



## TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC), SÃO SEBASTIÃO – SP, 2025

### A IMPORTÂNCIA E O POTENCIAL DO MERCADO DE MMORPG NO BRASIL

Clauygor Gonçalves Teixeira<sup>1</sup>

Camila dos Santos<sup>2</sup>

Emily Vitoria Ferreira Sampaio<sup>3</sup>

Vander Wilson Dos Santos<sup>4</sup>

Patrícia Carbonari Pantojo<sup>5</sup>

**RESUMO:** Este artigo tem o objetivo de estudar o mercado de MMORPGs no Brasil, um ramo com grande potencial de desenvolvimento no país, mas ainda pouco explorado. Ao analisar pesquisas de mercado, nota-se um número expressivo de consumidores locais e um crescimento constante, porém, a quantidade de títulos nacionais permanece mínima. Através do uso de pacotes prontos voltados a desenvolvedores independentes e do apoio de comunidades internacionais, a criação de jogos desse gênero torna-se viável, mesmo diante das condições desfavoráveis da produção local. A pesquisa de campo realizada reforçou a hipótese de que, mesmo sem amplo conhecimento prévio, o público brasileiro demonstra disposição em apoiar financeiramente projetos nacionais do gênero, evidenciando um forte engajamento popular. Assim, o estudo conclui que o mercado de MMORPGs no Brasil possui grande potencial de expansão e pode representar uma oportunidade promissora tanto para o desenvolvimento econômico quanto para o fortalecimento cultural e tecnológico da indústria nacional de jogos.

**Palavras-chave:** MMORPGs; Desenvolvimento de jogos; Jogos brasileiros; Mercado de jogos.

### THE IMPORTANCE AND POTENTIAL OF THE MMORPG MARKET IN BRAZIL

**ABSTRACT:** This article aims to study the MMORPG market in Brazil, a sector with great development potential in the country but still little explored. By analyzing market research, a significant number of local consumers and consistent growth can

<sup>1</sup> RM: 23015. Aluno(a) regular de Administração, da Etec de São Sebastião (188) – E-mail: [clauygorgoncalvesteixeira@gmail.com](mailto:clauygorgoncalvesteixeira@gmail.com)

<sup>2</sup> RM: 23178. Aluno(a) regular de Administração, da Etec de São Sebastião (188) – E-mail: [camilasantos200808@gmail.com](mailto:camilasantos200808@gmail.com).

<sup>3</sup> RM: 23068. Aluno(a) regular de Administração, da Etec de São Sebastião (188) – E-mail: [emilyvitoriasampaio87@gmail.com](mailto:emilyvitoriasampaio87@gmail.com).

<sup>4</sup> Orientador(a); Professor Me. da Etec de São Sebastião – E-mail: [vander.santos@etec.sp.gov.br](mailto:vander.santos@etec.sp.gov.br).

<sup>5</sup> Coorientador(a); Professor(a) Esp. da Etec de São Sebastião – E-mail: [patricia.carbonari@etec.sp.gov.br](mailto:patricia.carbonari@etec.sp.gov.br).

be observed; however, the number of national titles remains minimal. Through the use of ready-made packages aimed at independent developers and the support of international communities, the creation of games in this genre becomes feasible, even in the face of unfavorable local production conditions. The field research conducted reinforced the hypothesis that, even without extensive prior knowledge, the Brazilian audience shows willingness to financially support national projects of the genre, demonstrating strong popular engagement. Thus, the study concludes that the MMORPG market in Brazil holds great potential for expansion and may represent a promising opportunity for both economic development and the cultural and technological strengthening of the national game industry.

**Keywords:** MMORPGs; Game development; Brazilian games; Game market.

## 1 INTRODUÇÃO

O Mercado brasileiro de MMORPGs (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game), demonstra uma evolução constante, seguida de uma quantidade fixa de jogadores ativos. De acordo com a Global Growths Insights, "O tamanho do mercado global de jogos MMORPG foi de US\$ 25,23 bilhões em 2024 e deve atingir US\$ 27,86 bilhões em 2025" (GLOBAL GROWTH INSIGHTS, 2024). Porém, é possível notar uma baixa oferta de títulos desenvolvidos nacionalmente, algo que revela um desequilíbrio entre o potencial de consumo e a produção local. Diante deste cenário, torna-se relevante realizar uma análise sobre este segmento, e identificar estratégias que possam fortalecer a atuação brasileira no mercado.

O principal objetivo deste artigo é contribuir para o meio acadêmico, e para a prática administrativa, propondo uma reflexão sobre como identificar estas oportunidades, entender suas tendências de consumo, e explorar modelos de negócio eficazes para o desenvolvimento do gênero no país. Para os desenvolvedores, o estudo pode promover debates sobre a inovação, e possivelmente impulsionar o mercado de jogos digitais. E se torna oportuno representar uma oportunidade de aplicar o conhecimento a um setor dinâmico, em expansão e de grande impacto no cenário nacional. Assim, resta a pergunta, qual é a importância dos MMORPGs para o desenvolvimento do mercado de jogos digitais no Brasil? E quais suas perspectivas de expansão desse gênero no país?

Partindo da hipótese de que, apesar da baixa quantidade de MMORPGs desenvolvidos nacionalmente, existe um potencial de crescimento significativo nesse

segmento, impulsionado pela criatividade dos desenvolvedores, e pelo interesse do público consumidor e pelo alinhamento com tendências globais do setor.

Este artigo tem como propósito principal discutir a habilidade e o potencial do mercado brasileiro no desenvolvimento de jogos do gênero MMORPG, a partir da análise de dados, relatos e opiniões compartilhadas por usuários da internet, foram identificadas percepções relevantes sobre esse tipo de jogo no contexto nacional. Ao observar a iniciativa de projetos criados por brasileiros, é notável uma recepção consideravelmente positiva, inclusive no cenário internacional, o que destaca a capacidade criativa e técnica presente no país. Para atingir o propósito, quatro objetivos específicos serão abordados: Examinar a atual produção nacional de MMORPGs, destacando oportunidades e desafios enfrentados por desenvolvedores brasileiros; Investigar a percepção dos consumidores sobre jogos do gênero, desenvolvidos no Brasil, através de questionários, grupos de discussão, plataformas sociais e jogos online; Analisar quais projetos estão em alta no mercado global de MMORPGs e suas possíveis influências no cenário brasileiro; e propor estratégias que incentivem a criação de jogos nacionais, sem excluir aspectos econômicos, culturais e tecnológicos relevantes.

## **2 DESENVOLVIMENTO**

O MMORPG (Massively Multiplayer Online Roleplaying Game) é um segmento conhecido por permitir que milhares de jogadores interajam simultaneamente em ambientes virtuais, com foco, em maior parte, na progressão de personagens, a exploração de mundos abertos, e a realização de missões cooperativas, e competitivas, além da liberdade dada aos desenvolvedores, em realizar a criação de seus projetos de forma livre, sem a necessidade de se prender a estilos de jogatina pré-definidos.

Jogos MMORPG são um gênero antigo, e já bem estabelecido na internet. Seu principal diferencial quando falamos de mercado, é sua história, rica em conteúdo, cheia de nomes importantes, e uma comunidade bem estabelecida no mundo todo. Pesquisas apontam essa estabilidade, e não só isso, como também apontam uma expectativa de crescimento constante em cima deste ramo. Isso mostra o tamanho desse mercado, e seu potencial em se desenvolver ainda mais, com o avanço da tecnologia, e o acesso à internet, que está em constante evolução, ficando cada vez

mais fácil e rápido.

Os primeiros resquícios dos RPGs online surgiram na década de 70, como MUDs, aventuras textuais inspiradas nos RPGs de tabuleiro. Sua estética era básica e a capacidade de jogadores simultâneos era restrita. Em 1991, a AOL e a Stormfront Studios lançaram *Neverwinter Nights*, um título que mesclava texto e elementos visuais, considerado um divisor de águas, apesar das limitações no número de jogadores e da cobrança por hora. Em 1995, *Meridian 59*, inovou ao ser o primeiro MMORPG totalmente em 3D e com modelo de assinaturas mensais. Contudo, o termo MMORPG só ganhou força em 1997 com *Ultima Online* que, ao lado de *Tibia*, impulsionou a popularidade do gênero, oferecendo assinaturas mais em conta e gráficos impressionantes para a época. Na Coreia do Sul, a Nexon lançou *Nexus: The Kingdom of the Winds* (1996) e, posteriormente, *Lineage* (1998). Este último atraiu milhões de assinantes e transformou o país em um centro mundial de MMORPGs. Esses jogos inaugurais pavimentaram o caminho para a popularização global do gênero, atraindo milhões de entusiastas.

No Brasil, os jogos MMORPG ganharam força nos anos 1990, com títulos como *Tibia* e *Ultima Online*, que atraíam muitos jogadores. O acesso a servidores oficiais era limitado devido ao custo elevado e à falta de suporte local, o que levou ao surgimento de servidores privados, conhecidos como "free shards", que rapidamente se tornaram populares. Já a partir dos anos 2000, empresas como Level Up! Games e Ogame começaram a trazer para o país jogos como *Ragnarok Online*, *Priston Tale*, *Mu Online* e *Perfect World*, que fizeram muito sucesso, principalmente nas lan houses, sendo então o período considerado o auge dos MMORPGs no Brasil. Com o passar dos anos, o mercado enfrentou desafios, como a chegada de jogos internacionais e a transição para plataformas móveis, mas diversos títulos clássicos ainda mantêm uma base de fãs dedicada até hoje.

Jogos do tipo MMORPG vão além de uma única plataforma. Além da variedade de estilos e motivações, o público brasileiro de MMORPGs emprega diversas plataformas para jogar. Conforme o Estudo Game Brasil (2025), 40,8% dos jogadores preferem smartphones, 24,7% consoles e 20,3% computadores. Este cenário destaca a mudança tecnológica do setor, que evoluiu de espaços exclusivamente para PCs e lan houses para diversas plataformas, ampliando a acessibilidade e o potencial de expansão do mercado brasileiro. O público consumidor de jogos do gênero MMORPG

está diretamente ligado ao público geral de jogos digitais. Segundo a pesquisa Game Brasil (2025), 82,8% da população nacional consome jogos digitais, e os millennials (30 a 44 anos) representam quase metade dos jogadores. Além disso, observa-se uma leve predominância feminina (53,2%), evidenciando a diversidade do público. Historicamente, os MMORPGs ganharam espaço no Brasil por meio das lan houses, especialmente nos anos 2000, com títulos como *Tibia*, *Ragnarok Online* e o *MU Online* figurando entre os mais populares (GUILD MASTER, 2025; BARROCAS, 2023).

Grande parte desse grupo já experienciou, e/ou ainda irá futuramente experimentar jogos do gênero MMORPG, graças ao seu exponencial crescimento como um todo. O fato do mesmo não se prender a um só estilo de jogabilidade, juntamente com sua aventura, interação social, e desafios estratégicos, reforça ainda mais esse acontecimento inevitável, aumentando as oportunidades dessa pessoa se tornar um possível consumidor. Não é novidade que um dos aspectos mais fortes de jogos virtuais, é a facilidade de encontrar pessoas e fazer amizades ao redor do mundo, e isso não muda quando falamos deste gênero em específico. É comum que, em jogos desse estilo, jogadores novatos sejam muito bem recepcionados logo de cara. Claro que, existem algumas exceções quando falamos de pessoas, porém em maior parte, a comunidade é um fator indiscutível nessas plataformas. Conforme eventos como chefes, invasões, e inimigos fortes aparecem, jogadores se sentem forçados a unir forças com o objetivo de evoluir no jogo, e essa simples interação acaba por criar laços de amizades que duram a vida toda. Ou até mesmo relacionamentos em alguns casos. Além do mais, é muito mais fácil se comunicar com alguém do outro lado da tela, do que fazer amizades na vida real, como é dito por diversas pessoas pela internet.

Os MMORPGs consolidaram-se nas últimas décadas como um dos principais espaços de interação social em ambientes digitais. Mais do que simples jogos, eles funcionam como ecossistemas virtuais persistentes em que jogadores de diferentes partes do mundo compartilham experiências, constroem narrativas coletivas e estabelecem vínculos que frequentemente extrapolam o espaço virtual (REIS; CAVICHIOILLI, 2021). Nesses ambientes, a sociabilidade se manifesta tanto pela criação de novos laços entre indivíduos que se conhecem exclusivamente no jogo quanto pelo fortalecimento de vínculos previamente existentes fora dele. Pesquisas etnográficas em *World of Warcraft* demonstram que amizades, relacionamentos

amorosos e até mesmo parcerias profissionais podem surgir a partir da interação lúdica, tornando o aspecto social tão relevante quanto a própria dinâmica do jogo (REIS; CAVICHIOILLI, 2021).

Outro aspecto fundamental refere-se à comunicação mediada pelas ferramentas do próprio jogo. Como aponta Casañ-Pitarch (2021), a troca de mensagens, cumprimentos, pedidos de ajuda e convites para atividades coletivas constituem práticas comunicativas centrais para a socialização nos MMORPGs. Tais interações, embora simples, estruturam redes de pertencimento e consolidam a percepção de comunidade entre jogadores. Dessa forma, os MMORPGs vão além do entretenimento: transformam-se em verdadeiros laboratórios culturais e comunicacionais, em que se experimentam formas de convivência, solidariedade e cooperação em escala global. Ao reunir jogadores em mundos virtuais persistentes, esses jogos revelam-se espaços férteis para compreender como novas formas de sociabilidade emergem e se fortalecem no ciberespaço contemporâneo (CASAÑ-PITARCH, 2021).

## **2.1 Identidade, pertencimento e interações sociais mediadas por avatares e clãs**

Os MMORPGs (Massively Multiplayer Online Role-Playing Games) têm se consolidado como espaços significativos para a construção de identidade e pertencimento no ambiente digital. Através da personalização de avatares, os jogadores expressam aspectos de sua personalidade e criam representações digitais que facilitam a interação social e a formação de comunidades virtuais. Estudos recentes indicam que a imersão nesses mundos virtuais pode influenciar o comportamento dos jogadores, promovendo sentimentos de pertencimento e coesão social dentro dos clãs e guildas (YILDIZ, 2024). Além disso, a comunicação mediada por avatares permite a construção de relações interpessoais que transcendem as limitações do espaço físico, possibilitando amizades e colaborações que, muitas vezes, se estendem para além do jogo. A dinâmica dos clãs, por exemplo, oferece um contexto para a prática de habilidades sociais, como liderança, empatia e resolução de conflitos, essenciais para a coesão grupal e a manutenção de uma identidade coletiva (CASAÑ-PITARCH, 2021). Portanto, os MMORPGs não são apenas plataformas de entretenimento, mas também ambientes ricos para a exploração e

afirmação da identidade pessoal e coletiva, promovendo interações sociais significativas mediadas por avatares e clãs.

## **2.2 Impactos na cultura gamer e na produção de conteúdos**

Atualmente, jogos do gênero MMORPG possuem grande impacto na cultura contemporânea, promovendo a interação social e a formação de comunidades on-line. Esses jogos permitem que os jogadores desenvolvam habilidades cognitivas e sociais, estimulando processos de aprendizagem, resolução de problemas e trabalho em equipe, além de incentivar a colaboração e a comunicação em ambientes virtuais. Além disso, MMORPGs moldam a cultura gamer e influenciam diretamente o mercado digital de jogos, gerando novas tendências, narrativas e conteúdos produzidos tanto por desenvolvedores quanto pela própria comunidade de jogadores. Entretanto, é inegável que também apresentam desafios, como o risco de isolamento social e a necessidade de equilibrar o tempo gasto no ambiente virtual com a vida cotidiana.

Segundo Ribeiro e Almeida Júnior (2022), os videogames possuem um significado cultural profundo, pois refletem mudanças sociais e influenciam a forma como indivíduos e comunidades se relacionam e constroem experiências coletivas no ambiente digital.

Desenvolver jogos do gênero MMORPG nos dias atuais é um desafio significativo, os custos de produção são altos, os sistemas são complexos de serem programados, os servidores são comumente caros, e principalmente os sistemas de Networking são complicados de se manusear.

Um projeto com essa complexidade se parece com algo inviável para desenvolvedores indie, tendo em vista que além de todos esses riscos, existe uma grande competitividade com títulos maiores do mercado. Porém com ferramentas como a Unity, e diversos pacotes de sua comunidade, esse cenário muda drasticamente.

Assim como dito por Mischa (2021) “99% dos MMORPGs falham pelo simples fato de serem muito complexos. Manter o código e a arquitetura incrivelmente simples é a coisa mais importante para um desenvolvedor solitário.”, isso se deve ao fato destes projetos possuírem muita complexidade em sua estrutura, às vezes coisas desnecessárias são implementadas, ou linhas imensas de código são criadas e viram uma bagunça, algo que pode ser fatal para estes jogos.

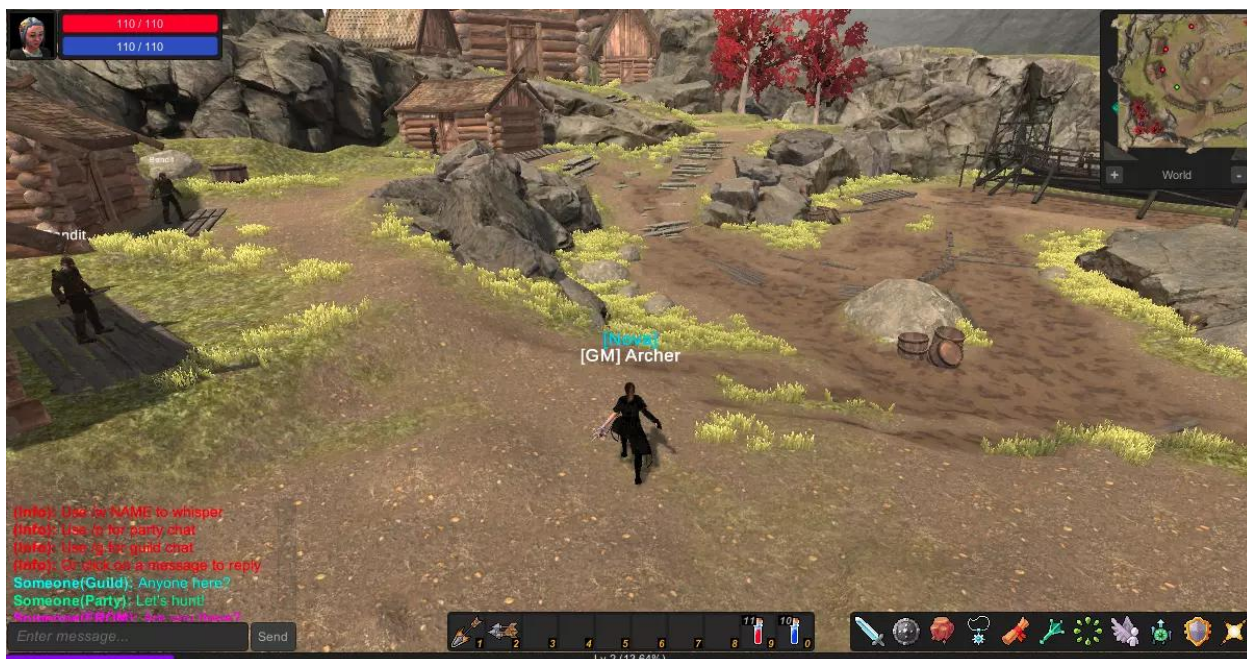
Por isso, hoje em dia, diversas plataformas oferecem diferentes soluções, e diversos projetos nasceram com o intuito de ajudar esses desenvolvedores a realizarem seus sonhos, sem muita dor de cabeça. Um dos melhores exemplos, e uma das melhores alternativas do cenário, é inegavelmente o uMMORPG.

O uMMORPG é uma série de pacotes feitos para a engine Unity, que disponibilizam diversos modelos, diversos documentos, e uma estrutura de um MMO pronta para modificar. Seja seu projeto 2D, ou 3D, suas diferentes variantes cobrem a maior parte do processo mais difícil da programação, o networking.

Além desta parte, o projeto também oferece apoio em suas redes de comunicação, como em seu fórum, em seu discord, e através de seus canais oficiais, com o objetivo principal de democratizar a criação de jogos MMORPG.



Fonte: Interface modelo do projeto 2D uMMORPG (Mirror Networking, 2025).



Fonte: Interface modelo do projeto 3D uMMORPG (Mirror Networking, 2025).

### 2.2.1 Economia interna e circulação de moeda nacional

Em jogos do gênero MMORPG, é comum o uso de moedas virtuais através da compra de itens in-game, sejam eles itens com habilidades diferentes, poderes, ou até mesmo ao adquirir cosméticos cada vez mais raros e caros. Essas moedas virtuais têm um papel muito importante como agregador de valor de jogos do gênero. Ao mesmo tempo que, na maioria das vezes, essas moedas são obtidas de forma gratuita, jogadores têm o costume de vendê-las em troca de dinheiro real, criando assim uma espécie de “Economia interna”, onde essa moeda pode valorizar e desvalorizar.

Com isso, os itens e equipamentos que são obtidos e vendidos por essa moeda virtual também podem ser vendidos por dinheiro real, criando um vasto mercado de itens 100% digitais.

Level: 637 Melee: <b>R\$1.250</b> 575 Distance: 333 Magic: 400 Defense: 535	Level: 571 Melee: <b>R\$950</b> 550 + 24 Distance: 451 Magic: 350 Defense: 526 + 4	Level: 612 Melee: <b>R\$900</b> 559 Distance: 445 Magic: 253 Defense: 520	Level: 500 Melee: <b>R\$600</b> 529 Distance: 410 Magic: 416 Defense: 520
Level: 449 Melee: <b>R\$450</b> 369 Distance: 222 Magic: 520 Defense: 474	Level: 453 Melee: <b>R\$360</b> 379 Distance: 482 Magic: 209 Defense: 470	Level: 498 Melee: <b>Offer</b> 504 + 10 Distance: 351 Magic: 400 Defense: 466 + 3	Level: 474 Melee: <b>R\$170</b> 300 Distance: 421 + 4 Magic: 173 Defense: 402
Level: 355 Melee: <b>R\$110</b> 423 + 3 Distance: 241 Magic: 309 Defense: 387 + 3	Level: 301 Melee: <b>R\$85</b> 394 Distance: 236 Magic: 279 Defense: 361	Level: 337 Melee: <b>R\$50</b> 126 Distance: 328 Magic: 234 Defense: 332	Level: 279 Melee: <b>R\$30</b> 113 Distance: 243 Magic: 300 Defense: 276
			

Fonte: “Tabela de Personagens a venda” - LoboMint Vendas, 2025.



Fonte: “Cidade Um” - Rucoy Online, 2025.

## 2.3 Materiais e Métodos

A fim de realizar nosso estudo, foi realizada uma análise bibliográfica e

documental, com base em relatórios de mercado, artigos acadêmicos e fontes especializadas sobre o setor de jogos digitais e MMORPGs, como a Pesquisa Game Brasil, e a da Newzoo.

Na etapa quantitativa, foram aplicados questionários online com jogadores brasileiros, de MMORPGs, utilizando a ferramenta GOOGLE FORMS, buscando identificar padrões de consumo, preferências, e percepção sobre jogos desenvolvidos no Brasil. A amostragem, não probabilística por conveniência, contou com 100 respondentes, recrutados por meio de fóruns, redes sociais e comunidades de jogos.

Por fim, na fase qualitativa, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com desenvolvedores independentes brasileiros que atuam ou tenham atuado na produção de MMORPGs, visando compreender os desafios e perspectivas da indústria nacional. A pesquisa teve início em março de 2025 e seu fim em setembro do mesmo ano.

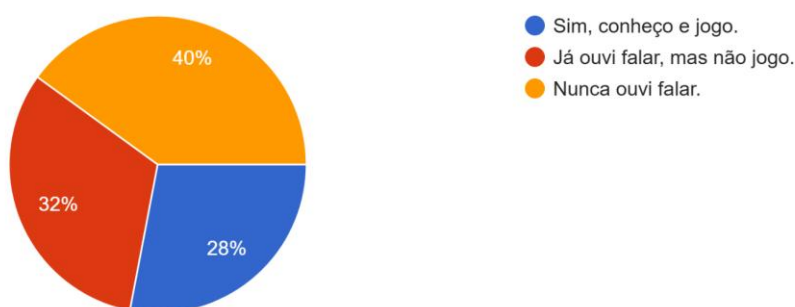
## 2.4 Resultados e Discussões

A fim de comprovar este ponto, realizamos uma pesquisa de campo, onde 50 pessoas foram entrevistadas. E com esta pesquisa, obtivemos os seguintes resultados:

Tendo em vista que, 2% das pessoas possuem a idade menor ou igual a 13 anos, 84% menor ou igual a 18 anos, 10% eram maiores de 18, e 4% maiores de 25 anos, foi mostrado que 32% dos entrevistados conhecem o gênero, porém não jogam, e 28% conhecem e jogam, enquanto 40% das pessoas nunca ouviram falar.

Você conhece o estilo de jogos MMORPG?

50 respostas



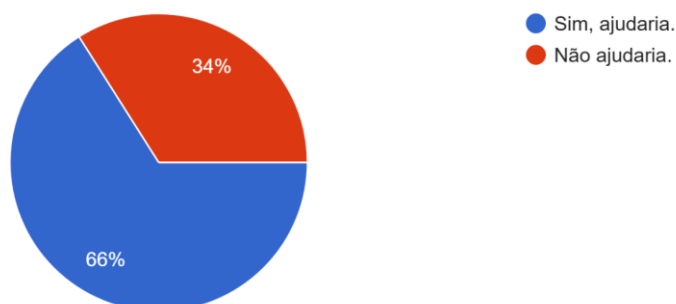
Fonte: Do próprio autor, 2025.

Isso mostra que, mesmo com uma quantia pequena de usuários entrevistados, sendo encontrados em diversas localizações e diferentes ambientes, possuímos um número visivelmente positivo em relação ao gênero, e focado principalmente em seu público alvo, adolescentes e jovens adultos.

A pergunta que marcou nossa pesquisa, foi um cenário fictício, onde uma empresa 100% brasileira estaria criando um MMORPG do zero, e precisaria de uma pequena ajuda financeira, com o pequeno valor de R\$2,00 para ajudar no início do projeto, em troca de um acesso antecipado e poder acompanhar de perto o que estava sendo realizado. Surpreendentemente, a maioria das pessoas, mesmo não conhecendo o gênero, apoiaria o projeto, com 66% das pessoas respondendo positivamente, e apenas 34% afirmando se recusar a ajudar.

Agora, imagine esse cenário. Recentemente, lhe foi divulgado um projeto de jogo, no estilo dos MMORPGs de duas dimensões, onde, todos os desenv... E estaria disposto a ajudá-lo financeiramente?

50 respostas



Fonte: Do próprio autor, 2025.

### 3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base em nossa pesquisa, fica visível que, mesmo com todas as dificuldades que um desenvolvedor brasileiro há de enfrentar, é inegável que o mercado está em constante crescimento, e que há um grande número de consumidores positivos em relação ao gênero, sendo assim, o mercado de MMORPGs tem um grande potencial para se desenvolver no Brasil, com várias oportunidades de crescimento com base no avanço da tecnologia e nas constantes atualizações em relação aos jogos, sendo um mercado lucrativo e significativo na indústria de videogames, o que permite que

jogadores troquem moedas por dinheiro em espécie, gerando receita ao mercado, além de desenvolver habilidades sociais e culturais dos jogadores, permitindo que eles tenham um meio de construir amizades e comunidades que ajudam os desenvolvedores em relação ao feedback dos jogos, portanto, os MMORPGs não são apenas meios de entretenimento, mas um espaço que permite que jogadores e desenvolvedores a desenvolverem e criem relações coletivas e cognitivas, o que ajuda a fortalecer o aspecto cultural e o ambiente virtual.

#### 4 REFERÊNCIAS

BARROCAS, G. *A História dos primeiros MMORPGs*. Disponível em: <https://www.grandegamer.com/a-historia-dos-primeiros-mmorpgs/>. Acesso em: 6 set. 2025.

GUILD MASTER. *Os 6 MMORPGs mais jogados nas Lan Houses nos anos 2000*. Disponível em: <https://guildmaster.com.br/os-6-mmorpgs-mais-jogados-nas-lan-houses-nos-anos-2000/>. Acesso em: 10 set. 2025.

RESEARCHGATE. *An analysis of social communicative acts among MMORPG players*. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/354934736\\_An\\_analysis\\_of\\_social\\_communicative\\_acts\\_among\\_MMORPG\\_players](https://www.researchgate.net/publication/354934736_An_analysis_of_social_communicative_acts_among_MMORPG_players). Acesso em: 20 set. 2025.

SCIELO. *Título do artigo não especificado*. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tl/a/K8n4Jy9tyWNJZN4cywHh4rx/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 15 set. 2025.

SCIENCEDIRECT. *Título do artigo não especificado*. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162524000015>. Acesso em: 15 set. 2025.

SX GROUP; GO GAMERS; BLEND NEW RESEARCH; ESPM. *Pesquisa Game Brasil 2025: comportamento dos consumidores de jogos digitais no Brasil*. 12. ed. Foz do Iguaçu: SX Group; Go Gamers; Blend New Research; ESPM, 2025.

TEC MUNDO. *Última Online: o metaverso possui 25 anos, sabia?* Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/internet/260968-ultima-online-metaverso-possui-25-anos-sabia.htm>. Acesso em: 6 set. 2025.

UNITY ASSET STORE. *uMMORPG 2D Remastered - MMORPG Engine*. Disponível em: <https://assetstore.unity.com/packages/templates/systems/ummorpg-2d-remastered-mmorpg-engine-102632>. Acesso em: 15 set. 2025.