos os pontos de vida⁶ dos personagens⁷. A doença era automaticamente transmitida a quem estivesse próximo de alguém contaminado, com isso os desenvolvedores intencionavam fazer com que os jogadores se espalhassem durante o combate, de modo a evitar a contaminação, forçando-os a adotar novas estratégias durante o confronto.

A programação original, no entanto, saiu de controle quando *pets*⁸ virtuais dos jogadores entraram em contato com a praga. Para reduzir a propagação da doença durante o combate, os jogadores recolhiam seus *pets* tão logo fossem contaminados, convocando-os novamente nas cidades, para receberem os cuidados de um NPC⁹. Dessa forma, os *pets* passaram a agir como veículo da doença, transmitindo-a para os NPCs, que se tornavam portadores e contaminavam os jogadores, gerando um efeito em cascata.

Em alguns servidores a *Corrupted Blood* chegou a contaminar metade da população, resultando em amontoados de corpos nas ruas das principais cidades do World of Warcraft. Os desenvolvedores decretaram estado de quarentena em pontos-chave do mundo do jogo, na tentativa de conter o avanço da praga, mas o problema só foi resolvido após um *patch*¹⁰ que alterava a mecânica da doença, impedindo a contaminação entre os personagens. De fato, até que essa solução fosse encontrada, diversos jogadores passaram a simplesmente evitar as cidades e aglomerados de jogadores.

⁶ Estatística comum usada em RPGs, eletrônicos ou não, para medir a vitalidade de um personagem. A perda de todos os pontos de vida geralmente ocasiona morte.

⁷ Personagens são os agentes, as pessoas existentes em um mundo de jogo. No caso de serem controlados por jogadores, também pode ser denominados “avatares”.

⁸ Literalmente, animais de estimação. Nos jogos on-line os *pets* são altamente valorizados e costumam se dividir entre os *úteis* e os *estéticos*, os primeiros atuam como parceiros, ajudando seus donos em combate ou adicionando aos mesmos alguma habilidade especial, os *estéticos* não fornecem habilidades práticas, mas são usados como extensão da personalidade do dono ou exibidos como recompensa por um feito difícil, como uma medalha.

⁹ Non-Player Character, ou Personagem Não-Jogador. Termo usado para identificar aqueles personagens que não estão sob o controle dos jogadores, mas sim de uma entidade à parte. No caso dos jogos eletrônicos, geralmente são controlados por inteligência artificial, sendo, em alguns casos, assumidos pelos desenvolvedores do jogo.

¹⁰ Atualizações do código de um software. Os *patches* são geralmente utilizados para a correção de *bugs* ou melhorias na usabilidade ou segurança.

2. CONSTRUÇÃO DE MUNDO

De certa forma, a *Corrupted Blood* simulou, acidentalmente, diversos dos fatores que ocorrem em pandemias fora do espaço de jogo. O uso de animais como veículo (assim como na gripe aviária e peste negra, por exemplo) e formas rápidas de transporte facilitando a propagação além de limites regionais são apenas alguns desses fatores.

Devido a seu caráter acidental, não havia, na época, documentação oficial sobre o assunto, os jogadores dependiam exclusivamente de informação fornecida por outros jogadores, conferenciando através de fóruns, blogs e outras variedades de websites¹¹, juntando dados e formando uma compreensão maior do todo através de experiência compartilhada. Apesar de ter sido resultado de um *bug*, a praga foi considerada um dos melhores e mais criativos eventos¹² já ocorridos no World of Warcraft. É possível que a natureza caótica e imprevista do “evento” seja um dos motivos para isso.

Os MUDs, predecessores textuais dos MMORPGs, contavam com um engajamento mais acentuado dos jogadores na construção do mundo de jogo, engajamento este documentado extensivamente (BARTLE, 2003; MURRAY, 1997; RHEINGOLD, 1993; TURKLE, 1995; WERTHEIM, 2001; YOUNG, 1994). Os MMORPGs, porém, devido à possuírem natureza caracteristicamente mais complexa que os MUDs e serem produtos mais comercialmente dirigidos que seus predecessores, removeram boa parte desse “controle” do mundo dos jogadores, transferindo-o aos desenvolvedores.

De fato, vários MUDs foram criados exatamente com o objetivo de oferecer maior poder de construção de mundo aos jogadores (BARTLE, 2003). Nos MOO (*MUD Object Oriented*, ou MUD orientado a objetos) a idéia era que pequenas partes independentes pudessem ser livremente anexadas ao jogo, adicionando detalhe a áreas existentes e, também, novas áreas. Por serem compostos de texto, era particularmente mais fácil essa adição de conteúdo que num MMORPG, onde o novo conteúdo teria de vir acompanhado de novos gráficos e animações, por exemplo, ao invés de apenas *scripts* e descrições.

Corrupted Blood poderia ser vista como um limitado retorno ao paradigma dos MUDs, dando controle do evento aos jogadores. Mídias externas, mas relacionadas aos

¹¹ E.g. o Thottbot (<http://thottbot.com>), banco de dados on-line onde podem ser pesquisadas informações sobre diversos aspectos do World of Warcraft, como magias, *quests*, áreas do mundo, etc.

¹² “*World events*”, situações de ocorrência esporádica que mudam, temporariamente, alguns dos pressupostos sobre um MMORPG, transformando, assim, a experiência de jogo.

mundos virtuais, talvez sejam uma outra possibilidade, para atingir objetivos semelhantes (SOARES, 2007).

Na Conferência de Desenvolvedores de Jogos de Austin 2007, Koster¹³ (2007) defendeu uma mudança no paradigma de criação dos jogos, *design for everywhere*: “[Os jogos] não são a interface. Não são a tela”. No novo paradigma, os desenvolvedores conseguiriam atingir um maior público e eficiência ao abrir espaço para o desenvolvimento de conteúdo produzido pelos usuários, da mesma forma que devem dedicar atenção aos fenômenos midiáticos que circundam os jogos (como fóruns e rádios on-line), explorando aspectos da assim chamada Web 2.0. A perspectiva do *design for everywhere* aproxima-se de Taylor (2006):

Considere o volume de conteúdo com os quais os jogadores se envolvem: a criação de guias de jogos, walk-throughs, respostas para as perguntas mais frequentes (FAQs), mapas, bancos-de-dados sobre monstros e objetos, fóruns e listas de discussão de terceiros, normas de jogo, guias de servidores, modificações [ao cliente de jogo], plug-ins, estratégias e guias de estratégia, leilões/trocas, ajustes à interface do usuário (UI), compartilhamento de macros, fanfic, filmes de jogos, contra-narrativas, histórias em quadrinhos, e encontros de fãs. A idéia da recepção passiva da mídia tem sido foco de muita crítica nas últimas duas décadas, e certamente nós vemos jogadores de MMORPGS como ativamente engajados na criação do mundo no qual habitam (TAYLOR, 2006).

Quando não encontram uma interface que propícia à criação e uso de mídias internas ao próprio jogo, os jogadores desenvolvem formatos como o do *The City Scoop*¹⁴, periódico (“publicado” semanalmente) de acesso gratuito, distribuído através dos fóruns do City of Heroes¹⁵ e conteúdo relativo ao jogo. Com a primeira edição datando de 18 de maio de 2007¹⁶, o jornal contava com 18 edições em 21 de setembro do mesmo ano.

3. THE CITY SCOOP

Apesar de contar com o apoio dos desenvolvedores do City of Heroes, *The City Scoop* partiu de uma iniciativa dos jogadores. O periódico apresenta uma equipe regular, estando, porém, aberto para contribuições de outros jogadores, tanto para os que

¹³ Raph Koster é um dos game designers de maior destaque dentro da indústria internacional de jogos eletrônicos. Na área dos mundos virtuais, esteve envolvido no desenvolvimento do Ultima Online e Star Wars Galaxies.

¹⁴ <http://boards.cityofheroes.com/showflat.php?Cat=0&Number=8249232&an=0&page=6#Post8249232>

¹⁵ <https://boards.cityofheroes.com>

¹⁶ <http://boards.cityofheroes.com/showflat.php?Cat=0&Number=8303959&an=0&page=5#Post8303959>

desejem colaborar em caráter temporário, quando para os que tenham intenção de ingressar na equipe regular.

Considerando as primeiras 18 edições do *City Scoop*, as menores, tomando-se como padrão o equivalente em espaço que tomariam em páginas impressas, são a 1ª e 2ª edições (de 18 e 25 de maio, respectivamente), com 12 páginas cada. A maior edição, com 23 páginas, é a 17ª, de 14 de setembro de 2007.

Observa-se, dessa forma, uma tendência geral ao crescimento do número de páginas do periódico, embora, em alguns momentos, tenham ocorrido movimentos em sentido reverso, notadamente da 9ª edição, com 18 páginas, para a 10ª, com 15 páginas, e da 17ª edição, com 23 páginas, para a 18ª, com 19 páginas.

Até a 6ª edição, o periódico não conta com expediente informando a equipe envolvida em sua produção, limitando-se a creditar apenas algumas matérias. A partir da 7ª edição, *The City Scoop* passa a incluir sessão de expediente, delimitando sua equipe em 21 pessoas. A equipe do *City Scoop* cresce progressivamente a cada edição, até se estabilizar em 28 pessoas, da 12ª edição até a 16ª, caindo para 27 componentes na 17ª edição, número que se manteve até a última edição analisada, a 18ª. O periódico contou com um time original de três editores-chefe, Marcian Tobay, Hertz e Lemur Lad, time esse que diminui com a saída de Hertz a partir da 17ª edição. De acordo com o expediente veiculado da 7ª à 18ª edição, 31 pessoas participaram, no total, da equipe do *City Scoop*, em algum momento.

Em termos de conteúdo, *The City Scoop* apresenta as seguintes seções:

3.1. MATÉRIA DE CAPA

Iniciam cada edição do *City Scoop*. As matérias de capa dividem-se em quatro grupos recorrentes:

- a) Reportagens sobre novo conteúdo: representam 4 das 18 edições analisadas. Em MMORPGs, é usual a adição ocasional de novo conteúdo ao jogo, essas adições são chamadas, de forma geral, de expansões. Em *City of Heroes* elas recebem o nome de *Issues*, fazendo referência às edições (ou números) das histórias em quadrinhos periódicas, onde novas histórias continuam a história da edição anterior. *City of Heroes* apresenta uma média de lançamento de quatro *Issues* por ano. As matérias tratam de informar sobre quais as mudanças trazidas ao jogo pelos novos *Issues* e análise do que essas mudanças implicam no jogabilidade. No período analisado, duas dessas

expansões foram adicionadas ao jogo, cada uma delas recebeu duas matérias de capa: *Issue 9: Breakthrough* e *Issue 10: Invasion*. O primeiro traz a adição dois sistemas: *crafting*¹⁷ e *market*¹⁸, cada um recebendo uma matéria de capa. *Invasion* traz a adição de uma nova área ao jogo e um evento esporádico onde alienígenas hostis, conhecidos como Rikti tentam tomar controle de Paragon City, ambas as matérias que a expansão recebe tratam do evento;

- b) entrevistas com os desenvolvedores: representam 3 das 18 edições analisadas. Cada uma das três entrevistas é tratada de uma perspectiva diferente. Em *City of Heroes*, os principais desenvolvedores possuem um *signature character*¹⁹ dentro do jogo que os representa e são identificados, na comunidade, pelo nome de seu *signature character*. Duas das entrevistas não mencionam os nomes reais dos desenvolvedores, tratando-os pelo nome de seus personagens. Dessas, uma é *in character*, ou seja, interpretada, sendo a entrevista, em essência, dirigida ao personagem, e não ao desenvolvedor, a outra é *out of character*, tratando apenas de temas diretamente relacionados ao jogo (como novas mecânicas e discussão de mudança de regras). A terceira entrevista é com o lead designer do jogo, Matt Miller, e trata não apenas de temas relacionados ao jogo, mas também de interesses pessoais do entrevistado;
- c) cobertura de eventos: com um total de 7 capas. Tratam tanto de *world events*²⁰ como de eventos organizados por jogadores;
- d) história de Paragon City: somando duas capas. São artigos que tratam da história e características de algumas áreas de Paragon City, são escritos da perspectiva *in character*.

¹⁷ Sistema através do qual os jogadores podem, eles mesmos, confeccionar itens, seja para uso pessoal ou venda. Em jogos que não incluem *crafting*, os jogadores estão limitados a usarem itens já prontos, sejam encontrados ao acaso, recebidos como recompensa ou comprados de NPCs.

¹⁸ Sistema através do qual os jogadores podem fazer transações de itens diretamente com outros jogadores. Em jogos que não incluem *market*, os jogadores estão limitados a vender e comprar itens de NPCs, ou então de arranjar acordos de compra verbais com outros jogadores, o que traz o inconveniente de gerar *spam* dentro do jogo, quando os jogadores tentam anunciar seus produtos, e a necessidade de que os personagens encontrem-se no mesmo espaço dentro do jogo, para concluir a transação.

¹⁹ Personagem central na mitologia do jogo, no caso do *City of Heroes*, são os heróis lendários que compõem a base da história do jogo. Os *signature characters*, são, de modo geral, NPCs, mas em eventos especiais, os desenvolvedores do jogo podem usa-los como seus avatares.

²⁰ Cf. nota número 11.

Além desses grupos, existem duas matérias de capa que não se encaixam nas classificações acima: um editorial, na edição 17, tratando nas mudanças ocorridas na equipe do *City Scoop* (quando três membros deixaram o periódico, incluindo um editor-chefe, e dois novos juntaram-se ao grupo) e uma crônica, na edição 15, de um participante da Gen Con²¹.

3.2. MARKET WATCH

Aparece pela primeira vez na 4ª edição. Analisa as tendências do mercado no mundo de jogo discute estratégias de investimento. Apresenta também tabelas mostrando a variação de preço dos itens mais valiosos do mercado. De início acompanha a variação de apenas 5 itens nos dois mercados do City of Heroes (*Wentworth's Fine Consignments* e *Black Market*), a partir da 6ª edição, passa a acompanhar os 10 itens mais valiosos de ambos mercados.

3.3. BEHIND THE MASK

Traz, em cada edição, entre três e cinco entrevistas com jogadores. As entrevistas sempre começam tratando de assuntos pessoais, como *hobbies*, animais de estimação, viagens e preferências musicais, de livros e filmes, em seguida as perguntas abordam aspectos relativos ao jogo, como servidores²², áreas, arcos de história²³ e personagens favoritos, opinião sobre os diversos *Issues* e o que mais atrai o jogador no City of Heroes. Embora as entrevistas não sejam *in character*, e tratem de questões pessoais do jogador, o nome real, sexo e idade não são revelados, sendo os entrevistados identificados através de seus avatares.

3.4. ADVICE

Com duas colunas distintas:

- a) *Dear Athy*, presente em todas edições do *City Scoop* analisadas;
- b) *Advice from the X*, ausente em duas edições, presente nas demais.

²¹ Uma das maiores convenções de jogos existente. Começou em 1968 e realiza-se anualmente deste então. Tradicionalmente, a Gen Con acontece nos Estados Unidos, mas convenções extras, como a Gen Com Barcelona, Gen Com Paris e Gen Com UK já foram realizadas.

²² No contexto dos MMORPGs, servidores, *servers* ou *shards* são instâncias diferentes do mesmo mundo.

²³ No City of Heroes, recebem esse nome séries de missões que continuam uma mesma linha de história, como uma alusão aos “arcos de história” das histórias em quadrinhos de super-heróis, gênero no qual o City of Heroes se baseia.

Ambas seguem o mesmo padrão: jogadores mandam perguntas e dúvidas sobre aspectos do jogo e têm suas dúvidas respondidas por respectivamente por Lady Athyna ou Liquid X.

3.5. *BY POPULAR REQUEST*

Originalmente chamada de *Point/Counterpoint*. Um dos editores escolhe um tema popular que esteja sendo debatido por outros jogadores nos fóruns, caracteristicamente alguma sugestão de mudança na mecânica do jogo. O tema é descrito e em seguida analisado, destacando os aspectos positivos e negativos da mudança.

3.6. *STATE OF THE ARCHETYPE*

City of Heroes oferece 12 diferente classes de personagem, *State of the Archetype* é uma série de artigos que analisa cada um dessas classes: quais as mudanças sofreram do lançamento do jogo até o momento, como costumam ser percebidas pelos outros jogadores, poderes populares para serem usado em PvP²⁴, desempenho solo²⁵ e papel esperado quando em grupo, problemas que a classe enfrenta e possibilidades para melhoria.

3.7. *HOROSCOPE*

Presente desde a primeira edição, a sessão de horóscopo faz uso de jargão astrológico para fazer previsões, exatamente como um horóscopo comum, mas ao invés de dividir as previsões entre os doze signos do zodíaco ocidental, a sessão os divide entre as doze classes de personagem existentes no jogo²⁶. A partir da 7ª edição, uma segunda sessão de horóscopo passou a ser publicada, com a perspectiva dos vilões e ignorando o jargão astrológico.

3.8. *CULINÁRIA*

Com receitas, verídicas, e coluna *in character* tratando de algum estabelecimento do mundo de jogo.

²⁴ *Player versus Player*, quando o paradigma do jogo concentra-se em combater outros jogadores, ao invés de oponentes controlados por inteligência artificial, ou, PvE, *Player versus Environment*.

²⁵ Termo usado para designar o jogo sem grupo, quando um jogador tenta superar, sozinho, os desafios propostos pelo jogo.

²⁶ *Blaster, Controller, Defender, Tanker, Scrapper, Peacebringer, Warshade, Brute, Corruptor, Dominator, Mastermind e Stalker*.

3.9. GEOGRAFIA E TURISMO

Coluna dedicada às diversas áreas do jogo. Traz pontos interessantes a serem visitados, a história da área, discussão do tipo e *level*²⁷ de inimigos que circulam pela área e dicas de como chegar de um ponto a outro da forma mais rápida e/ou fácil.

3.10. BASE SHOWCASE

A cada edição traz imagens de uma superbase²⁸, discussão sobre diversos estilos de base possível e entrevista com o jogador responsável pela arquitetura da base. Na entrevista os jogadores são chamados pelo nomes de seus personagens, nomes reais não são mencionados.

3.11. ART E ENTERTAINMENT

Divide-se em três categorias distintas:

- a) entrevista com o artista: entrevista feita com um jogador com interesse em artes gráficas, trata de aspectos pessoais do artista, hábitos, preferências, estilo de trabalho e técnicas favoritas. A presença do jogo nessas entrevistas é tangencial, ainda assim, nomes reais não são usados, o artista é chamado pelo nome de seu personagem;
- b) dicas e técnicas: abrange pequenos tutoriais de como conseguir alcançar determinado efeito ou estilo de forma eficiente, bem como colunas sobre hábitos entre artistas e vantagens/desvantagens de determinados estilos de desenho;
- c) imagens: mostra parcelas dos trabalhos de artistas selecionados e oferece links para as galerias pessoais dos mesmos, os trabalho escolhidos todos compartilham da temática de quadrinhos de super-heróis, a mesma do jogo.

²⁷ *Level* ou nível, sistema numérico que mede a força de determinado personagem. Um personagem jogador precisa acumular pontos de experiência (XP) de modo a passar de um nível para o outro, NPCs apresentam nível fixo, exceto *pets*, que acompanham o nível de seu dono.

²⁸ As superbases servem de sede aos supergrupos do jogo (como são chamadas as *guildas* no *City of Heroes*). Cada supergrupo pode ter apenas uma superbase, construída pelos jogadores com uso dos recursos do grupo.



3.12. PVP

Coluna sobre os diversos eventos de PvP ocorridos nos diversos servidores do jogo, bem como discussão estratégias e poderes populares, ou inusitados, nos combates de PvP.

3.13. ROLEPLAYING

Dedicada à parcela *roleplayer*²⁹ da comunidade, trata de eventos dedicados aos *roleplayers*, dicas de interpretação e lugares favoráveis à prática.

3.14. CLASSIFIEDS

Anúncios postados pelos jogadores. Podem ser verdadeiros ou de caráter humorístico; *in character* ou *out of character*; oferecer oportunidades dentro do jogo (como supergrupos recrutando novos membros e avisos de eventos) ou fora do mesmo (como convenções e projetos de mídia relacionados ao jogo procurando por colaboradores).

3.15. TIRA DE QUADRINHOS

Quadrinhos humorísticos baseados no gênero de super-heróis.

3.16. PUZZLE

Compõe a última página do City Scoop; são palavras-cruzadas, *sudoku* ou *trivias* relacionadas à cultura (*lore*) do jogo.

4. CONCLUSÕES

Wolton (2003, 2004) acredita que a televisão funciona como laço social, criando um senso de pertencimento, importante na medida em que os laços primários (relativos, entre outros, à família, religião e vizinhos) vêm enfraquecendo. A televisão alcançaria tal façanha ao ser um veículo massivo (no sentido de chegar à maior parte da população), ao criar um “lugar de referência” (VIZEU e CORREIA, 2002) para nosso mundo e sociedade.

²⁹ Como são designados os jogadores que priorizam a interpretação e coerência de caráter de seus personagens, ao invés de outros aspectos, como exploração do mundo de jogo, interação social com outros jogadores (em oposição à interação social com outros personagens), combinações particularmente eficientes de poderes ou aquisição de equipamentos raros e valiosos.

Ao partirmos para a perspectiva de outros mundos, de mundos não-físicos esse lugar de referência é deslocado – a televisão tradicional não contempla os mundos virtuais, seu caráter massivo pouco significa em Norrath, Azeroth ou Paragon City (mundos, respectivamente, dos jogos: Everquest, World of Warcraft e City of Heroes). Iniciativas como *The City Scoop* são espaços que podem se pretender a assumir tal papel, ajudando a borrar a distinção entre espaço virtual e vida cotidiana e caracterizando os MMORPGs como um espaço transmidiático (TAYLOR, 2006), pois, como afirma Johnson (2001) “a infoesfera hoje é parte de nossa ‘vida real’”. Mais que isso, é possível que essas iniciativas ajudem os jogadores a retomar uma parcela do controle perdido sobre o conteúdo do jogo (BARTLE, 2003; TURKLE, 1995).

Não pretendemos com isso encerrar o assunto da relação entre os MMORPGs e suas externalidades midiáticas, muito pelo contrário. Tais observações são frutos de uma pesquisa ainda em seu estado inicial, precisamos ainda de novos estudos que compreendam o mecanismo de ação de tais mídias, bem como o alcance que possuem.

REFERÊNCIAS

- BARTLE, Richard. **Designing virtual worlds**. Londres: New Riders Publishing, 2003.
- BLIZZARD. **World of Warcraft reaches new milestone**: 10 million subscribers. 2008. Disponível em: <<http://www.blizzard.com/us/press/080122.html>>. Acesso em: 16 de jun. 2008.
- CASTRONOVA, Edward. **Synthetic worlds**: the business and culture of online games. Chicago: University of Chicago Press, 2005.
- JOHNSON, Steven. **Cultura da interface**: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- KOSTER, Raph. **Design for everything**. 2007. Disponível em: <<http://www.raphkoster.com/gaming/agdc07/designing-for-everywhere.pdf>>. Acesso em: 01 de jul. 2008.
- MURRAY, Janet H. **Hamlet on the holodeck**. Nova York: The Free Press, 1997.
- RHEINGOLD, Howard. **The virtual community**: homesteading on the electronic frontier. Nova York: Perennial, 1993. Disponível em: <<http://www.rheingold.com/vc/book/>>. Acesso em: 01 de jul. 2008.
- TAYLOR, T. L. **Play between worlds**: exploring online game culture. Cambridge: The MIT Press, 2006.
- TURKLE, Sherry. **Life on the screen**: identity in the age of the internet. Nova York: Simon &



Schuster, 1995.

VIZEU, Alfredo; CORREIA, João Carlos. **A Construção do real no telejornalismo:** do lugar de segurança ao lugar de referência. [no prelo], 2002.

SOARES, Nilson. **Além do círculo mágico:** como os MMORPGs borram a fronteira entre os espaços de jogo e não-jogo. 2007. Disponível em: <<http://www.inf.unisinos.br/~sbgames/anais/arteedesign/shortpapers/34555.pdf>>. Acesso em: 29 de jun. de 2008.

WERTHEIM, Margaret. **Uma história do espaço:** de Dante à internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.

_____. **Pensar a comunicação.** Brasília: Universidade de Brasília, 2004.

YOUNG, Jeffrey R. **Textuality in cyberspace:** MUDs and written experience. 1994. Disponível em: <<http://eserver.org/cyber/young2.txt>>. Acesso em: 01 jul. 2008.