

Os Mundos Virtuais e o Jornalismo Nos Jogos

Nilson V. Soares* Bernardo C. Aguiar**

* Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco

** Mestrando em Design pela Universidade Federal de Pernambuco

Resumo

Neste artigo tratamos do jornalismo de mundos virtuais, que se preocupa em reportar os acontecimentos e fatos do mundo de jogo, e não os externos ao mesmo. Inicialmente, traçamos os precedentes do jornalismo de mundos virtuais. Em seguida, fazemos uma rápida análise de conteúdo dos jornais The City Scoop, vinculado ao City of Heroes, e EVE TV, vinculado ao EVE Online. Usamos a teoria da tipificação dos jogadores de mundos virtuais, de Richard Bartle, para fazer um cruzamento entre os jogadores e o conteúdo dos jornais estudados, no intuito de compreender o papel do jornalismo de mundos virtuais na cultura dos jogos on-line.

Palavras-chave: mundos virtuais, jogos on-line, jornalismo, cibercultura.

Contatos dos autores:

* [nilsonsoares@gmail.com]

** [bernardo.cortizo@gmail.com]

1. Introduction

Ao entrar pela primeira vez em um mundo virtual o jogador se vê diante de sua primeira tarefa: a criação de um personagem, um avatar para representá-lo no mundo on-line. Como esse personagem será criado, quais passos serão necessários para tanto, e a gama de escolhas que o jogador terá à sua disposição, são aspectos que variam a cada jogo.

Ao tentar definir suas escolhas, tanto de mundo virtual, como servidor ou tipo de personagem, o jogador se vê de diante de algo que McCombs [2004] chama de “necessidade de orientação”. Ao entrar em qualquer nova dinâmica podemos sentir a necessidade de orientação. Em uma eleição podemos sentir a necessidade por conhecer mais os candidatos. Quando chegamos em uma nova cidade, sentimos a necessidade de saber onde ficam nossos pontos de interesse (como hotéis, centros comerciais e locais turísticos). O mesmo ocorre nos mundos virtuais. O jogador inicialmente pouco conhece sobre as dinâmicas do jogo, sobre o funcionamento de sua *mecânica*, os elementos que compõem seu *cenário*, o *lore* do jogo, ou mesmo sobre as regras implícitas de interação social entre os habitantes do mundo.

Existem técnicas disponíveis aos desenvolvedores de mundos virtuais para suprir parte da informação e orientação necessitada pelos jogadores: tutoriais, missões que introduzam gradualmente as mecânicas e *lore* do jogo e levem os jogadores através de áreas criadas com o intuito de, progressivamente, apresentarem graus maiores de complexidade. Tais técnicas, entretanto, conseguem ir apenas até certo ponto, possuindo limitações significativas. A aplicação de boa parte delas leva à experiência de uma estrutura de jogo mais fechada¹. Além disso, assim como a ação de consultar a legislação de uma cidade inglesa não poderá nos informar sobre a postura social esperada durante o chá, inferimos que tais tutoriais não alcançam determinados aspectos dos mundos virtuais devido às dinâmicas sociais desses jogos.

No mundo material (constantemente chamado de “mundo real”, embora discordemos de tal definição, como discutimos anteriormente [Soares 2008]), o jornalismo tradicional atua como um fator de orientação ao cruzar a *relevância* (tema que determinada pessoa ou público considera de interesse) e a *certeza* (o que se sabe sobre o tema) [McCombs 2004], saciando parte de nossa necessidade de orientação.

Seguindo uma lógica de semelhança com parte das dinâmicas envolvidas no surgimento do jornalismo tradicional, percebemos o aparecimento de um jornalismo *nos* jogos, que atua também como fator de orientação nos mundos virtuais, trazendo aos jogadores aspectos de relevância sobre o jogo. Tal jornalismo atua na própria formação de realidade [Vizeu 2007] dos jogadores.

Neste artigo, temos como objetivo estudar o aparecimento do jornalismo de mundos virtuais, bem como as características do conteúdo de tal mídia.

2. Related Work

O fenômeno dos mundos virtuais vem atraindo pesquisadores de diversos campos, com o intuito de estudar aspectos tão variados como a conformação, neles, das comunidades on-line [Rheingold 1993], da

¹ Confira em “6. A Tipificação dos Jogadores e as Notícias de Mundos Virtuais”, as distinções entre mundos virtuais com estrutura fechada (*roller coaster*) e aberta (*sandbox*).

economia virtual e suas inter-relações com a economia externa ao jogo [Castronova 2005], os aspectos psicológicos relacionados aos jogadores, suas identidades e motivações [Yee 2005; Yee 2006a; Yee 2006b], o panorama cultural do jogo e suas dinâmicas sociais [Ducheneaut et al. 2006; Taylor 2006] bem como questões de cidadania on-line e liberdade de imprensa [Jenkins 2004; Koster, 2000; Ludlow e Wallace 2007], e a própria construção desses mundos, como tratada por Bartle [1996; 2003].

Nenhum desses autores, à exceção de Ludlow e Wallace [2007], aborda a temática do jornalismo de mundos virtuais que tratamos neste artigo, são, entretanto, trabalhos importantes para a compreensão da cultura dos mundos virtuais e, de tal forma, imprescindíveis para a formulação desta pesquisa, assim como os estudos sobre jornalismo e mídia de Vizeu [2007], McCombs [2004] e Wolfe [1973].

3. O Jornalismo nos Jogos

Lançado comercialmente em 1997, Ultima Online foi o primeiro grande MMORPG ocidental [Bartle 2003; Castronova 2005], juntando 100 mil jogadores apenas no primeiro ano de funcionamento. Ultima Online pertence a uma das mais populares séries de RPG eletrônico para PC, abrangendo mais de 15 títulos diferentes, cujo início se deu em 1980 e, não surpreendentemente, foi também solo fértil para o aparecimento do que pode ser identificado como um dos primeiros aparecimentos de práticas de jornalismo vinculadas a um MMORPG.

Em 09 de agosto de 1997, Lorde British, personagem dos mais importantes dentro do mundo do jogo, foi assassinado por um jogador durante um ato público, ainda na fase beta do Ultima Online. O personagem é, de acordo com a cultura do jogo, o rei de Britannia, principal reino do mundo, e, na versão on-line, o avatar pessoal de Richard Garriot, o criador da série.

O assassinato de Lorde British tornou-se um marco na história do jogo, gerando forte repercussão entre os jogadores e espalhando-se por fóruns de internet. Não havia sido feito um apenas ataque contra um ícone do jogo, mas também contra o próprio criador de Ultima. O fato deu origem à cobertura presente no site Ultima Online Travelogues [Jones 2003; Ultima 1997] que apresenta as seguintes informações:

- Três fotografias do jogo, duas delas tiradas durante o incidente, acompanhadas de um curto texto descritivo. A primeira fotografia mostra o agrupamento de jogadores que se formava antes do discurso de Lorde British. A segunda, o momento da morte do personagem. A terceira é de aproximadamente um mês e

meio depois, mostrando a contagem regressiva para o encerramento da fase beta

- Entrevista com Rainz, o jogador, de 23 anos, responsável pelo crime virtual
- Declaração oficial (enviada por *e-mail*) do time de desenvolvedores de Ultima Online, explicando as razões relacionadas ao banimento de Rainz do beta de Ultima Online

O material publicado no Ultima Online Travelogues se aproxima das características da produção jornalística na medida em que:

- Atende a critérios de noticiabilidade, pois reporta a morte de um personagem central do mundo de jogo
- Abre espaço para os dois lados da questão, entrevistando Rainz sobre o crime virtual que teria executado, sua visão do fato, seus motivos e os pormenores de sua punição, assim como oferecendo espaço para o release onde a OSI justifica suas ações
- Exibe através de imagens (consideradas como um “registro do momento”) o desencadear do incidente

A cobertura do assassinato de Lorde British torna-se emblemática por apontar para a possibilidade de conformação de algo que poderia ser classificado como um novo gênero jornalístico: o jornalismo *nos* jogos. Distinto do jornalismo *dos* jogos, onde os gêneros da resenha crítica (dos jogos lançados) e da notícia (dos jogos ainda não lançados) dominam [Gillen 2004], esse novo gênero tem como foco os acontecimentos internos dos jogos, os fatos dos mundos virtuais.

Ao invés de se preocupar com os acontecimentos relacionados à indústria dos jogos ou ao número de vendas de determinado console, o jornalismo *nos* jogos está atrelado à cultura dos mundos virtuais, aos acontecimentos que se passam dentro do círculo mágico [Huizinga 1938], dentro da esfera de realidade do jogo (mas ao mesmo tempo não está limitado a esse espaço contido, ajudando a estabelecer uma *porosidade*, um *borramento* entre as fronteiras de jogo e não-jogo, como discutido por Castronova [2005] e Taylor [2006]). O jornalismo *nos* jogos preocupa-se com as movimentações de tropas de avatares pertencentes a reinos em guerra, assim como com o valor, em dólar, de uma armadura mágica digital.

Tais jogos on-line não apenas constituem parte da vida cotidiana dos jogadores [Soares 2008], como também passam a ocupar uma parcela de tempo que, outrora, talvez fosse gasto com outras mídias, como a televisão:

Os jogadores de MMORPG passam, em média, 21 horas por semana jogando e cerca de 7,7 horas por semana assistindo à TV. A média nacional [dos EUA] de tempo gasto assistindo TV é 28

horas por semana, o que é o mesmo resultado da soma das médias acima. Em outras palavras, isso dá suporte ao argumento de que o tempo que era gasto assistindo à TV foi substituído por [tempo] jogando MMORPG [Yee 2005].

Se considerarmos os números de Woodcock [2008], o público potencial para o jornalismo dos mundos virtuais irá praticamente dobrar até 2012, atingindo a marca de 30 milhões; um público que gasta considerável número de horas em um cotidiano inalcançado pela mídia tradicional. Vale ressaltar que os dados de Woodcock não levam em consideração mundos virtuais gratuitos, nem os que funcionam através do sistema de microtransações – o que aponta para um potencial ainda maior do gênero.

A própria indistinção entre jogo e não-jogo, que possibilita o jornalismo dos mundos virtuais, é, entretanto, um dos fatores coloca em discussão o direito à liberdade de imprensa dentro desses jogos. Antes de entrar em um mundo virtual o jogador deve aceitar um termo de compromisso específico àquele mundo – a maioria dos quais estabelece que a propriedade de tudo que existe no mundo de jogo pertence à empresa que o criou. Os jogadores argumentam, porém, que os bens que possuem no jogo, assim como os efeitos causados no mundo on-line, são fruto do próprio esforço e parte integrante da vida pessoal, o que faz com que os mundos virtuais sejam, na forma como se apresentam hoje, uma área cinzenta da perspectiva legal [Bartle 2003; Castronova 2005; Jenkins 2004; Taylor 2006; Yee 2006a], de modo tal que leva tradicionais firmas de advocacia internacionais, como a Pillsbury Winthrop Shaw Pittman LLP, a preparar times multidisciplinares com o intuito de lidar com os assuntos legais relativos aos mundos virtuais [Pillsbury 2008].

Enquanto uma definição de “a quem pertence o jogo” [Bartle 2003] não for encontrada, casos como o de Peter Ludlow serão conseqüências possíveis nos mundos virtuais. Ludlow é professor de filosofia da Northwestern University (e ex-professor da Universidade de Toronto e da Universidade de Michigan). Seu avatar no jogo The Sims Online chamava-se Urizenus e trabalhava no Alphaville Herald, jornal de maior destaque (e provavelmente o único) da cidade de Alphaville (o, então, mais populoso servidor do The Sims Online).

Em novembro de 2003, Ludlow organizou uma série de entrevistas, com personalidades de Alphaville, que continuavam investigações anteriores do jornal, como os pormenores do funcionamento de uma organização para-governamental que tentava assumir o controle da cidade [Ludlow 2003]; da máfia local [Ludlow e Wallace 2007] e de uma rede de prostituição juvenil.

As matérias e entrevistas de Urizenus incomodaram a administração da cidade. Inicialmente, os

desenvolvedores do jogo baniram qualquer menção ao The Alphaville Herald no The Sims Online [Ludlow e Wallace 2007; Ward 2003] e, em seguida, expulsaram o repórter virtual do mundo de jogo; além de confiscarem todos os seus bens – incluindo dois gatos virtuais de estimação.

A expulsão de Ludlow repercutiu em veículos como The New York Times [Harmon 2004] e BBC Notícias [Ward 2003] – remetendo também a discussões anteriores, como a Declaração dos Direitos dos Avatares de Raph Koster [2000]. Entretanto, as incursões jornalísticas de Ludlow nos mundos virtuais não cessaram após seu banimento do The Sims Online: The Alphaville Herald ressurgiu, em junho de 2004, como The Second Life Herald, fazendo a cobertura dos acontecimentos dentro do Second Life. Atualmente o jornal envolve 29 pessoas em sua produção e segue o formato de blog.

O Second Life Herald possui um formato muito próximo, em termos de estilo, do The Alphaville Herald – são, na verdade, basicamente o mesmo veículo, apenas com a mudança de foco do The Sims Online para o Second Life. As reportagens costumam focar em eventos sociais dentro dos mundos de jogo. Eventos sociais, festas, manifestações artísticas e/ou políticas, apresentações culturais, entrevistas com celebridades-avatar.

Tanto The Sims Online quanto Second Life fazem parte da categoria de jogos sociais², assim sendo, os jogos em si oferecem poucos desafios aos jogadores, fazendo com que a maior parte das atividades dentro deles sejam de interação entre jogadores.

Entretanto, se considerarmos MMORPGs, como City of Heroes e EVE Online, as atenções dos jogadores geralmente priorizam outros aspectos dos mundos virtuais, se comparados aos jogos sociais: City of Heroes, devido às suas características, dá maior relevância à aparência do personagem que EVE Online, que por sua vez chama atenção para as atividades políticas e econômicas dentro do mundo de jogo.

Tomamos como hipótese que as características dos mundos virtuais definem não apenas seus aspectos como jogo e as atividades desenvolvidas pelos personagens no mundo on-line, mas têm também um papel importante na produção jornalística associada ao

² Para este artigo importam dois sub-gêneros específicos de mundos virtuais: os jogos sociais e os MMORPGs. O segundo sub-gênero faz um uso mais substancial de inteligência artificial que o primeiro, e também costuma apresentar uma estrutura de desenvolvimento, para as habilidades do avatar do jogador, mais estruturada. Nos MMORPGs costuma estabelecer-se uma estrutura de desafio/recompensa, enquanto que nos jogos sociais a interação com outros jogadores é colocada como prioridade inquestionável. Exemplos de MMORPGs são City of Heroes, EVE Online e World of Warcraft.

jogo. É necessário entender a cultura do jogo, do mundo on-line, para entender os interesses do público jogador.

Talvez essa relação ajude a explicar o fechamento do Second Life News Center, criado em outubro de 2006 pela Reuters. O site contou com a produção dos jornalistas Adam Pasick e Eric Krangel por quase dois anos, até que teve a produção de material encerrada, em 30 de setembro de 2008. Ao contrário do Second Life Herald, o News Center dedicava mais espaço a matérias relacionadas à economia do jogo e à atuação de empresas dentro do mundo virtual – mais caderno de economia que coluna social e caderno de cultura. A cobertura dada pela Reuters foi, provavelmente, uma consequência da super-exposição do Second Life em 2006, ano em que diversas empresas foram atraídas para dentro do jogo [Jana e McConnon 2006], com matérias fazendo uso de uma perspectiva e temática mais adequadas às atividades das empresas que às atividades dos jogadores. De acordo com Castronova [2007], o funcionamento da economia do Second Life nunca foi exatamente compreendido pelas empresas que investiram no jogo, levando a um declínio econômico [Kapp 2007; Rose 2007]. Com a diminuição constante da atuação das empresas no mundo virtual, também diminuiu o público alvo do Second Life News Center.

Com o intuito de investigar a relação entre o conteúdo de mundos virtuais específicos e do jornalismo a eles atrelado, estudamos os jornais The City Scoop e EVE TV.

4. EVE TV

EVE TV, nasceu em 14 de julho de 2006, com o objetivo de fazer a cobertura do II Torneio da Aliança, evento de PvP do jogo EVE Online que consiste em sucessivos combates entre times de jogadores. Em 23 de junho de 2007, EVE TV muda de formato, tornando-se um programa semanal nos moldes dos noticiários televisivos comuns.

Apesar de contar com uma equipe independente da CCP Games, a companhia fornecia oficialmente apoio ao programa, cobrindo os custos de produção – ao menos até novembro de 2007, quando decide terminar o noticiário. O último programa foi disponibilizado on-line no dia 24 do mesmo mês, totalizando 21 episódios semanais.

Mesmo após o término do programa semanal, EVE TV retornou, no formato anterior, para fazer as coberturas do V e VI Campeonatos da Aliança, em fevereiro e março de 2008 e janeiro e fevereiro de 2009, respectivamente.

Para esta pesquisa, consideramos as seções de notícias dos nove últimos episódios do programa semanal de EVE TV: episódios 13 a 21, abrangendo o

período de 06 de outubro de 2007 a 24 de novembro do mesmo ano.

A duração total das nove seções de notícias analisadas é de 56 minutos: uma média de 7 minutos por programa, sendo a seção de notícias do último episódio (número 21) a mais curta (com 03 minutos e 53 segundos) e a do 18º episódio a mais longa (com 12 minutos e 20 segundos). Foram apresentadas, no total, 45 notícias, com uma média de 01 minuto e 12 segundos de duração por notícia. O 18º episódio conta com as duas notícias mais curtas, com 40 segundos cada; elas tratam de um conflito entre corporações e da distribuição de espólios de guerra). A mais longa está no programa de número 14, tem 02 minutos e 47 segundos de duração e trata de um marco no jogo: a primeira vez em que uma nave da classe *super capital*³ é derrotada e destruída. O episódio com o menor número de notícias é o 14º, com apenas 03, enquanto o 18º é o que conta com mais notícias: 11 delas. Há uma média de 5,6 notícias por episódio.



Imagem 1: Âncoras do EVE TV durante o telejornal.

Com relação ao conteúdo, identificamos seis temas recorrentes:

- *Política e conflitos*: com um total de 21 notícias, representa 46,6% das notícias no EVE TV. Trata das mudanças no território político do jogo, de conflitos entre corporações e das alianças entre jogadores
- *Expansões*: com 07 notícias (15,5% do total). Trata dos novos *patches* e expansões que serão futuramente implementados, ou já estão em fase de implementação
- *Acontecimentos e eventos*: com 07 notícias (15,5% do total). Trata de acontecimentos singulares no universo de EVE (como a explosão da nave da classe *super capital*

³ As naves espaciais de EVE Online estão distribuídas em classes distintas, algumas frágeis, baratas e destinadas a jogadores iniciantes, outras mais poderosas ou especializadas e caras. As naves da classe *super capital* são as maiores e mais poderosas existentes no jogo.

mencionada acima) quanto de mudanças e eventos, relacionados ou não, ao *lore* do jogo

- *Economia*: com 04 notícias (8,8%). Notícias sobre mudanças ou acontecimentos importantes na economia do jogo
- *Encontros e campeonatos*: com 03 notícias (6,6%). Anuncia as datas marcadas para o acontecimento de disputas PvP entre jogadores e/ou encontros de fãs do jogo, ou reporta os resultados do evento
- *Arte e entretenimento*: com 02 notícias (4,4%). São notícias sobre o trabalho de artistas ligados ao EVE Online e arte relacionada ao jogo.

A única notícia não recorrente trata do encerramento do programa semanal do EVE TV.

Todas as notícias foram elaboradas na perspectiva *out of character*, o que pode apontar um desejo, do programa, de aproximação de aspectos da objetividade jornalística. Comentários e relatos dos jogadores sobre os fatos são, por vezes, utilizados na formulação das notícias. Esses relatos, entretanto, são creditados aos avatares dos jogadores, nunca fazendo uso do “nome real” deles. Os próprios âncoras (spiralJunkie e StevieSG) apresentam-se com os nomes de seus avatares. Percebemos que, considerando-se as temáticas das notícias de EVE TV, as notícias de EVE TV não são dissimilares das presentes no jornalismo televisivo tradicional. À exceção da categoria de *expansões*, os outros cinco temas encontram paralelos diretos com o jornalismo tradicional (tomamos, aqui, *encontros e campeonatos* como um tema análogo a “esportes”).

5. The City Scoop

Com o intuito de fazer a cobertura do jogo City of Heroes (e com o apoio dos desenvolvedores do mesmo), *The City Scoop* nasce, em 18 de maio de 2007, a partir da iniciativa dos jogadores do mundo virtual. Conta, desde seu primeiro número, com uma nova edição a cada semana. A distribuição inicial era apenas através do fórum oficial do City of Heroes, hoje, além do fórum, conta também com distribuição por *e-mail*.

Para esta pesquisa, consideramos as matérias de capa das 18 primeiras edições do periódico, abrangendo o período de 18 de maio de 2007 a 21 de setembro do mesmo ano.



Imagem 2: Capa da 8ª edição do The City Scoop.

De modo geral, a formatação do City Scoop é fluida, não possuindo um lugar determinado e permanente para as seções. Entretanto, uma matéria principal, de capa, é mantida como característica em todas as edições. Outros elementos de presença comum nas capas são: o expediente, manchetes para outras matérias da edição e uma lista dos eventos da semana agendados para o jogo.

As matérias de capa dividem-se em quatro grupos recorrentes:

- *Reportagem sobre novo conteúdo*: representa 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 de que essas mudanças implicam na 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*⁴ e *market*⁵, cada um recebendo uma matéria de

⁴ 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.

⁵ 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

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 capas que a expansão recebe tratam do evento

- *Entrevista com os desenvolvedores*: representa 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*⁶ 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*, 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
- *Cobertura de eventos*: com um total de quatro capas. Tratam tanto de *world events* oficiais, como também daqueles organizados por jogadores;
- *História e geografia de Paragon City*: somando três capas. São artigos que tratam do *lore* e características de algumas áreas do jogo. São escritos na perspectiva *in-character*

Existem outras quatro matérias de capa que não se encaixam nas classificações acima: um editorial, na edição 18, 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), uma crônica, na edição 15, de um participante da Gen Con⁷, a chamada para um concurso, instituída por uma parceria entre jornal e os desenvolvedores, na edição 9, e o resultado do concurso na edição 13.

o inconveniente de gerar *spam*, dentro do jogo, quando os jogadores tentam anunciar seus produtos, além da necessidade de que os personagens encontrem-se em um mesmo lugar do mundo virtual para concluir a transação.

⁶ 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 usá-los como seus avatares.

⁷ Uma das maiores convenções de jogos existente. Começou em 1968 e realiza-se anualmente desde então. Tradicionalmente, a Gen Con acontece nos Estados Unidos, mas convenções extras, como a Gen Con Barcelona, Gen Con Paris e Gen Con UK já foram realizadas.

Um aspecto que julgamos relevante mencionar sobre as matérias de capa é que, dentre as edições estudadas, apenas 7 foram escritas da perspectiva *out of character*, sendo a maioria (as outras 11) escritas *in-character*, apontando uma preferência do jornal a essa abordagem.

6. A Tipificação dos Jogadores e as Notícias de Mundos Virtuais

Percebemos uma marcante semelhança entre *The City Scoop* e *EVE TV* no que se refere à atenção dedicada ao lançamento de novo conteúdo (expansões): 22% das capas de *The City Scoop* enquadram-se nessa categoria, assim como 15,5% das notícias de *EVE TV*. Similarmente, 22% das capas de *City Scoop* são dedicadas a *eventos* (dentro ou fora do mundo de jogo) assim como também 15,5% das notícias de *EVE TV*. Tal relação aponta para um interesse global nas novidades relacionadas aos mundos virtuais.

Entretanto, 62% das notícias apresentadas em *EVE TV* correspondem a categorias diretamente associadas ao conflito e interação entre jogadores (“*política e conflitos*”, “*encontros e campeonatos*” e “*economia*”⁸). Comparativamente, em *The City Scoop*, nenhuma das matérias de capa apresenta material relacionado ao conflito entre jogadores e apenas uma capa (5,5% do total) é diretamente dedicada a eventos relacionados com a interação entre jogadores.

O espaço dedicado à cobertura de conflitos entre jogadores e guildas é bem mais presente no *EVE TV* que no *City Scoop*, assim como *EVE Online* coloca mais ênfase no PvP que *City of Heroes*. Tal relação indica que o tipo de conteúdo encontrado em jornal de mundo virtual está intimamente ligado ao mundo específico do qual o veículo faz cobertura.

Informalmente a indústria dos *games* divide os mundos virtuais entre dois tipos: *sandbox*⁹ e *roller coaster*¹⁰. O primeiro é usado para designar jogos onde a atração principal seja o conteúdo (e atividades) desenvolvido(as) pelos próprios jogadores e pode classificar tanto MMORPGs (*EVE Online*, *Ultima Online*) como jogos sociais (*Second Life*, *The Sims Online*). O termo *roller coaster*, por outro lado, classifica mundos primariamente baseados em desafios

⁸ Classificamos *economia* como atrelada a “interação entre jogadores” devido ao fato de que, no *EVE Online*, toda a economia do mundo virtual é controlada pelos jogadores.

⁹ “Caixa de areia”. O tipo faz referência aos parquinhos repletos de areia, onde crianças brincam de forma livre ao invés de seguirem os padrões pré-determinados dos jogos. Indicativo mais de *brincar* que *jogar*, o termo *sandbox* incorpora elementos mais próximos de *paidia* que de *ludos* [Caillou 1958].

¹⁰ “Montanha russa”. Contraponto do *sandbox*, faz referência aos parques de diversão, onde as pessoas entram em uma das atrações a “aproveitam o passeio” linearmente. *Roller coaster* aponta para uma experiência guiada, com regras mais fixas.

criados pelos desenvolvedores e quase sempre implica que o mundo virtual em questão seja um MMORPG (City of Heroes, World of Warcraft, Everquest).

Damos suporte à perspectiva de Bartle [2003] de que mundos virtuais diferentes, devido ao *design* inerente aplicado na criação do jogo, atraem tipos de jogadores particulares. De forma geral, *roller coasters* tendem a atrair jogadores mais interessados no mundo *em si*, assim como *sandboxes* tendem a atrair jogadores interessados *em outros jogadores*.

Ao tentar compreender as características dos diferentes tipos de jogadores de mundos virtuais, Bartle [1996] identificou dois eixos divisores de interesses:

- *Interação-ação*: divide os jogadores entre aqueles que apreciam ou interagir com objeto em questão ou *agir sobre ele*
- *Mundo-jogadores*: divide os jogadores entre aqueles que preferem interagir/agir com/sobre o mundo ou com/sobre outros jogadores

Quando entrecruzados, os eixos resultam em quatro tipos¹¹ distintos¹²:

- *Realizadores*: agir sobre o mundo. Tendem a ver o mundo virtual como um jogo semelhante ao xadrez ou Banco Imobiliário. Apreciam realizar objetivos bem definidos no jogo e avançar seus personagens de acordo com a lógica intrínseca do mundo
- *Matadores*: agir sobre os outros jogadores. Tendem a ver o mundo virtual como um esporte semelhante às caçadas ou tiro olímpico. Apreciam dominar os outros jogadores, seja através de ataques diretos, roubo de posses virtuais, ou por meios mais indiretos como denegrir a imagem de um jogador dentro de sua guilda
- *Exploradores*: interagir com o mundo. Tendem a ver o mundo como um passatempo semelhante à jardinagem ou leitura. Apreciam descobrir os segredos do mundo, explorar o terreno virtual, o *lore* do jogo e os detalhes do sistema
- *Socializadores*: interagir com os outros jogadores. Tendem a ver o jogo como entretenimento semelhante a *shows* de música ou dançar em uma casa noturna. Apreciam interagir com outras pessoas no mundo virtual, seja como eles mesmos ou interpretando personagens

EVE Online, por suas características de *sandbox*, foca o conteúdo naquilo que é resultado das ações dos jogadores em detrimento do que é disposto no mundo. Na extremidade “jogadores” do eixo “mundo-jogadores”, EVE Online estimula o PvP (*matadores*), mas ao mesmo tempo institui a necessidade por uma complexa rede produtiva para a criação de bens no mundo de jogo, incentivando o desenvolvimento de grandes corporações e alianças (*socializadores*). Na extremidade “mundo”, por outro lado, a conquista de recursos, áreas e equipamentos-chave (*realizadores*) são fator de relevância, mesmo que secundária, pois auxiliam na disputa entre alianças. Porém, ao implementar sistemas de navegação de espaçonaves automáticas, limitar o número de caminhos entre um ponto e outro do espaço e oferecer poucos pontos de interesse a serem descobertos (afinal, é um jogo de espaçonaves e a maior parte do espaço é vazio), o jogo oferece poucos atrativos para *exploradores*.

A princípio, City of Heroes, por suas características de *roller coaster*, foca o conteúdo no mundo de jogo em si, em detrimento daquilo que é resultado das ações dos jogadores. Na extremidade “mundo” do eixo “mundo-jogadores”, estimula a exploração das diversas áreas do jogo oferecendo, a partir de certo nível, poderes que facilitam a navegação do avatar no mundo de jogo, além de um sistema que recompensa os jogadores com medalhas a cada ponto de interesse descoberto. Cada medalha pode ser exibida aos outros jogadores e traz ainda consigo uma parte da história do mundo de jogo (*lore*). Os *realizadores* também se beneficiam do sistema de medalhas, que os incentiva a alcançarem feitos particulares no mundo de jogo (como completar um complicado desafio sujeitando-se voluntariamente a restrições de tempo e sanções de poder); além disso, o jogo oferece duas classes de personagens especiais para os jogadores que alcançarem no nível máximo no mundo. Na extremidade “jogadores”, há pouco destaque para o PvP, que é quase sempre voluntário e oferece poucas recompensas. No que se relaciona aos *socializadores*, City of Heroes incentiva o grupo em detrimento ao jogo *solo*. Além disso, o elevado grau de detalhes e personalização oferecido pelo sistema de criação de personagens do jogo (tanto no que se relaciona à aparência, quanto ao número de combinações de poderes disponíveis), bem como o espaço existente para que se escreva uma biografia ficcional do avatar, atrai jogadores particularmente interessados na imersão no mundo e, conseqüentemente, *roleplayers*¹³ (que tendem a pontuar alto na categoria de *socializadores*). O próprio sistema de medalhas funciona como um incentivo socializador, no sentido que registra os feitos do jogador, que pode então exibi-los e contar vantagem¹⁴.

¹¹ De acordo com a nomenclatura original de Bartle [1996]: *achievers*, *killers*, *explorers* e *socializers*.

¹² De acordo com testes empíricos realizados por Yee [2006b], os quatro tipos de jogadores não são auto-excludentes, permitindo, por exemplo, jogadores realizadores-exploradores.

¹³ Jogadores que priorizam a interpretação dos personagens ao jogo em si.

¹⁴ De acordo com Bartle [2003] os “direitos de contar vantagem” (*bragging rights*) são responsáveis por boa parte do senso de satisfação que alguns jogadores têm ao jogar e

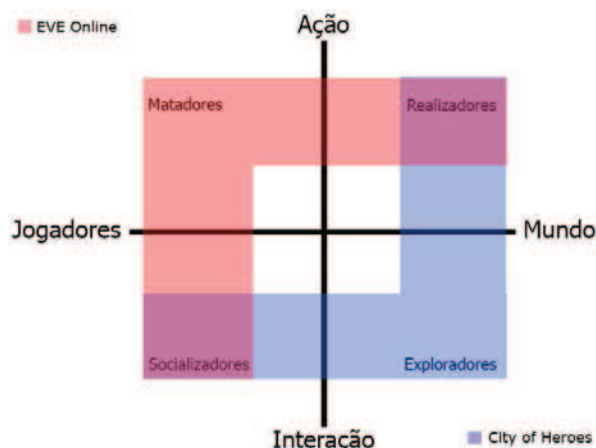


Imagem 3: Tipificação dos jogadores de City of Heroes e EVE Online.

Conforma-se, assim, que os jogadores de EVE Online assumem uma tipificação de *matadores-socializadores-realizadores*, enquanto os de City of Heroes são primariamente *exploradores-socializadores-realizadores*¹⁵.

Reafirmando a relação entre a tipificação dos jogadores de determinado mundo virtual e o jornalismo a ele associado, verificamos EVE Online apresenta 100% de seu conteúdo sob a perspectiva *out of character*, enquanto que, em City of Heroes, a proporção de material produzido sob tal perspectiva representa pouco menos de 39% do total.

De forma semelhante, percebemos que, enquanto 95,6% da seção de notícias do EVE TV é composta pela cobertura de “acontecimentos”, de fatos [Vizeu 2007; Vizeu 2008] segundo a perspectiva tradicional do jornalismo, enquanto apenas 33% das matérias de capa do City Scoop se enquadraria nessa categoria. De fato, nos outros 67% deparamo-nos um estilo distinto:

Eu estava sentado no lugar de sempre na Pocket D, fazendo o que faço de melhor depois de explodir heróis: beber. Ah, sim. Um belo martini de romã. Não há erro ao se pedir um desses. Olho ao redor e vejo o cara usual de aparência mundana tentando pegar uma daquelas garotas frescas. Coitado. Por que ele simplesmente não desiste? Vejo Carnies dançando nas gaiolas e então sinto uma brisa gelada, uma presença estranha. O cabelo de minha nuca começa a se arrepiar e olho para

funcionam como um incentivo social à conquista de desafios particularmente difíceis.

¹⁵ Não pretendemos implicar maior grau de relevância, de um tipo de jogador sobre o outro, por meio da ordem usada nesta classificação, e sim representar os três grupos de jogadores esperados como mais comuns devido às características intrínsecas dos mundos virtuais estudados. Seria necessária uma pesquisa específica para mensurar a frequência exata de cada um dos tipos em EVE Online e City of Heroes.

trás. É a Ghost Widow em pessoa. Fico sem fala. Não existem muitos vilões das Rogue Isles que a vêem em pessoa e vivem para contra a história.

Ela acena com uma mão etérea para que me sente na mesa dela. Wretch, sempre atento, se levanta. Ele me olha em desagrado e começa a bufar, pronto para me esmagar até que vire uma papa sanguinolenta. A dama comanda-o, silenciosamente, a sentar-se. Eu não estava ali para causar o mal, mas para aprender.

Ghost Widow: Saudações...

Kahlan D'Rane: Olá. Como o dia tem lhe tratado? [Kahlan 2007].

A citação acima abre uma entrevista, na capa da 16ª edição do jornal, com um dos desenvolvedores do jogo. O texto parece aproximar-se de um estilo de produção jornalística que começou a ganhar destaque nos Estados Unidos em meados da década de 1960: o *novo jornalismo*, que começou a destacar algum embaralhamento dos limites da produção jornalística [Wolfe 1973], aproximando-a de contos não-ficcionais.

Notamos que o tom da entrevista de Kahlan [2007] aparece com frequência nas matérias do jornal. Há um uso comum da mistura entre narrativa em primeira pessoa e do conteúdo informativo. Há a predileção pela perspectiva *in-character*, um tratamento da informação sob a perspectiva não de um jogador ou avatar, mas de um habitante do mundo virtual. Atribuímos, assim, boa parte do material do City Scoop como pertencente ao *new games journalism* (novo jornalismo dos/nos jogos), termo criado por Gillen [2004], e inspirado no novo jornalismo de Wolfe [1973], em um manifesto contra as limitações do jornalismo de jogos tradicional, composto, em sua maior parte, de notícias da indústria dos *games*, análises críticas de jogos existentes no mercado e prelúdios jornalísticos sobre outros ainda por serem lançados.

Devido ao pouco destaque oferecido pelo City of Heroes ao conflito entre jogadores, as notícias de guerras entre corporações e conflitos de soberania sobre áreas do mundo de jogo tão apreciadas pelos jogadores *matadores-socializadores-exploradores* de EVE Online são material improvável para o City Scoop. As notícias perdem espaço para artigos que oferecem maior imersão no *lore* do jogo:

[O new games journalism] nos torna Jornalistas de Viagem de lugares Imaginários. Nosso trabalho é descrever como é visitar um lugar que não existe [fisicamente] fora da cabeça dos jogadores. [...] Vá a algum lugar, relate sua cultura, excentricidades, atrações, e traga isso de volta para entreter seus leitores [Gillen 2004].

Notamos, assim, que, para a construção para o desenvolvimento do jornalismo *nos jogos*, devem ser observadas as características intrínsecas do mundo

virtual que se pretende fazer a cobertura e, em consequência, dos tipos de jogadores que tal mundo costuma atrair. A qualificação dessas informações pode facilitar decisões editoriais sobre a qualidade de material deverá a ser incluída no jornal. Mundos virtuais diferentes apresentam particularidades culturais específicas

7. Conclusões

Os jornais de mundos virtuais são fenômenos que, assim como uma diversidade de mídias que nascem ao redor dos jogos on-line (e a eles dedicadas) ajudam a solidificar a cultura do jogo. Citamos como exemplo as *raves* virtuais *ad hoc* promovidas em The Matrix Online, que tornaram-se parte integrante e, eventualmente, esperada dentro do jogo – *raves*, essas, que seriam impossíveis sem a existência das rádios on-line e *gamers-DJs* dedicados à realização das mesmas.

Tais mídias ajudam na formação de um senso de pertencimento ao mundo de jogo, senso, esse, diretamente relacionado ao fortalecimento da “comunhão” [Rheingold 1993] da comunidade virtual que se forma em torno do mundo on-line, dando uma idéia de identificação pessoal com o mundo de jogo e as pessoas que o habitam. Os jornais de mundos virtuais acabam por compor laços estruturantes, válidos no mesmo sentido que um jogador de World of Warcraft, ao expressar “*for the Horde!*”¹⁶, se vê não apenas como o controlador de um avatar em um mundo on-line, mas como integrante de algo maior, em uma percepção não totalmente dissimilar do sentimento de nacionalismo.

Para alcançarem tal proximidade com a cultura de jogo, entretanto, devem ser observadas as características dos jogadores envolvidos com o mundo on-line – e nesse sentido a tipificação de jogadores de Bartle [1996] pode ajudar os envolvidos na produção dos jornais de mundos virtuais.

Seguindo o caminho inverso, os jornais de mundos virtuais de determinado jogo poderiam também servir como ajuda aos desenvolvedores de mundos virtuais, ao mostrar indícios de como os jogadores percebem os mundos on-line, possibilitando uma adaptação das regras do mundo virtual, bem como do conteúdo produzido para o mesmo. Como observamos no caso do Alphaville Herald, com a cobertura sobre as atividades de intimidação das máfias e governos subversivos presentes no The Sims Online [Ludlow e Wallace 2007], a perspectiva dos jogadores sobre o jogo podem apresentar um substancial distanciamento da intenção inicial dos desenvolvedores.

¹⁶ “Pela Horda”, algo como um grito de guerra de uma das duas grandes facções opostas abertas aos jogadores do World of Warcraft. A Horda estaria baseada em ideais shamanísticos e é composta por raças mais “bestiais” que as da sua contraparte, a Aliança.

Referências

- BARTLE, R., 1996. Hearts, clubs, diamonds, spades: players who suit MUDs. *Journal of Virtual Environments*, v. 1, n. 1, jun. 1996. [online] <http://www.brandeis.edu/pubs/jove/HTML/v1/bartle.html> [Acesso em: 18 mar. 2009].
- _____, 2003. *Designing virtual worlds*. Berkeley: New Riders.
- CALLOIS, R., 1958. *Man, play and games*. Champaign, EUA: University of Illinois Press [Impressão em 2001].
- CASTRONOVA, E., 2007. SL economy misunderstood again. *Terra Nova*, 26 jan. 2007. [online] http://terranova.blogs.com/terra_nova/2007/01/sl_economy_misu.html [Acesso em: 18 dez. 2008].
- _____, 2005. *Synthetic worlds: the business and culture of online games*. Chicago: University of Chicago Press.
- GILLEN, K. 2004. *The new games journalism*. [online] <http://www.alwaysblack.com/blackbox/ngj.html> [Acesso em: 04 dez. 2008].
- HARMON, A., 2004. A real-life debate on free expression in a cyberspace city. *The New York Times*, 15 jan. 2004. [online] <http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9C0DEFDE1130F936A25752C0A9629C8B63> [Acesso em: 29 out. 2008].
- HUIZINGA, J., 1938. *Homo ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva [impressão em 2007].
- JANA, R. E MCCONNON, A., 2006. Second Life lessons: realworld businesses face the costs and learn the benefits of setting up shop in the online universe. *BusinessWeek*, 30 out. 2006. [online] http://www.businessweek.com/innovate/content/oct2006/id20061030_869611.htm [Acesso em: 14 dez. 2008].
- JENKINS, P., 2004. The virtual world as a company town: freedom of speech in massively multiple on-line role playing games. *Journal of Internet Law*, v. 8, n. 1, jul. 2004. [online] http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=565181 [Acesso em: 02 fev. 2009].
- JONES, G., 2003. The pioneers: MUDs, MMORPGs, and mayhem. *Gamespy.com*, 26 set. 2003. [online] <http://archive.gamespy.com/amdmmog/week2> [Acesso em: 01 dez. 2008].
- KAHLAN, D., 2007. Ghostly Encounter. *The City Scoop*, Paragon City, p. 1-3, 31 de ago. 2007. [online] <http://boards.cityofheroes.com/showflat.php?Number=9073563> [Acesso em: 22 mar. 2009].
- KAPP, K., 2007 *The metaverse hype, decline and realism cycle—we’ve seen it before*. [online] <http://karlkapp.blogspot.com/2007/08/metaverse-hypedecline-and-realism.html> [Acesso em: 05 dez. 2008].
- KOSTER, R., 2000. *A declaration of the rights of avatars*. 2000. [online]

- <http://www.raphkoster.com/gaming/playerrights.shtml>
[Acesso em: 27 out. 2008].
- LUDLOW, P., 3003. Interview with SSG's SnowWhite. *The Alphaville Herald*, 26 nov. 2003a. [online]
http://www.alphavilleherald.com/archives/cat_in_game_news_from_alphaville.html#000036 [Acesso em: 28 out. 2008].
- _____, E WALLACE, M., 2007. *The Second Life Herald: the virtual tabloid that witnessed the dawn of the metaverse*. Cambridge: MIT Press.
- MCCOMBS, M., 2004. *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity.
- PILLSBURY WINTHROP SHAW PITTMAN LLP. 2008. *Pillsbury launches virtual worlds and video games team: new multidisciplinary team to leverage broad experience across multiple practices*. [online]
http://www.pillsburylaw.com/bv/bvisapi.dll/portal/ep/newsReleaseDetail.do/pub/20089220122359/ruleType/pub_firmnews_releases/channelId/-8593/tabId/5/pageTypeId/9208 [Acesso em: 05 dez. 2008].
- RHEINGOLD, H., 1993. *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Nova York: Perennial. [online] <http://www.rheingold.com/vc/book/>
[Acesso em: 16 out. 2008].
- ROSE, F. 2007. How madison avenue is wasting millions on a deserted second life. *Wired*, n. 15.08, jul. 2007. [online]
http://www.wired.com/techbiz/media/magazine/15-08/ff_sheep [Acesso em: 06 dez. 2008].
- SOARES, N., 2008. *A realidade dos mundos sintéticos e a vida cotidiana*. Artigo apresentado no 2º Simpósio da Associação Brasileira de Pesquisadores em cibercultura (ABCiber). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo – 10-13 nov. 2008. [online]
<http://www.cencib.org/simposioabciber/PDFs/CC/Nilson%20Soares.pdf> [Acesso em: 26 mar. 2009].
- TAYLOR, T., 2006. *Play between worlds: exploring online game culture*. Cambridge: The MIT Press.
- ULTIMA ONLINE TRAVELOGUES, 1997. *Ultima Online beta*. [online]
<http://www.aschulze.net/ultima/stories9/beta.htm>
[Acesso em: 12 fev. 2008].
- VIZEU, A., 2007. *O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica*. Artigo apresentado no 5º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Universidade Federal de Sergipe, Aracaju – 15-17 nov. 2007. [online]
http://www.unifra.br/professores/viviane/telejornalismo_referencia_Sbpjor.pdf [Acesso em: 12 mar. 2009].
- WARD, M., 2003. The dark side of digital utopia. *BBC News*, 22 dez. 2003. [online]
<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/3334923.stm>
[Acesso em: 26 fev. 2009].
- WOLFE, T., 1973. *The new journalism*. Londres: Picador [Impressão em 1996].
- WOODCOCK, B., 2008. *An analysis of MMOG subscription growth*. [online]
<http://www.mmogchart.com/ION%202008%20An%20Analysis%20of%20MMOG%20Subscription%20Growth.pdf> [Acesso em: 22 de ago 2008].
- YEE, N., 2005. *MMORPG hours vs. TV hours*. [online]
<http://www.nickyee.com/daedalus/archives/000891.php>
[Acesso em: 01 dez. 2008].
- _____, 2006a. The labor of fun: how video games blur the boundaries of work and play. *Games and Culture*, v. 1, n. 1, jan. 2006. [online]
[http://www.nickyee.com/pubs/Yee%20-%20Labor%20of%20Fun%20\(2006\).pdf](http://www.nickyee.com/pubs/Yee%20-%20Labor%20of%20Fun%20(2006).pdf) [Acesso em: 05 dez. 2008].
- _____, 2006b. Motivations for play in online games. *Journal of CyberPsychology & Behavior*, v. 9, n. 6, dez. 2006. [online]
<http://www.liebertonline.com/doi/pdfplus/10.1089/cpb.2006.9.772> [Acesso em: 19 mar. 2009].