

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E DE TECNOLOGIA
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO



**JOGOS ELETRÔNICOS E E-SPORTS:
DESENVOLVIMENTO E MERCADO**

ALLAN MITSUHIITO MINAMIHARA

MONOGRAFIA EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E DE TECNOLOGIA
Departamento de Engenharia de Produção

ALLAN MITSHITO MINAMIHARA

Jogos eletrônicos e e-Sports: Desenvolvimento e Mercado

Monografia apresentada ao Departamento de Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), Campus São Carlos, como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Engenharia de Produção

Orientador: Profa. Dra. Alessandra Rachid

SÃO CARLOS-SP
2020

RESUMO

Os *e-sports* ou esportes eletrônicos são um modo de competição através dos *videogames* e que têm ganhado popularidade nos últimos tempos. A sua relevância tem atraído a atenção para novos estudos, sendo que o objetivo desta monografia é analisar o crescimento do mercado de jogos eletrônicos e de *e-sports*, além de uma comparação entre os *e-sports* e os jogos tradicionais. Além da pesquisa bibliográfica, foi realizado uma análise documental em fontes secundárias, como páginas da internet e publicações especializadas, para levantar dados sobre o crescimento desta atividade. Como resultado, observou-se a relevância econômica dos *e-sports*, apesar de sua breve existência.

Palavras-Chave: *e-sports*. Jogos. Jogos eletrônicos. *Videogames*.

ABSTRACT

The e-sports or electronic sports are a way of competing using videogames that have gained popularity in recent years. Its relevancy has attracted the making of new studies, and in this monograph the objective is to analyze the videogames and e-sports market growth and make a comparison between e-sports and traditional games. In addition to the literature research, a documental analysis was conducted using secondary sources like e-sports specialized websites and e-athletes blogs to gather data about the activity. As a result, it was observed an economic relevancy from e-sports and the videogame market, despite its brief existence.

Keywords: e-sports. Games. Videogames.

LISTA DE FIGURAS

Figura 4.1 - Magnavox Odyssey, modelo 1TL200	21
Figura 4.2 - Walter Day, fundador do Twin Galaxies, e as “superestrelas” dos jogos eletrônicos na época	26
Figura 4.3 - Counter-Strike 1.6, jogo de FPS	27
Figura 4.4 - Exemplo de uma Estrutura de Governo nos Esportes	32
Figura 4.5 - Campeonato da revista Ação Games	41
Figura 4.6 - Pódio da Olimpíada Brasileira de Videogames, Categoria Master System....	41
Figura 4.7 - Recorte de reportagem sobre os campeões da Olimpíada Brasileira de Videogames.....	42
Figura 4.8 - Foto de um dos torneios que ocorriam nas <i>lan houses</i> da Monkey	43
Figura 5.1 - Receita no mercado de jogos eletrônicos 2012-2022	47
Figura 5.2 - Média mensal de espectadores simultâneos na Twitch entre 2013 e junho de 2020	51

LISTA DE TABELAS

Tabela 2.1 - Tipos de levantamento de dados secundários.....	13
Tabela 4.1 - Dados de Premiações em competições de <i>e-sports</i>	37
Tabela 4.2 - Torneios de <i>e-sports</i> com maiores premiações	37
Tabela 4.3 - Jogadores de <i>e-sports</i> com mais premiações recebidas na carreira.....	38
Tabela 4.4 - Jogadores brasileiros com maiores premiações recebidas na carreira.....	38
Tabela 4.5 - Audiência em <i>e-sports</i> no Brasil	44
Tabela 5.1 - Mercado de Jogos eletrônicos de 2019 por Região	48
Tabela 5.2 - Os 10 maiores países em receita em jogos eletrônicos em 2019.....	48
Tabela 5.3 - Maiores receitas da América Latina (2019)	49
Tabela 5.4 - Receita anual em <i>e-sports</i>	49
Tabela 5.5 - Crescimento da audiência nos <i>e-sports</i>	50
Tabela 5.6 - Dados agregados da plataforma Twitch de 2013 a 2019.....	51
Tabela 5.7 - Comparação entre plataformas de <i>streaming</i> entre 2018 e 2019	52
Tabela 5.8 - Total assistido nas principais plataformas do ocidente em 2019	53
Tabela 5.9 - Jogos mais assistidos em conteúdo competitivo ao vivo em 2019.....	53
Tabela 5.10 - Jogos mais assistidos de conteúdo não-competitivo ao vivo em 2019.....	54

LISTA DE QUADROS

Quadro 3.1 - Distribuição dos jogos por Caillois.....	18
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
1.1 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA E OBJETIVO DE PESQUISA.....	10
1.2 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA	10
1.3 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO	10
2 MÉTODO DE PESQUISA	12
3 JOGOS	15
4 JOGOS ELETRÔNICOS	20
4.1 HISTÓRIA DOS JOGOS ELETRÔNICOS.....	20
4.2 CARACTERÍSTICAS DOS JOGOS ELETRÔNICOS	22
4.3 E-SPORTS.....	24
4.4 ORGANIZAÇÃO COLETIVA DO E-SPORTES.....	33
4.5 OS JOGADORES NO E-SPORTS PROFISSIONAL	34
4.6 E-SPORTS NO BRASIL.....	40
4.7 ORGANIZAÇÃO COLETIVA DO E-SPORTS NO BRASIL	44
5 MERCADO DE JOGOS ELETRÔNICOS	47
6 CONCLUSÃO	55
REFERÊNCIAS	56

1 INTRODUÇÃO

O avanço tecnológico trouxe várias mudanças na sociedade, como modernização das fábricas e a facilidade nas comunicações. No entretenimento, o surgimento de tecnologias digitais e eletrônicas permitiram o surgimento dos jogos eletrônicos ou videogames, e, com isso, novas atividades nasceram em torno deste segmento, como a área de produção de jogos digitais, de produção de *hardwares* para jogos e o de jogadores profissionais, entre outros.

O surgimento dos videogames como um fenômeno competitivo ocorreu alguns anos depois do surgimento dos próprios videogames. O jogo de ficção científica *Spacewars* foi criado na década de 1960 por um estudante universitário (KENT, 2001). Em 19 de outubro de 1972, competidores se reuniram no Laboratório de Inteligência Artificial da Universidade de Stanford, na Califórnia, para uma disputa do jogo. A premiação foi um ano de assinatura da revista *Rolling Stones*. Este é considerado o primeiro torneio de videogame da história, a *Intergalactic Spacewar Olympics*, ou Olimpíadas Intergaláticas de Spacewar, em tradução livre (BAKER, 2016; LI, 2017).

Junto com a evolução dos videogames, o lado competitivo também floresceu. Nos anos 1970, foram registradas as primeiras competições, como essa da *Spacewars*. Em 1980, houve a primeira competição em grande escala, o Campeonato Nacional de *Space Invaders*, realizada pela Atari, que abrangeu mais de dez mil competidores e teve etapas nas cidades de Los Angeles, São Francisco, Fort Worth, Chicago e Nova York (KATZ, 1982; LYNCH, 2016; THE RETROIST, 2018). Nas casas de fliperama os jogadores disputavam pela maior pontuação nos jogos e o posto mais alto do *ranking*.

A popularização dos computadores pessoais e o surgimento de tecnologias de comunicação, como a conexão em rede e a internet permitiram novas maneiras para as pessoas jogarem entre si, culminando com o surgimento dos *e-sports*, que mobilizam milhares de jogadores (TAYLOR, 2012). Em 2018, sua audiência foi de 395 milhões de pessoas, com uma renda de US\$865 milhões (NEWZOO, 2019a).

Nos *e-sports*, os jogadores profissionais não mantêm contato direto, como atletas de esportes tradicionais. O jogo é mediado pelo computador e utilizando a rede. O jogador interpreta comandos que devem ser feitos para cada ação dentro do jogo. A espetacularização das competições provoca a troca entre jogadores, times e a torcida, trazendo à tona sentimentos de união ou de pertencimento a uma comunidade, independente se o contato é real ou apenas virtual.

1.1 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA E OBJETIVO DA PESQUISA

Os jogos eletrônicos surgiram no final dos anos 1950 e continuaram aprimorando-se junto com a evolução da tecnologia, conquistando milhões de jogadores. Atualmente, representam uma parte importante da indústria do entretenimento. Primeiro, surgiram os *videogames*, depois as competições e, conforme estas foram se organizando e se estruturando, criou-se o cenário dos *e-sports*.

Dada a importância que a indústria dos jogos eletrônicos e da relevância que os *e-sports* vêm ganhando, o objetivo da pesquisa é:

Analisar os jogos eletrônicos, os *e-sports* e seus mercados.

1.2 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

A indústria dos jogos digitais é relativamente recente, da década de 1960, e a atividade profissional de jogadores de *e-sports* é ainda mais recente, ganhando os moldes atuais a partir dos anos 2000, porém já envolve uma indústria própria que gerou US\$865 milhões em 2018 e prevê receita de US\$1,096 bilhões para 2019, além de atingir uma audiência de 395 milhões em 2018, sendo 18,7 no Brasil, e gerar US\$31 milhões de receita na América Latina em 2018 (NEWZOO, 2018a, 2019a).

Os estudos em *e-sports* estão surgindo aos poucos, mas ainda não há um volume coordenado de trabalhos empíricos e nem de trabalhos que discutem uma maior variedade de questões, abordagens metódicas e paradigmas teóricos (STEINKUEHLER, 2019). Por ser um fenômeno que surgiu recentemente, a quantidade de estudos ainda não é tão vasta. Dos estudos disponíveis, a maioria analisa a relação entre os esportes eletrônicos e os esportes tradicionais. Nesta monografia, exploram-se as características específicas dos jogos eletrônicos e dos *e-sports*, além de apresentar dados sobre seu desempenho econômico.

1.3 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

A Monografia está organizada da seguinte forma: o Capítulo 2 descreve os procedimentos metodológicos adotados para a análise a partir de dados secundários e da pesquisa bibliográfica. O Capítulo 3 descreve os jogos em geral, o Capítulo 4, os jogos

eletrônicos e os *e-sports* e o Capítulo 5, o mercado relacionado aos objetos de estudo do capítulo anterior.

2 MÉTODO DE PESQUISA

O estudo tem como objetivo analisar os *videogames*, os *e-sports* e seus mercados. Para isso, foi realizada uma pesquisa para caracterizar a atividade, através de artigos de periódicos, livros e publicações de revistas e sites especializados. Caracterizando a pesquisa quanto ao propósito, esta monografia tem características exploratória, buscando proporcionar uma compreensão inicial de um fenômeno pouco explorado, amplo ou desconhecido, e descritiva, visando descrever características do fenômeno (GANGA, 2011).

De acordo com Ganga (2011), a pesquisa pode ser caracterizada quanto a sua natureza básica ou aplicada, no qual a básica, que objetiva gerar novos conhecimentos para o avanço da ciência, mas sem uma aplicação prática prevista. Apesar, da pesquisa buscar um grupo específico, não há uma aplicação pensada para ela.

Outra caracterização que pode ser feita é relacionada a abordagem do problema, qualitativa ou quantitativa. Será usada a abordagem qualitativa, que busca a caracterização do fenômeno dos jogos eletrônicos, *e-sports* e seus mercados, a partir de fontes secundárias. Deve-se considerar, também, que a abordagem qualitativa não exclui a possibilidade de usar dados quantitativos (GANGA, 2011), como ocorre neste estudo.

Além da pesquisa bibliográfica, o levantamento de dados secundários foi usado como procedimento para a realização desta monografia. A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com materiais já elaborados, como livros e artigos científicos, cobrindo uma gama maior de fenômenos do que se pesquisados diretamente. Já o levantamento de dados secundários se diferencia pela natureza das fontes utilizadas, com trabalhos e documentos já prontos (MATTAR, 2014). Compreende-se os diferentes tipos identificados na Tabela 2.1.

De acordo com Mattar (2014), o uso de dados secundários traz vantagens como a economia de tempo, dinheiro e esforços. Os critérios de validade dos dados secundários são a fonte, propósitos de publicação e evidências de qualidade. Existem fontes originais e fontes reprodutoras de dados secundárias. Deve-se preferir sempre as fontes originais, mais completas e precisas, geralmente com informações do processo de coleta e análise, que oferece mais meios de conferir a confiabilidade, enquanto as fontes reprodutoras podem repassar as informações de forma errônea.

As publicações dispõem de diversos propósitos: divulgar estudos e conhecimentos, despertar interesse de determinado grupo empresarial, promover vendas, formar opiniões, favorecer grupos políticos, entre outros.

Tabela 2.1 – Tipos de levantamento de dados secundários

Tipos	Fontes
Levantamento bibliográfico	Livros sobre o assunto, revistas especializadas ou não, dissertações ou teses apresentadas em universidades e informações publicadas por jornais, órgãos governamentais, sindicatos, associações de classe, concessionários de serviços públicos etc.
Levantamento documental	Arquivos internos de empresas com pesquisas de resultados anteriores, registro de gastos, número de vendedores por mês e região, dados de produção, estoques e vendas mensais, práticas de preços etc. Também pode ser efetuado fora da empresa utilizando arquivos disponíveis ao público
Levantamento de estatísticas	Instituições governamentais ou não que geram estatísticas sobre os mais diferentes assuntos
Levantamento de pesquisas realizadas	Pesquisas sobre o tema em estudo, mesmo quando efetuadas em outros locais ou épocas. As fontes são empresas/institutos de pesquisa, universidades, faculdades, publicações especializadas etc.

Fonte: Elaborado a partir de MATTAR (2014).

Há diferentes evidências para a qualidade dos dados secundários. A credibilidade da fonte, como empresas e entidades, governamentais ou não, que adquiriram credibilidade pela qualidade e seriedade dos trabalhos publicados. Conhecer o perfil profissional dos seus técnicos e responsáveis é outra evidência. Espera-se que uma fonte apresente os resultados acompanhados de definições, formulários de coleta, método de amostragem, processos de análise etc., demonstrando que uma pesquisa foi bem planejada e conduzida.

Alguns dados de interesse para esta pesquisa estão disponíveis em relatórios, cujas versões completas requerem a compra ou assinatura. Como não havia verba para acessá-los, foram usados apenas a parte de seus dados aberta para o público.

O levantamento de dados secundários é semelhante ao método de pesquisa documental de Gil (2008), que se diferencia da pesquisa bibliográfica pela natureza das fontes. Sendo assim, o desenvolvimento da pesquisa documental ou do levantamento de dados secundários seguem os mesmos passos de uma pesquisa bibliográfica, levando em conta que o primeiro passo é a da exploração das fontes documentais, que são inúmeras.

A identificação das fontes consiste em classificar as fontes capazes de fornecer respostas adequadas ao objetivo proposto. Foram identificadas instituições que realizam pesquisas sobre os *e-sports*, o que foi facilitado com o acesso à internet. Pode convir consultar especialistas ou

outras pessoas que realizam pesquisas na mesma área, que podem fornecer informações de trabalhos e críticas. Para o levantamento de dados secundários, foram utilizados revistas, blogs e sites especializados, como a ESPN Brasil, Versus, Esports Observer, sites de notícias, como G1, Bloomberg e NBC News, e entrevistas de pessoas que vivenciaram acontecimentos relevantes nesta área, como Rebecca Heineman, Leila Barros e Luis Curado.

Com os materiais obtidos fez-se a leitura do material, buscando:

- a) Identificar as informações e dados constantes nos materiais;
- b) Estabelecer relações entre as informações e dados e o objetivo do trabalho; e
- c) Analisar a consistência das informações e dados apresentados pelos autores.

Inicialmente, fez-se uma leitura exploratória, uma leitura preliminar que visa entrar em contato com a totalidade da obra, lendo sumário, prefácio, introdução e passagens do texto, em que as obras pouco pertinentes foram descartadas. Após, foi realizada uma leitura seletiva, com a leitura mais aprofundada dos trechos mais relevantes, novamente descartando obras desnecessárias. Seguiu-se para a leitura analítica, ordenando e resumindo as informações das fontes, a partir da identificação das ideias-chave do texto, ordenação e síntese. A leitura interpretativa foi feita junta com a anterior. Nela, o objetivo é estabelecer uma relação entre o conteúdo pesquisado e outros conhecimentos, conferindo maior alcance às informações da leitura analítica. As diferentes abordagens e ordem de leitura foram realizadas como recomendado por Gil (2008).

3 JOGOS

Antes de definir jogos eletrônicos, apresenta-se a definição mais geral de jogos, que tem sido objeto de estudo de vários autores, cada um ressaltando diferentes elementos e perspectivas. O historiador e filósofo holandês Johan Huizinga (2010) em seu livro “Homo Ludens”, de 1938, definiu o jogo como:

[...] uma atividade livre, conscientemente tomada como "não-séria" e exterior à vida habitual, mas ao mesmo tempo capaz de absorver o jogador de maneira intensa e total. É uma atividade desligada de todo e qualquer interesse material, com a qual não se pode obter qualquer lucro, praticada dentro de limites espaciais e temporais próprios, segundo uma certa ordem e certas regras. Promove a formação de grupos sociais com tendência a rodearem-se de segredo e a sublinharem sua diferença em relação ao resto do mundo por meio de disfarces ou outros meios semelhantes (p. 13).

Huizinga (2019) também faz uma análise para a antítese do jogo, que é a seriedade, e, em outro sentido, para o trabalho também, que geralmente é associado a ela, sendo que a seriedade também se opõe à piada e à brincadeira. O autor considera mais importante a parêntese de opostos jogo-seriedade e identifica que os dois termos não possuem valores equivalentes. O jogo é positivo e a seriedade, negativa. O significado de seriedade é definido pela negação do jogo, a ausência de brincadeira ou jogo, porém o significado de jogo não se define somente pela negação da seriedade. O jogo seria uma entidade autônoma, no qual seu conceito é de uma ordem acima da seriedade, pois a seriedade busca excluir o jogo, mas o jogo pode incluir a seriedade.

Afirma-se que a competição é uma categoria de jogo. Similar às outras formas de jogo, a competição geralmente é desprovida de objetivo, ou seja, a ação começa e termina em si mesma, o resultado não tem qualquer contribuição para o processo vital do grupo, bem expresso no ditado holandês “o que importa não são as bolinhas de gude, mas o jogo”. Isso quer dizer que o elemento final da ação do elemento final da ação existe, antes de tudo, no resultado enquanto tal, sem relação direta com o que vem depois. O resultado de uma competição ou jogo só é de interesse para quem participa, como jogador ou espectador, e aceita as regras dadas, exceto quando há lucro monetário (HUIZINGA, 2019).

O objetivo pelo qual se joga é a vitória, que é acompanhada por vários desdobramentos, como a celebração de um grupo com aplausos e ovações ou frutos como a honra, estima e

prestígio. No entanto, a vitória está ligada a algo além da honra, como algo que está em jogo, um prêmio, que pode ter valor simbólico, material ou puramente abstrato (HUIZINGA, 2019).

O sociólogo francês Roger Caillois (2017), considera que os estudos de Huizinga contribuíram para abrir caminhos para a pesquisa e reflexão sobre os jogos, mas aponta que Huizinga deliberadamente negligenciou a classificação e descrição dos jogos, como se todos os tipos de jogos respondessem às mesmas necessidades e se traduzissem indiferentemente à atitude psicológica. Afirmou, ainda, que a obra do holandês não é um estudo de jogos, e sim “uma pesquisa sobre a fecundidade do espírito do jogo no campo da cultura, e mais precisamente do espírito que preside à determinada espécie de jogos: os jogos de competição regrada” (p. 35). A partir dos conceitos de Huizinga, Caillois (2017) elaborou outra definição, descrevendo o jogo como:

- 1° *livre*: à qual o jogador não pode ser obrigado, pois o jogo perderia imediatamente sua natureza de divertimento atraente e alegre;
- 2° *separada*: circunscrito em limites a limites de espaço e de tempo previamente definidos;
- 3° *incerta*: cujo desenrolamento não pode ser determinado nem o resultado obtido de antemão, pois uma certa liberdade na necessidade de inventar é obrigatoriamente deixada à iniciativa do jogador;
- 4° *improdutiva*: pois não cria nem bens, nem riqueza, nem qualquer tipo de elemento novo; salvo deslocamento de propriedade no interior do círculo dos jogadores, resulta em uma situação idêntica àquela do início da partida;
- 5° *regrada*: submetida às convenções que suspendem as leis ordinárias e que instauram momentaneamente uma legislação nova, a única que conta;
- 6° *fictícia*: acompanhada de uma consciência específica de uma realidade diferente ou de franca irrealidade em relação à vida cotidiana (p. 42).

Caillois (2017) classifica os jogos em quatro categorias fundamentais e duas maneiras antagônicas de jogar:

- a) *Agôn* - o termo é utilizado para jogos competitivos, dentro de limites definidos e sem ajuda externa, como boxe, futebol e esgrima ou ainda, xadrez, damas e bilhar.
- b) *Alea* - designa jogos baseados em decisões que não dependem do jogador, mas exclusivamente da sorte, como dados, roleta, cara ou coroa e loteria. Ao contrário do *agôn*, que reivindica a responsabilidade pessoal, o jogador é passivo e não desenvolve suas qualidades ou disposições.

- c) *Mimicry* - termo inglês para mimetismo que remete a um universo fechado, convencional e fictício em que o jogador interpreta um personagem. As crianças podem brincar de faz de conta, imitando os adultos ao brincar de casinha, de soldado ou de policial, ou ainda, evocar atividades mais fantasiosas e distantes, como de caubói ou marciano. A representação teatral e a interpretação dramática também entram neste grupo.
- d) *Ilinx* - do grego, “turbilhão da água”, que deriva da palavra grega para vertigem, *ilingos*. Reúne os jogos que buscam a vertigem, o prazer análogo à euforia, provocada por velocidade extrema ou brusca, como em maquinários presentes em festas populares e parques de diversão, como montanhas-russas, chapéu mexicano e o navio viking. Atividades como descer uma ladeira, no tobogã e brincar no balanço, procedimentos físicos como acrobacias, quedas ou projeções no espaço e atividades de extrema velocidade em esquis, motocicletas e conversíveis também entram no campo da vertigem e geram prazer.

Caillois (2017) apresenta, ainda, duas formas de jogar que apresentam dois elementos antagônicos, porém complementares: a *paidia* e o *ludus*. A *paidia* envolve a liberdade, o potencial primário de improvisação e alegria. Esta palavra foi escolhida por ter como raiz o termo criança, definindo as manifestações espontâneas do instinto de jogo. Exemplos simples são o gato enredado em um novelo de lã, o cão que se sacode, fazer caretas.

O *ludus* é o interesse pela dificuldade gratuita, proposital e de modo arbitrariamente definido. O termo aparece como um complemento e educação à *paidia* ao disciplinar e enriquecer. Fornece motivos para treinar, que resulta em desenvolvimento de uma nova habilidade, na aquisição de um controle particular ou na aptidão para obter respostas satisfatórias para os problemas propostos. Há uma luta contra o obstáculo e não contra concorrentes. Entre esses podemos citar jogos que requerem habilidades manuais como o bilboquê, o diabolô e o io-iô, ou jogos de cálculo e combinação como palavras cruzadas, anagramas e recreações matemáticas.

O Quadro 3.1 apresenta exemplos, com a distribuição dos jogos de acordo com as categorias e as maneiras de jogar definidas.

Quadro 3.1 - Distribuição dos jogos por Caillois

	GÔN (Competição)	LEA (Sorte)	MIMICRY (Simulacro)	ILINX (Vertigem)
PAIDIA Algararra Agitação Ataque de riso	Corridas, lutas etc. Atletismo	Parlendas Cara ou coroa	Imitações infantis Ilusionismo Bonecas fantasias e brinquedos Máscara Disfarce	“Piruetas” infantis Carrossel Balanço Valsa
Pipa Solitário Jogos de paciência Palavras cruzadas	Boxe Bilhar Esgrima Damas Futebol Xadrez	Aposta Roleta		<i>Vôlador</i> Atrações dos parques de diversão Esportes de neve
LUDUS	Competições esportivas em geral	Loterias simples, compostas ou acumuladas	Teatro Artes do espetáculo em geral	Alpinismo Acrobacia

Obs: em cada coluna vertical os jogos são classificados aproximadamente em um ordem tal, que o elemento *paidia* diminui constantemente, enquanto o elemento *ludus* cresce constantemente

Fonte: Adaptado de Caillois (2017).

Salen e Zimmerman (2003) chamam atenção para os aspectos lúdicos dos jogos. Algumas interações lúdicas são mais flexíveis e menos estruturadas do que os jogos, como dois cães brincando ou uma criança cantando uma canção de ninar. Porém, algumas dessas são formalizadas e podem configurar um jogo. Por exemplo, a interação lúdica da queimada faz parte de um jogo, porque os jogadores obedecem a um conjunto de regras formais e competem pela vitória.

Para diferenciar da interação lúdica não estruturada, Salen e Zimmerman (2003) definem um jogo como “um sistema em que jogadores embarcam em um conflito artificial, governado por regras, que produz resultados quantificáveis” (p. 95). No fim de um jogo, o jogador vence, perde ou recebe um tipo de pontuação. Para cada resultado possível, são atribuídos diferentes valores ou importâncias, podendo ser positivas ou negativas. Em jogos multijogadores, normalmente cada indivíduo possui um objetivo que gera resultados positivos conflitantes com os outros, o que gera o conflito do jogo. Existe uma tendência em que os resultados positivos são mais difíceis de serem alcançados do que os negativos, tornando um jogo desafiador. Um jogo fácil demais tende a não ser muito jogado (JUUL, 2003).

Qualquer jogo pode ser compreendido como um sistema, um contexto de interações, que podem ser espaços, objetos e comportamentos que os jogadores podem percorrer, manusear e habitar. O conceito de sistema auxilia na análises das propriedades formais e nas dimensões culturais e sociais do jogo, e os mesmos falam também das relações que os jogos possuem com os jogadores e contextos (SALEN; ZIMMERMAN, 2003).

Os jogos mantêm uma divisa com a vida real no contexto do tempo e espaço. Embora ocorra no mundo real, a artificialidade é uma característica determinante. Todos os jogos possuem uma disputa de poder. O conflito pode tomar várias formas, da cooperação à competição, do conflito individual com um sistema de jogo a conflitos sociais multijogador. As regras são cruciais para os jogos, fornecendo uma estrutura que serve como base para o surgimento do jogo, delimitando o que um jogador pode fazer ou não (SALEN; ZIMMERMAN, 2003).

Os jogos podem ter a opção de atribuir consequências reais. Jogos com uso de armas reais, por exemplo, implicam em fortes consequências não negociáveis. Parte do apelo de esportes como como boxe e corridas motorizadas é devido a esse perigo. As consequências explicitamente negociadas abordam aspectos sobre quais os jogadores têm controle consciente, mas as reações menos controláveis ou involuntárias, como alegria e pesar, resultam em consequências menos definidas e que precisam de testes (JUUL, 2003).

Segundo Caillois (2017), os atletas ou atores podem ser profissionais ou amadores, o que em nada modifica a natureza da competição ou espetáculo. A diferença afeta somente a eles.

Essas definições de jogos não diferenciam jogos digitais de não digitais, ainda mais considerando que parte dos autores, como Huizinga e Caillois, escreveu antes da indústria dos *videogames* surgir. O próximo capítulo apresenta as características específicas dos jogos eletrônicos.

4 JOGOS ELETRÔNICOS

Este capítulo trata das características que diferenciam os jogos eletrônicos de outros jogos, iniciando com um breve histórico sobre seu surgimento.

4.1 HISTÓRIA DOS JOGOS ELETRÔNICOS

De acordo com Luz (2010), o surgimento dos videogames é discutível e possui três datas possíveis dependendo dos critérios utilizados. O primeiro critério é o uso de um monitor de vídeo para jogar, o que ocorreu em 1958, quando William Higinbotham fez uma criação para a exposição permanente do *Brookhaven National Laboratory* na Califórnia, Estados Unidos. A partir de um computador analógico, no qual os circuitos são baseados em relês e tubos, ele criou um jogo de tênis para duas pessoas usando um monitor de osciloscópio. O brinquedo fez sucesso por alguns anos, a ponto de receber melhorias como tela maior e poder escolher jogar na gravidade da Terra, Lua ou de Júpiter. A experiência foi a primeira a propor o uso de um monitor para a interação, levando fascínio aos visitantes da exposição. Alguns contestam seu nome como inventor do *videogame* devido ao fato de Higinbotham não ter imaginado um uso comercial para invenção, nem mesmo aplicações mais complexas. Ele sequer registrou sua patente (LUZ, 2010).

Outro critério usado é a interação com um monitor de vídeo com o uso de um *software*. Os computadores foram inventados na época de 1940 e 1950 e ocupavam andares inteiros de prédios e tinham uso restrito a universidades e militares. Com o passar tempo, os computadores foram evoluindo, diminuindo o tamanho e melhorando seu processamento. Para os *videogames*, o mais importante foi o uso de monitores para ler as informações. Na década de 1960, duas universidades continham máquinas com monitores acoplados, a Universidade de Utah, em Stanford, e o Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT).

No MIT, Steve Russel e seus amigos do clube de eletrônica e modelismo usavam os computadores do laboratório da universidade, se tornando hábeis programadores. A chegada do PDP-1¹, em 1961, fez Russel pôr em prática sua ideia de fazer um jogo com inspirações na ficção científica. Seis meses depois ele desenvolveu o *Spacewar!*, um jogo de batalha espacial entre duas naves. Pode haver controvérsias sobre ele ser o primeiro *videogame*, mas foi de fato

¹ *Programmed Data Processor-1*, o primeiro computador da *Digital Equipment Corporation* (DEC), o primeiro computador comercial focado na interação com o usuário ao invés da eficiência, antecessor do computador pessoal (COMPUTER HISTORY MUSEUM, [s.d.]).

o primeiro jogo de computador, o primeiro *software* de entretenimento. Apesar do sucesso do jogo no campus, Russel e seus amigos não pensaram em lucrar com isso (BELL, 1998; LUZ, 2010).

A terceira data possível não é muito precisa e é dada pelo engenheiro Ralph Baer, que é o pai do conceito de *videogame*. Em 1951, o engenheiro trabalhava em uma empresa de televisores e teve a ideia de usar a televisão de maneira interativa com algum tipo de jogo, mas seu chefe não gostou da ideia. Em 1966, Ralph era engenheiro chefe de uma empresa de equipamento militar e decidiu rever sua ideia. Seus funcionários conseguiram criar um jogo rudimentar em que dois pontos perseguem um ao outro. Depois de dois anos, criaram uma versão de pingue-pongue e suas variantes de hóquei e vôlei, jogos de perseguição e conceitos como a pistola ótica usado para apontar e atirar na tela. A criação foi licenciada pela Magnavox em 1971 com o nome de Odyssey, o primeiro console de videogame a ser comercializado. Considerando tais fatos, Baer é considerado o pai do videogame ao colocar sua ideia como um produto de mercado e criar o videogame como um conceito de mídia de entretenimento na sala de estar (LUZ, 2010). A Figura 4.1 abaixo mostra o Odyssey.

Figura 4.1 - Magnavox Odyssey, modelo 1TL200



Fonte: GULARTE, [s.d.]

O *Odyssey* iniciou a popularização dos videogames domésticos e, com o tempo, surgiram tecnologias que permitiram jogos com gráficos mais realistas, com maior liberdade artística, que permitem maior interatividade do usuário com o jogo, por meio da realidade virtual, da realidade aumentada e da maior interatividade entre jogadores pela possibilidade de jogar com jogadores do mundo todo através da internet. Esta se tornou uma indústria multibilionária. Em 2007, esta gerou US\$35 bilhões no mercado internacional. Em 2018 (NEWZOO, 2018b), havia 2,8 bilhões de jogadores entre casuais e aficionados, gerando US\$137,9 bilhões. Em 11 anos, houve um crescimento de US\$100 bilhões (NEWZOO, 2018b).

4.2 CARACTERÍSTICAS DOS JOGOS ELETRÔNICOS

Os jogos digitais e eletrônicos assumem várias formas e são lançados em várias plataformas diferentes, como computadores, consoles de jogos conectados à TV e celulares, feitos para um ou vários jogadores.

De acordo com Salen e Zimmerman (2003), os jogos digitais são sistemas como todos os outros jogos, mas possuem um *hardware* e um *software* em sua composição. Sob a ótica de *designers* de jogos, os autores buscam entender o que os *videogames* podem fazer de diferente com as tecnologias digitais, listando quatro “características” da mídia digital, que não são mutuamente exclusivas e nem uma lista absoluta para todos os jogos digitais. As características são descritas a seguir:

a) Interatividade imediata, mas restrita

A habilidade de oferecer um *feedback* imediato e interativo é um dos maiores atrativos das tecnologias digitais. Os jogos digitais têm, como elemento comum, uma experiência de jogo que se modifica e reage dinamicamente às escolhas do jogador em tempo real, apesar da distância entre os participantes (KARHULAHTI, 2015; SALEN; ZIMMERMAN, 2003).

Um equívoco comum é acreditar que a interatividade digital oferece uma ampla e diversa gama de interações e que um computador pode imitar vários tipos de mídia e dar qualquer tipo de experiência. A verdade é que a interação que uma pessoa possui com um computador é bem limitada, normalmente limitando-se a um teclado e mouse ou a um controle de videogame, e à saída de áudio e vídeo. Tais interfaces não possibilitam interações atléticas, comunicações performáticas e teatrais ou as formalidades rituais existentes de uma partida profissional. No entanto, tais limitações ajudam a moldar o espaço das possibilidades e

influenciam o jogador a se desenvolver com as ferramentas disponíveis (SALEN; ZIMMERMAN, 2003). Atualmente, novos meios de interação surgiram no meio dos games, como o uso de controles de movimento, realidade virtual e realidade aumentada, diminuindo as restrições da interatividade.

b) Manipulação de informações

As mídias digitais podem ser definidas como máquinas que armazenam e manipulam informação. Os jogos digitais utilizam textos, gráficos, imagens, vídeos, áudios, animações e outras formas de dados armazenados. Outros aspectos de um programa, como a lógica interna, os mecanismos para gerenciar a interação do jogador e o gerenciamento de memória também são informações usadas nos jogos (SALEN; ZIMMERMAN, 2003).

c) Sistemas complexos e automatizados

Um dos traços mais dominantes dos jogos digitais é a habilidade em automatizar procedimentos complicados, facilitando jogos que seriam muito complexos em um contexto não informatizado. Em jogos não informatizados, os jogadores precisam realizar ações para a partida progredir a cada jogada, manipulando peças e comportando-se de acordo com as mudanças explícitas nas regras. Já nos jogos computadorizados, o programa automatiza todos esses procedimentos e a progressão ocorre sem a entrada direta dos jogadores (DUNNIGAN, 2000; SALEN; ZIMMERMAN, 2003).

De acordo com Dunnigan (2000), esta característica possibilita jogos complexos serem consumidos com certa facilidade, sem que os jogadores precisem lidar com o processamento do jogo, o que é realizado pelos equipamentos.

Isto, porém, também pode ser uma desvantagem, no que é chamado de Síndrome da Caixa Preta. Os jogos eletrônicos não revelam seu funcionamento interno e acabam por diminuir a experiência do jogador, por vezes deixando-o confuso sobre um evento que ocorreu durante uma partida, ao contrário dos jogos tradicionais, que mostram como e porque um evento ocorre durante a partida. As regras e probabilidades são conhecidas pelos participantes e, apesar de um maior trabalho no seguimento do jogo, há um maior entendimento do funcionamento da mecânica de jogo e existe, ainda, a possibilidade de modificação das regras e probabilidades do jogo (DUNNIGAN, 2000). Por exemplo, podem ser modificadas regras ao adicionar ou retirar

requisitos para a vitória de uma partida, ou mudar a probabilidade adicionando ou retirando dados em jogos de tabuleiro.

d) Rede de comunicação

Outra característica dos videogames é poder dar facilidade de comunicação entre jogadores. Em ambos os tipos de jogos, existe um contexto para o contato entre jogadores, mas os digitais oferecem a habilidade de realizar isso a distância, enquanto divide um mesmo espaço social com outros participantes. Como exemplo, temos jogos online de multijogadores em massa (MMOs) por meio de mundos persistentes, como World of Warcraft e Ultima Online (SALEN; ZIMMERMAN, 2003).

Foi no campo dos computadores pessoais que os *e-sports* começaram a evoluir, com a possibilidade da conexão entre jogadores em uma rede local de computadores, a chamada conexão LAN (*Local Area Network*) e depois com a conexão pela internet (TAYLOR, 2012).

Estas características também podem aparecer em jogos não digitais, porém são mais proeminentes e têm melhor uso no meio digital.

Alguns anos depois do surgimento dos jogos eletrônicos, vão começar as competições, também chamados de *e-sports*, como apresentados no próximo item.

4.3 E-SPORTS

Entende-se o fenômeno dos *e-sports* como a profissionalização das competições de jogos eletrônicos, trazendo um paralelo com os esportes tradicionais. Tanto Huizinga (2019) quanto Caillois (2017), viam os esportes como uma corrupção dos jogos. Huizinga apontava para o excesso de seriedade, que o espírito profissional substituiria o espírito lúdico, com falta de espontaneidade e despreocupação, transformando em algo *sui generis*, nem recreativo nem sério. Caillois mencionava a contaminação pelo “mundo real”, em que “o prazer torna-se ideia fixa; o que era evasão torna-se obrigação; o que era divertimento torna-se paixão, obsessão e fonte de angústia” (p. 66).

O autor atenta que a corrupção do princípio do jogo não é devido à simples existência de trapaceiros e profissionais, mas devido ao contágio da realidade. Os profissionais não modificam a natureza da atividade do jogo, pois eles não jogam, exercem uma profissão. A

natureza de uma competição ou espetáculo não é modificada, por profissionais que atuam mediante salário, pois a diferença atinge só a eles. Assim, o esporte moderno, com a “corrupção” do jogo, no caso a profissionalização, torna-se uma atividade diferente do jogo recreativo (CAILLOIS, 2017). Assim como os esportes surgiram da profissionalização dos jogos, os *e-sports* surgiram pela profissionalização dos jogadores de *videogames*, possuindo características e dinâmicas diferentes, conferindo uma atividade além do esporte e do jogo.

O fenômeno competitivo ligado aos *videogames* se iniciou nos anos 1970. Em 19 de outubro de 1972, competidores se reuniram no Laboratório de Inteligência Artificial da Universidade de Stanford em Los Altos², na Califórnia, para uma disputa no jogo de ficção científica *Spacewar*, disputando a premiação de um ano de assinatura da revista *Rolling Stones*. Este é considerado o primeiro torneio de videogame da história, a *Intergalactic Spacewar Olympics*, ou Olimpíadas Intergaláticas de *Spacewar*, em tradução livre (BAKER, 2016; LI, 2017).

O jogo *Sea Wolf* de 1976 foi o primeiro a oferecer a noção de pontuação mais alta (*high score*) que era mantido entre as partidas dos diferentes usuários, e, em 1979, tanto *Asteroids* quanto *Star Fire* trouxeram a personalização dos *high scores* utilizando iniciais, exibidas em lista dentro do jogo. Apesar de alguns jogos permitirem disputas mano-a-mano, a maioria dos jogadores competia de forma assíncrona, através da lista de pontuações. Esta simples decisão de design se tornou um dos componentes que ajudou a formar a cultura dos fliperamas (TAYLOR, 2012).

O Campeonato Nacional de *Space Invaders* de 1980 é considerado a primeira competição de videogame de grande proporção, realizado pela sua produtora, a Atari. A competição mobilizou mais de dez mil pessoas de todo os EUA, em diversas fases regionais até a final em Nova York, que coroou William Salvador Heineman³ como campeão (BARTON, 2010; RETROIST, 2013).

Em 1982, o fliperama *Twin Galaxies*, na pequena cidade de Ottunwa, em Iowa, nos EUA, publicou, em seu estabelecimento, um placar nacional com o ranking das pontuações de vários jogos existentes na época. Os dados foram coletados pelo seu fundador, Walter Day, através de viagens e ligações para diversos fliperamas do país, mas logo vários estabelecimentos e jogadores entravam em contato para atualizarem os *rankings* (ALPIGER, 1983). Isso se mantém até hoje e a *Twin Galaxies* possui um *ranking* mundial, que o *Guinness World Records* tem como fornecedor oficial (GOOD, 2014; TWIN GALAXIES, [s.d.]). A Figura 4.2 mostra

² Cidade próxima a Palo Alto, na região do Vale do Silício.

³ Chamado também de Bill Heineman, atualmente se identifica como Rebecca Heineman.

Walter Day e alguns dos mais bem ranqueados na época dentro do *Twin Galaxies*, tirada em 19 de março de 1983 (KALNING, 2009).

Figura 4.2 - Walter Day, fundador do *Twin Galaxies*, e as “superestrelas” dos jogos eletrônicos na época



Fonte: KALNING (2009).

Assim como este caso, muitas competições de *e-sports* começaram por iniciativa da própria comunidade.

Nos anos 1990, o *e-sports* começou a se manifestar como um fenômeno cultural e de negócios mundial, o que se desenvolveu em duas frentes, uma no ocidente e outra no oriente (WAGNER, 2006). Nos Estados Unidos e Europa, os jogos competitivos são associados ao surgimento dos jogos do gênero de tiro em primeira pessoa, ou *First Person Shooter* (FPS), mais especificamente os jogos “*Doom*” de 1993, e “*Quake*” de 1996, que podiam ser jogados em rede contra outros jogadores (TAYLOR, 2012; WAGNER, 2006). Primariamente, “*Doom*” introduziu os jogos em rede local (LAN) para a maioria dos jogadores, mas também disponibilizou uma rede de jogo mais abrangente através do DWANGO (*Dial-up Wide-Area Network Games Operation*), que fornecia um servidor para os jogadores logarem⁴ e iniciarem partidas contra outros mediante tarifa por hora e custos de conexão (TAYLOR, 2012). Os Clãs, nome dado, na época, aos times de jogadores, começaram a competir em torneios online. Em

⁴ Verbo logar, do inglês *log* ou *login*.

1997, várias ligas profissionais e semi-profissionais se formaram, sendo a mais notável a “*Cyberathlete Professional League*” (CPL), com modelo de negócio inspirado nas ligas profissionais de esportes tradicionais nos EUA.

Em 1999, foi lançado o jogo em *First Person Shooter* (FPS) “*Counter-Strike*” (Figura 4.3), uma modificação (*mod*) do jogo “*Half-Life*”, da *Valve*, que rapidamente se popularizou no cenário competitivo e se manteve com suas sequências como um dos pilares do cenário competitivo ocidental (WAGNER, 2006). Os jogos do gênero FPS, ou Tiro em Primeira Pessoa, são jogos em que a perspectiva do jogador é a mesma do personagem controlado, ou seja, a perspectiva em primeira pessoa, e geralmente há combate com armas de fogo.

Figura 4.3 – Counter-Strike 1.6, jogo de FPS



Fonte: STEAM (2000).

O fenômeno cultural do *e-sports* no oriente teve início na Coreia do Sul, devido a mudanças políticas e estruturais no país. A indústria de jogos *online* teve um rápido crescimento no país devido a políticas favoráveis de governo, uma estrutura de competitiva de mercado, um rápido desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TICs), a transnacionalização e globalização da indústria de jogos, e a mentalidade das pessoas em aceitar as novas tecnologias e os jogos *online* (JIN, 2010; WAGNER, 2006).

A Coreia do Sul, entre o fim dos anos 1990 e começo dos anos 2000, classificou a indústria dos *games* como uma indústria cultural, voltando esforços para promovê-la. Investimentos em infraestrutura permitiram internet de alta velocidade mais acessível à

população. Incentivos em investimentos privados foram feitos para expandir os *Internet cafés*⁵ ou *PC bangs*, lugares onde as pessoas vão para jogar *videogame* (geralmente jogos multijogadores) ou acessar a internet, e foram criadas associações de investimento de jogos. Complexos industriais locais foram vinculados à cultura dos *games*, como em Chongju e Daejon, em abril de 2001. Houve a integração das companhias desenvolvedoras de jogos, incentivos no desenvolvimentos de tecnologias para os *videogames*, além do desenvolvimento de órgãos e associações do governo para lhes dar suporte (TAYLOR, 2012).

Os jogos do gênero *First Person Shooters* (FPS) eram os que possuíam maior popularidade nos Estados Unidos e na Europa e influenciaram o crescimento dos *e-sports*. A Coreia do Sul, no entanto, tinha como gêneros mais populares os *Massively Multiplayer Online Role Playing Games* (MMORPG), jogos massivos multijogadores online nos quais jogadores compartilham um mesmo mundo, no caso um servidor, enquanto estão na pele de um personagem criado pelo próprio jogador como “*Lineage*”, e os RTS, *Real Time Strategy*, jogos de estratégia em tempo real como “*StarCraft*”.

Os *e-sports* tiveram grande popularidade e crescimento na Coreia do Sul principalmente com “*StarCraft*”, da *Blizzard Entertainment*, desenvolvedora dos EUA. O último jogo se tornou tão popular que os jogadores profissionais deste possuíam status de celebridade no país, algo ainda impensável no ocidente (TAYLOR, 2012; WAGNER, 2006).

De acordo com Wagner (2006), uma das primeiras fontes confiáveis em que citaram o termo “*eletronic Sports*” (esportes eletrônicos) ou “*e-sports*” (e-Esportes) foi em 1999 em um *press release* para o lançamento da *Online Gamers Association* (OGA), em que Mat Bettington, fundador da associação, comparou os *e-sports* com os esportes tradicionais (GESTALT, 1999; ROGERS, 2019).

Pode-se medir a popularidade dos jogos pela audiência em plataformas de *streaming* e vídeos, como o Twitch e o Youtube Gaming, que contam com milhões de espectadores, como é mostrado no capítulo seguinte. O Twitch, principal plataforma de *streaming* de jogos, foi fundada em 2005 sob o nome Justin.tv e comprada pela Amazon em 2014 (COOK, 2014). O Google havia tentado comprá-lo e, como não conseguiu, criou o YouTube Gaming em 2015, um serviço de *streaming* concorrente, cuja participação vem crescendo e que foi incorporada como uma seção da plataforma principal YouTube em 2019 (GOOGLE, 2020; SARKAR, 2015). Dentre outras plataformas, existem o Mixer, da Microsoft, o Facebook Gaming e o Nimo.tv, da chinesa Huya Inc.

⁵ No Brasil, estes lugares são mais conhecidos como *lan houses*.

A partir da observação do autor desta monografia, alguns dos gêneros de jogos mais populares nestas plataformas são:

- a) *First Person Shooter* (FPS) - ou Tiro em Primeira Pessoa. São jogos em que a perspectiva do jogador é a mesma do personagem controlado, ou seja, a perspectiva em primeira pessoa. Geralmente, há combate com armas de fogo. Alguns exemplos desse gênero são o Counter-Strike: Global Offensive, a série Call of Duty e o Overwatch.
- b) *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) - são jogos competitivos em equipe, geralmente envolvendo 5 jogadores contra outros 5. Estes são jogados em uma “arena” com o objetivo de destruir a base do outro time. Cada jogador deve escolher um personagem dentre uma gama de opções, cada um com sua peculiaridade e, então, desempenhar uma função específica, em sinergia com o resto da equipe. League of Legends, DOTA 2, Smite e Arena of Valor são exemplos deste gênero.
- c) *Battle-Royale* - gênero popularizado recentemente, no qual vários jogadores, geralmente 100, simulam estar em uma área delimitada, geralmente uma ilha, e devem, individualmente ou em equipe, medir esforços e procurar armamentos e outros recursos com o objetivo de ser o único jogador ou equipe sobrevivente até o final de uma partida. Os exemplos mais conhecidos são Fortnite, PlayerUnknown’s BattleGround (PUBG) e Free Fire.
- d) *Role Playing Game* (RPG) – Jogo de interpretação de papéis em que os jogadores, seguindo um livro de regras, interpretam personagens em uma narrativa colaborativa com o apoio de um narrador ou *game master* que direciona a história, geralmente com temática fantástica. Nos videogames, a interpretação de personagens e a interação com a narrativa é limitada. Normalmente, traduz-se em um jogo em que o jogador encarna uma personagem que embarca em uma história épica e longa com sistemas de níveis de experiência para denotar a evolução dos personagens em batalhas. Os personagens podem ter certos níveis de customização, assim como a história pode ser linear ou ter consequências nas ações e decisões tomadas durante o jogo. Os jogos das franquias japonesas Pokémon, Dragon Quest e Final Fantasy e das ocidentais Elder Scrolls e The Witcher são exemplos conhecidos.
- e) *Massive Multiplayer Online Role Playing Game* (MMORPG) - é uma variante do gênero RPG. Em jogos deste tipo o jogador “encarna” um personagem dentro

de um mundo vasto, junto com milhares de outros que podem interagir com ele em tempo real. O jogador é capaz de escolher profissões e classes de batalha, entrar em guildas e batalhar entre si, oferecendo maior possibilidade de interação que os *videogames* de RPG mais tradicionais. Além da interação com outros jogadores, há maior grau de customização do avatar, mais interações com o ambiente e há mais liberdade nas escolhas, culminando na possibilidade de criar sua própria história e em mais oportunidades para interpretar um papel, se desejado. Como exemplos, têm-se World of Warcraft, Final Fantasy XIV, Guild Wars 2 e Black Desert. Sua popularidade se dá mais pelo fator social do que pelo competitivo.

- f) Jogos de cartas – gênero em que cartas com símbolos ou descrições são utilizados para a realização de uma partida. Dependendo das regras utilizadas, cada carta pode ter um valor, significado ou utilidade difere, sendo que um mesmo baralho pode ser usado para jogar truco, buraco ou paciência. Dentre os jogos tradicionais, o *poker* é o mais popular no meio *online* e competitivo.
- g) Jogos de cartas colecionáveis - ou *Collectible Card Game* (CCG) ou *Trading Card Game* (TCG), são jogos estratégicos em que é necessário montar um *deck*, um baralho ou conjunto de cartas, construído pelo próprio jogador de acordo com a estratégia dele e do oponente, utilizando cartas colecionáveis virtuais com habilidades e funções distintas. Surgiu inicialmente em mídia física, com jogos como Magic the Gathering, Pokémon Card Game e Yu-Gi-Oh!. Depois, estes ganharam suas versões digitais. Versões exclusivamente digitais possuem mecânicas que são difíceis de reproduzir em mídia física e têm como exemplos Hearthstone, Legends of Runeterra e Gwent.
- h) Luta - jogos que geralmente envolvem o duelo entre dois jogadores a partir de personagem selecionados, cada um com seu próprio jeito de jogar. A partir de uma sequência de comandos, os personagens desferem socos, chutes e outros golpes, a fim de derrotar o oponente. São jogos que exigem reflexos rápidos. Dentre os exemplos atuais, têm-se Street Fighter V, Tekken 7, Dragon Ball FighterZ e Mortal Kombat 11.
- i) Esportes - jogos de esportes tradicionais, como futebol e basquete, nos quais o jogador pode controlar uma equipe ou indivíduo em uma partida dentro das regras de cada esporte. Geralmente, os jogos possuem licenças das federações e times para uso de imagem e possuem campeonatos de *e-sports* organizados junto

a elas. Exemplos são as séries anuais da FIFA, Pro Evolution Soccer (PES), NBA e NFL.

- j) Corrida: jogos que envolvem corridas, geralmente automobilística. Apesar de existirem jogos com menos foco em mecânicas e temas realistas e, conseqüentemente, mais acessíveis ao público casual, o cenário competitivo mais comum envolve jogos com ênfase em simulação, que traz locais, carros e físicas que se empenham em simular a realidade, exigindo mais habilidade e destreza. Para melhor imersão e precisão, os jogadores utilizam controles específicos para o gênero, como volantes, pedais e assentos, que, combinados, formam um “*cockpit*”. Entre jogos do gênero, há a série Gran Turismo, a série anual Fórmula 1, iRacing e rFactor2.
- k) Ação/Aventura: jogos criados em um mundo em que o jogador explora e completa diversos objetivos através de uma série de ações (LEE et al., 2014). Como exemplos, tem as séries The Legend of Zelda e Prince of Persia.
- l) *Sandbox* – o termo vem do inglês “caixa de areia”, em alusão a um “espaço fechado” que permite uma pessoa brincar, criar mundos e regras sem conseqüências para o “mundo externo”. De acordo com Breslin (2009), o *design* em um jogo *sandbox* facilita e encoraja um senso de liberdade do jogador, dando uma estrutura para jogar e um mundo cheios de detalhes para interagir. Este gênero encoraja a experimentação, novos modos de jogar. Os exemplos mais famosos são Minecraft, Garry’s Mod e as séries GTA e The Sims.

Segundo Wagner (2006), considerando os rápidos avanços e integração cultural das tecnologias de informação e comunicação, o aumento da relevância dos *e-sports* é conseqüência da transição da sociedade industrial para a informacional. O autor chama as competências e estratégias para o uso das tecnologias de comunicação e informação de *cyberfitness*, definindo os *e-sports* como uma área da atividade esportiva em que pessoas desenvolvem e treinam habilidades mentais ou físicas no uso das tecnologias de informação e comunicação.

Vários esportes “tradicionais”, no entanto, são assistidos ou mediados com o auxílio de computadores e outras tecnologias digitais (HAMARI; SJÖBLOM, 2017). Para diferenciar os *e-sports*, Hamari e Sjöblom (2017) apontam que a diferença é o equipamento primário que o atleta usa e a atividade do jogador ou time dos *e-sports*, que têm o seu resultado manifestado no “mundo virtual”. Baseado nisso, definiram *e-sports* como uma forma de esporte no qual os aspectos primários do esporte são viabilizados por sistemas eletrônicos; o *input* dos jogadores

e times assim como o *output* do sistema dos *e-sports* são mediados por interfaces homem-máquina (HAMARI; SJÖBLOM, 2017).

Outra peculiaridade nos *e-sports* é encontrada nos modelos administrativos, que independem de federações e confederações, ao contrário dos esportes tradicionais. De acordo com Ashton (2020), modelos tradicionais de governança possuem um órgão central que regulariza e estrutura o esporte, com as federações internacionais e nacionais devendo manter a conformidade, demonstrado de forma resumida na Figura 4.4. Existem dezenas de comissões em cada federação, seja para regularização dos jogadores, *flair-play*, ética, medicina e ciência, entre outros aspectos. Cada esporte possui peculiaridades em sua governança, como, por exemplo, a USA Basketball (USAB) é o órgão principal do basquete nos EUA, responsável pelo desenvolvimento da modalidade no país, treinamento e seleção da equipe nacional, sendo o representante do país em competições internacionais. Apesar disso, o campeonato profissional nacional não é realizado pela USAB, mas pela National Basketball Association, a NBA, que é membro da federação (USA BASKETBALL, 2020).

Figura 4.4 – Exemplo de uma Estrutura de Governo nos Esportes



Fonte: ASHTON (2020).

Apesar de existirem organizações internacionais que representem a modalidade, os *e-sports* seguem um modelo descentralizado, com as detentoras dos direitos autorais do jogo realizando o papel de órgão máximo. Além disso, as regras do jogo vão sendo estabelecidas no desenvolvimento do jogo, no qual ficam incorporadas. A operação das ligas pode ser realizada

em parceria com outras companhias e federações. Em League of Legends, sua *publisher*, a empresa Riot Games, detém o papel de órgão regulador e seus escritórios regionais e nacionais aplicam suas determinações para a administração dos times, jogadores e competições. Há parcerias com empresas em ligas da segunda divisão da Europa e, na Coreia do Sul, a federação nacional ajuda a regular a liga do país, sendo que as regras e ações disciplinares são determinadas pela *publisher*.

Como os jogos praticados têm propósito comercial e são de propriedade intelectual das *publishers*, outras organizações, mesmo federações, necessitam de autorização para agir como gestor. A empresa Valve, detentora do jogo Counter-Strike: Global Offensive, não regula diretamente nem realiza suas competições, delegando as funções de regulamentar e organizar o calendário a várias empresas organizadoras. A Valve apenas impõe alguns limites e condições, tal como impedir as exclusividades em ligas, posse múltipla de times e conflito de interesses e, eventualmente, patrocinando as competições. Assim, além de lidar com a competição em si, elas também regulam times e jogadores (ASHTON, 2019, 2020; BOCCHI, 2018).

Alguns países já regularizaram a prática da modalidade de diferentes maneiras. Países como a Rússia e China reconheceram os *e-sports* como esportes, enquanto países como Japão e Coreia do Sul regularizaram a prática sem reconhecê-la como tal. Países como França e Japão ainda precisaram legalizar a prática ao desvinculá-la dos jogos de azar (BAPTISTA, 2019; IESF, 2017, [s.d.]).

4.4 ORGANIZAÇÃO COLETIVA DO E-ESPORTES

Várias associações e confederações relacionados ao esporte eletrônico, existem no mundo, buscando promover as modalidades, jogadores e ajudando a padronizar o *e-sports*. Alguns exemplos são a International e-Sports Federation (IeSF), a Global Esports Federation (GEF), a European Esports Federation (EEF), e a World Esports Consortium (WESCO). Estas organizações procuram administrar os *e-sports* internacional e têm o reconhecimento de governos e do Comitê Olímpico Internacional (COI).

Também existem as federações e associações nacionais, como a United States eSports Federation (UeSF), dos EUA, a Korean eSports Federation (KeSPA), a British Esports Association (BEA), a Federação Portuguesa de Desportos Eletrónicos (FPDE), a Japan Esports Union (JESU) e o Departamento de E-sport da Administração Geral de Esportes da China. Não

há um único padrão entre essas organizações nacionais. Algumas estão ligadas aos governos de seus países, outras não. Algumas possuem fins lucrativos, outras não. No Brasil, a organização oficial é a Confederação Brasileira de Desporto Eletrônico (CBDEL).

As associações de ligas e/ou times criam e administram as relações entre times e ligas. As associações tentam negociar as condições de jogo e compensações, a criação de regras padronizadas entre várias competições e a introdução de formas de divisão de receitas. Algumas associações podem ter a sua própria liga, e em outras o operador de uma liga é um membro da organização. Nos esportes tradicionais, não existem associações equivalentes, por causa da natureza mais dispersa e fraturada desta indústria, pois as organizações de equipes profissionais podem participar em partidas organizadas por diferentes ligas. A Professional Esports Association (PEA), a World Esports Association (WESA) e a Associação Brasileira de Clubes de Esports (ABCDE) são exemplos.

Existem, ainda, as associações de jogadores, que funcionam como sindicatos, protegendo direitos dos jogadores, realizando negociações coletivas entre as organizadoras das ligas e/ou publicadoras (*publishers*), e buscando criar oportunidades profissionais além da cena competitiva. A maioria destas associações são criadas de forma independente pelos jogadores, porém algumas publicadoras e ligas também criaram associações de jogadores para suas próprias competições. Exemplos são Counter Strike Professional Players Association (CSPPA), North American League of Legends Championship Association (NALCSPA), e a Comissão de Atletas da IeSF.

Por último, existem as associações da indústria de *games*, associações comerciais que representam as empresas do setor, não sendo focados em *e-sports*. Elas estabelecem relações com o governo, auxiliam na proteção de propriedade intelectual, advogam a favor das empresas e organizam eventos. Alguns exemplos são a Electronic Software Association (ESA), Computer Entertainment Supplier's Association (CESA), a Verband der deutschen Games-Branche e.V., e a Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Digitais (Abragames) (ASHTON, 2019).

4.5 OS JOGADORES NO E-SPORTS PROFISSIONAL

De acordo com Taylor (2012), o domínio sobre o corpo e um alto nível de reação em um ambiente competitivo são algumas das competências que os jogadores profissionais

precisam. Devido à natureza profissional dos jogadores, observou-se outras habilidades virem à tona, como:

- a) Habilidades e técnicas assimiladas: compreender e administrar-se como um ator (*embodied actor*) é um desafio central para um jogador profissional. O comportamento é construído através de uma série de minuciosas e sutis ações, manobras, manejos, manuseios e exercícios. Em jogadores de elite, isso é algo internalizado e natural;
- b) Conhecimento técnico: a natureza intrínseca do jogo está relacionada aos sistemas tecnológicos, criando uma ligação entre a tecnologia e as habilidades técnicas desenvolvidas, como conseguir gerenciar e customizar interfaces, montar o seu próprio computador otimizando o custo e desempenho, solucionar problemas relacionados ao *hardware* e *software* e conseguir conversar sobre tais aspectos técnicos da subcultura *gamer* para demonstrar profissionalismo;
- c) Domínio em jogos e sistemas: os jogadores profissionais possuem um amplo conhecimento do funcionamento do jogo como um sistema, que possui regras incorporadas e condições de vitória. Conhecem os limites dos jogos e o melhor jeito de aproveitá-los. O conhecimento do *layout* e terreno de um mapa, as habilidades de um personagem ou classe, o funcionamento de alguma arma ou ferramenta, tal como o entendimento da física do sistema e comandos e atalhos básicos são necessários para o domínio do jogo;
- d) Pensamento tático e estratégico: a complexidade estratégica e as habilidades táticas de um jogador profissional são um dos maiores requisitos que os separam dos jogadores casuais, não sendo exclusivo para os jogos eletrônicos. Habilidades assim são obtidas a partir de muita prática, muitas vezes realizando treinos para testar jogadas, estratégias para anular o oponente (*counter*) e explorar novas estratégias e personagens, podendo considerar isto como uma forma de pesquisa e estudo. A partir da prática, busca-se internalizar tais táticas e estratégias a ponto de se tornar a execução algo natural;
- e) Habilidade de improviso e imaginação: as partidas de elite têm movimentos iniciais de abertura, táticas estabelecidas e muita improvisação. Tão importante quanto o improviso, é a imaginação. Os jogadores profissionais estão abertos a pensarem e movimentarem-se além das convenções de jogo, criando novas opções de jogo e contestando o padrão de jogo dominante;

- f) Competências sociais e psicológicas: os jogadores profissionais estão inseridos em comunidades para práticas e redes sociais, desenvolvendo valores e habilidades para este contexto. Isso varia desde coisas mundanas, como o comportamento adequado antes, durante e depois de partidas, até aprender a usar o lado psicológico nas competições. Outro aspecto importante é a capacidade de formar modelos mentais de seu oponente e determinar seu estilo de jogo para ajustar sua atuação. Em jogos baseados em times, é preciso se tornar um bom membro, aprendendo sua função, como trabalhar em equipe e ouvir e dar instruções. Um jogador pode se tornar um importante membro de equipe mesmo não sendo o mais habilidoso ao ter essas habilidades. Além das habilidades sociais necessárias dentro do jogo, os profissionais devem estar aptos a conviver com seu time, seja em viagens ou dividindo quartos em hotéis, tal como interagir com organizadores e administrados de torneios e agir como figura pública ao manter contato com espectadores e fãs;
- g) Conhecimento/know-how/senso/inteligência institucional e de carreira: outro componente social necessário é o cuidado com a carreira e a boa percepção da cena dos *e-sports*. Aqueles que possuem mais sucesso buscam construir seu nome ou marca, ter uma reputação, lidar com contratos, patrocínios e a mudança para outros times.

Entre os jogadores de *e-sports*, existem amadores e profissionais. No cenário profissional, os atletas garantem sua renda através de diferentes fontes. Além dos salários pagos pela equipe que contrata e das premiações de competições, os *pro gamers* possuem patrocínios, negociam direitos de imagem, ganham com *merchandising*, bilheteria e realizando *live streaming*, que gera uma renda extra para o jogador ou mesmo para a equipe, dependendo das cláusulas do contrato. Esta renda advém de anúncios exibidos pela plataforma, de doações do público, inscrições no canal do *streamer* que dão acesso a conteúdos exclusivos, patrocínios e publicidade.

O *site* Esports Earnings busca prover, através de esforços da própria comunidade, uma fonte que concentre as informações sobre premiações dos eventos de *e-sports*, a partir de dados disponíveis publicamente, como artigos, entrevistas, reportagens e outras mídias. Na Tabela 4.1, observa-se o aumento do número de competições e, logo, do total em premiações, assim como o número de jogadores.

Tabela 4.1 – Dados de Premiações em competições de *e-sports*

Ano	Premiação Total (US\$ milhões)	Nº de tor- neios	Jogadores ativos	Média		Mediana	
				Premiação dos torneios (US\$ mil)	Prêmio por jogador (US\$ mil)	Premiação dos torneios	Prêmio por jogador
1998	0,13	9	34	14,63	3,87	\$15.000,00	\$1.250,00
2000	0,75	65	258	11,47	2,89	\$4.100,00	\$400,00
2005	4,30	338	1517	12,74	2,84	\$3.841,38	\$600,00
2010	6,27	972	3337	6,45	1,88	\$390,00	\$260,28
2015	67,18	5256	14297	12,78	4,70	\$401,15	\$215,93
2016	98,19	4765	16578	20,61	5,92	\$530,00	\$284,57
2017	116,52	4756	19251	24,50	6,05	\$805,95	\$354,80
2018	164,17	4411	22391	37,22	7,33	\$1.900,00	\$636,14
2019	228,20	5058	25539	45,12	8,94	\$1.500,00	\$700,00

Fonte: Elaborado a partir de ESPORTS EARNINGS ([s.d.]).

Apesar do aumento das médias de premiação em torneios, a mediana demonstra que o valor é inflado pelos valores dos eventos principais, e o mesmo ocorre com a média de prêmios pela quantidade de jogadores ativos, com valores inflados pelos jogadores da elite. Mesmo assim, os valores das medianas aumentaram consideravelmente nos últimos anos. As tabelas 4.2 e 4.3 mostram as maiores premiações em torneios e maior valor acumulado em prêmios por jogador em 2019, respectivamente.

Tabela 4.2 – Torneios de *e-sports* com maiores premiações

Torneio	Premiação Total	Jogo	Nº jogadores
The International 2019	\$34,330,069.00	Dota 2	90
The International 2018	\$25,532,177.00	Dota 2	90
The International 2017	\$24,687,919.00	Dota 2	90
The International 2016	\$20,770,460.00	Dota 2	80
The International 2015	\$18,429,613.05	Dota 2	80
Fortnite World Cup Finals 2019 - Solo	\$15,287,500.00	Fortnite	100
Fortnite World Cup Finals 2019 - Duo	\$15,100,000.00	Fortnite	100
The International 2014	\$10,931,103.00	Dota 2	70
LoL 2018 World Championship	\$6,450,000.00	League of Legends	130
PUBG Global Championship 2019	\$6,079,999.99	PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS	128

Fonte: Elaborado a partir de ESPORTS EARNINGS ([s.d.]).

Do valor da premiação de The International 2019, US\$15.620.181,00 foi destinado ao time campeão. O menor valor encontrado entre as 500 maiores premiações é de US\$250.000,00

de premiação geral com US\$100.000,00 para a equipe vencedora (ESPORTS EARNINGS, [s.d.]). A premiação total do Campeonato Brasileiro de League of Legends 2019 (CBLLOL 2019) foi de R\$200.000,00, com R\$70.000,00 destinado ao time campeão (RIOT GAMES, 2019).

Tabela 4.3 – Jogadores de *e-sports* com mais premiações recebidas na carreira

Nome	ID do Jogador	País de origem	Total (Geral)
Johan Sundstein	N0tail	Dinamarca	\$6,898,191.79
Jesse Vainikka	JerAx	Finlândia	\$6,470,000.02
Anathan Pham	ana	Austrália	\$6,000,411.96
Sébastien Debs	Ceb	França	\$5,496,833.01
Topias Taavitsainen	Topson	Finlândia	\$5,414,446.17
Kuro Takhasomi	KuroKy	Alemanha	\$5,175,688.15
Amer Al-Barkawi	Miracle-	Jordânia	\$4,739,318.88
Ivan Ivanov	MinD_ContRoL	Bulgária	\$4,530,393.36
Maroun Merhej	GH	Líbano	\$4,133,326.44
Lasse Urpalainen	Matumbaman	Finlândia	\$3,635,781.04

Fonte: Elaborado a partir de ESPORTS EARNINGS ([s.d.]).

A Tabela 4.4 mostra os brasileiros mais bem pagos em premiação. O primeiro é apenas o 80º no *ranking* geral, o *player* de Counter Strike, Gabriel “Fallen” Toledo.

Tabela 4.4 – Jogadores brasileiros com maiores premiações recebidas na carreira

Nome	ID do Jogador	Total (Geral)
Gabriel Toledo	FalleN	\$1,045,184.48
Epitácio de Melo	TACO	\$1,041,439.89
Fernando Alvarenga	fer	\$1,032,525.52
Marcelo David	coldzera	\$988,381.46
Lincoln Lau	fnx	\$423,799.40
Ricardo Prass	boltz	\$363,490.82
Paulo Damo da Rosa	PVDDR	\$337,800.00
João Vasconcellos	felps	\$313,346.57
Guilherme Fonseca	GuiFera	\$237,251.21
Lucas Teles	Lucas	\$209,087.47

Fonte: Elaborado a partir de ESPORTS EARNINGS ([s.d.]).

Os salários dos *pro gamers* não são amplamente divulgados, tendo ainda diferenças entre países e ligas, devido a leis trabalhistas e regulamentos das organizações. Até 2017, a League of Legends Championship Series (LCS), liga americana de League of Legends, estipulou que os jogadores deveriam ter um salário mínimo de US\$25.000 anuais, quando a

partir de 2018, passou a usar o sistema de franquias e houve aumento para US\$75.000 e distribuição de lucros (LOLESPORTS STAFF, 2017; RIOT GAMES, 2013). Em 2015, Jonathan Pan (2015), co-fundador da Team Elemental, time dos EUA de League of Legends, divulgou o salário de seus jogadores, variando entre US\$70.000 e US\$92.000 incluindo bônus e salário base entre US\$57.500 e US\$65.000.

Romain Bigeard, gerente geral de League of Legends na OpTic Gaming, em entrevista de 2018, expõe que a média salarial subiu de US\$105.000 anuais em 2017 para US\$327.000 anuais em 2018, e no mesmo ano, Chris Greeley, gerente sênior de operações de liga de *e-sports*, em entrevista para a Forbes, corroborou a informação ao citar que a média salarial era de US\$320.000, e, em palestra no mês de abril de 2019, que a média salarial ultrapassa US\$300.000 anuais (ADSMOFRO, 2018; GREELEY, 2019; HEITNER, 2018; RIGON, 2019).

Na liga europeia de League of Legends, a League of Legends European Championship (LEC), o fundador da organização H2K, Richard Wells, publicou vídeo em setembro de 2019, detalhando os custos de uma equipe do jogo e revelou que a média salarial é de €250.000 anuais e de €60.000 para jogadores das equipes *academy*, equipes de formação (RODRIGUES, 2019; WELLS, 2019).

No Brasil, os salários dos jogadores do mesmo jogo variam entre R\$3.000 e R\$20.000 mensais de acordo com Lucas Simon um dos fundadores da equipe INTZ, em palestra de 2017. Ainda ressaltou que o contrato com o jogador também engloba patrocínio, ações de marketing, direito de imagem ou parte de lucros em transmissões online (AZEVEDO, 2017). Em artigo de 2019, afirma-se que o jogador Felipe “brTT” Gonçalves recebe R\$20.000 da sua equipe, o Flamengo (HAGUI, 2019).

A Overwatch League, liga do jogo Overwatch, estipulou desde sua criação que os jogadores devem ter contrato de pelo menos 1 ano, salário mínimo de US\$50.000 anuais, seguro de saúde e plano de aposentadoria, e distribuição de pelo menos 50% dos bônus de performance de time diretamente aos jogadores (BLIZZARD ENTERTAINMENT, 2017). Em 2019, o jogador médio recebeu US\$114.000, abrangendo US\$97.000 de salário base, US\$16.000 em premiações e US\$1.000 em bônus. A mediana do salário foi de US\$80.000 (MORELLO, 2019).

O *live streaming*⁶, a transmissão *online* ao vivo, atividade realizada pelos *streamers* como profissão e fonte de renda, também é realizada pelos jogadores. Além de ser um meio de divulgação e aproximação com o público, também é um gerador de renda. Durante as *streams* ou *lives*, o jogador interage com os espectadores em tempo real enquanto joga partidas. O

⁶ O *live streaming* não é limitado apenas a jogos eletrônicos. Pode-se abordar qualquer assunto de interesse como música, pintura, jardinagem etc.

público pode então realizar doações e inscrever-se no canal, além de estar exposto à anúncios, o que gera renda. As transmissões podem estar sob contrato da equipe, que tem parte dos ganhos e ajudam na infraestrutura. Os valores variam de acordo com a plataforma de transmissão.

4.6 E-SPORTS NO BRASIL

Assim como em outros países, e como já citado no presente trabalho, no fim dos anos 1970, houve a chegada dos fliperamas e dos videogames domésticos no Brasil. Devido ao alto preço dos consoles, houve demanda para o surgimento das locadoras de jogos, em que os clientes podiam alugar jogos ou pagar para jogar os jogos em videogames instalados no local, dando acesso às crianças, principal público-alvo, jogarem videogame, se tornando pontos de socialização (MARTINS, 2019; PACHECO, 2019; ROSA, 2019).

Dentro das locadoras, eram organizadas competições amadoras e sem o glamour atual, dando videogames e jogos como premiação, o que ajudava a movimentar o negócio, estimulando as crianças a frequentarem mais o estabelecimento para treinarem. Algumas locadoras davam até apoio a alguns jogadores, oferecendo aluguéis e tempo na locadora gratuitos em troca de exposição, como em campeonatos realizados pelas revistas especializadas da época. Em 1992, a revista Ação Games realizou o Primeiro Campeonato Brasileiro de *Videogames*, que aparece na Figura 4.5. Os interessados em participar da etapa presencial, em São Paulo, eram selecionados a partir de suas pontuações nos jogos, enviadas através de fotografias, pelo correio (AÇÃO GAMES, 1992; PACHECO, 2019).

Figura 4.5 – Campeonato da revista Ação Games



Fonte: PACHECO (2019).

No mesmo ano, a Supergames, outra revista especializada em jogos eletrônicos, organizou a Olimpíada Brasileira de Videogames, apresentada na Figura 4.6, com um esquema de classificação semelhante à da Ação Games e final presencial também em São Paulo. Os vencedores foram premiados com uma viagem à Disney (LEMES, 2014; PACHECO, 2019). A Figura 4.7 mostra uma reportagem de jornal da época.

Figura 4.6 - Pódio da Olimpíada Brasileira de Videogames, categoria Master System



Fonte: PACHECO (2019).

Figura 4.7 – Recorte de reportagem sobre os campeões da Olimpíada Brasileira de Videogames



Fonte: PACHECO (2019).

Os anos 1990 foram importantes para as competições eletrônicas, com o surgimento de jogos competitivos nos quais os oponentes disputavam uma partida em tempo real e de modo direto, não mais através da maior pontuação. Exemplos são os jogos de luta como Street Fighter II, esportivos como International Superstar Soccer e de corrida como Top Gear.

No fim desta década e no começo do novo milênio, houve a popularização dos computadores, com a possibilidade de interagir com usuários na mesma rede local ou através da internet, mas tanto os computadores quanto o serviço de internet eram caros na época. Sunami Chun, filhos de coreanos, trouxe, então, o conceito dos *PC Bangs* e *Internet cafés* da Coreia do Sul, abrindo, em 1998, a Monkey, primeira rede de *lan houses* do país (DE SOUZA, 2013; NASCIMENTO, 2010).

As *lan houses* permitiam um cliente usar o computador pagando pelo tempo usado para ter acesso à internet e aplicações. O principal atrativo eram os jogos disponíveis e a possibilidade de jogar junto com vários usuários do estabelecimento ao mesmo tempo, seja em equipe ou cada um por si. Tal ambiente tornou acessível tais elementos e transformou-se em um local de socialização, assim como as locadoras. Entre os jogos mais populares estava o Counter Strike, do gênero *First Person Shooter* (FPS), apresentado antes. Vários torneios também eram organizados pelas *lan houses*, como a Liga Monkey, que ocorria nas várias unidades da Monkey que surgiram, sendo que a etapa final era realizada em São Paulo (NASCIMENTO, 2010). A Figura 4.8 mostra o momento de um desses campeonatos.

Figura 4.8 – Foto de um dos torneios que ocorriam nas *lan houses* da Monkey



Fonte: NASCIMENTO (2010).

Foi nesta época que os *e-sports* começaram a ganhar forma, com o surgimento de competições, associações e o estabelecimento de equipes profissionais em diferentes países. No Brasil, a MIBR, Made In Brazil, nasceu em 2003. O empresário Paulo Velloso, pai do jogador Rafael “pred” ajudou a custear a viagem do time do filho para os Estados Unidos para a Cyberathlete Professional League Summer 2003 (CPL Summer 2003), um dos principais torneios da época criado pela pioneira liga, no qual se classificou. Após essa experiência, o empresário decidiu investir nos *e-sports*, o que resultou em um time muito competitivo, acumulando vários títulos internacionais (BIAZZI, 2019).

Atualmente, os *e-sports* já estão mais bem estabelecidos e ainda em contínua expansão. O país já acumula várias competições internas e participações em competições internacionais, ganhando popularidade e reconhecimento do público geral, sendo o terceiro maior país em número de entusiastas em 2018, com 7,6 milhões de pessoas (NEWZOO, 2018a). Por exemplo, o Mid-Season Invitational 2017 do League of Legends, realizado em São Paulo e Rio de Janeiro, também reuniu equipes de todo mundo e teve um público local de 35 mil pessoas (NEWZOO, 2018a). As Finais do Campeonato Mundial de Free Fire 2019, jogo para celulares do gênero *battle-royale*, muito popular no Brasil e Sudeste Asiático, ocorrido no Rio de Janeiro, foi transmitido ao vivo pela internet e teve uma audiência recorde. O pico de público foi de 2 milhões de espectadores, o terceiro maior entre todos os torneios de *e-sports* transmitidos no mundo em 2019, e uma média de público de 1,2 milhões de espectadores, a maior entre todos

os torneios de *e-sports* transmitidos (COUTINHO, 2019; ESCHARTS.COM, 2020). No YouTube, alcançou o recorde de maior audiência no Brasil, com 1,2 milhão de espectadores simultâneos, superando o feito anterior, nas Finais Free Fire Pro League Season 3, campeonato brasileiro do jogo, que obteve 1,05 milhão de espectadores (TARTAGLIA, 2019).

De acordo com a Newzoo (2018), a audiência total do Brasil no ano de 2018 foi de 18,3 milhões de pessoas, contando espectadores ocasionais e entusiastas, como mostra a Tabela 4.5. Os entusiastas representam 5,3% da população online do país, abaixo da China, onde esta taxa é de 7,9%, e dos EUA, 7,7%, demonstrando ainda potencial para crescimento.

Tabela 4.5 – Audiência em *e-sports* no Brasil

Ano	Espectador ocasional (em Milhões)	Entusiasta de e-sports (em Milhões)	% Entusiastas	Audiência Total (em Milhões)	Crescimento (Anual)
2017	8,8	6,6	42,8%	15,4	8,5%
2018	10,7	7,6	41,5%	18,3	18,6%
2021	15,3	12,6	45,2%	27,9	16%*

*valor usando o CAGR 2017-2021, Taxa de Crescimento Anual Composta

Fonte: NEWZOO (2018a).

4.7 ORGANIZAÇÃO COLETIVA DO E-SPORTS NO BRASIL

No Brasil, também houve a criação de várias destas organizações coletivas, como a Associação Brasileira de Clubes de Esports (ABCDE), Confederação Brasileira de Desportos Eletrônicos (CBDEL), Confederação Brasileira de eSports (CBeS), Confederação Brasileira de Esportes Eletrônicos (CBEE), e a Confederação Brasileira de Games e Esports (CBGE).

Dentre as organizações mais conhecidas está a Associação Brasileira de Clubes de Esports (ABCDE), associação formada em 2016 por times profissionais de esportes eletrônicos do país com o objetivo de profissionalizar a classe, representar os clubes, fomentar o *e-sports* no país e contribuir para uma melhor comunicação entre as organizações. A Riot Games, produtora do jogo League of Legends, viu com bons olhos e vê a criação da associação, como algo que ajudará na profissionalização da modalidade (ESPN BRASIL, 2016; VICCHIATTI,

2016a). Nesse mesmo ano, a ABCDE conseguiu fechar um acordo com a Esporte Interativo⁷ pelos direitos de transmissão para o Brasil Game Cup (VICCHIATTI, 2016b).

A Confederação Brasileira de Desportos Eletrônicos (CBDEL) é a única confederação que possui certificação e homologação pelo antigo Ministério dos Esportes, que foi incorporado ao Ministério da Cidadania (BRASIL, 2019a, 2019b; BRASIL; SECRETARIA ESPECIAL DO ESPORTE; MINISTÉRIO DA CIDADANIA, 2019). Autointitulado como entidade máxima do esporte eletrônico no país, a CBDEL criou a Justiça Desportiva do Esports, uma Câmara de Arbitragem e diversas comissões, como Educação, Ética, Atletas, Social e Familiar, Tecnologia, entre outros, procurando funcionar de maneira similar às entidades de esportes tradicionais.

Apesar disso, o órgão não é reconhecido por várias equipes profissionais e importantes empresas de *e-sports*, como a Riot Games, Ubisoft, ESL, Boa Compra e Webedia, o que se tornou evidente em documento assinado por estas empresas e enviado para a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e a Federação Paulista de Futebol (FPF), que articulavam com a CBDEL a organização de torneios e eventos de *e-sports*. Outro problema apontado por seus detratores foi sua falha em enviar delegações brasileiras para o 8º Mundial da Federação Internacional de Esportes Eletrônicos, realizados em Jacarta em 2016, mesmo com vagas garantidas (GUERRA, 2018).

Outro motivo para não ser reconhecido se deve ao modelo de organização dos *e-sports*, como explanado no item anterior. Nos esportes tradicionais, o modelo federativo, além de promover a modalidade e agir a favor de seus interesses, tem função de estruturar o esporte, padronizando regras e administrando competições. Além disso, nos *e-sports*, as regras já estão embutidas no próprio jogo e a organização e regulamentação das competições são realizadas pelas próprias produtoras ou organizadoras independentes, como apresentado antes. Por serem jogos comerciais, é necessário autorização dos detentores da propriedade intelectual para agir como gestor. A Riot, por exemplo, firmou acordo com a Associação Brasileira de Clubes de Esports (ABCDE), em 2017, para que os atletas de sua liga tivessem contrato dentro da Consolidação das Leis de Trabalho (CLT), seguindo normas da Lei Pelé, mesmo sem legislação específica para os cyberatletas (ALVES, 2017).

Em função do crescimento dos *e-sports*, começou-se a discutir a necessidade de ter regras legais específicas para esta atividade. No Brasil, a atividade ainda não foi devidamente regularizada. Atualmente, empresas, organizações e atletas do setor estabelecem vínculos

⁷ Canal de televisão especializado na transmissão de eventos e conteúdo esportivo.

empregatícios de acordo com a legislação comum aos esportes, a Lei nº 9.615/98, conhecida como a Lei Pelé, possuindo direito a carteira de trabalho e proteção jurídica semelhante a de atletas de modalidades tradicionais (ARAÚJO, 2018). Neste sentido, existe um Projeto de Lei no Senado (PL 383/17), conhecido como a Lei dos Esports (ROCHA, 2017).

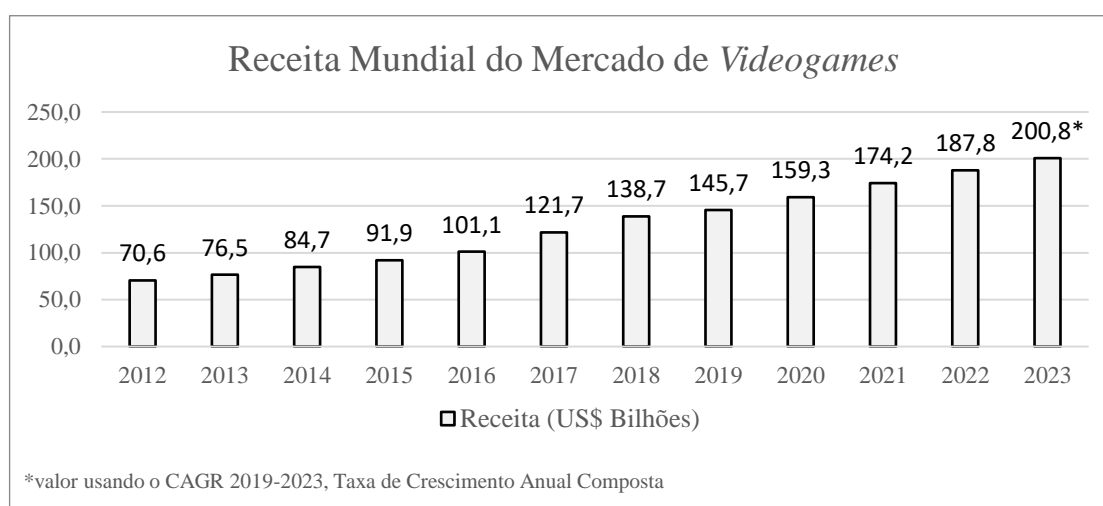
Esse projeto de lei considera o esporte eletrônico como uma prática esportiva e o praticante deste como atleta, o que causou discussões sobre o *e-sports* ser um esporte ou não. Inicialmente, a senadora Leila Barros, ex-jogadora de vôlei, chegou a dizer que não considerava a modalidade como esporte, mas, após conhecer mais sobre o assunto, mudou de opinião e começou a apoiar a causa. Em 3 de julho de 2019, a senadora propôs uma melhor discussão sobre o tema, impedindo que o PL prosseguisse para aprovação da Câmara dos Deputados.

Isso impediu que ela prosseguisse com dois pontos criticados: a exclusão jogos violentos e, conseqüentemente, de jogos importantes como Counter-Strike e Rainbow Six, que já possuem um cenário competitivo estruturado; e que a gestão, coordenação e normatização dos esportes eletrônicos devem ser realizados por ligas e entidades nacionais e regionais de administração do desporto, no qual podem ser organizados em federação e confederação, que se opõe ao modelo realizado atualmente. Como a proposta da senadora foi aceita, houve mais tempo para discutir o tema, com a realização de novas comissões e audiências públicas, e maior participação de organizações que apoiam o *e-sports*, além empresas e times afetadas (GUERRA; MELO, 2019; MELO, 2019; NOGUEIRA, 2019).

5 MERCADO DE JOGOS ELETRÔNICOS

De acordo com a Newzoo (2019b) e Wijman (WIJMAN, 2020), o mercado global de jogos eletrônicos gerou US\$ 145,7 bilhões em 2019, um crescimento de 5,05% em relação ao ano anterior e mais que dobrou comparado a 2012, como pode ser visto na Figura 5.1. A receita foi menor que o previsto de US\$152,1 bilhões, devido a antecipação da nova geração de consoles tal como as projeções posteriores foram afetadas devido a pandemia pelo COVID-19 (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020; PAHO, 2020). Espera-se que a pandemia gere um aumento no engajamento e receitas no curto prazo, já que a cadeia de suprimentos também foi afetada, prejudicando a distribuição física e desenvolvimento de produtos. Em 2023, espera-se uma receita de US\$200,8 bilhões ao usar um CAGR⁸ entre 2019 e 2023 de 8,3%.

Figura 5.1 - Receita no mercado de jogos eletrônicos 2012-2023



Fonte: NEWZOO (2017, 2018b, 2019b); WIJMAN (2020).

O mercado da Ásia-Pacífico é o maior do mundo, previsto US\$ 78,3 bilhões em 2020, representando 49% do total gerado, o que pode ser observado na Tabela 5.1. Seu crescimento em relação a 2019 seria de 9,9% (NEWZOO, 2019b; WIJMAN, 2020). Nota-se que em 2019, o crescimento esperado foi de 6,6% devido a uma política que congelou os processos de licenciamento de jogos até o fim de 2018 (CHAN, 2018), o que também tirou o posto de região com crescimento mais rápido, que agora é da América Latina, graças à melhora na infraestrutura

⁸ CAGR, *Compound Annual Growth Rate*, ou Taxa de Crescimento Anual Composta é um indicador que analisa a viabilidade de um negócio, sendo a taxa de retorno necessária para um investimento crescer, assumindo que os lucros seriam reinvestidos todo ano. O CAGR é um valor fictício que estima a taxa de crescimento se ela fosse constante (MURPHY, 2019).

e maior procura por jogos e *e-sports*, alcançando um CAGR (2018-2022) de 10,4% e um crescimento esperado de 10,3% em 2020. Apesar disso, a América Latina é a região que menos contribui para a receita total, com apenas US\$ 5,5 bilhões em 2019, 4% do total (NEWZOO, 2019b).

Tabela 5.1 - Mercado de Jogos eletrônicos de 2020 por Região

Mercado	Receita (US\$ Bilhões)	Crescimento (Anual)	%
Europa, Oriente Médio e África	35,0	8,8%	22%
América Latina	6,0	10,3%	4%
Ásia-Pacífico	78,3	9,9%	49%
América do Norte	40,0	8,5%	25%
Global (Total)	159,3	9,3%	100%

Fonte: WIJMAN (2020).

A Tabela 5.2 apresenta os 10 países com os maiores mercados nesta atividade. Os Estados Unidos têm a maior receita, US\$36,8 bilhões, seguido pela China, com US\$36,5 bilhões, e Japão, com US\$18,9 bilhões. Os EUA é o segundo país em população (329 milhões de habitantes) entre os 10 primeiros países em receita e 53,49% (176 milhões de habitantes) jogam. A China possui a maior população (1,42 bilhões de habitantes) e maior população de jogadores (644 milhões), mas a proporção de pessoas que jogam é menor, 45,35%. Observa-se, assim, o grande mercado potencial que a China representa.

Tabela 5.2 - Os 10 maiores países em receita em jogos eletrônicos em 2019

Posição	País	População (Milhões)	População Online (Milhões)	Jogadores (Milhões)	% Jogadores da Pop. Total	Receita (US\$ Bilhões)
1	China	1420	901	682,7	53,5%	36,9
2	Estados Unidos	329	274	182,5	45,4%	36,5
3	Japão	127	121	64,4	52,0%	19,0
4	Coreia do Sul	51	49	30,8	60,8%	6,2
5	Alemanha	82	77	43,8	54,9%	6,0
6	Reino Unido	67	65	35,4	55,2%	5,6
7	França	65	59	34,9	53,8%	4,1
8	Canadá	37	35	20,8	56,8%	2,8
9	Itália	46	40	34,9	56,5%	2,7
10	Espanha	59	42	26,1	45,8%	2,7

Fonte: NEWZOO (2019c).

A Tabela 5.3 mostra as 5 maiores rendas esperadas da América Latina em 2019. O México e o Brasil representam 60,7% da receita da região, com US\$1,8 bilhões e US\$1,6 bilhões, respectivamente. A Argentina, terceira colocada, está distante dos dois primeiros, com US\$495 milhões, 8,8% da receita da América Latina (NEWZOO, 2019b). Em 2018, México e Brasil foram o 12º e 13º países com mais receita no país, com US\$1,606 bilhões e US\$1,484 bilhões, respectivamente (NEWZOO, 2018b).

Tabela 5.3 - Maiores receitas da América Latina (2019)

Países	Receita (US\$)	%
México	1,8 Bilhões	32,1%
Brasil	1,6 Bilhões	28,6%
Argentina	495 Milhões	8,8%
Colômbia	372 Milhões	6,6%
Chile	268 Milhões	4,8%
América Latina	5,6 Bilhões	100%

Fonte: NEWZOO (2019b).

5.2 MERCADO DE E-SPORTS

Analisando apenas o mercado dos *e-sports*, houve uma receita de US\$957,5 milhões para o ano de 2019, um aumento de 23,3% em relação ao ano anterior. Em 2020, há a previsão do setor ultrapassar a marca do bilhão pela primeira vez, com US\$1,059 bilhão, um aumento de 10,6% em relação ao ano anterior. Nesse ritmo, estima-se uma receita de US\$1,598 bilhão em 2023 com um CAGR entre 2018 e 2023 de 15,5% e mostrado na Tabela 5.4.

Tabela 5.4 - Receita anual em *e-sports*

Ano	Total (US\$ Milhões)	Crescimento Anual
2015	325	-
2016	493	51,7%
2017	655	32,9%
2018	776,4	18,5%
2019	957,5	23,3%
2020	1.059,3	10,6%
2023	1.598,2*	15,5%*

*valor usando o CAGR 2018-2023, Taxa de Crescimento Anual Composta

Fonte: NEWZOO (2018c, 2019a, 2020); RIETKERK (2020).

Devido à pandemia do COVID-19, os valores foram revisados, levando em conta a suspensão temporária nas atividades e eventos de *e-sports* ou a transição para eventos exclusivamente digitais, e um crescimento mais rápido no *streaming* de *e-sports*, resultando em uma previsão menor para 2020, ante o US\$1,1 bilhão antes previsto e maior do que o US\$1,556 bilhão para 2023 (NEWZOO, 2020; RIETKERK, 2020). Os dados referentes à audiência, dispostos a seguir, foram divulgados antes da pandemia.

Junto com o crescimento da receita, há um crescimento da audiência tanto entre os ocasionais quanto entre os entusiastas, com um total de 443 milhões de pessoas em 2019 e a previsão de alcançar o total de 495 milhões de pessoas até o fim de 2020 e 646 milhões de pessoas em 2023, denotado na Tabela 5.5. Nota-se que a audiência de entusiastas cresce em ritmo mais rápido que o dos ocasionais, 14,5% de 2017 para 2018 e 12,6% entre 2018 e 2019, ante os 10,4% e 11% dos espectadores ocasionais, e o CAGR entre 2018 e 2023 é de 11,3% para os entusiastas e 9,6% para os ocasionais (NEWZOO, 2019b, 2020).

Tabela 5.5 - Crescimento da audiência nos *e-sports*

Ano	Espectador ocasional (em Milhões)	Entusiasta de e-sports (em Milhões)	% Entusiastas sobre a Audiência Total	Audiência Total (em Milhões)	Crescimento (Anual)
2015	115	120	51,1%	235	-
2016	160	121	43,1%	281	19,6%
2017	192	143	42,7%	335	19,2%
2018	222	173	43,8%	395	17,9%
2019	245	198	44,7%	443	12,3%
2020	272	223	45,1%	495	11,7%
2023	351	295	45,7%	646	10,4%*

*valor usando o CAGR 2018-2023, Taxa de Crescimento Anual Composta

Fonte: NEWZOO (2018c, 2019a, 2020).

Também é possível mensurar a popularidade dos jogos através das horas assistidas. Uma das principais formas de consumo de conteúdo em *e-sports* é através da visualização de vídeos e do *live streaming*, transmissões ao vivo de jogos e de eventos competitivos. Cada jogador, profissional ou amador, poder realizar uma *stream* individual aberta ao público, o que é uma das suas fontes de renda.

Através dos dados da plataforma Twitch colhidos desde 2013 pelo site TwitchTracker ([s.d.]), é possível ver o crescimento desta forma de entretenimento, sendo que os dados

disponíveis de outros serviços de *live streaming* são mais escassos, por serem plataformas mais novas. A Tabela 5.6 apresenta os dados entre 2013 e 2019 da Twitch, O crescimento em todos os indicadores é expressivo, demonstrando a relevância que a atividade de *streaming* ganhou.

Tabela 5.6 – Dados agregados da plataforma Twitch de 2013 a 2019

	Média de espectadores simultâneos	Média de canais simultâneos	Horas assistidas (em milhões)	Streamers ativos médio (em milhões)
2013	207.548	4.858	1.752	n/a*
2014	350.551	9.005	2.962	n/a*
2015	536.434	15.854	4.621	1,70
2016	591.810	18.809	4.870	1,85**
2017	747.610	24.655	6.404	2,04
2018	1.069.257	41.111	9.323	3,41
2019	1.256.175	49.459	10.998	3,64

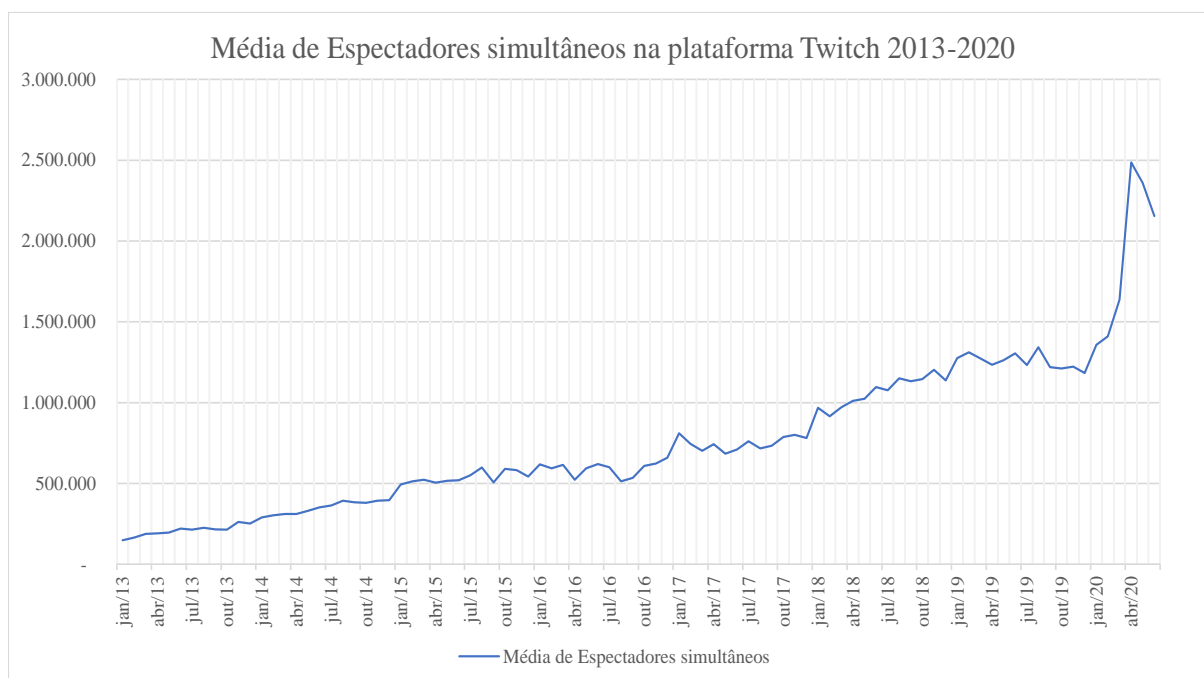
* Dados indisponíveis ou incompletos

** Apenas dados de dezembro.

Fonte: TWITCHTRACKER [s.d.].

A Figura 5.2 mostra o gráfico da média de espectadores simultâneos mensais entre 2013 e 2020.

Figura 5.2 – Média mensal de espectadores simultâneos na Twitch entre 2013 e junho de 2020



Fonte: TWITCHTRACKER [s.d.].

Fica nítido o crescimento abrupto no mês de abril de 2020, causado principalmente pela ocorrência da pandemia da COVID-19, com 2.486.264 ante 1.637.064 do mês de março, antes das medidas de prevenção da doença serem tomadas. Houve um crescimento de 51,87%, o maior desde outubro de 2012, que foi de 27,04%.

A tabela 5.7 apresenta a média de espectadores simultâneos⁹ e o número de horas assistidas nas plataformas mais populares: Twitch, YouTube Gaming e Mixer, em 2018 e 2019. A plataforma Twitch chegou a mais de um milhão de espectadores simultâneos e a quase 10 milhões de horas assistidas em 2019, bem à frente das demais. Embora o Mixer, da Microsoft, apresente números menores, teve um crescimento expressivo de um ano para o outro. Os dados de 2018 do YouTube Gaming não estavam disponíveis devido a uma mudança da metodologia de medição. Outra plataforma de jogos popular é o Facebook Gaming, mas os dados para esses anos também não estavam disponíveis neste relatório (MAY, 2020). Existem outras plataformas cujos dados também não constam dos relatórios encontrados, pois são menores, como aquelas com foco em celulares ou os competidores com relevância regional, como o Huya e Douyu, na China, e da Nimo.tv, em países do Sudeste Asiático e América Latina, incluindo o Brasil.

Tabela 5.7 – Comparação entre plataformas de *streaming* entre 2018 e 2019

	Período	Twitch	YouTube Gaming	Mixer
Média de espectadores simultâneos	2018	995.668	-	18.327
	2019	1.118.708	333.982	40.858
Horas assistidas (em milhões)	2018	8.720,2	-	160,9
	2019	9.768,6	2.884,6	357,1

Fonte: MAY (2020).

A Tabela 5.8 inclui dados sobre horas assistidas na plataforma Facebook Gaming em 2019, comparados com as mesmas plataformas da tabela anterior, a partir de outra fonte. Observa-se o Facebook Gaming inicia o ano com números pouco maiores que os da Mixer, mas cresce muito nos meses seguintes, terminando o ano com números de horas bem maior do que a Mixer.

⁹ A média de espectadores simultâneos é um indicador muito usado em plataformas de *streaming* e aparece com frequência como *average concurrent viewership* (*Average CCV* ou *CCV médio*)

Tabela 5.8 – Total assistido nas principais plataformas do ocidente em 2019 (em milhões de horas)

	Twitch	YouTube Gaming	Facebook Gaming	Mixer
Janeiro	949	245,7	33,2	28,8
Fevereiro	881,8	231,2	38,4	28,5
Março	947,9	246,5	55,6	32,9
Abril	888,7	258,7	57,7	36,6
Mai	939,3	284,8	66,2	42,1
Junho	939,3	205,1	73,9	36,5
Julho	917,1	254,7	78,5	34,7
Agosto	999,1	246,7	87,2	36,6
Setembro	877,8	222,8	103,4	28,5
Outubro	900,6	323,8	130,1	28,9
Novembro	879,3	307,9	135,6	30,3
Dezembro	855,6	321,1	194,4	27,6
Total	10975,5	3149,0	1054,2	392,0

Fonte: STREAM HATCHET (2020).

A Tabela 5.9 mostra as horas assistidas de eventos competitivos de *e-sports*, como campeonatos e torneios, dando uma ideia do interesse que despertam. O jogo League of Legends é o mais assistido (348,8 milhões de horas), Counter-Strike: Global Offensive vem em segundo (215 milhões de horas) e DOTA 2, em terceiro (198,9 milhões de horas). Estes foram os jogos que popularizaram globalmente os *e-sports* e já estão mais bem estruturados.

Tabela 5.9 - Jogos mais assistidos em conteúdo competitivo ao vivo em 2019

Jogo	Dispositivo principal	Gênero	Horas assistidas (Milhões de horas)
League of Legends	PC	<i>Multiplayer Online Battle Arena</i>	348,8
Counter-Strike: Global Offensive	PC	<i>First Person Shooter</i>	215,0
DOTA 2	PC	<i>Multiplayer Online Battle Arena</i>	198,9
Overwatch	PC	<i>First Person Shooter</i>	109,9
Hearthstone	PC	Cartas	37,0
Tom Clancy's Rainbow Six: Siege	PC	<i>First Person Shooter</i>	32,4
Arena of Valor	Mobile	<i>Multiplayer Online Battle Arena</i>	31,6
PUBG Mobile	Mobile	Battle-Royale	27,9
Fortnite	PC	Battle-Royale	27,5
PlayerUnknown's Battlegrounds	PC	Battle-Royale	26,8

Fonte: NEWZOO (2020).

A Tabela 5.10 mostra as horas assistidas de partidas casuais, com Fortnite em primeiro (1,33 bilhão de horas), seguido de League of Legends (895,4 milhões de horas) e Grand Theft Auto V em terceiro (634,5 milhões de horas). Na mesma tabela é evidente a popularidade do gênero *battle-royale*, onde Fortnite tem um pico de popularidade mundial, que além da popularidade do gênero, possui uma temática mais casual e acessível para mais faixas etárias. A diferença de horas assistidas dos jogos de *battle-royale* entre as duas tabelas é devido principalmente ao gênero ser novo, serem produtos novos e possuírem uma cena competitiva mais nova ainda. Por exemplo, Fortnite lançou o modo *battle-royale* em setembro de 2017 e em teve a sua primeira Copa do Mundo apenas em julho de 2019 (DAVENPORT, 2018).

Tabela 5.10 - Jogos mais assistidos de conteúdo não-competitivo ao vivo em 2019

Jogo	Gênero	Horas assistidas (Milhões de horas)
Fortnite	Battle-Royale	1.327,9
League of Legends	<i>Multiplayer Online Battle Arena</i>	895,4
Grand Theft Auto V	Ação/Aventura, Sandbox	634,5
Apex Legends	Battle-Royale	394,6
World of Warcraft	<i>Multiplayer Online Role-Playing Game</i>	381,9
Minecraft	<i>Sandbox</i>	347,8
PlayerUnknown's Battlegrounds	Battle-Royale	341,5
Dota 2	<i>Multiplayer Online Battle Arena</i>	317,1
Counter-Strike: Global Offensive	<i>First Person Shooter</i>	292,9
PUBG Mobile	Battle-Royale	243,2

Fonte: NEWZOO (2020).

Observa-se que a tabela de conteúdo não-competitivo possui maior diversidade de gêneros de jogos se comparado à tabela do cenário competitivo, no qual os gêneros *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) e *First Person Shooter* (FPS) são os que levaram à popularização do *e-sports* no formato atual. A diferença nas tabelas mostra que não são apenas os jogos com cenário competitivo que atraem os consumidores. Os jogos *sandbox* prezam pela criatividade e experimentação do usuário e os *Massively Multiplayer Online Role-Playing Games* (MMORPGs) têm, além do combate entre jogadores, aspectos que favorecem a interações mais neutras ou amigáveis, como a venda e troca de itens e a criação de grupos.

6 CONCLUSÃO

A análise da atividade dos *e-sports* permitiu observar que sempre existiu um debate sobre a relação entre jogos, lazer e esporte. Com os *e-sports*, entram novas variáveis nessa discussão. Os esportes modernos sofreram críticas sobre o caráter de seriedade que acompanha a profissionalização de um jogo e, agora, os *e-sports* também passam por um momento de discussão e aceitação pela sociedade.

Os *e-sports* surgiram em um momento de transição da sociedade industrial para a informacional e possui características únicas que se diferenciam das atividades competitivas tradicionais, principalmente pela sua viabilização através do uso de tecnologias digitais e de comunicação, o meio em que a ação se desenrola e sua forma de organização.

Os números do mercado revelam uma indústria em crescimento, com perspectiva de gerar bilhões de dólares, o que comprova sua relevância em seu relativo curto tempo de existência. Entretanto, os *e-sports* seguem em busca de reconhecimento como atividade profissional, principalmente diante de órgãos do governo. Uma forma de obter esse reconhecimento é a criação de leis que regulem esta atividade, o que já ocorreu em outros países e está se concretizando no Brasil.

Ao que diz respeito às dificuldades encontradas, usou-se apenas dados acessíveis ao público, sem acesso a relatórios pagos, dados para determinadas plataformas não estavam disponíveis em certas fontes, como o Facebook Gaming, além de certa dificuldade para encontrar dados padronizados entre as diferentes fontes.

Esta monografia procurou dar um panorama geral sobre os *e-sports*, deixando lacunas que podem ser exploradas em trabalhos futuros. O mercado *mobile* foi pouco discutido neste trabalho, assim como vários nichos dentro dos esportes eletrônicos não foram detalhados, dado a variedade de jogos existentes.

REFERÊNCIAS

AÇÃO GAMES. O Encontro dos Feras. **Ação Games**, n. 17, p. 40, ago. 1992.

ADSMOFRO. **Interview with OpTic's LoL General Manager Romain**. Forum. Disponível em: <<https://www.liquidlegends.net/forum/lol-general/531576-interview-with-optics-lol-general-manager-romain>>. Acesso em: 28 abr. 2020.

ALPIGER, M. Video Game V.I.P.S. **LIFE Magazine**, n. Years in Pictures, jan. 1983.

ALVES, T. M. **Carteira de trabalho é apenas uma das formas de contrato nos eSports; entenda**. Disponível em: <http://espn.com.br/noticia/724367_carteira-de-trabalho-e-apenas-uma-das-formas-de-contrato-nos-esports-entenda>. Acesso em: 4 mar. 2020.

ARAÚJO, B. **Jogadores profissionais de games têm direito a carteira assinada? Entenda**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/games/noticia/jogadores-profissionais-de-games-tem-direito-a-carteira-assinada-entenda.ghtml>>. Acesso em: 9 mar. 2020.

ASHTON, G. **Governing the Wild West — an Introduction to Esports Federations and Associations****The Esports Observer | the world's leading source for essential esports business news and insights**, 3 jan. 2019. Disponível em: <<https://esportsobserver.com/esports-federations-intro/>>. Acesso em: 2 mar. 2020

ASHTON, G. **Another Esports Federation Forms, But What if the Industry is Ungovernable?****The Esports Observer | the world's leading source for essential esports business news and insights**, 14 fev. 2020. Disponível em: <<https://esportsobserver.com/tencent-global-esports-federation-2020/>>. Acesso em: 12 mar. 2020

AZEVEDO, T. **Salário de jogador de “League of Legends” chega a R\$ 20 mil, diz INTZ**. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/start/ultimas-noticias/2017/06/23/salario-de-jogador-de-league-of-legends-chega-a-r-20-mil-diz-intz.htm>>. Acesso em: 27 abr. 2020.

BAKER, C. **Stewart Brand Recalls First ‘Spacewar’ Video Game Tournament – Rolling Stone**. Disponível em: <<https://www.rollingstone.com/culture/culture-news/stewart-brand-recalls-first-spacewar-video-game-tournament-187669/>>. Acesso em: 30 jan. 2019.

BAPTISTA, R. **E-sports: projeto de regulamentação encontra resistência do setor**. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/11/07/e-sports-projeto-de-regulamentacao-encontra-resistencia-do-setor>>. Acesso em: 22 jun. 2020.

BARTON, M. **Gamasutra - The Burger Speaks: An Interview With An Archmage**. Disponível em: <http://www.gamasutra.com/view/feature/134614/the_burger_speaks_an_interview_.php?print=1>. Acesso em: 6 fev. 2019.

BELL, G. **The Story of PDP-1: Information Research Services**. Disponível em: <<http://gordonbell.azurewebsites.net/digital/timeline/pdp-1story.htm>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

BLAZZI, L. **MIBR: a história do maior time de Counter-Strike do Brasil**. Disponível em: <<https://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/mibr-a-historia-do-maior-time-de-counter-strike-do-brasil.ghtml>>. Acesso em: 6 fev. 2020.

BLIZZARD ENTERTAINMENT. **Player Signings, Salaries, and More in the Overwatch League™**. Disponível em: <<https://overwatchleague.com/en-us/news/20937016/player-signings-salaries-and-more-in-the-overwatch-league>>. Acesso em: 27 abr. 2020.

BOCCHI, N. **O Direito por trás do fracasso da CBDELLei em Campo**, 7 dez. 2018. Disponível em: <<https://leiemcampo.com.br/o-direito-por-tras-do-fracasso-da-cbdell/>>. Acesso em: 9 fev. 2020

BRASIL. **Histórico**. Disponível em: <<http://cidadania.gov.br/aceso-a-informacao/institucional/historico/hist>>. Acesso em: 3 mar. 2020a.

BRASIL. **DECRETO Nº 9.674, DE 2 DE JANEIRO DE 2019**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D9674.htm>. Acesso em: 3 mar. 2020b.

BRASIL; SECRETARIA ESPECIAL DO ESPORTE; MINISTÉRIO DA CIDADANIA. **Entidades Certificadas - 18 e 18-A**. Disponível em: <<http://arquivo.esporte.gov.br/index.php/destaques/48-ministerio-do-esporte/institucional/o-ministerio/57642-entidades-certificadas>>. Acesso em: 9 fev. 2020.

BRESLIN, S. **The History and Theory of Sandbox Gameplay**. Disponível em: <https://www.gamasutra.com/view/feature/132470/the_history_and_theory_of_sandbox_.php>. Acesso em: 4 jun. 2020.

CAILLOIS, R. **Os jogos e os homens: a máscara e a vertigem**. Tradução: Maria Ferreira. 1. ed. [s.l.] Editora Vozes, 2017.

CHAN, C. China Ends Freeze on Video-Game Licensing. **Bloomberg.com**, 30 dez. 2018.

COMPUTER HISTORY MUSEUM. **PDP-1 Restoration Project**. Disponível em: <<https://www.computerhistory.org/pdp-1/>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

COOK, J. **Twitch Founder: We Turned A “Terrible Idea” Into A Billion-Dollar Company**. Disponível em: <<https://www.businessinsider.com/the-story-of-video-game-streaming-site-twitch-2014-10>>. Acesso em: 11 fev. 2020.

COUTINHO, B. **Mundial de Free Fire: Pico de audiência superou 2 milhões de viewers simultâneos**. Disponível em: <<https://vs.com.br/artigo/mundial-de-free-fire-pico-de-audiencia-superou-2-milhoes-de-viewers-simultaneos>>. Acesso em: 7 fev. 2020.

DAVENPORT, J. **Fortnite Battle Royale was developed in just two months, wasn't originally free-to-play** **PC Gamer**, 22 mar. 2018. Disponível em: <<https://www.pcgamer.com/fortnite-battle-royale-was-developed-in-just-two-months-and-wasnt-originally-going-to-be-free-to-play/>>. Acesso em: 20 nov. 2019

DE SOUZA, R. **Lan houses: um mercado em declínio ou em transformação?** Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/brasil/44392-lan-houses-um-mercado-em-declinio-ou-em-transformacao-.htm>>. Acesso em: 3 fev. 2020.

DUNNIGAN, J. F. **Wargames handbook: how to play and design commercial and professional wargames**. 3. ed ed. San Jose, Calif.: Writers Club Press, 2000.

ESCHARTS.COM. **The most popular esports tournaments of 2019**. Disponível em: <<https://escharts.com/blog/most-popular-tournaments-2019>>. Acesso em: 7 fev. 2020.

ESPN BRASIL. **Maiores clubes do eSport brasileiro criam associação para profissionalização da classe**. Disponível em: <http://espn.com.br/noticia/625646_maiores-clubes-do-esport-brasileiro-criam-associacao-para-profissionalizacao-da-classe>. Acesso em: 2 mar. 2020.

ESPORTS EARNINGS. **Esports Earnings**. Disponível em: <<http://www.esportsearnings.com>>. Acesso em: 22 abr. 2020a.

ESPORTS EARNINGS. **Largest Overall Prize Pools in Esports - Esports Tournament Rankings :: Esports Earnings**. Disponível em: <<https://www.esportsearnings.com/tournaments>>. Acesso em: 24 abr. 2020b.

ESPORTS EARNINGS. **Top 100 Highest Overall Earnings - Esports Player Rankings**. Disponível em: <<https://www.esportsearnings.com/players>>. Acesso em: 24 abr. 2020c.

ESPORTS EARNINGS. **Top 100 Highest Earnings for Brazil - Esports Player Rankings**. Disponível em: <<https://www.esportsearnings.com/countries/br>>. Acesso em: 27 abr. 2020d.

GANGA, G. M. D. **Metodologia Científica e Trabalho de Conclusão de Curso (TCC): um guia pratico de conteúdo e forma**. São Carlos: EdUFSCar, 2011.

GESTALT. **The OGAEurogamer**, 13 dez. 1999. Disponível em: <<https://www.eurogamer.net/articles/oga>>. Acesso em: 16 set. 2019

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOOD, O. S. **High-score keepers Twin Galaxies under new management again**. Disponível em: <<https://www.polygon.com/2014/3/30/5564422/high-score-keepers-twin-galaxies-under-new-management-again>>. Acesso em: 6 fev. 2019.

GOOGLE. **Detalhes das próximas mudanças no YouTube Gaming - Ajuda do YouTube**. Disponível em: <<https://support.google.com/youtube/answer/9135119?hl=pt-BR>>. Acesso em: 16 abr. 2020.

GREELEY, C. **Creating a multigen esports league | GamesBeat Summit 2019 | Boss Stage Day 2: GamesBeat Summit 2019**. Los Angeles, 29 abr. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vCSX7oJnRes>>. Acesso em: 23 abr. 2020

GUERRA, R. **Riot, Ubisoft, ESL e clubes não reconhecem CBDEL como “autoridade do esporte”**. Disponível em: <https://www.espn.com.br/esports/artigo/_/id/4202776/riot-ubisoft-esl-e-clubes-nao-reconhecem-cbdel-como-autoridade-do-esport>. Acesso em: 3 mar. 2020.

GUERRA, R.; MELO, G. **Surpresa com “tamanho do esporte”, senadora Leila quer fazer uma lei “que atenda a todos”**. Disponível em: <https://www.espn.com.br/esports/artigo/_/id/6294568/surpresa-com-tamanho-do-esport-senadora-leila-quer-fazer-uma-lei-que-atenda-a-todos>. Acesso em: 9 fev. 2020.

- GULARTE, D. **OdysseyBojogá**, [s.d.]. Disponível em: <<https://bojoga.com.br/acervo/consoles/geracao-1/odyssey/>>. Acesso em: 4 set. 2019
- HAGUI, L. **LoL: brTT pensa em aposentadoria, mas pode fechar com Pain ou Red Canids para 2020**. Disponível em: <<https://vs.com.br/artigo/lol-brtt-pensa-em-aposentadoria-mas-pode-fechar-com-pain-ou-red-canids-para-2020>>. Acesso em: 29 abr. 2020.
- HAMARI, J.; SJÖBLOM, M. What is eSports and why do people watch it? **Internet Research**, v. 27, n. 2, p. 211–232, 3 abr. 2017.
- HEITNER, D. **A Look Inside Riot Games, From \$320,000 Player Salaries To Using Esports As A Catalyst For Sales**. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/darrenheitner/2018/05/02/a-look-inside-riot-games-from-320000-player-salaries-to-using-esports-as-a-catalyst-for-sales/>>. Acesso em: 23 abr. 2020.
- HUIZINGA, J. **Homo ludens: o jogo como elemento da cultura**. São Paulo (SP): Perspectiva, 2010.
- HUIZINGA, J. **Homo Ludens**. 2^a ed. [s.l.] Perspectiva, 2019.
- IESF. **Russian e-Sports Federation, accreditation in the Ministry of Sport | International Esports Federation** IeSF, 27 jun. 2017. Disponível em: <<https://ie-sf.org/news/3632>>. Acesso em: 22 jun. 2020
- IESF. **Member Nations | International Esports Federation** IeSF, [s.d.]. Disponível em: <<https://ie-sf.org/about/members>>. Acesso em: 22 jun. 2020
- JIN, D. Y. **Korea's online gaming empire**. Cambridge, Mass: MIT Press, 2010.
- JUUL, J. **The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness**. Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings. **Anais...** In: LEVEL UP: DIGITAL GAMES RESEARCH CONFERENCE. Utrecht: 2003 Disponível em: <<https://www.jesperjuul.net/text/gameplayerworld/>>
- KALNING, K. **Ottumwa, video game capital of the world?** Disponível em: <http://www.nbcnews.com/id/30588831/ns/technology_and_science-games/t/ottumwa-video-game-capital-world/>. Acesso em: 23 set. 2019.
- KARHULAHTI, V.-M. Defining the Videogame. **Game Studies**, v. 15, n. 2, dez. 2015.
- KATZ, A. (ED.). **Electronic Games**. New York: Reese Publishing Company, 1982. v. 1
- KENT, S. L. **The ultimate history of video games: from Pong to Pokémon and beyond: the story behind the craze that touched our lives and changed the world**. 1st ed ed. Roseville, Calif: Prima Pub, 2001.
- LEE, J. H. et al. Facet Analysis of Video Game Genres. 1 mar. 2014.
- LEMES, D. **Olimpíadas de videogame no Brasil? Sim, e faz tempo...** Disponível em: <<https://www.memoriabit.com.br/olimpiadas-de-videogame-no-brasil-sim-e-faz-tempo/>>. Acesso em: 4 fev. 2020.

LI, R. **GOOD LUCK HAVE FUN: the rise of esports**. Estados Unidos: Skyhorse Publishing, 2017.

LOLESPORTS STAFF. **Evolution of the NA LCS – League of Legends**. Disponível em: <<https://nexus.leagueoflegends.com/en-us/2017/01/evolution-of-the-na-lcs-2/>>. Acesso em: 27 abr. 2020.

LUZ, A. R. DA. **Vídeo Games: História, Linguagem e Expressão Gráfica**. Edição: 1ª ed. [s.l.] Blucher, 2010.

LYNCH, A. **Tracing the 70-year history of video games becoming eSports**. Disponível em: <<http://www.foxsports.com/buzzer/story/esports-explainer-league-of-legends-heroes-of-the-storm-hearthstone-cs-go-dreamhack-050616>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

MARTINS, R. **Locadoras de games no Brasil: Mais que diversão, um estilo de vida! Legião dos Heróis**, 1 dez. 2019. Disponível em: <<https://www.legiaodosherois.com.br/2019/locadoras-de-games-no-brasil-mais-que-diversao-um-estilo-de-vida.html>>. Acesso em: 3 fev. 2020

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução e análise**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

MAY, E. **Streamlabs & Newzoo Q4 Year in Review Live Streaming Industry Report**. Disponível em: <<https://blog.streamlabs.com/streamlabs-newzoo-q4-year-in-review-live-streaming-industry-report-c1e6f32f3021>>. Acesso em: 11 fev. 2020.

MELO, G. **Especialistas apontam que “Lei do Esport” traz mais prejuízos do que benefícios para o cenário brasileiro**. Disponível em: <https://www.espn.com.br/esports/artigo/_/id/6290407/especialistas-apontam-que-lei-do-esport-traz-mais-prejuizos-do-que-beneficios-para-o-cenario-brasileiro>. Acesso em: 5 mar. 2020.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Coronavírus: o que você precisa saber e como prevenir o contágio**. Disponível em: <<https://coronavirus.saude.gov.br/>>. Acesso em: 5 jun. 2020.

MORELLO, M. **2020 Team Needs and Player Contract Status**. Disponível em: <<https://overwatchleague.com/en-us/news/23178914>>. Acesso em: 27 abr. 2020.

MURPHY, C. B. **Understanding the Compound Annual Growth Rate – CAGR**. Disponível em: <<https://www.investopedia.com/terms/c/cagr.asp>>. Acesso em: 11 nov. 2019.

NASCIMENTO, M. **G1 > Tecnologia - NOTÍCIAS - Fãs de games lamentam fechamento da primeira lan house do Brasil**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1552689-6174,00-FAS+DE+GAMES+LAMENTAM+FECHAMENTO+DA+PRIMEIRA+LAN+HOUSE+DO+BRASIL.html>>. Acesso em: 3 fev. 2020.

NEWZOO. **2017 Global Games Market Report: Free Version**. [s.l.] Newzoo, 2017.

NEWZOO. **eSports in Brazil: Key facts, figures, and faces**. [s.l.] Newzoo, 2018a.

NEWZOO. **Free 2018 Global Games Market Report**. [s.l.] Newzoo, 2018b. Disponível em: <<https://newzoo.com/insights/trend-reports/global-esports-market-report-2018-light/>>. Acesso em: 28 nov. 2018.

NEWZOO. **Free 2018 Global Esports Market Report**. [s.l.] Newzoo, 2018c. Disponível em: <<https://newzoo.com/insights/trend-reports/global-esports-market-report-2018-light/>>. Acesso em: 28 nov. 2018.

NEWZOO. **2019 Global Esports Market Report - Free version**. [s.l.] Newzoo, 2019a.

NEWZOO. **Global Games Market Report: Free Version 2019**. [s.l.] Newzoo, 2019b.

NEWZOO. **Newzoo Analytics**. Disponível em: <<https://platform.newzoo.com/key-numbers>>. Acesso em: 13 nov. 2019c.

NEWZOO. **2020 Global Esports Market Report: Free Version**. [s.l.] Newzoo, 2020.

NOGUEIRA, H. **“Desculpa, isso não é esporte”, diz senadora Leila Barros sobre esports**. Disponível em: <<https://vs.com.br/artigo/desculpa-isso-nao-e-esporte-diz-senadora-leila-barros-sobre-esports>>. Acesso em: 9 fev. 2020.

PACHECO, M. **Prepare a nostalgia e confira entrevista com Luiz Curado, vencedor do campeonato da Supergame em 1992** Blog Tectoy, 8 maio 2019. Disponível em: <<https://blogtectoy.com.br/prepare-a-nostalgia-e-confira-entrevista-com-luiz-curado-vencedor-do-campeonato-da-supergame-em-1992-2/>>. Acesso em: 3 fev. 2020

PAHO. **OPAS/OMS Brasil - Folha informativa – COVID-19 (doença causada pelo novo coronavírus) | OPAS/OMS**. Disponível em: <https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875>. Acesso em: 5 jun. 2020.

PAN, J. **Better humans become better athletes**. Disponível em: <<https://nexus.vert.gg/better-humans-become-better-athletes-c6fd451aa5fd>>. Acesso em: 23 abr. 2020.

RETROIST. **It is 1980 and the National Space Invader’s Tournament Finals is Approaching...The Retroist**, 20 maio 2013. Disponível em: <<https://www.retroist.com/2013/05/20/it-is-1980-and-the-national-space-invaders-tournament-finals-is-approaching/>>. Acesso em: 6 fev. 2019

RIETKERK, R. **Newzoo Adjusts 2020 Esports Forecast Slightly: The Coronavirus’ Short-Term Impact on the Esports Market**Newzoo, 15 abr. 2020. Disponível em: <<https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-coronavirus-impact-on-the-esports-market-business-revenues/>>. Acesso em: 17 abr. 2020

RIGON, D. **Comissário da Riot diz que média salarial de jogadores da LCS ultrapassa US\$ 300 mil por ano**. Disponível em: <https://www.espn.com.br/esports/artigo/_/id/5544762/comissario-da-riot-diz-que-media-salarial-de-jogadores-da-lcs-ultrapassa-us-300-mil-por-ano>. Acesso em: 27 abr. 2020.

RIOT GAMES. **League of Legends Championships Series 2014 Season Official Rules**Riot Games, , 20 nov. 2013.

RIOT GAMES. **Regulamento Temporada 2019: Campeonato Brasileiro e Circuito Desafiante** Riot Games, , 2019.

ROCHA, R. PL 383/17. PROJETO DE LEI DO SENADO Nº 383, DE 2017. . 2017.

RODRIGUES, B. **LoL: Média salarial da LEC ultrapassa 1 milhão de reais; confirma valores.** Disponível em: <<https://www.maisesports.com.br/lol-salario-lec-ultrapassa-1-milhao-reais/>>. Acesso em: 23 abr. 2020.

ROGERS, R. (ED.). **Understanding Esports: An Introduction to the Global Phenomenon.** [s.l.] Rowman & Littlefield, 2019.

ROSA, V. V. **Primórdios: nos anos 80, torneios de games eram nos fliperamas** Salvando Nerd, 28 jan. 2019. Disponível em: <<https://www.salvandonerd.blog.br/primordios-nos-anos-80-torneios-de-games-eram-nos-fliperamas/>>. Acesso em: 3 fev. 2020

SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. **Rules of play: game design fundamentals.** Cambridge, Mass: MIT Press, 2003.

SARKAR, S. **YouTube Gaming launches Aug. 26 with website and mobile apps.** Disponível em: <<https://www.polygon.com/2015/8/25/9208245/youtube-gaming-launch-date-web-android-ios>>. Acesso em: 11 fev. 2020.

STEAM. **Counter-Strike no Steam.** Loja. Disponível em: <<https://store.steampowered.com/app/10/CounterStrike/>>. Acesso em: 23 out. 2019.

STEINKUEHLER, C. Esports Research: Critical, Empirical, and Historical Studies of Competitive Videogame Play. **Games and Culture**, p. 6, 14 mar. 2019.

STREAM HATCHET. **2019 Live Streaming Report: Market Insights across the Top North American Distributors - Preview.** Estados Unidos: Stream Hatchet, 2020. Disponível em: <<https://streamhatchet.com/pdf/report2019.pdf>>.

TARTAGLIA, R. **Free Fire em 2019: título mundial do Corinthians no Brasil, grande audiência e domínio no cenário.** Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/e-sportv/fire-free/noticia/free-fire-em-2019-titulo-mundial-do-corinthians-no-brasil-grande-audiencia-e-dominio-no-cenario.ghtml>>. Acesso em: 7 fev. 2020.

TAYLOR, T. L. **Raising the stakes: e-sports and the professionalization of computer gaming.** Cambridge, Mass: MIT Press, 2012.

THE RETROIST. **It is 1980 and the National Space Invader's Tournament Finals is Approaching... - The Retroist.** Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20181116041826/https://www.retroist.com/2013/05/20/it-is-1980-and-the-national-space-invaders-tournament-finals-is-approaching/>>. Acesso em: 12 jun. 2019.

TWIN GALAXIES. **Twin Galaxies - Twingalaxies About Us.** Disponível em: <<https://www.twingalaxies.com/about-us>>. Acesso em: 6 fev. 2019.

TWITCHTRACKER. **Twitch Statistics & Charts Overview.** Disponível em: <<https://twitchtracker.com/statistics>>. Acesso em: 8 jun. 2020.

USA BASKETBALL. **Inside USA Basketball**. Disponível em: <<https://www.usab.com:443/about/about-usa-basketball.aspx>>. Acesso em: 29 maio. 2020.

VICCHIATTI, V. M. **Clubes de e-sport se unem e criam a ABCDEMais Esports**, 26 ago. 2016a. Disponível em: <<https://www.maisesports.com.br/clubes-e-sport-abcde/>>. Acesso em: 3 mar. 2020

VICCHIATTI, V. M. **ABCDE faz com que clubes de eSports fechem acordo com TVMais Esports**, 28 set. 2016b. Disponível em: <<https://www.maisesports.com.br/abcde-clubes-esports-tv/>>. Acesso em: 3 mar. 2020

WAGNER, M. G. **On the Scientific Relevance of eSports**. Proceedings of the 2006 International Conference on Internet Computing & Conference on Computer Games Development, ICOMP 2006, Las Vegas, Nevada, USA, June 26-29, 2006. **Anais...2006**

WELLS, R. **How much does a League of Legends team cost?**, 18 set. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=96FrqiolcC8&feature=emb_logo>. Acesso em: 23 abr. 2020

WIJMAN, T. **The World's 2.7 Billion Gamers Will Spend \$159.3 Billion on Games in 2020; The Market Will Surpass \$200 Billion by 2023**Newzoo, 8 maio 2020. Disponível em: <<https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-games-market-numbers-revenues-and-audience-2020-2023/>>. Acesso em: 18 maio. 2020