

Universidade de Brasília
Instituto de Artes
Departamento de Design

Plataforma Integrada para Campeonatos de Jogos Eletrônicos Metafy

Trabalho de conclusão de Curso apresentado à
Universidade de Brasília, como parte das
exigências para a obtenção do título de
Bacharel em Design (Programação Visual).

Ivan de Oliveira Mello
Brasília
05/2021

SUMÁRIO

Resumo.....	4
1 - Introdução e Objetivos.....	5
2 - Origem dos <i>eSports</i>	6
<i>Streaming</i> e o público do <i>eSports</i>	8
Jogos considerados	
<i>eSports</i> e principais títulos.....	10
Plataformas de Campeonatos para <i>Esports</i>	18
3 - Projeto da Plataforma.....	28
Requisitos do Projeto.....	28
Análise de concorrentes.....	29
Desenvolvimento.....	35
4 - Conclusão.....	52
5 - Referências.....	53
6 - Lista de Figuras.....	54

Resumo

eSports são uma nova modalidade de esportes, que surgiu com o advento dos *videogames*, computadores e *internet*. Sua rápida e crescente expansão nos últimos anos, em especial entre os jovens de 10 a 30 anos de idade, atraiu a atenção de diversos desenvolvedores para criação de aplicativos e plataformas voltados para este público.

Jogadores casuais, profissionais e espectadores, todos têm seu grau de importância para a popularização do gênero, e este projeto tem como proposta criar uma plataforma de campeonatos capaz de atender tanto o jogador casual quanto o jogador profissional. Campeonatos disputados de forma *online* não-presenciais são de suma importância para os *eSports*, que hoje em dia é totalmente baseado na *internet*.

Com base na análise dos prós e contras das plataformas de campeonato já existentes, o protótipo proposto neste projeto tem como interesse sintetizar as qualidades de tais plataformas e desenvolver uma plataforma capaz de atender o público *gamer* de uma forma mais conveniente e funcional.

Palavras Chave: Jogos Eletrônicos, Campeonatos, eSports, Plataforma digital, Jogos Competitivos, UX Design

1 - Introdução e Objetivos

Como um ex-jogador profissional de *Overwatch* pelo campeonato sul-americano, e um ávido jogador de demais jogos competitivos descritos neste relatório, pretendo utilizar a minha experiência de uso das plataformas de campeonatos de *eSports* para gerar uma nova plataforma que atenda o jogador comum de uma forma mais prática e conveniente do que as demais acessíveis no mercado.

O projeto a ser desenvolvido possui objetivos gerais e específicos, e tem como proposta a criação de um projeto de *design*, com pesquisa de referências, análise de competidores, criação de alternativas e criação de um *design* próprio. Os objetivos são:

Objetivo Geral: Desenvolvimento de uma plataforma de campeonatos capaz de atender tanto o jogador casual quanto o jogador profissional, que tenha integração com os jogos eletrônicos selecionados. A plataforma deve ter fácil acesso às informações do jogador e das atividades dos campeonatos, e com possibilidade de organização de campeonatos por qualquer usuário.

São objetivos específicos:

- Compreender o universo dos *eSports*
- Conhecer e categorizar os tipos de jogos eletrônicos que se enquadram na classificação de *eSports*
- Analisar criticamente as plataformas de campeonatos de *eSports* mais importantes no mercado atualmente
- Elaborar lista de requisitos da plataforma de campeonatos de *eSports* a ser projetada
- Desenvolver uma identidade visual para a plataforma
- Criar um protótipo da plataforma que consiga explicar facilmente sua utilização se aplicada no mercado

2 - A origem dos eSports

eSports, também conhecido como esportes eletrônicos, são uma forma de competição esportiva através de jogos eletrônicos. Essas competições podem ser disputadas tanto na forma *online* como presencial, e podem variar bastante de escala dependendo da relevância do jogo e do campeonato para o mercado mundial de jogos eletrônicos.

As primeiras competições de jogos eletrônicos de relevância datam de 1972, onde a Universidade Stanford nos EUA organizou as “Olimpíadas Intergaláticas de Spacewar”, um jogo do *console Atari* (Fig. 1) (1). A *Atari, Inc* foi uma das empresas pioneiras no ramo e uma das principais responsáveis pela popularização dos jogos eletrônicos no início dos anos 70.



Figura 1 - “Olimpíadas Intergaláticas de Spacewar”, na Universidade Stanford

Em 1980, aconteceu o primeiro campeonato de jogos eletrônicos de larga escala oficialmente registrado. Promovido pela *Atari*, este campeonato de *Space Invaders* sediado na Universidade de Stanford contou com aproximadamente 10 mil participantes de várias partes dos Estados Unidos. No ano seguinte, foi fundada a *Twin Galaxies*, uma organização com objetivo de catalogar recordes de jogos eletrônicos, o que impulsionou vários campeonatos ao redor do mundo para incluir recordes no *Guinness World Records* (2).

Porém, segundo a Confederação Brasileira de eSports, o verdadeiro *boom* de crescimento dos eSports foi a partir dos anos 2000, em especial devido ao surgimento da internet e ao avanço da tecnologia digital. A internet permitia que não houvesse mais limitação física ou geográfica para a realização de eventos de eSports, o que aumentou exponencialmente tanto a quantidade de jogadores interessados em competir quanto o público entusiasta. Durante essa década alguns dos principais torneios de eSports foram fomentados, entre eles o *World Cyber Games*, *Intel Extreme Masters* e a *Major League Gaming* (3).

Ao longo da década de 2000, foram criados alguns canais de televisão de dedicação exclusiva aos eSports, sendo a Coreia do Sul pioneira com os canais *Ongamenet* e *MBCGame* (Fig. 2). Logo em seguida, a Alemanha também começou a transmitir competições regularmente pelo *GIGA Television*, e no Reino Unido através do *XLEAGUE.TV*. Nos Estados Unidos, a *ESPN* tinha um programa chamado *Madden Nation* que transmitia competições do jogo *Madden NFL* além de programas com cobertura de campeonatos no *G4TV* (4).



Figura 2 - Campeonato de *Starcraft II* sendo transmitido pelo canal coreano *MBCGame*

A partir da década de 2010, eSports tomou novas proporções tanto virtualmente, através de serviços de streaming, quanto fisicamente, através de eventos internacionais. Em 2013 o *The International* vendeu todos os ingressos no *Staples Center* em Los Angeles, em 2014 o *League of Legends World Championship* atraiu 40 mil espectadores no *Seoul World Cup Stadium* na Coreia do Sul. No Brasil, *League of Legends* atraiu mais de 10.000 torcedores ao *Allianz Park*, em 2015 e outros 10.000 ao ginásio do *Ibirapuera* em 2016 (Fig 3).



Figura 3 - Transmissão de *League of Legends* no ginásio do Ibirapuera

Streaming e o público do *eSports*

A popularização do serviço de *streaming* foi o que alavancou o crescimento dos *eSports* na década de 2010, devido a facilidade de transmissão de conteúdo. A *Twitch*, plataforma de *streaming* voltado para jogos eletrônicos, foi introduzida no mercado em junho de 2011 e se mantém como líder de audiência desde então. Em 2013, a *Twitch* registrou 4,5 milhões de visualizações simultâneas durante a competição de *DOTA 2 The International* (5).

Com a difusão do *streaming* de jogos eletrônicos através da *Twitch*, diversos outros sites desenvolveram sua própria plataforma de *streaming*, muitas vezes sendo um anexo do site principal, como o *Youtube gaming* do *Youtube* ou o *Facebook gaming* do *Facebook*, ou um site inteiramente novo e dedicado, como a *Mixer* da Microsoft, ou os domínios chineses *Huya Live* e *DouYu*.

O serviço de *streaming* de jogos eletrônicos destas plataformas contam tanto com transmissões de campeonatos oficiais de jogos diversos, como também com campeonatos amadores ou transmissões pessoais dos próprios jogadores, sejam eles amadores ou profissionais.

Segundo uma pesquisa realizada pela *Newzoo*, empresa de análise de dados sobre o mercado mundial de jogos eletrônicos (Fig. 4), o público do *eSports* vem crescendo de forma gradativa desde o lançamento dos serviços de *streaming* dedicados, com uma média incrível de 10%+ por ano (6).

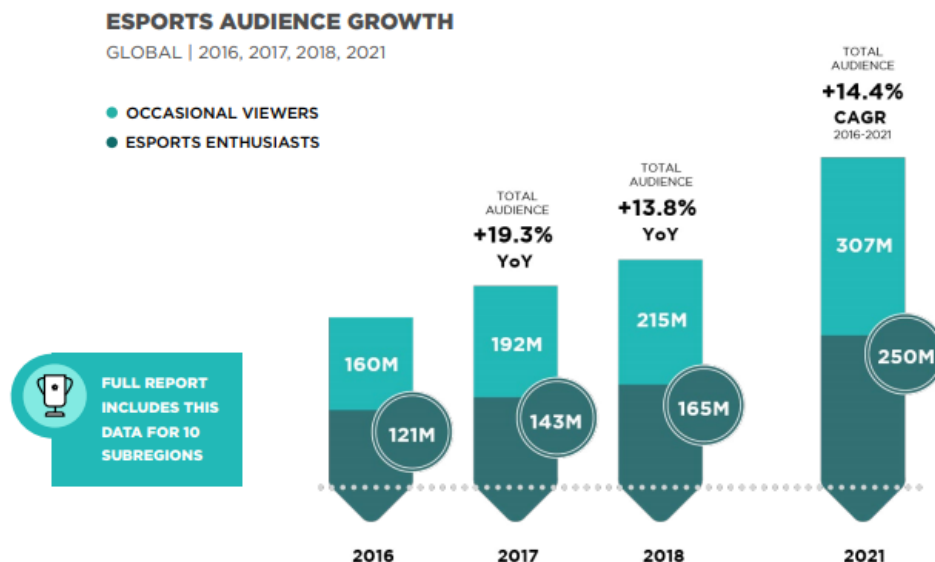


Figura 4 - Estudo realizado pela Newzoo sobre o crescimento do público de *eSports* (6)

No que se diz sobre terminologia, *Occasional Viewers* (Espectadores ocasionais) se refere à pessoas que assistem *eSports* menos de uma vez ao mês, e *eSports Enthusiasts* (Entusiastas de *eSports*) se refere à pessoas que assistem *eSports* mais de uma vez ao mês.

Apesar do crescimento gradativo de popularidade dos *eSports*, vale ressaltar que ainda é considerada uma indústria de nicho. Segundo a pesquisadora Christina Gough, em 2017 a distribuição de fãs de *eSports* por faixa etária se acumula principalmente na faixa de 18 a 24 anos (33%), e 25 a 34 anos (42%), sendo pessoas acima de 40 anos uma parcela pequena desta distribuição (Fig. 5).

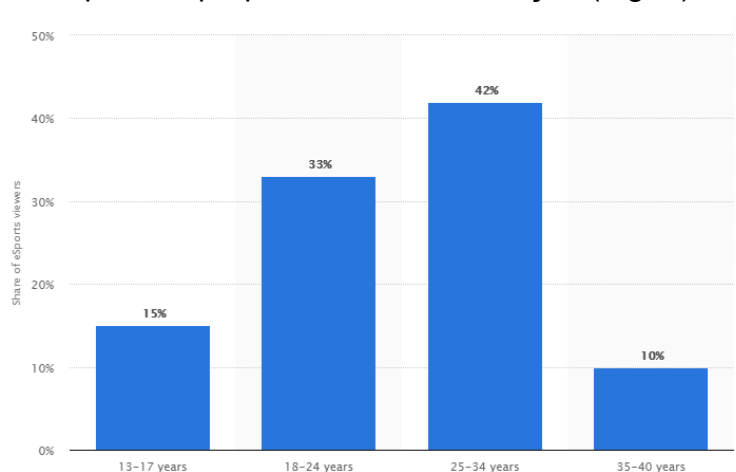


Figura 5 - Estimativa de distribuição de fãs de *eSports* por faixa etária nos Estados Unidos em 2017, por Christina Gough (7)

Um dos motivos principais para esta distribuição de faixa etária é o fato de que pessoas de até 34 anos de idade cresceram junto com o surgimento dos jogos eletrônicos, artigo que costuma ser concebido tendo como público alvo crianças, adolescentes e jovens adultos. Outro motivo que apenas acentua essa divisão é o fato de que não tem como entender o andamento de uma partida de *eSports* sem entender as regras do jogo eletrônico em questão. Diferente de esportes tradicionais como basquete ou futebol, que suas regras são amplamente difundidas mundialmente, o termo é *eSport* e sua existência ainda é um mistério para muita gente. Segundo a *Newzoo*, o número de pessoas que sabem da existência do *eSports* é de 1.6 bilhões mundialmente.

Vale ressaltar também que a predominância do gênero masculino nos *eSports* estreita ainda mais essa cultura de nicho. Como jogos eletrônicos são predominantemente direcionados para o público masculino, o *eSports* por consequência possui uma audiência masculina muito maior, assim como uma base de jogadores amadores e profissionais maior. Segundo um estudo da *Games Beat* porém, essa tendência vem mudando, visto que a audiência feminina subiu de uma parcela de 23.9% em 2016 para 30.4% no final de 2018. O verdadeiro desafio está em incluir as jogadoras femininas nos campeonatos, considerando que jogadoras profissionais representam apenas uma fatia de 5%, em comparação com 95% dos jogadores profissionais masculinos (8).

Jogos considerados *eSports* e principais títulos

A CBeS (Confederação Brasileira de *eSports*) possui uma definição específica para explicar o que é essa modalidade de competição (3):

“Competições profissionais de games que ocorrem em uma plataforma digital, envolvendo dois ou mais competidores (sejam indivíduos ou equipes), em partidas online ou presenciais síncronas e montadas de forma a permitir o acompanhamento de uma audiência.”

Vamos analisar cada ponto para entender o que a CBeS entende por esporte eletrônico.

“Competições profissionais de games que ocorrem em uma plataforma digital...”

Primeiramente, os *eSports* ou esporte eletrônico, referem-se a torneios profissionais, em que seus competidores recebem premiação pela sua colocação nos campeonatos, ou salário/auxílio de custo das organizações envolvidas. Além disso, restringem-se apenas a jogos em plataformas digitais, como console, PC ou Mobile.

“...envolvendo dois ou mais competidores (sejam indivíduos ou equipes), em partidas online ou presenciais síncronas...”

Os *eSports* são considerados modalidade de competição quando envolvem disputa entre duas ou mais pessoas, sejam em disputas individuais ou de equipe contra equipe, em partidas que podem ocorrer tanto presencialmente quanto *online*. As partidas também precisam ser síncronas, ou seja, devem ser disputadas pelos mesmos competidores de forma simultânea, em tempo real.

Dentre os jogos que se enquadram nessas características, existem três formatos principais:

- Jogo por turno: Um jogador faz sua ação, e o adversário faz sua ação logo em seguida, como em um jogo de Xadrez;
- Jogo *Real Time*: As ações de todos os jogadores são realizadas simultaneamente, sem ter distinção de turnos;
- Jogos Assíncronos: Um jogador realiza todas as suas ações e completa o seu jogo para então o adversário realizar as ações dele.

Jogos assíncronos são uma categoria mais complexa para se encaixar na definição de *eSports*, porque apesar de serem competições, não cumprem o requisito de serem realizados de forma simultânea. Jogos assíncronos geralmente são jogos disputados apenas por recordes, e quem tiver o melhor resultado vence. Este formato de jogo pode ou não ser considerado *eSports*, pois não existe um órgão oficial que define o que é e o que não é *eSports*.

“...e montadas de forma a permitir o acompanhamento de uma audiência.”

Este é um ponto crucial já que o constante crescimento de audiência do *eSports* é o que mantém os campeonatos e competições financeiramente viáveis. Se um jogo tiver todas as características competitivas dos *eSports* mas não tem uma audiência estável, raramente ele consegue se manter como um título de *eSports*.

Abaixo segue uma lista com as categorias de jogos mais importantes no universo dos *eSports* e uma breve explicação de cada uma:

Jogos de Luta

Jogo de luta é um estilo de jogo onde dois jogadores lutam um contra o outro em um ringue, campo ou arena. As ações são feitas de forma simultânea e o *timing* dos golpes precisa ser realizado de forma meticulosa para desferi-los no momento certo. É uma categoria bastante antiga, onde franquias famosas como *Street Fighter*, criada em 1987, se mantém com um público enorme até hoje (Fig. 6).



Figura 6 - Street Fighter II, um dos primeiros jogos da franquia, lançado em 1991

Principais títulos:

- *Street Fighter*
- *Super Smash Bros.*
- *Marvel vs. Capcom*
- *Tekken*

FPS - First Person Shooters

First Person Shooters, traduzido do inglês como “jogo de tiro em primeira pessoa”, são jogos em que o jogador controla um personagem munido de algum tipo de arma, e precisa mirar em seus adversários ou alvos predeterminados. Existem várias subcategorias dentro da categoria *FPS*, mas independente de qual subcategoria todos eles têm como característica a necessidade de bastante precisão no movimento para conseguir mirar de forma eficiente.

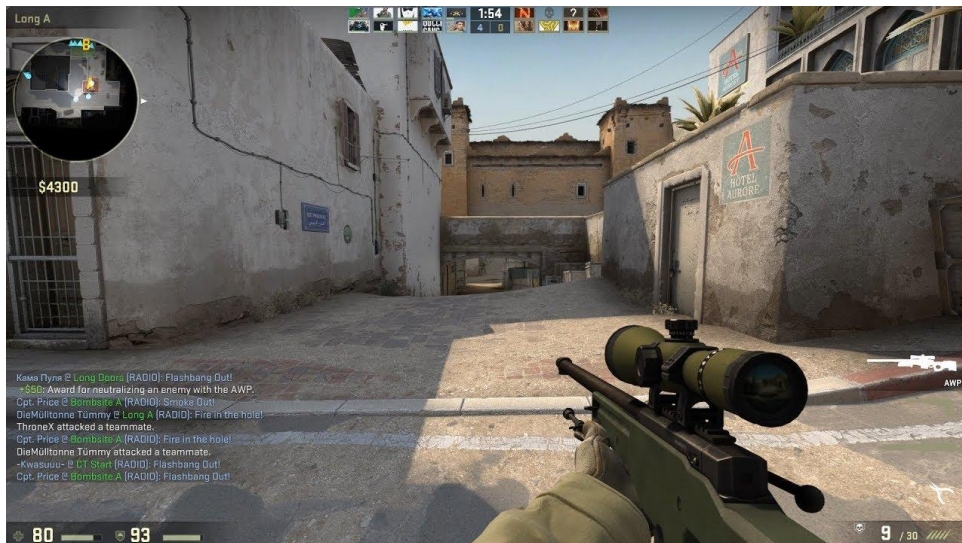


Figura 7 - *Dust 2*, um dos mapas mais famosos da franquia *Counter-Strike*

Principais títulos:

- *Counter-Strike*
- *Call of Duty*
- *Overwatch*
- *Rainbow Six: Siege*
- *PUBG*
- *Valorant*
- *Halo*

RTS - Real Time Strategy

RTS é uma categoria de jogo que já foi notável nos anos 2000, mas vem perdendo popularidade desde então. Neste tipo de jogo cada jogador controla vários personagens, de forma a organizar exércitos, construir bases, explorar recursos e guerrear contra os adversários. Sua característica distinta é o fato de que controlar diversos personagens torna o jogo bastante baseado na *APM* (ações por minuto), onde múltiplas ações devem ser realizadas o mais rápido possível de forma eficiente para se ter uma vantagem competitiva em relação aos seus adversários.



Figura 8 - Screenshot de *Starcraft II* mostrando exército e base de um dos jogadores

Principais títulos:

- *Starcraft: Brood War*
- *Starcraft II*
- *Warcraft III*

Esportes

Jogos eletrônicos de esporte simulam jogos esportivos tradicionais em uma versão digital, geralmente tentando incorporar o máximo possível as possibilidades estratégicas de cada jogo. Basquete e futebol costumam ser os esportes mais abordados, mas também há jogos que utilizam os detalhes dos esportes tradicionais mas os fundem com mecânicas lúdicas e fantasiosas, criando novos esportes.



Figura 9 - Screenshot de *Fifa 16*, que simula o futebol de forma fiel ao esporte original

Principais títulos:

- FIFA series
- Madden
- NBA 2K
- Pro Evolution Soccer
- Rocket League

MOBA - Multiplayer Online Battle Arena

MOBA é uma categoria de jogo que foi derivada de uma modificação do jogo de *RTS* chamado *Warcraft III*. o *MOBA* conta com duas equipes, geralmente de 5 ou 6 jogadores, que lutam em um mapa simétrico separado por 3 *Lanes*, ou caminhos. Cada equipe tem como objetivo destruir a base adversária, sendo necessário destruir todas as estruturas como torres e barricadas antes de alcançar o centro da base. É importante ressaltar que esta categoria de jogo é a que possui a maior audiência e premiação no universo dos *eSports* desde 2010, e se mantém numa situação estável até hoje.

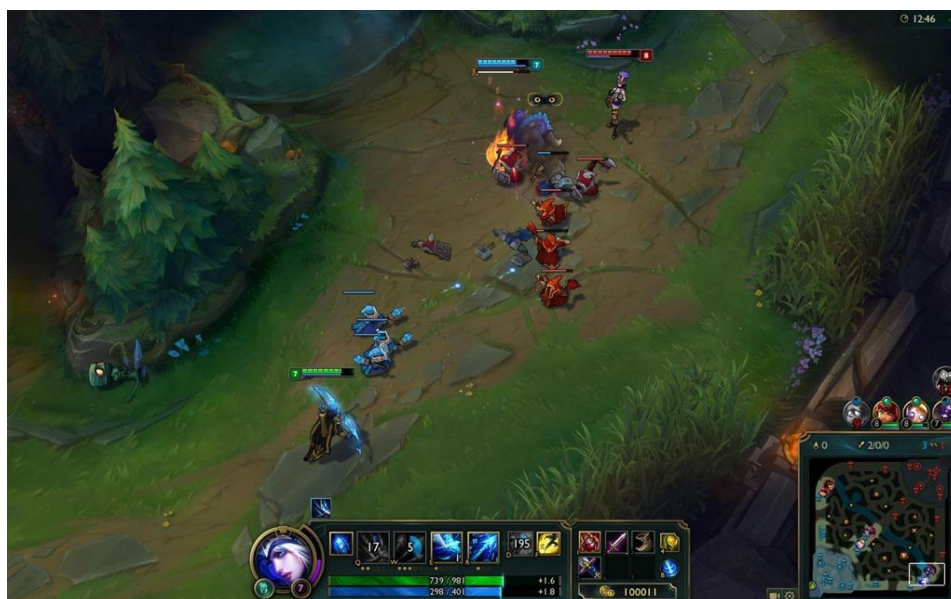


Figura 10 - Screenshot de *League of Legends*, o jogo de PC mais jogado no mundo

Principais títulos:

- League of Legends
- DOTA 2
- Heroes of the Storm
- Heroes of Newerth
- Smite

Battle Royale

Apesar do *Battle Royale* ser uma subcategoria da categoria *FPS*, o gênero cresceu de uma forma tão rápida nos últimos 5 anos que merece ser destacado. Por ser um jogo *FPS*, é um jogo de tiro, mas em um formato específico onde diversos jogadores (geralmente entre 50 a 100) jogam simultaneamente num mesmo mapa, onde apenas o último sobrevivente vence. O mapa vai diminuindo de tamanho conforme a duração da partida progride, para incentivar os jogadores a lutarem entre si.



Figura 11 - Screenshot de *Fortnite*, o *Battle Royale* com maior número de jogadores ativos

Principais títulos:

- Fortnite
- PUBG
- Free Fire
- Apex Legends

Mobile

Embora seja um pouco controverso, alguns jogos *Mobile* também se encaixam como *eSports*. Jogos *Mobile* não são uma categoria definida por gênero de jogo, mas sim pela plataforma. Ou seja, jogos *Mobile* variam de *Tower Defense*, *FPS*, jogo de cartas, entre outros.



Principais títulos:

- Free Fire
- PUBG Mobile
- Clash of Clans
- Clash Royale

Figura 12 - Screenshot de *Clash Royale*, jogo Mobile de Tower Defense

Cartas

Jogos de cartas são simulações de jogos de carteados físicos. Geralmente são disputados por um jogador contra outro, mas às vezes também em duplas. Pelo fato de serem jogos eletrônicos, jogos de cartas *online* dispõem de certos elementos extras em comparação aos jogos de cartas físicos, como por exemplo sistema de embaralhamento de cartas automático e algoritmos para determinar probabilidade de receber cada carta, e por aí vai. Jogos de carta costumam ser mais *RNG-based* (do inglês, “*random number generated-based*”, número gerado aleatoriamente) do que a maioria dos outros jogos, ou seja, são mais aleatórios e dependem bastante de sorte e azar. Ainda assim, se encaixam como uma categoria de *eSports*.



Figura 13 - Screenshot de *Hearthstone*, jogo online de cartas

Principais títulos

- Hearthstone
- Magic: The Gathering
- Legends of Runeterra

Plataformas de Campeonatos para *eSports*

Campeonatos de *eSports* são em sua grande maioria realizados através de plataformas online, que arquivam os dados dos jogadores e os resultados das partidas e servem como forma de divulgação dos campeonatos e das entidades envolvidas. Seja um campeonato oficial/profissional ou amador, presencial ou online, em sua maioria, os esports são organizados por estas plataformas, cada qual com a sua especialidade.

Plataformas de campeonatos de *eSports* podem ser divididas primariamente em “Integradas” e “Não-Integradas”. Plataformas integradas possuem comunicação direta com um jogo digital específico, ou seja, são uma funcionalidade dentro do cliente do jogo e são desenvolvidas pela empresa do próprio jogo. Plataformas não-integradas são desenvolvidas por empresas terceiras, que geralmente organizam campeonatos de jogos diversos, não se restringindo à um jogo específico.

Plataformas não-integradas

As plataformas não-integradas ocupam a maior parcela da organização de campeonatos *online* por sua flexibilidade. Por não serem dedicadas a um jogo específico, plataformas não-integradas têm maior facilidade de oferecer uma variedade de campeonatos de jogos de gêneros diferentes. Além disso, a maioria das plataformas não-integradas possui um apelo aos campeonatos amadores, visto que elas podem hospedar tanto campeonatos oficiais (organizados pela própria empresa desenvolvedora do jogo em questão), campeonatos semi-oficiais (organizados por empresas parceiras da empresa desenvolvedora), e campeonatos amadores (organizados por qualquer pessoa ou entidade). Essa liberdade atrai mais jogadores casuais e entusiastas dispostos a disputar ou organizar campeonatos, podendo também estruturar campeonatos privados, onde o organizador pode escolher cada competidor que irá participar.

Abaixo temos algumas das principais plataformas não-integradas de relativo sucesso no mercado:

Battlefy

Battlefy é uma plataforma não-integrada de campeonatos de *eSports* fundada em 2013 por entusiastas de *eSports* e tecnologia em geral. Um de seus co-fundadores é Jarl Mohn, ex-presidente da *Riot Games*, empresa desenvolvedora do grande título *League of Legends*. *Battlefy* iniciou como uma *Startup* baseada na cidade de Vancouver, e hoje é uma das plataformas mais bem estabelecidas do ramo. A plataforma já hospedou mais de 100,000 campeonatos de *eSports* desde sua concepção, e conta com um mínimo de 200 campeonatos simultâneos de regiões diferentes a todo momento.

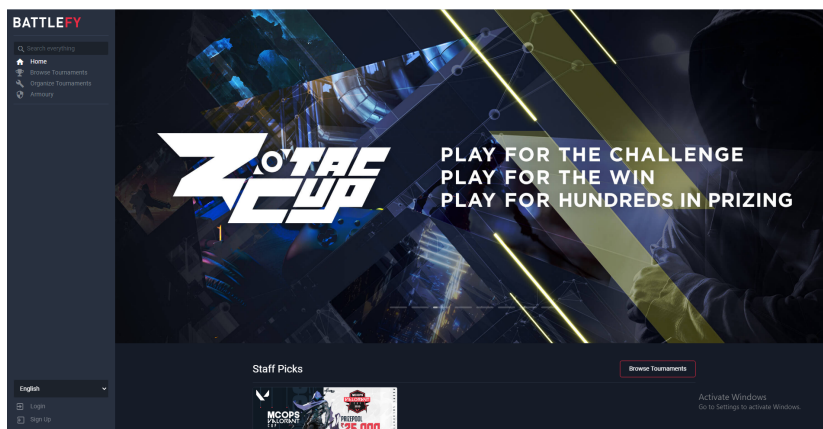


Figura 14 - Homepage do website da Battlefy

A plataforma é web através do URL www.battlefy.com, e sua estrutura base conta com uma *homepage* (Fig. 14) em estilo *Landing Page* anunciando os principais campeonatos que possuem inscrições abertas. Estes campeonatos de maior destaque geralmente são patrocinados por empresas parceiras, vide figura 12, que tem como anúncio a copa Zotac patrocinada pela Zotac, empresa de peças eletrônicas para computador.

Na barra lateral tem opção de busca por campeonatos, organizar campeonatos e *Login*, para acessar a sua conta no site. Na ferramenta de busca de campeonatos têm as seleções de filtros baseado em região, jogo eletrônico, formato de campeonato e data de abertura do campeonato (Fig. 15).

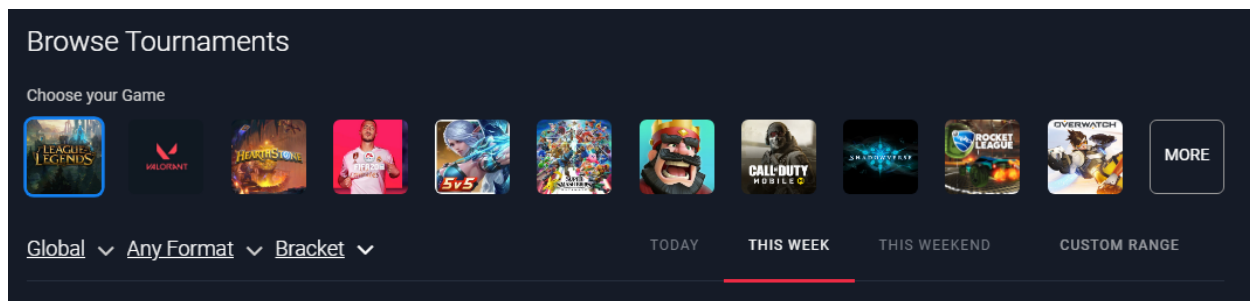


Figura 15 - Busca de campeonatos do *Battlefy*

Na ferramenta de criação de campeonatos, o organizador precisa preencher o nome da organização, logo e banner, além de preencher informações do campeonato e de contato. Já na seção de *Login*, o usuário possui um perfil próprio com notificações, times e campeonatos inscritos, além de um sistema de customização de avatar. A customização do avatar é uma forma de *gamificar* a experiência do site, trazendo um sistema de progressão de nível, onde o usuário desbloqueia novos itens visuais conforme progride (Fig. 16).

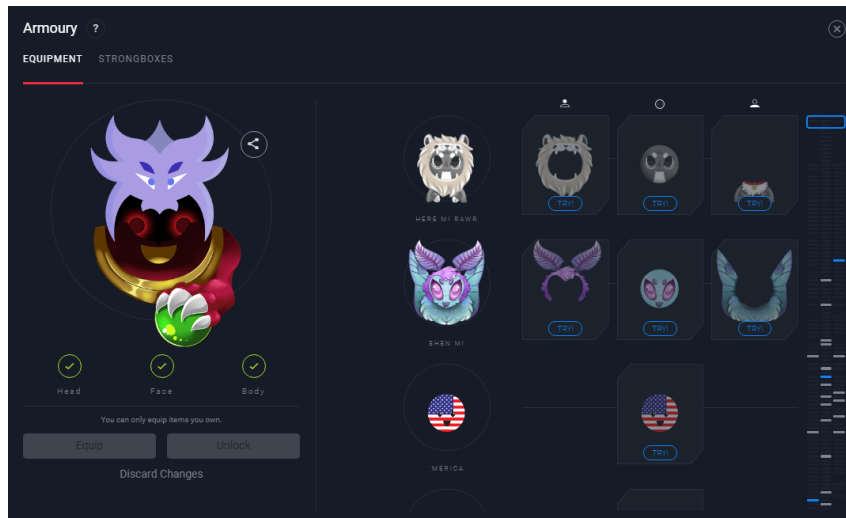


Figura 16 - Sistema de customização de avatar do *Battlefy*

Após se registrar em um campeonato, os capitães de cada time devem fazer *check-in* no site pouco antes do horário da partida, caso contrário o time se desclassifica do campeonato. Após o término da partida, os capitães de ambos os times devem reportar o resultado da partida, e anexar *screenshots* da tela de vitória ou derrota como forma de provar o resultado. Se houver algum desacordo entre os times, eles podem reportar um erro para os organizadores do campeonato (Fig 17).

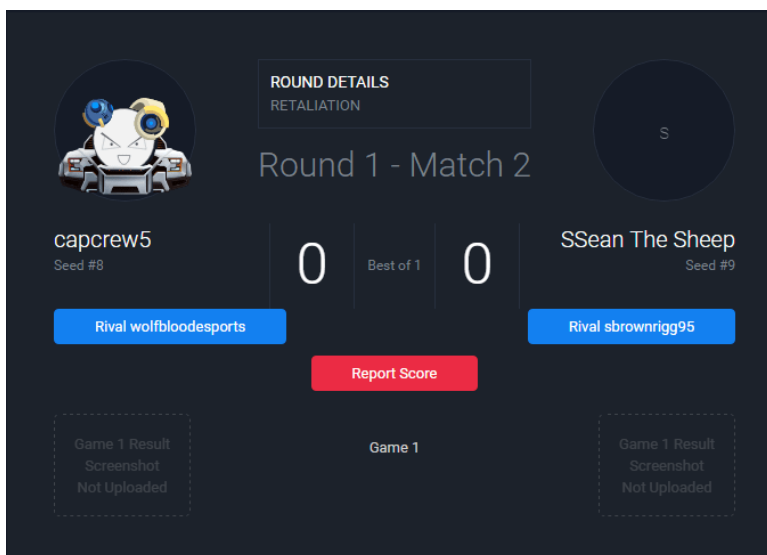


Figura 17 - Tela de submissão de resultado das partidas.

Toornament

Toornament é uma outra plataforma não-integrada de campeonatos de *eSports* bastante semelhante ao *Battlefy*. A plataforma também é web e oferece ferramentas de busca de campeonatos, organizar campeonatos, tabela e resultados, e sistema de *Login* onde registra as informações do usuário (Fig. 18).

Apesar de não oferecer um sistema de customização de avatar igual o *Battlefy*, um diferencial do *Toornament* é que é uma plataforma de API aberta, onde organizadores e empresas parceiras podem alterar o código fonte para melhor organizar os campeonatos dentro das suas necessidades.

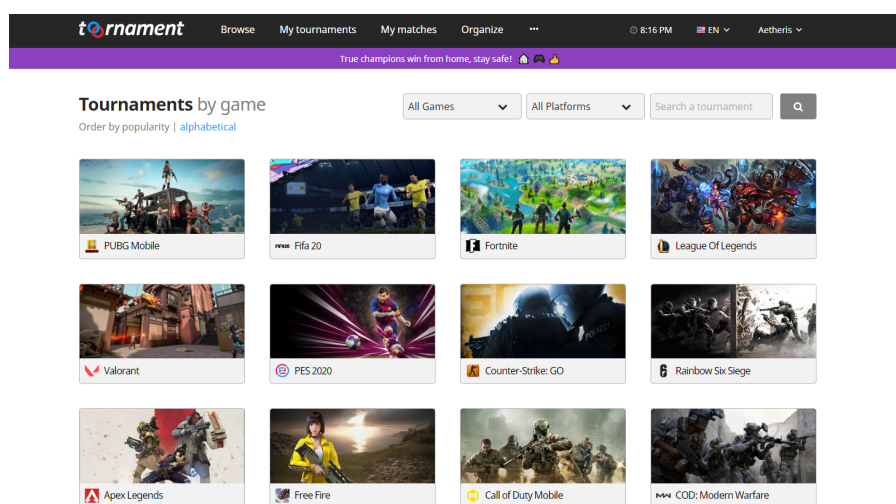


Figura 18 - Tela de busca de campeonatos do *Toornament*

Plataformas não-integradas possuem a flexibilidade de não se limitarem à um jogo específico e atenderem uma audiência mais ampla, pois suportam campeonatos oficiais, semi-oficiais e amadores. A interface do *Battlefy* e do *Toornament* são bastante simples de navegar, oferecendo apenas o que é essencial ao jogador e o organizador. Ambas as plataformas são bastante ativas nas mídias sociais e fazem propagandas nos veículos de maior relevância para o seu público-alvo como em *streams* e campeonatos presenciais.

Uma desvantagem das atuais plataformas não-integradas é que elas não têm acesso às informações do jogador relativas a cada jogo, como sua posição no *ranking*, tempo de jogo, histórico de partidas e etc. Por conta disso, o *Battlefy*, o *Toornament* e quaisquer outras plataformas baseadas em website precisam que os jogadores submetam manualmente o resultado das partidas, o que é bastante anti-profissional e pode gerar problemas de discordância.

O *Battlefy* possui uma identidade visual concisa ao longo das diversas páginas do site, com uma paleta de cores voltada para o cinza-escuro e azul. O sistema de customização de avatar traz um aspecto de *gamificação* bastante interessante, visto que quem acessa o site são em sua maioria jogadores de jogos eletrônicos. Apesar disso, o sistema de customização poderia ser mais explorado, e não possui nenhum elo de relação com os jogos disponíveis. O *Toornament* por outro lado se mostra bastante brando em relação à sua apresentação, arquitetado de uma forma primordialmente funcional. Ele não possui nenhum tipo de customização e portanto seu único diferencial às demais plataformas é a sua API aberta, que pode ser bastante chamativa para empresas e organizadores, mas não têm muita relevância para o público geral.

Lista de outras plataformas não-integradas:

- *WorldGaming*
- *UMGgaming*
- *Gamebattles*
- *Gamersaloon*
- *XYgaming*
- *Mogul.gg*

Plataformas Integradas

Plataformas integradas são vinculadas diretamente aos jogos que elas se baseiam, portanto são capazes de acessar o banco de dados dos jogadores, como posição no *ranking*, tempo de jogo, histórico de partidas e etc de forma automática. Os campeonatos promovidos por estas plataformas são em sua grande maioria apenas oficiais ou semi-oficiais.

Clash (League of Legends)

Clash é uma plataforma integrada do jogo *League of Legends* que pode ser acessada pelo cliente do próprio jogo. O jogador interessado em participar deve montar um time com mais outros quatro jogadores de sua escolha e registrar um time com logo e nome para participar dos campeonatos semanais (Fig. 19). A média da posição do *ranking* de todos os jogadores do time determina em qual nível de dificuldade o sistema irá te colocar, e organizará chaves com 8 times cada. O time que for campeão da chave avança para uma segunda fase, que será disputada na semana seguinte.



Figura 19 - Página do cliente de *League of Legends* com as informações de time do *Clash*

O sistema do *Clash* conta com sistema de *check-in* embutido no cliente, análise do perfil de todos os jogadores da partida, com seus personagens mais jogados e outras estatísticas relevantes para os todos os jogadores. Para participar, o jogador precisa de um ticket que pode ser comprado com a moeda virtual do jogo, e as recompensas são baseadas na sua posição final no campeonato. Todas as recompensas são itens virtuais dentro do jogo, como itens cosméticos, tickets e afins.

O *Clash* também conta com uma página web para rápida e fácil explicação de seu funcionamento, que simula a criação da equipe, da tabela do campeonato e reivindicação do prêmio. Diferente das plataformas não-integradas, o resultado das partidas é automaticamente atualizado na tabela, não necessitando que os jogadores precisem fazê-lo manualmente (Fig 20).

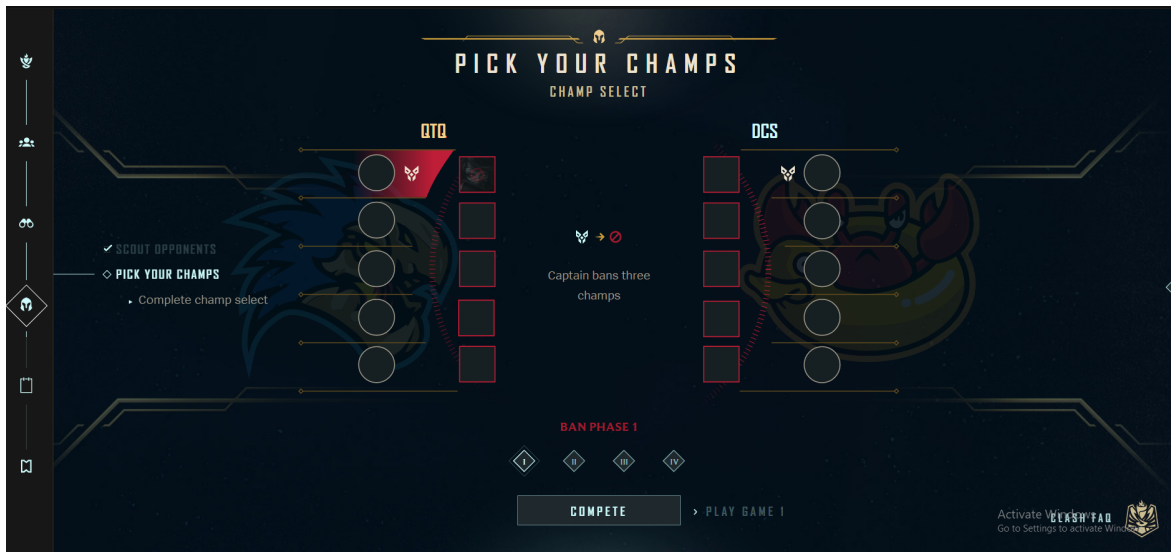


Figura 20 - Sistema de simulação de chaves do *Clash* no site de *League of Legends*

Os campeonatos disputados no *Clash* são todos organizados pela *Riot Games*, empresa desenvolvedora do *League of Legends*. Os campeonatos acontecem regularmente toda semana, separados em 4 níveis de dificuldade, baseado no *ranking* médio dos jogadores do time. O sistema é bastante eficiente e automatizado, o jogador apenas precisa fazer o cadastro. A plataforma também é bem divulgada por estar consistentemente na página principal do cliente do jogo.

Fortnite In-game Competitions

O *Fortnite* possui uma plataforma integrada para campeonatos similar ao *Clash*, embutida no cliente do próprio jogo. O jogador tem a opção de participar tanto de campeonatos regulares (geralmente semanais) quanto campeonatos sazonais, baseado em datas temáticas como halloween, aniversário do jogo ou temporada do campeonato mundial (Fig. 21).

As premiações podem variar desde itens cosméticos dentro do jogo a dinheiro real. A plataforma inclui um sistema de *matchmaking*, onde o nível dos adversários que o jogador enfrentará varia de acordo com a sua performance em partidas passadas, com intuito de balancear o nível de habilidade entre os jogadores. Todos os campeonatos são organizados pela *Epic Games*, empresa desenvolvedora do *Fortnite*.

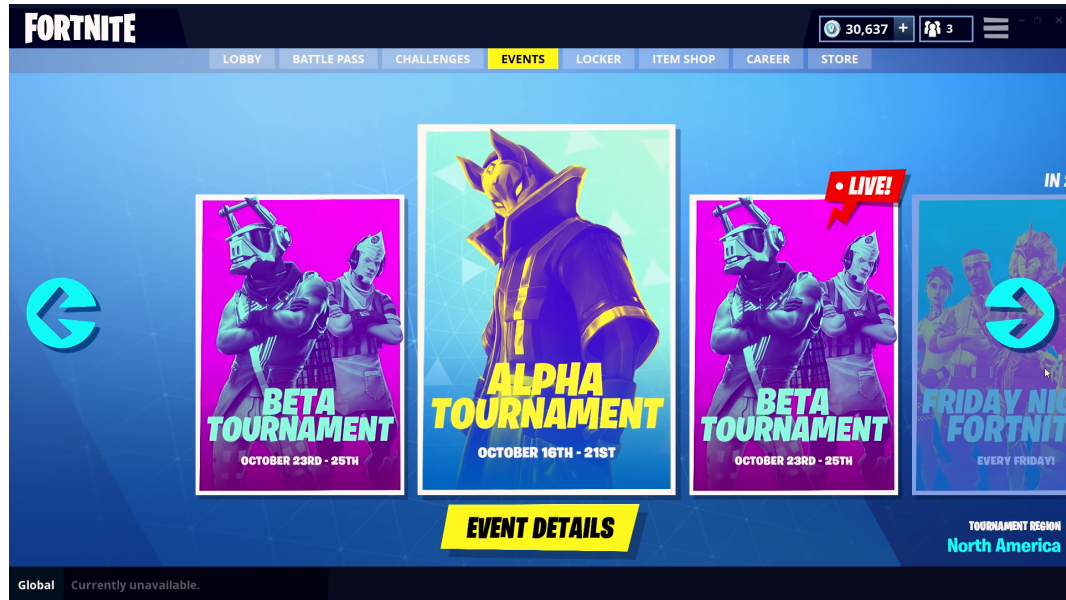


Figura 21 - Tela principal da seção de “Eventos” do *Fortnite*

Plataformas integradas são geralmente mais fáceis de acessar para o jogador casual, visto que são embutidas no cliente do próprio jogo. Além disso, são mais facilmente divulgadas e práticas, com todas as informações da conta do jogador podendo ser acessadas automaticamente pelo cliente do jogo. As plataformas integradas atuais, porém, contam com uma quantidade muito limitada de campeonatos disponíveis, sendo a sua maioria oficiais. Devido a dificuldade de implementação e monitoração, campeonatos de terceiros raramente são anunciados, tornando a plataforma bastante específica e limitada.

Devido a sua dificuldade de implementação, plataformas integradas são bastante raras, onde apenas títulos bastante famosos as detém. Arquivar informações de campeonatos dentro do cliente do próprio jogo e organizar as partidas de forma automática (com o mínimo de interação humana) com um bom retorno financeiro ainda é algo que as desenvolvedoras lutam para conseguir. O *Hearthstone Tournament Mode* é um exemplo de plataforma há mais de 5 anos em estado de desenvolvimento, que apenas conseguiu ser lançada no servidor da China, sob ajuda da desenvolvedora chinesa *NetEase*.

Lista de outras plataformas integradas:

- *Hearthstone Tournament Mode* (Somente no cliente da China)
- *Starcraft II Automated Tournament*

Em suma, plataformas integradas e não-integradas de campeonatos de *eSports* possuem uma distinção nítida sobre sua forma de utilização, divulgação e objetivo. Segue abaixo na tabela de forma resumida os pontos fundamentais das principais plataformas atualmente. A coluna de atributos está organizada dos atributos de maior relevância aos de menor relevância, respectivamente.

Atributos	Battlefy	Toornament	Clash	Fortnite Ingame Competitions
Campeonatos Oficiais	X	X	X	X
Campeonatos Semi-Oficiais	X	X	-	X
Campeonatos Amadores	X	X	-	-
Jogos Variados	X	X	-	-
Acesso automático a informações da conta do jogador	-	-	X	X
<i>Matchmaking</i>	-	-	X	X
Resultados automáticos	-	-	X	X
API aberta	-	X	-	-

Quadro 1: Comparativo das plataformas de campeonatos de *eSports*

3 - Projeto da Plataforma

Requisitos do Projeto

Baseado na análise das diferenças das plataformas integradas e não integradas de campeonatos de *eSports* disponíveis no mercado atualmente, a proposta deste projeto é unir de forma prática os pontos principais de cada uma e desenvolver uma plataforma capaz de atender um público de jogadores mais abrangente e com eficácia.

Plataformas integradas são mais práticas, pois possuem acesso automático a informações da conta do jogador, logo conseguem ser mais automatizadas e requerem menos interferência humana. Utilizando isto como ponto-chave, pretendo desenvolver uma plataforma integrada que possa atender campeonatos semi-oficiais e amadores, além de ser possível integrá-la em jogos variados.

Devido às limitações de tempo e escopo do projeto, o protótipo desenvolvido para este projeto será apenas visual, sem aplicação real. Além disso, serão escolhidos 3 jogos distintos para aplicação da plataforma. Devido a minha familiarização com alguns dos jogos, foram escolhidos os seguintes jogos eletrônicos: *Valorant*, *Overwatch* e *League of Legends*.

Como a ideia desta plataforma é que ela se integre com o cliente de jogos eletrônicos diferentes, sua identidade visual precisa ser consideravelmente neutra. A identidade visual também pode variar levemente para melhor se enquadrar com a temática de cada jogo. No que se refere à identidade visual deste projeto, serão de suma importância a criação de uma *logo*, *layout* das páginas principais de navegação da plataforma e inserção desta plataforma nos clientes dos jogos escolhidos.

Comparado às demais plataformas integradas e não-integradas, a proposta deste projeto é desenvolver uma plataforma que ajude a mobilizar a comunidade a participar e organizar campeonatos amadores. A plataforma precisa ser prática e fácil de manusear para o jogador comum, mas ao mesmo tempo passar uma impressão de ser profissional.

Segue abaixo os requisitos do protótipo proposto para este projeto que servirá como base para uma possível implementação desta plataforma:

- *Logo*
- Identidade Visual geral
- *Wireframe*
- PDF interativo com pelo menos 8 páginas principais
- Simulação de implementação no cliente de cada jogo escolhido

- Variação de paleta de cores para a versão de cada jogo escolhido
- Simulação de criação de campeonato amador dentro da plataforma

Análise de Concorrentes

Ao adentrar o universo dos *eSports*, e mais especificamente, o universo das plataformas de campeonato de *eSports*, algumas tendências podem ser facilmente notadas. Os *eSports* atingem um público de nicho muito específico, que são os *gamers*, e por este motivo qualquer tipo de publicidade e propaganda serão centralizadas neste nicho. Campeonatos de jogos eletrônicos não possuem muito apelo ao público que não joga, porque como dito anteriormente, desde a parte mais fundamental do jogo, como as regras, até as nuances menos perceptíveis, como o envolvimento com o personagem, a história e as mecânicas de funcionamento do jogo, não são facilmente captadas pelo público geral. As desenvolvedoras de jogos eletrônicos tentam primeiro cativar o público geral à se interessar pelo jogo, e em segundo pelos campeonatos.

Tendências atuais do *eSports*

Algumas tendências na publicidade do *eSports* são bastante características, e determinam a imagem que as empresas desenvolvedoras de jogos eletrônicas, patrocinadores e empresas parceiras querem que o ramo tenha como conceito. Segue abaixo a lista das principais tendências:

- Estádios lotados e vibrantes: Os estádios cheios tentam passar a impressão de que não apenas o jogo faz sucesso e é capaz de encher estádios, como também o seu público possui uma paixão pelo jogo e por aqueles que se dedicam para dominar as técnicas do jogo (Fig. 22).



Figura 22 - Estádio lotado de espectadores de um campeonato do jogo *League of Legends*

- Seriedade e profissionalismo: Não é apenas um jogo, mas uma profissão. Essa tendência aparece desde o começo dos *eSports*. Possui como intuito tentar quebrar o paradigma de que jogos são apenas para diversão, e/ou que jogos são apenas para crianças. Várias desenvolvedoras e empresas parceiras apostam na ideia de que educar o público que os atletas de *eSports* são atletas tais quais de esportes tradicionais traz uma maior credibilidade do público.
- Alto nível de competição: Para ser um vencedor, você precisa ser o melhor dos melhores. Campanhas publicitárias de *eSports* sempre retratam o atleta de *eSports* como um jogador de alto calibre e extremamente dedicado, tentando enfatizar a ideia de que o jogador que alcança tal nível de competição precisa ter garra, determinação e muito estudo sobre o jogo (Fig. 23).



Figura 23 - Jogadores profissionais de *eSports* são quase sempre retratados com o máximo de foco e concentração

- Luzes artificiais: As luzes artificiais azuis, vermelhas e roxas, geralmente de neon, são cores que não são encontradas com abundância na natureza. Principalmente quando estas são bastante saturadas, o ser humano costuma as associar como cores das cidades, porque são cores artificiais desenvolvidas pelo próprio ser humano. O universo do *eSports*, assim como diversos outros, utiliza de luzes nessas faixas do espectro para dar uma sensação completamente urbana e de alta tecnologia.
- *Hype*: *Hype* é uma palavra em inglês que significa promover e publicar algo intensivamente, comumente exagerando a importância dos seus benefícios. Narradores de competições de *eSports* se demonstram extremamente exaltados com os acontecimentos das partidas, tentando sempre elevar o público a catarse. Se comparado à narração de esportes tradicionais, narrações de *eSports* costumam ser ainda mais empolgadas, pois como ainda é uma indústria que grande parte da população mundial não tem noção de sua existência, o *Hype* tem como propósito tentar tornar a experiência de novos públicos e públicos recorrentes épica, imponente e envolvente.

Tendências atuais das plataformas de campeonatos de *eSports*

Plataformas de campeonatos de *eSports*, por sua vez, possuem um público alvo parecido, porém ligeiramente diferente. Enquanto o universo dos *eSports* tem o seu público alvo os espectadores, as plataformas de campeonatos de *eSports* focam nos

jogadores e participantes, sejam eles espectadores ou não. Essas plataformas precisam atrair o jogador a se dispor a jogar várias partidas, possivelmente montar um time e se mostrar interessado em competir. Essa é uma tarefa mais árdua, onde naturalmente vai atingir uma parcela menor de jogadores, jogadores estes que possuem um envolvimento e carinho pelo jogo maior do que o jogador comum.

Para conseguirem cativar este público, plataformas de campeonatos de *eSports* utilizam das seguintes estratégias e tendências:

- **Envolvimento com a comunidade:** Especialmente organizações de campeonatos amadores em plataformas não-integradas possuem um envolvimento com a comunidade bastante forte. A *Blake Games*, por exemplo, é uma organizadora de campeonatos amadores de jogos eletrônicos diversos que utiliza bastante do seu servidor no *Discord* (mídia social de vídeo chamadas voltada para *gamers*) para divulgar campeonatos, conversar diretamente com a comunidade e engajar socialmente através de posts, sorteios e afins (Fig. 24).

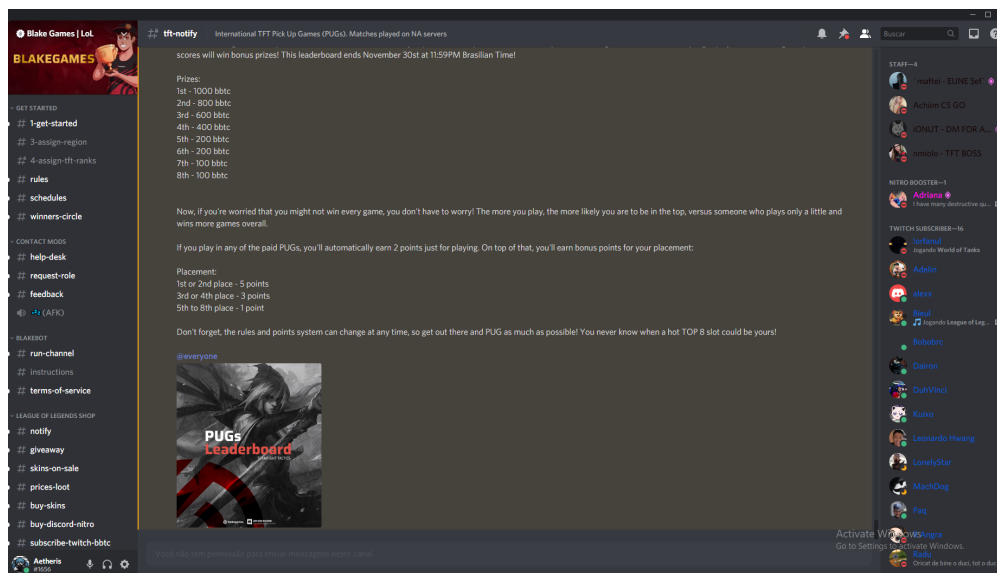


Figura 24 - Página inicial do servidor de *Discord* da *Blake Games*.
Campeonatos pequenos são anunciados quase que diariamente

- **Premiações exorbitantes:** Campeonatos de *eSports* muitas vezes utilizam dos valores altos da premiação do próprio campeonato como um atrativo, apesar de que é uma parcela muito pequena dos jogadores que conseguem alcançar uma posição capaz de receber premiações. Ainda assim, como há vários campeonatos com inscrição gratuita, são muitos jogadores que se interessam em participar apenas para ter a experiência de competir em um campeonato.

- Números e variedade: Plataformas não-integradas em particular utilizam constantemente de números e dados de competidores ativos em suas plataformas como forma de incentivo à possíveis novos competidores. Plataformas como a *Battlefy* não apenas possuem vários jogos disponíveis, como também vários campeonatos para se escolher, tentando passar a imagem de que sempre terá um campeonato em particular que irá lhe interessar.
- Foco nos jogadores de baixa/média habilidade: Enquanto campeonatos de *eSports* profissionais são o maior atrativo dos espectadores, os jogadores de alto nível, capazes de seguir carreira profissional representam menos de 1% da quantidade de jogadores totais. Sendo assim, plataformas de campeonatos de *eSports* dedicam diversos campeonatos para jogadores de baixa/média habilidade, ou seja, uma faixa do *ranking* específica do jogo. Desta forma, mesmo os jogadores comuns conseguem disputar um campeonato e ter uma chance de alcançar as melhores posições (Fig. 25).

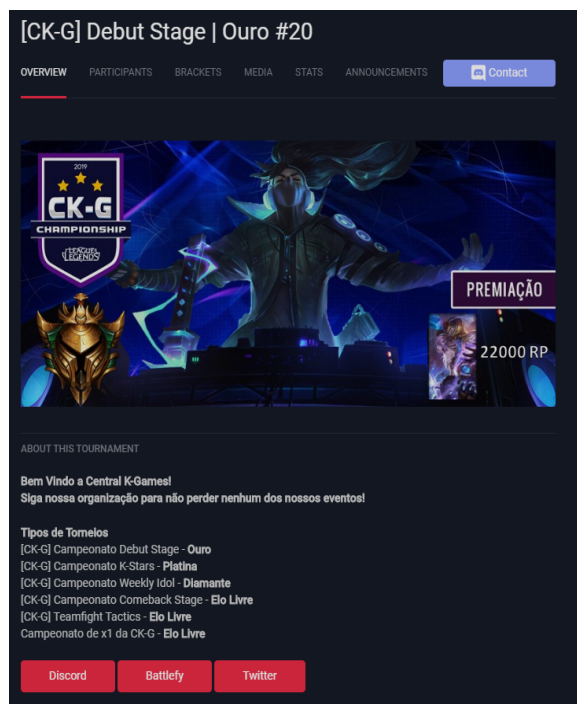


Figura 25 - Exemplo de campeonato de *League of Legends* com divisão por *ranking* dentro da plataforma *Battlefy*

- Você pode ser o melhor dos melhores: não apenas as plataformas, mas a publicidade dos campeonatos em si tenta trazer à tona o espírito competitivo de quem se interessa nos campeonatos. Frases como: “Prove o seu potencial entre os melhores” e “Registre-se agora para ter uma chance de se tornar uma lenda” são bastante comuns.

Tendências das *Logos* e identidades visuais das plataformas de campeonatos de *eSports*

Dentre as plataformas analisadas - *Battlefy*, *Toornament*, *GameBattles*, *WorldGaming* e *UMG Gaming*, algumas tendências de identidade visual puderam ser observadas:

- Paleta de cor Azul/Cinza Azulado: Exceto pela plataforma *Toornament*, todas as plataformas compartilham de uma paleta de cores relativamente parecida e consideravelmente escura. Cinza e Azul escuros são as cores predominantes, e enfatizam a ideia das cores artificiais de ambientes noturnos mencionadas nas tendências atuais dos *eSports*.
- Peso nos jogos de maior relevância: Jogos com mais campeonatos simultâneos e premiações altas estão sempre em destaque nas páginas principais. Como o gosto do público vai mudando ao decorrer da popularidade de cada jogo, as plataformas se organizam ao redor do que está em alta.



Figura 26 - *Logos* das plataformas de campeonatos de *eSports* analisadas

- Foco no jogo: As *Logos* das plataformas analisadas são relativamente pouco chamativas, muitas vezes meramente *Logos* tipográficas (Fig 26). As imagens que mais atraem a atenção nas plataformas são por muitas vezes os *banners* dos campeonatos em si (Fig. 27).

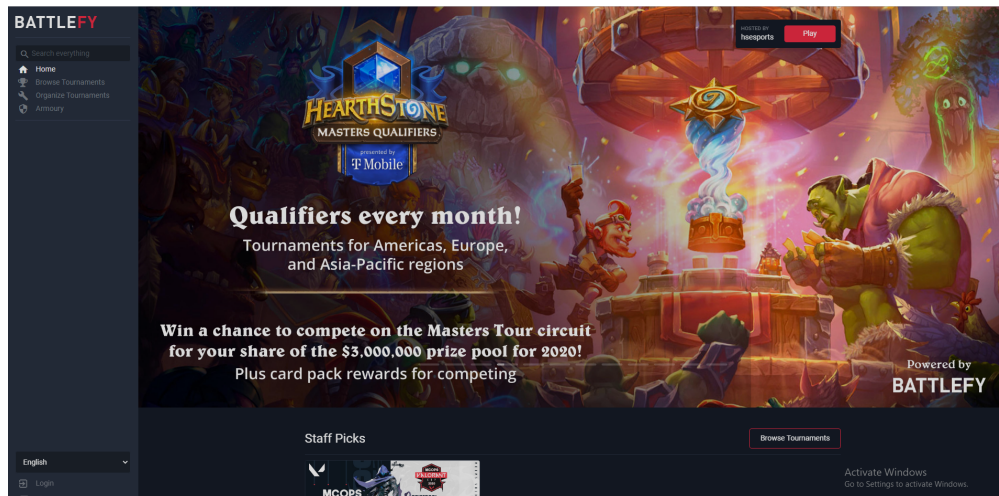


Figura 27 - Página principal da *Battlefy* com foco no *banner* do campeonato de *Hearthstone*

- Fácil de participar: Plataformas de campeonatos de *eSports* comumente exemplificam como é fácil se registrar e participar dos campeonatos oferecidos, com intuito de passar uma ideia de pouca burocratização no processo de registro (Fig. 28).

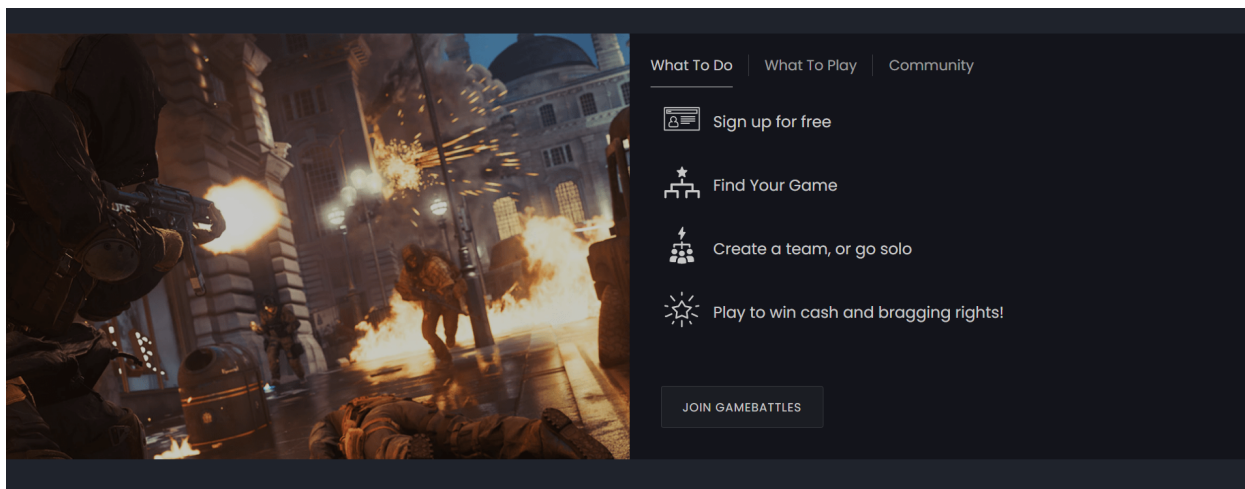


Figura 28 - Página inicial do site da *GameBattles*, exemplificando de forma simples o sistema de registro

Desenvolvimento

Baseado nas tendências de mercado do *eSports* e das plataformas de campeonatos de *eSports* analisadas neste projeto, a geração de alternativas começará

com uma geração de *naming*, seguido por alternativas de *logo*, fluxograma/*storyboard* e *layout* das páginas principais, nesta ordem.

Naming

Para a geração de *naming*, foi realizado um *brainstorm* com palavras relacionadas ao universo do *eSports*. O quadro 2 exemplifica o processo de *brainstorm* realizado, primeiro separando as palavras em 4 contextos diferentes. A maioria das palavras estão em inglês porque o universo de *eSports* quase sempre é retratado em inglês devido a vastidão de nacionalidades envolvidas.

Competição	Gaming	Transmissão	Conexão
Winning	Gaming		
Knockout	Gamers Club	Transmissão	Cyber
Qualifier	Liga	Streaming	Cibernético
Teams	Ranking	Media	Network
Campeonato	MatchMaking	Client	International
Torneio	Ladder	Automated	Servidor
Competição	Org	Esporte	Data
Prize	High Tier	eSport	Flow
Hype	Battle		
	Pro Player		

Quadro 2 - *Brainstorm* de palavras do universo dos *eSports*

Já no quadro 3, foi feita uma filtragem das palavras que melhor descrevem a proposta do projeto. Visto que a plataforma tem como foco reunir diversos jogos e públicos diferentes em um sistema único, palavras como *Network*, *International* e *Servers*, dentro do contexto de Conexão foram bastante utilizadas para teste de nomes diferentes. Além disso, o nome não pode ter vínculo com nenhum gênero de jogo específico, e precisa trazer uma ideia de comunidade.

GamersNet	MetaHop	eData
GNetwork	BattleNet	GamingNet
Autoplay	AutoMatch	CyberZone
Battle League	TeamsNet	Metafy
CyberNet	CYBLeague	MetaNet
MMAuto	MetaLeague	KnockDown
	World League	

Quadro 3 - Alternativas de nomes para a plataforma

Dentre as alternativas desenvolvidas, o nome de escolha foi *Metafy*. A palavra *Meta*, no dicionário, é quando algo se refere a si mesmo, se auto referencia. Porém, dentro do universo *gamer*, a palavra *Meta* possui um significado diferente; ela deriva de *metagaming*, um termo introduzido na série de RPG de mesa *Dungeons and Dragons*. Dentro da comunidade de *Dungeons and Dragons*, *metagaming* se refere à um jogador que estuda o jogo demasiadamente como uma forma de sempre saber a melhor opção para um dado momento. Ele sempre tenta estar um passo à frente dos demais jogadores, e o seu conhecimento lhe traz uma vantagem competitiva. Dentro desta comunidade, o termo na verdade tem uma conotação ruim, pois o jogador que age de tal maneira costuma ser visto como chato e arrogante, e atrapalha a experiência dos demais jogadores que querem aprender o jogo conforme jogam (10).

Todavia, quando o termo foi introduzido nos jogos competitivos *online*, ele começou a ser utilizado com uma nuância diferente. Nos jogos competitivos *online*, o *Meta* significa categorizar e sintetizar os melhores itens, estratégias e personagens disponíveis no jogo, de forma a fazer o jogador tomar as melhores decisões possíveis para aumentar sua probabilidade de vitória (11). Dentro do cenário profissional dos *eSports*, o *Meta* é algo inevitável; para se alcançar os níveis mais altos, o jogador precisa usar e abusar das estratégias do *Meta*, e sempre que tem uma mudança no jogo, entusiastas estudam as mudanças para ver quais alterações surtiram no *Meta* atual. O *Meta* gera uma relação de “amor e ódio” com os jogadores profissionais e entusiastas, porque como é algo inevitável, o *Meta* as vezes pode favorecer um jogador que é muito bom com um personagem do *Meta* atual, ou totalmente o contrário, e o jogador precisa aprender a ser flexível para lidar com as mudanças contínuas do *Meta*.

A segunda palavra, *Fy*, é um sufixo do inglês que serve para transformar um substantivo em ação, como se fosse um verbo. *Metafy*, portanto, tem o propósito de “tornar-se *meta*”, ou seja, tanto o jogador comum participar de campeonatos tornar-se um *Meta*, como os jogos dos campeonatos em si serem definidos pelo *Meta*.

MoodBoard

O *MoodBoard* desenvolvido a seguir (Fig. 29) servirá como base de inspiração e de referência para criação da *Logo*, identidade visual e *Layout*. Tudo é válido para a criação do *MoodBoard*, desde *Logos* de concorrentes e empresas relacionadas, imagens de campeonatos, *banners* de campeonatos, imagens de periféricos e peças de computador *gamer*, *Layout* de plataformas concorrentes, etc (12).



Figura 29 - MoodBoard com diversos motivos do universo dos eSports e cultura gamer

Logo

Para o desenvolvimento da *Logo*, foram levados em consideração alguns critérios importantes. A *Logo* precisa ter como componente algum símbolo de fácil integração com os jogos, e a paleta de cores deve variar de acordo com a identidade visual do cliente do jogo na qual vai estar inserida. Ela precisa ser simples, mas ao mesmo tempo facilmente reconhecível para qualquer jogador que acessar os diversos jogos na qual a plataforma possa estar integrada. A *Logo* também precisa ser facilmente introduzida no universo *gamer* e dialogar de forma natural com ele.

Utilizando os critérios mencionados acima, foram realizados alguns rascunhos de ideias da *Logo*. Os rascunhos usaram a grafia da letra “M” como principal elemento, dando importância para a palavra *Meta*.



Figura 30 - Rascunhas de alternativas da *Logo* realizados pelo pesquisador

Dentre as alternativas dos rascunhos, a escolhida foi a do topo direita, em especial pelo formato hexagonal. Como a ideia do projeto é desenvolver uma plataforma que une os jogadores casuais com o *eSports*, a ideia de integração e rede é muito importante. Já que no nome *Metafy* não foram utilizadas palavras do contexto de conexão e *Network*, seria importante que o símbolo representasse isso.

O hexágono é a única forma geométrica regular capaz de cobrir um espaço por inteiro sem deixar áreas vazias, então ele representa a ideia de rede, teia. As colméias de abelhas são exemplos naturais de hexágonos que constituem um sistema, uma colônia. A imagem a seguir (Fig. 31) mostra o desenvolvimento da alternativa na versão vetorizada.

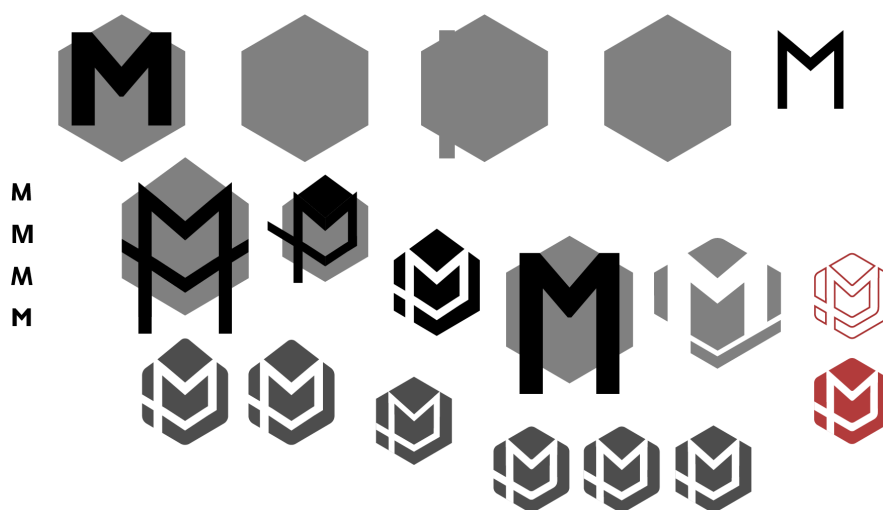


Figura 31 - Construção da *Logo* definitiva vetorizada



Figura 32 - Construção final da *Logo*

A versão final da *Logo* (imagem à esquerda, Fig. 32), é a assinatura principal da *Logo*, e será utilizada como ícone clicável nos diversos jogos em que a plataforma for integrada. Dependendo do jogo, o ícone sofrerá variações de cor para melhor se integrar ao cliente do jogo em questão. Nas três imagens a seguir (Fig. 33 a 35), são mostradas as variações de cor nos clientes dos três jogos escolhidos para este protótipo: *Valorant*, *Overwatch* e *League of Legends*, respectivamente. Por uma questão de facilitar a acessibilidade do jogador à plataforma nos diversos jogos, em todas as aplicações o ícone ficará no canto superior direito.

Nas aplicações, a variação de cor do ícone se encontra na direita, e as Logos do jogo em questão como comparação. O propósito do ícone no cliente do jogo é servir como um artigo clicável, que irá abrir a plataforma *Metafy* em um *Pop-up*, como se fosse uma página de internet aberta dentro do cliente.

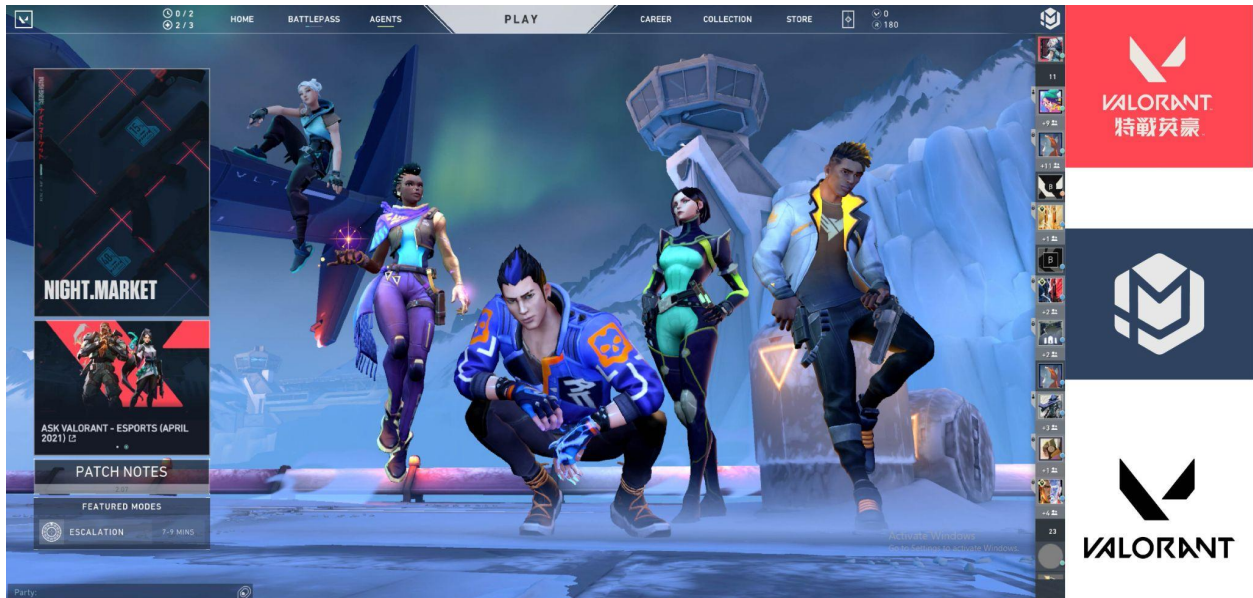


Figura 33 - Aplicação do ícone no cliente do Valorant



Figura 34 - Aplicação do ícone no cliente do Overwatch

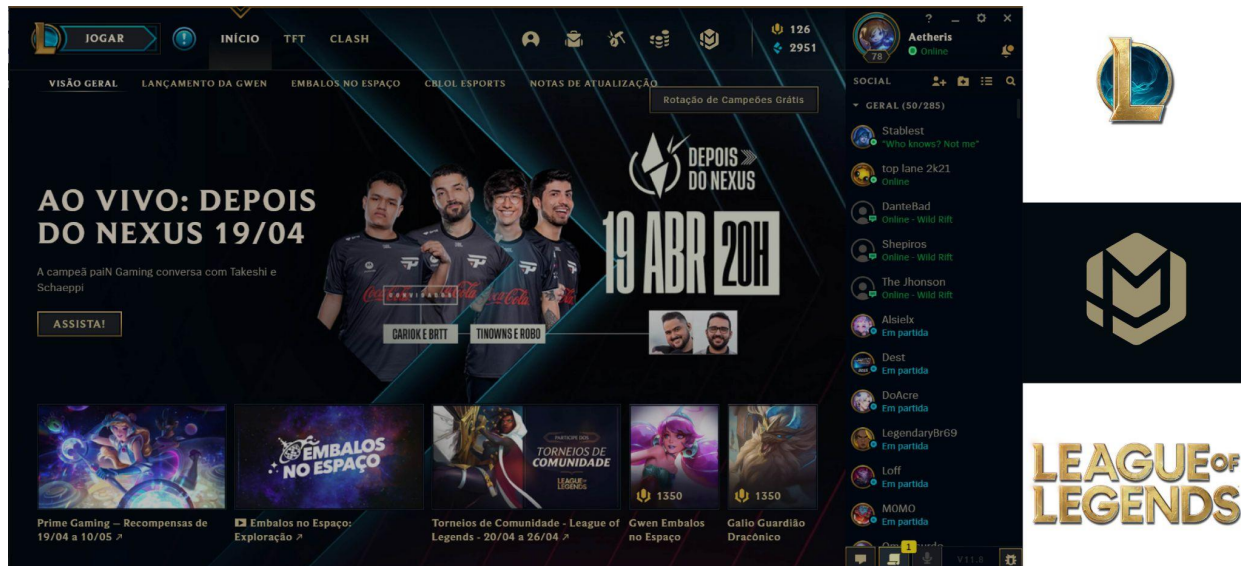


Figura 35 - Aplicação do ícone no cliente de *League Of Legends*

Quanto as variações de assinaturas principais da *Logo*, ou seja, sem estarem vinculadas à um jogo específico, todas se encontram na figura 36 à seguir. Na esquerda se encontram as assinaturas primárias, em versão com cor, escala de cinza e cor secundária respectivamente, e na direita as assinaturas secundárias. As cores utilizadas estão em CMYK e Hexadecimal. A fonte utilizada é a *Museo Sans 500*, porém alterada manualmente para melhor se encaixar com o ícone.

O tamanho mínimo para aplicação do ícone é de 0,8 cm x 0,8 cm. Menor do que isto, as formas arredondadas dos vértices do hexágono ficam irreconhecíveis. No que tange sobre as cores, foram escolhidas de forma a remeter o ambiente competitivo e artificial que entidades envolvidas com *eSports* geralmente se simbolizam, com cenários pouco naturais e bastante urbanos.

As cores e o estilo da *Logo* servirão como base para a identidade da plataforma como um todo, onde as cores da plataforma serão variações de tonalidade das diferentes assinaturas da *Logo*, e o ícone será utilizado de diversas formas para criação de grafias, painéis e/ou mosaicos. A forma hexagonal e o quadrado com bordas arredondadas serão utilizados como principais elementos geométricos da plataforma.

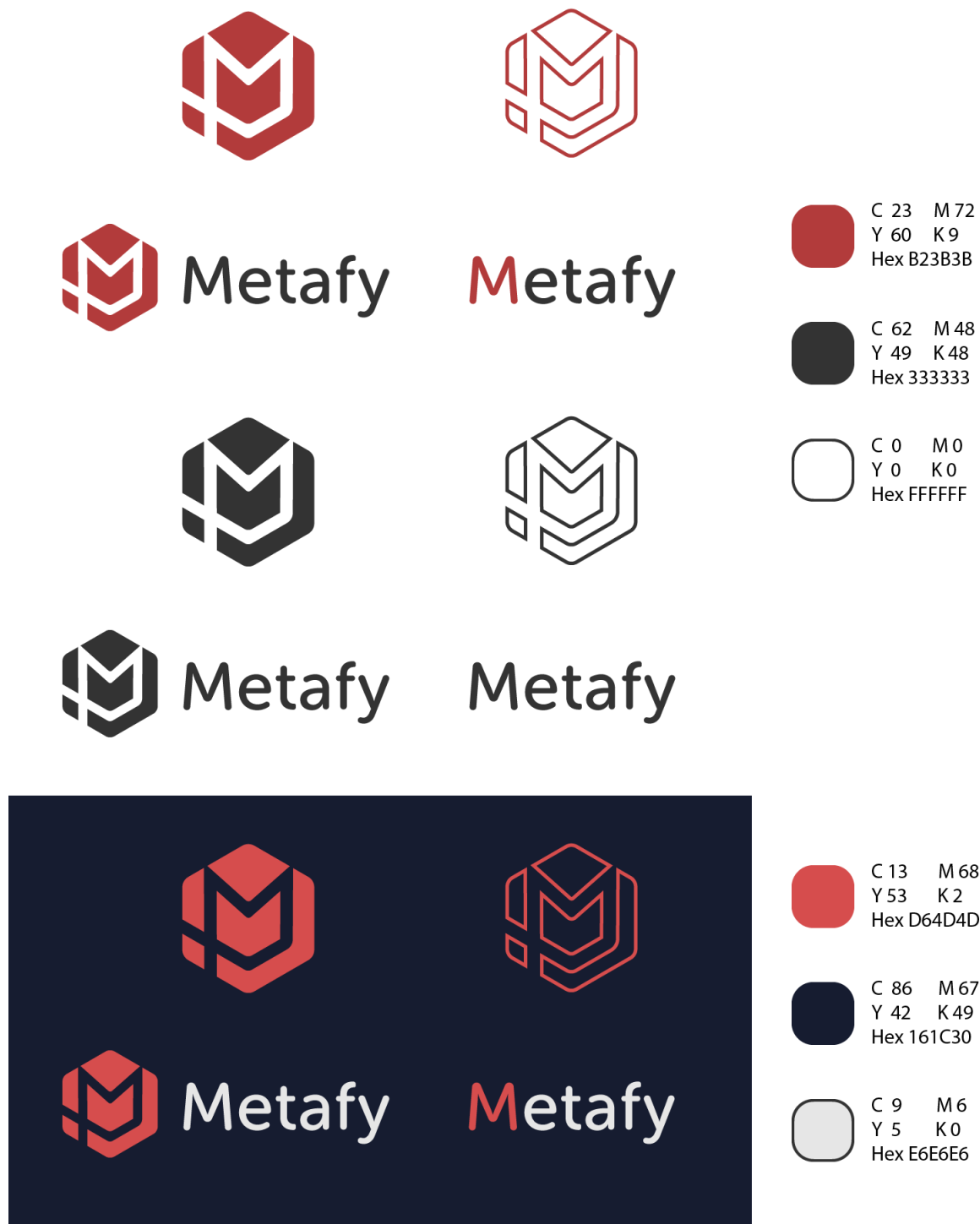


Figura 36 - Variações de assinaturas da Logo

Fluxograma/Storyboard

O fluxograma, como mostrado na imagem a seguir (Fig. 37), é uma representação em tópicos de todas as informações vitais que cada página da plataforma precisa conter. Ele servirá como base para a criação do *Storyboard*, que é um rascunho do *layout* final da página.

O ⁽³⁾ representa a numeração da página, as setas indicam o que cada informação clicável abrirá como página, e as informações de cada página estão separadas em cores diferentes. Vale ressaltar que o ícone ⁽¹⁾ é o ícone clicável dentro do cliente de cada jogo, que abrirá a plataforma numa espécie de *Pop-up*. A plataforma também é acessível por qualquer *internet browser*.

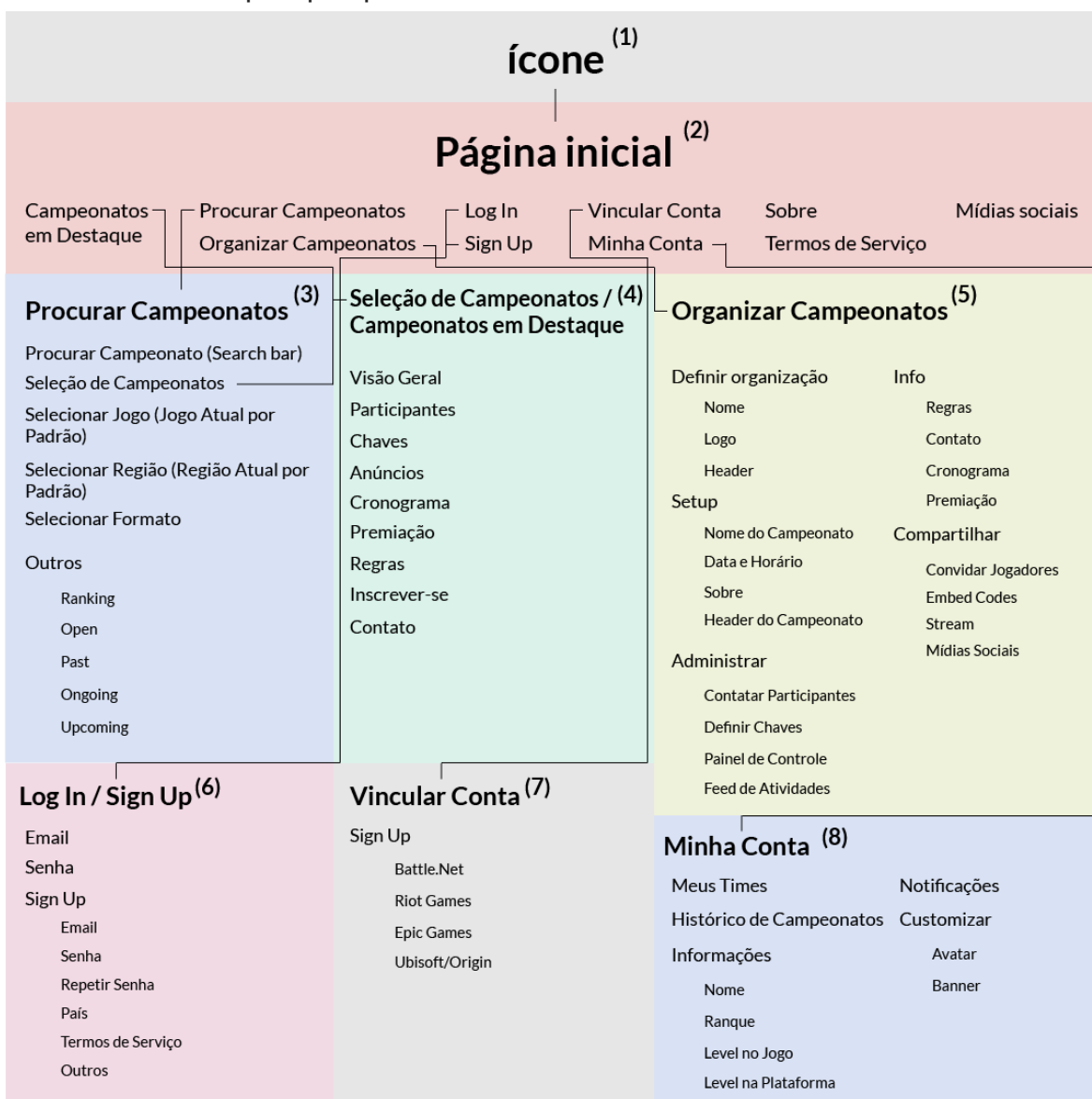


Figura 37 - Fluxograma de informações das páginas da plataforma *Metafy*

O *Storyboard*, por sua vez, é uma representação visual em escala de cinza do *layout* final. Ele não necessariamente será seguido por inteiro, podendo haver alterações na versão final, portanto ele é apenas uma guia. O *Storyboard* não é uma etapa obrigatória do desenvolvimento da plataforma, porém ele ajuda diminuindo a quantidade de informação a ser definida na etapa de criação. As figuras 38 e 39 a seguir exemplificam o *Storyboard* da página principal e de procurar campeonatos, respectivamente.



Figura 38 - *Storyboard* da página principal



Figura 39 - *Storyboard* da página de campeonatos

Layout final

O *layout* final da plataforma consiste nas 8 páginas determinadas pelo fluxograma mais as suas variantes de paleta de cores de acordo com cada jogo. A plataforma pode ser aberta tanto em um *internet browser* quanto direto no jogo, e terão em ambas a mesma programação visual, com uma única diferença que no *internet browser* a plataforma abrirá na página principal (Fig. 38), e nos jogos abrirá na página de procura de campeonatos específica (Fig 39 e 40).

Para a criação do *layout*, foram utilizados principalmente os elementos hexagonais da marca e formas quadriculadas com bordas arredondadas. As paletas de cores remetem aos jogos escolhidos e as cores do *Moodboard*, com tonalidades de azul escuro, cinza, vermelho/amarelo vivos, representando a temática urbana e artificial comentada anteriormente.

O Slogan “*Be the Meta*” faz referência ao nome da plataforma, *Metafy*, ou seja, tornar-se o *Meta*. A ideia por trás é que o jogador tente encontrar o *Meta* por conta própria, e que os demais jogadores enxerguem-o como criador do *Meta*.

As informações do jogador, quando vinculadas com a conta do jogo, serão facilmente acessadas na plataforma, em uma barra horizontal na parte de cima, ou poderá ser acessada em detalhes na página “minha conta”. Como demonstrado nas figuras 41, 42 e 43, baseado nas informações da conta, a plataforma recomendará campeonatos mais adequadas para o jogador, além de demais campeonatos disponíveis e indisponíveis.

Na figura 44, tem a página de organização de campeonatos para o usuário geral, onde ele precisa colocar diversas informações, como nome do campeonato, *Logo*, header, datas, regras, mídias sociais e etc para poder validar a criação do campeonato.

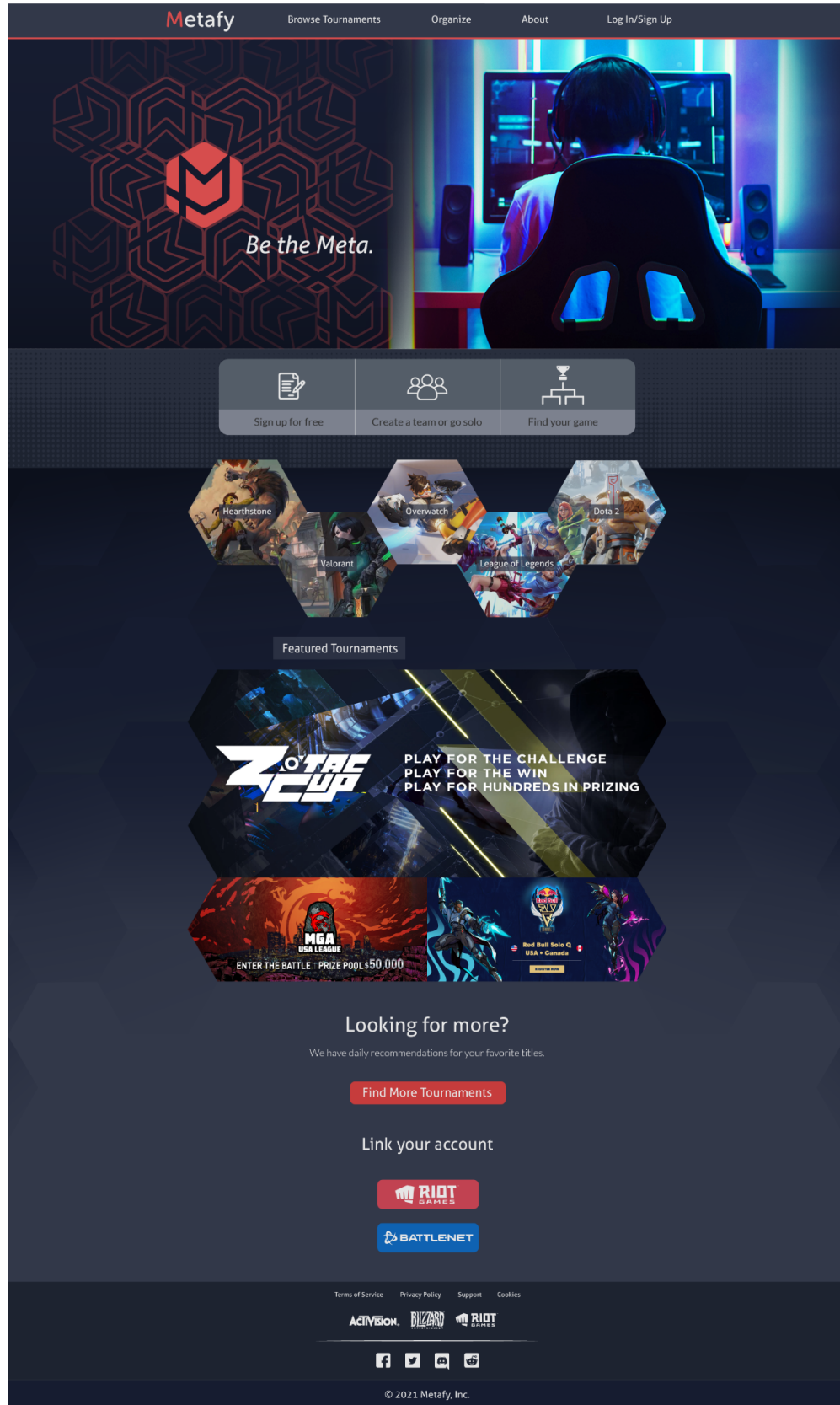


Figura 40 - Layout da página principal

Metafy Browse Tournaments Organize About Log In/Sign Up

LEAGUE OF LEGENDS

Aetheris Lv 7 437/500 Platinum II #28.539 Top 0.37% 73% 27% 6.5/4.5/5.4 K D A BR Server

Tournaments

Recommended For You

- PLATINA**
FDE - Forja Platina #349 [RP]
Mon, May 3rd 8:30 PM - 03
Free Entry Fee
Forja do eSport
- IRON PLAT**
Bronze Standard V Iron to Plat
Tue, May 4th 6:00 PM AEST
R\$ 5 Entry Fee
Bronze Standard V
- TOURNO**
Torneio Amador Potiguar 111#
Sat, May 8th 12:00 PM PDT
Free Entry Fee
Torneios Potiguar

Available

- Get To The Top - Chegue ao Topo**
Tue, May 4th 6:00 PM - 03
R\$ 10 Entry Fee
Chegue ao Topo
- LEAGUE OF LEGENDS**
[CK-G] K-Stars | Platina #271
Tue, May 4th 6:00 PM - 03
R\$ 5 Entry Fee
Central K-Games
- ELO LIVRE**
[NB] | Caos: Vale Tudo | #20
Sat, May 8th 12:00 PM PDT
Free Entry Fee
Nemesis Bellum
- Golanão de eSports**
Sat, May 8th 12:00 PM PDT
R\$ 25 Entry Fee
Orti

Unavailable

- PLATINA**
FDE - Forja Platina #349 [RP]
Mon, May 3rd 8:30 PM - 03
Free Entry Fee
Forja do eSport
- IRON PLAT**
Bronze Standard V Iron to Plat
Tue, May 4th 6:00 PM AEST
R\$ 5 Entry Fee
Bronze Standard V
- TOURNO**
Torneio Amador Potiguar 111#
Sat, May 8th 12:00 PM PDT
Free Entry Fee
Torneios Potiguar
- TOURNO**
Torneio Amador Potiguar 111#
Sat, May 8th 12:00 PM PDT
Free Entry Fee
Torneios Potiguar

DI ATINA

Terms of Service Privacy Policy Support Cookies

ACTIVISION. BLIZZARD. RIOT GAMES

© 2021 Metafy, Inc.

Figura 41 - Layout da página de procurar campeonatos de League of Legends

Metafy Browse Tournaments Organize About Log In/Sign Up

OVERWATCH

Aetheris Lv 7 437/500 3897 SR 63 - 44 - 3 237 1055 148 13% On fire BR Server

Tournaments

Recommended For You

- PLATINA**
FDE - Forja Platina #349 [RP]
Mon, May 3rd 8:30 PM - 03
Free Entry Fee
Forja do eSport
- IRON PLAT**
Bronze Standard V Iron to Plat
Tue, May 4th 6:00 PM AEST
R\$ 5 Entry Fee
Bronze Standard V
- TORNEIO AMADOR POTIGUARES 111#**
20.000R\$ + JUIZES
Sat, May 8th 12:00 PM PDT
Free Entry Fee
Torneios Potiguaras

Available

- Get To The Top - Chegue ao Topo**
Tue, May 4th 6:00 PM - 03
R\$ 10 Entry Fee
Chegue ao Topo
- LEAGUE OF LEGENDS 34000 RP**
[K-G] K-Stars | Platina #271
Tue, May 4th 6:00 PM - 03
R\$ 5 Entry Fee
Central K-Games
- ELO LIVRE**
[NB] Caros: Vale Tudo | #20
Sat, May 8th 12:00 PM PDT
Free Entry Fee
Hermes Bellum
- Golanão de eSports**
Sat, May 8th 12:00 PM PDT
R\$ 25 Entry Fee
Oral

Unavailable

- PLATINA**
FDE - Forja Platina #349 [RP]
Mon, May 3rd 8:30 PM - 03
Free Entry Fee
Forja do eSport
- IRON PLAT**
Bronze Standard V Iron to Plat
Tue, May 4th 6:00 PM AEST
R\$ 5 Entry Fee
Bronze Standard V
- TORNEIO AMADOR POTIGUARES 111#**
20.000R\$ + JUIZES
Sat, May 8th 12:00 PM PDT
Free Entry Fee
Torneios Potiguaras
- TORNEIO AMADOR POTIGUARES 111#**
20.000R\$ + JUIZES
Sat, May 8th 12:00 PM PDT
Free Entry Fee
Torneios Potiguaras

DI ATINA

Terms of Service Privacy Policy Support Cookies

ACTIVISION. BLIZZARD. RIOT GAMES

f t d y

© 2021 Metafy, Inc.

Figura 42 - Layout da página de procurar campeonatos de Overwatch

Metafy Browse Tournaments Organize About Log In/Sign Up

VALORANT

Aetheris Lv 7 437/500 Diamond III #4,789 Top 1.37% Head 13.1% Body 75.5% Leg 11.4% BR Server

Tournaments

Recommended For You

- PLATINA** FDE - Forja Platina #349 [RP]
 - Mon, May 3rd 8:30 PM - 03
 - Free Entry Fee
 - Forja do eSport
- IRON PLAT** Bronze Standard V Iron to Plat
 - Tue, May 4th 6:00 PM AEST
 - R\$ 5 Entry Fee
 - Bronze Standard V
- TORNEIO AMADOR POTIGUARES 111#**
 - Sat, May 8th 12:00 PM PDT
 - Free Entry Fee
 - Torneios Potiguarés

Available

- Get To The Top - Chegue ao Topo**
 - Tue, May 4th 6:00 PM - 03
 - R\$ 10 Entry Fee
 - Chegue ao Topo
- LEAGUE OF LEGENDS 34000 RP** [K-G] K-Stars | Platina #271
 - Tue, May 4th 6:00 PM - 03
 - R\$ 5 Entry Fee
 - Central K-Games
- ELO LIVRE** | NB | Caros: Vale Tudo | #20
 - Sat, May 8th 12:00 PM PDT
 - Free Entry Fee
 - Hiermes Bellum
- Golanão de eSports**
 - Sat, May 8th 12:00 PM PDT
 - R\$ 25 Entry Fee
 - Orbi

Unavailable

- PLATINA** FDE - Forja Platina #349 [RP]
 - Mon, May 3rd 8:30 PM - 03
 - Free Entry Fee
 - Forja do eSport
- IRON PLAT** Bronze Standard V Iron to Plat
 - Tue, May 4th 6:00 PM AEST
 - R\$ 5 Entry Fee
 - Bronze Standard V
- TORNEIO AMADOR POTIGUARES 111#**
 - Sat, May 8th 12:00 PM PDT
 - Free Entry Fee
 - Torneios Potiguarés
- TORNEIO AMADOR POTIGUARES 111#**
 - Sat, May 8th 12:00 PM PDT
 - Free Entry Fee
 - Torneios Potiguarés

DI ATINA


Terms of Service Privacy Policy Support Cookies

ACTIVISION. BLIZZARD. RIOT GAMES

© 2021 Metafy, Inc.

Figura 43 - Layout da página de procurar campeonatos de Valorant

Metafy
Browse Tournaments
Organize
About
Log In/Sign Up




Organizer Dashboard

Organization


Name

Logo



Logo
200x200px

Header Image



Header Background
1150x380px

Tournament

Selected Game

Tournament Name


Start Date

◀ May 2021 ▶

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
25	26	27	28	29	30	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5

Start Time


Tournament Header



Header Background
1290x600px

Info

Rules



Set the rules.
You can embed full ruleset here

Contact

Schedule

Prize Pool

Share

Invite players

Social Media

Stream

[Terms of Service](#)
[Privacy Policy](#)
[Support](#)
[Cookies](#)










© 2021 Metafy, Inc.

Figura 44 - Layout da página de organizar campeonatos

4 - Conclusão

O desenvolvimento deste projeto e a pesquisa de referências me ajudou a entender como o universo dos *eSports* ainda é um campo em extremo potencial de desenvolvimento e aprimoramento. Como um ávido consumidor dos jogos e das plataformas aqui descritas, eu possuo experiência de uso e opiniões fortes sobre o tema, o que apenas enfatiza a minha necessidade intrínseca de querer melhorar aquilo que não julgo bem otimizado.

O protótipo deste plataforma, porém, apenas abrange uma representação visual do seu uso. Uma aplicação real da plataforma no mercado necessitaria não apenas do *design*, mas da programação/implementação, plano de negócios, parceria com as empresas desenvolvedoras dos jogos em questão, dentre outros aspectos que não foram abordados neste estudo. Sendo assim, a sua capacidade de adentrar o mercado é algo questionável, e apenas seria possível analisar sua viabilidade com um protótipo que abrangesse estes outros aspectos.

Ainda assim, eu acredito que unindo os prós de ambas as categorias de plataformas de campeonatos (integradas e não-integradas), é possível criar-se um sistema mais abrangente, atingindo em especial um público maior de jogadores casuais. Além disso, uma plataforma com as características do *Metafy* tornaria a organização e participação em campeonatos de *eSports* algo muito mais prático e automatizado, aumentando e facilitando portanto o interesse geral do público.

Eu acredito que o futuro dos *eSports* depende não apenas de investimento e consumidores de conteúdo, mas de *designers* interessados em criar e explorar o vasto potencial desta nova categoria de esportes. Espero que jogar competitivamente se torne algo mais difundido entre a comunidade *gamer*, e que os *eSports* e suas implicações sejam reconhecidas mesmo por quem não faz parte deste nicho.

5 - Referências

- (1) <http://cbesports.com.br/esports/esports-o-que-sao/> - Acesso em 11/09/2020
- (2) <https://www.linkedin.com/pulse/comprehensive-history-esports-good-bad-atari-1976-space-lazzari/> - Acesso em 11/09/2020
- (3) <https://edition.cnn.com/2018/08/27/us/esports-what-is-video-game-professional-l-eague-madden-trnd/index.html> - Acesso em 11/09/2020
- (4) <https://www.destructoid.com/stories/taeja-wins-the-mlg-starcraft-ii-summer-arena-231866.phtml> - Acesso em 14/09/2020
- (5) [https://en.wikipedia.org/wiki/Twitch_\(service\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Twitch_(service)) - Acesso em 14/09/2020
- (6) https://resources.newzoo.com/hubfs/Reports/Newzoo_2018_Global_Esports_Market_Report_Excerpt.pdf?submissionGuid=b655872f-663d-4b81-80a4-5fb99aef5f2b - Acesso em 14/09/2020
- (7) <https://www.statista.com/statistics/532322/esports-viewers-by-age-usa/> - Acesso em 15/09/2020
- (8) <https://www.sportsintegrityinitiative.com/gaming-gender-how-inclusive-are-esports/#:~:text=A%20recent%20estimate%20puts%20the,up%2095%25%20of%20the%20spots.> - Acesso em 16/09/2020
- (9) <https://venturebeat.com/2019/02/21/interpret-female-esports-viewership-grew-6-5-percentage-points-over-two-years/#:~:text=Log%20Out-,Interpret%3A%20Women%20make%20up%2030%25%20of%20esports,audience%2C%20up%206.5%25%20from%202016&text=Women's%20viewership%20of%20esports%20grew,report%20by%20market%20researcher%20Interpret.> - Acesso em 16/09/2020
- (10) <https://gamerant.com/dungeons-dragons-5e-stop-metagaming/> - Acesso em 03/11/2020
- (11) <https://e-arena.com.br/metagame-jogos-competitivos/> - Acesso em 03/11/2020
- (12) <https://battlefy.com/modelling-cops/mcops-valorant-cup/5f267d540ac9121cf2f38689/info?infoTab=details> / <https://prodview.com.br/2020/07/24/estudo-revela-que-o-mercado-de-games-alcanca-70-da-populacao-digital-brasileira/> / <https://securityboulevard.com/2020/01/improving-customer-experience-in-the-gaming-industry/> / <https://geekinsider.com/the-impact-of-gaming-on-students-learning/> / <https://www.cmo.com.au/article/670396/game-7-brands-getting-into-gaming/> / <https://www.wizard.com.br/cultura/como-os-esports-ficaram-famosos-no-brasil/> / <https://www.glassdoor.com.br/Fotos/Populous-Fotos-escrit%C3%B3rio-IMG4318014.htm> /

<https://press.razer.com/product-news/100-thieves-join-team-razers-growing-roster-of-elite-esports-teams/> / <https://www.vivoesportscup.com/> - Acesso em 05/11/2020

6 - Lista de Figuras

Figura 1 - <http://cbesports.com.br/esports/esports-o-que-sao/> Acesso em 11/09/2020

Figura 2 -

<https://www.destructoid.com/stories/taeja-wins-the-mlg-starcraft-ii-summer-arena-231866.phtml> Acesso em 11/09/2020

Figura 3 - <http://cbesports.com.br/esports/esports-o-que-sao/> Acesso em 11/09/2020

Figura 4 -

https://resources.newzoo.com/hubfs/Reports/Newzoo_2018_Global_Esports_Market_Report_Excerpt.pdf?submissionGuid=b655872f-663d-4b81-80a4-5fb99aef5f2b Acesso em 11/09/2020

Figura 5 - <https://www.statista.com/statistics/1128659/esports-tournaments-viewers-age/>
- Acesso em 13/09/2020

Figura 6 -

http://www.espn.com.br/noticia/692246_influenciando-jogos-ate-hoje-street-fighter-ii-finalmente-entra-para-o-hall-da-fama-dos-games

- Acesso em 13/09/2020

Figura 7 - https://www.youtube.com/watch?v=H8pAdPLzU7A&ab_channel=Throneful

- Acesso em 13/09/2020

Figura 8 -

https://www.researchgate.net/figure/A-screenshot-of-a-StarCraft-II-match-of-DeepMinds-AI-called-AlphaStar-which-use_fig1_334685982

- Acesso em 17/09/2020

Figura 9 - <https://pt.fifauteam.com/screenshots-de-fifa-16-imagens/>

- Acesso em 17/09/2020

Figura 10 - <https://jstationx.com/2015/07/17/league-of-legends-hud-update/> - Acesso em 17/09/2020

Figura 11 -

<https://www.theverge.com/2018/7/2/17525200/fortnite-storytelling-rocket-launch> - Acesso em 17/09/2020

Figura 12 - <https://clash-royale.br.uptodown.com/android> - Acesso em 17/09/2020

Figura 13 - <https://ibb.co/qRWX22s> - Acesso em 24/03/2021

Figura 14 - <https://battlefy.com/> - Acesso em 01/10/2020

Figura 15 -

<https://battlefy.com/browse/league-of-legends?region=Global&type=Any%20Format> -

Acesso em 01/10/2020

Figura 16 -

<https://battlefy.com/browse/league-of-legends?region=Global&type=Any%20Format> -

Acesso em 01/10/2020

Figura 17 - <http://beartourneys.weebly.com/how-to-report.html> - Acesso em 01/10/2020

Figura 18 - https://www.toornament.com/en_US/games/ - Acesso em 06/10/2020

Figura 19 -

<https://globoesporte.globo.com/e-sportv/noticia/clash-entenda-como-funciona-novo-mod-o-do-league-of-legends.ghtml> - Acesso em 10/10/2020

Figura 20 - <https://na.leagueoflegends.com/en/featured/clash#/compete/champselect> -

Acesso em 10/10/2020

Figura 21 -

<https://www.express.co.uk/entertainment/gaming/1032154/Fortnite-tournaments-how-to-play-free-public-in-game-tournaments-fortnite-PS4-Xbox-Switch> - Acesso em

12/10/2020

Figura 22 - <https://medium.com/owlsplatform/esports-biggest-challenges-524a8c419034>

- Acesso em 16/10/2020

Figura 23 - <http://powerupgaming.co.uk/2019/07/15/7-amazing-facts-about-esports/> -

Acesso em 16/10/2020

Figura 24 - <https://discord.gg/abeVRZ7k> - Acesso em 16/10/2020

Figura 25 -

<https://battlefy.com/central-k-games/%5Bck-g%5D-debut-stage-ouro-20/5f979dcf11743771ade86afb/info?infoTab=details> - Acesso em 19/10/2020

Figura 26 -

<https://gamebattles.majorleaguegaming.com/news/2895-Community-Updates/> /

<https://dribbble.com/shots/3897959-Toornament-New-Logo/> /

<https://sauce-labs.com/resources/case-studies/battlefy-accelerates-ui-modernization-with-sauce-labs-using-visual-testing/> /

https://www.pngitem.com/middle/xwTwmm_umg-umg-gaming-logo-png-transparent-png/ / <https://cslesports.com/> - Acesso em 19/10/2020

Figura 27 - <https://battlefy.com/> - Acesso em 19/10/2020

Figura 28 - <https://gamebattles.majorleaguegaming.com/> - Acesso em 19/10/2020

Figura 29 - Elaborado pelo pesquisador

Figura 30 - Elaborado pelo pesquisador

Figura 31 - Elaborado pelo pesquisador

Figura 32 - Elaborado pelo pesquisador

Figura 33 - Elaborado pelo pesquisador

Figura 34 - Elaborado pelo pesquisador

Figura 35 - Elaborado pelo pesquisador

Figura 36 - Elaborado pelo pesquisador

Figura 37 - Elaborado pelo pesquisador

Figura 38 - Elaborado pelo pesquisador

Figura 39 - Elaborado pelo pesquisador

Figura 40 - Elaborado pelo pesquisador

Figura 41 - Elaborado pelo pesquisador

Figura 42 - Elaborado pelo pesquisador

Figura 43 - Elaborado pelo pesquisador

Figura 44 - Elaborado pelo pesquisador

Quadro 1 - Elaborado pelo pesquisador

Quadro 2 - Elaborado pelo pesquisador

Quadro 3 - Elaborado pelo pesquisador