



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação

Departamento de Audiovisuais e Publicidade

O videogame como esporte:

Uma comparação entre esportes eletrônicos e esportes tradicionais.

Silvio Kazuo Pereira

Orientador: Luciano Mendes

Brasília, Distrito Federal

Novembro de 2014



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação

Departamento de Audiovisuais e Publicidade

O videogame como esporte:

Uma comparação entre esportes eletrônicos e esportes tradicionais.

Silvio Kazuo Pereira

Monografia apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, sob a orientação do Professor Luciano Mendes.

Brasília, Distrito Federal

Novembro de 2014

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar aos meus pais Silvio e Edilce, pela compreensão e paciência. Eu não imaginava que a jornada fosse ser tão longa; e se consegui completá-la com tranquilidade foi pelo apoio incondicional. À minha irmã Yukari que me mostrou que carinho e admiração não tem fronteiras. Ao meu tio Edson, que talvez involuntariamente me despertou o interesse pelo jogo como esporte. Às minhas avós Júlia e Dina, que foram essenciais para a formação do meu caráter e ao meu desenvolvimento cognitivo e social nas primeiras etapas da minha vida. Ao meu *ditchan* Antônio, cujo carinho e memórias nunca vou esquecer.

À professora Selma Regina por me incentivar a correr atrás do tema que eu realmente queria para a minha monografia. Ao meu orientador Luciano Mendes por ter topado o desafio e pela paciência com a minha inconstância. Aos outros professores da FAC, especialmente Wagner R., Edmundo D., Fabíola C., Tiago Q. e tantos outros que tanto me acrescentaram com aulas e conversas. Aos professores do IREL que moldaram a minha maneira de processar conhecimentos e informações, Carlos Pio, Norma Breda e Eitii Sato.

Aos meus caros colegas de Doisnove e meia da minha geração Cíntia, Mari, Cricri, Natan e Laís, foi muito bom participar do início da trajetória profissional de vocês. Aos que não eram da minha geração, especialmente Digo, Yago, Cudy, Gabi, Dani e tantos outros que viveram comigo essa excelente experiência. Às minhas precursoras Fê e Tássia por me ensinarem tanto e serem modelos.

À Direx 13 da Concentro, meus amigos João, Vitória, Chozo, Eveline, Levay e Camilla: vocês são parte integral de quem eu sou agora e do sucesso profissional que eu alcançar daqui pra frente. À minha equipe de Negócios, em especial ao meu irmão Lucas, por terem me ajudado a bater metas e terem me permitido fazer parte do crescimento de vocês.

Aos meus sócios Dario e Rafael: afinal de contas trabalhar com e-sportes, ainda que brevemente, foi realizador.

Aos meus companheiros de Dota, que todo dia me fazem crescer como jogador e como pessoa. Ao Júlio, que me acompanha faz uma década e meia e com quem joguei seguramente mais de 100 partidas contra *bots*.

A todos que botaram fé no meu tema e respeitaram a minha identidade como *gamer*. Ou me zoaram porque eu preferia jogar a ir ao bar.

SUMÁRIO

RESUMO	5
ABSTRACT	6
1. INTRODUÇÃO	7
2. UMA BREVE HISTÓRIA DOS VIDEOGAMES.....	9
2.1 OS PRIMEIROS VIDEOGAMES.....	10
2.2 A POPULARIZAÇÃO DOS CONSOLES	12
2.3 A POPULARIZAÇÃO DOS PCs.....	15
2.4 OS VIDEOGAMES E A INTERNET.....	17
3. SURGIMENTO DOS E-SPORTES.....	20
3.1 PRIMEIRA ETAPA: OS ARCADES	20
3.2 SEGUNDA ETAPA: COMPETIÇÃO DENTRO DE CASA	23
3.3 TERCEIRA ETAPA: COMPETIÇÃO EM LANS.....	25
3.4 QUARTA ETAPA: STARCRAFT, O PRIMEIRO E-SPORTE MODERNO.....	26
3.5 QUINTA ETAPA: A MASSIFICAÇÃO DOS E-SPORTES.....	29
4. COMPARAÇÕES ENTRE ESPORTES ELETRÔNICOS E ESPORTES TRADICIONAIS	34
4.1 APRESENTANDO OS E-SPORTES	34
4.1.1 <i>Dota 2</i>	35
4.1.2 <i>League of Legends</i>	39
4.1.3 <i>StarCraft II</i>	43
4.2 FATORES CONVERGENTES.....	45
4.2.1 <i>Carreira Competitiva</i>	45
4.2.2 <i>Competições Eletrônicas</i>	49
4.2.3 <i>Times e Marcas</i>	55
4.2.4 <i>Astros do E-sporte</i>	61
4.2.5 <i>Transmissão em Massa</i>	67
4.2.6 <i>Patrocinadores E-sportivos</i>	71
4.2.7 <i>Mídia Especializada</i>	75
4.2.8 <i>Regulamentação do E-sporte</i>	80
4.2.9 <i>Sexismo</i>	85
4.3 FATORES DIVERGENTES	90
4.3.1 <i>Atividade Física</i>	90
4.3.2 <i>Reconhecimento Cultural</i>	93
4.3.3 <i>Benefícios Físicos, Mentais e Sociais</i>	96
5. CONCLUSÃO	98
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	100

RESUMO

Desde a época de ouro dos arcades já havia jogadores que encaravam o videogame como uma atividade competitiva. Entretanto, só a partir dos anos 2000 os jogos eletrônicos começaram a ganhar forma como um tipo de esporte. Em 2013 e 2014, os esportes eletrônicos bateram muitos recordes: de premiação em torneios; de quantidade de jogadores, espectadores e patrocinadores; e de aparições na mídia tradicional. O crescimento do cenário de e-sportes foi tal que, dependendo da perspectiva analisada, esse novo tipo de esporte se aproxima ou supera alguns esportes tradicionais. Essa monografia tem como objetivo trazer à tona as características mais notáveis do esporte eletrônico e verificar o quão perto ele se encontra da sua contraparte tradicional. Para tanto, foi feita uma comparação entre dados e acontecimentos de ambos os tipos de esporte. O que se percebeu foi que qualitativamente há grandes proximidades, e em termos absolutos apenas os esportes mais populares – como o futebol, basquete e futebol americano – ainda possuem considerável vantagem.

Palavras-chave: comunicação, marketing, esporte, videogame, e-sporte.

ABSTRACT

Since the arcade's golden age some players already faced videogames as a competitive activity. However, it was not before the 2000's that electronic gaming started to advance as a sport. In 2013 and 2014, electronic sports broke several records: tournament's prize pool; number of players, spectators and sponsors; and reports in mainstream media. The growth of the e-sports scenario was such that, depending on the analysed perspective, this new type of sport would come very close or surpass some traditional sports. This monograph intends to bring up electronic sports most notable characteristics and verify how close it is to its traditional counterpart. To achieve this objective, a data and facts comparison was made between both types of sport. The result was a perception that qualitatively there is a close proximity, and in absolute terms only the most popular sports – such as football, soccer and basketball – are still far.

Keywords: communication, marketing, sport, videogame, e-sport.

1. INTRODUÇÃO

O termo e-sporte, ou esporte eletrônico, parece ter se originado no final da década de 90. Provavelmente a primeira ocasião em que a expressão foi utilizada se deu em um comunicado de imprensa da Online Gamers Association (OGA), uma organização que pretendia representar jogadores de videogames profissionais. O comunicado comparava essa nova categoria de esportes aos esportes tradicionais (Wagner, 2006, p.1). Desde então, o e-sporte ganhou novas proporções: partidas já foram transmitidas na TV pela ESPN, as premiações dos torneios mais importantes já alcançam os milhões de dólares e jogadores profissionais recebem salários de até 200 mil dólares anuais.

A ascensão do e-sporte provocou várias discussões entre jornalistas esportivos tendo como pauta a relação entre os videogames encarados como esporte e os esportes tradicionais. Se em países como a Coreia do Sul e a China já existem organizações responsáveis pela regulação de torneios, transferências de ciber-atletas entre times e contratos de transmissão com emissoras de TV, no ocidente o desenvolvimento do cenário competitivo desses novos esportes é bem menor. O estereótipo do *gamer* como um jovem improdutivo, preguiçoso e com dificuldades de socialização é reforçado pela mídia tanto em reportagens quanto em programas televisivos como *The Big Bang Theory*, *Law and Order* e *South Park* (Kowert e Oldmeadow, 2012, p.1). Por outro lado, já existem revistas eletrônicas e publicações online norte-americanas e européias especializadas em cobrir esportes eletrônicos, e grandes marcas como RedBull e PizzaHut já patrocinam ciber-atletas ou competições de e-sportes.

Diante desse cenário complexo, o objetivo do trabalho não é responder definitivamente se os esportes eletrônicos são esportes da mesma maneira que esportes tradicionais como o futebol, o atletismo e o basquete o são. A proposta aponta aspectos midáticos, sociais e culturais do esporte que também são encontrados em maior ou menor medida no e-sporte; e pontuar os fatores divergentes em que o esporte eletrônico não se aproxima do esporte tradicional. Como consequência, foi possível obter mais clareza acerca das dimensões e da complexidade desse recente fenômeno.

Dado que o objetivo da pesquisa envolve a compreensão de um tema novo, relativamente pouco abordado, a metodologia adotada foi a pesquisa exploratória. Mais especificamente, foi realizado um levantamento bibliográfico de autores das áreas de Comunicação, Marketing, Psicologia e Sociologia; relacionados ao tema do esporte e, quando existente, do esporte eletrônico. Além disso, uma ferramenta recorrente foi a análise de

exemplos que estimulam a compreensão, conforme apontado por Gil (1987, p.41). Dessa forma, pretende-se confrontar dados dos dois tipos de esporte sob a luz de autores relevantes, e a partir daí perceber o grau de desenvolvimento do esporte eletrônico.

2. UMA BREVE HISTÓRIA DOS VIDEOGAMES

Em 1947 Thomas T. Goldsmith Jr. e Estle Ray Mann inventaram o primeiro dispositivo eletrônico de entretenimento interativo, utilizando a tecnologia de tubos de raios catódicos (CRT) – os mesmos utilizados em TVs e nos primeiros monitores de computador. O aparelho era chamado de “Cathode-Ray Tube Amusement Device”, e permitia ao jogador mirar e atirar em um avião. A tecnologia era rudimentar, e era necessário afixar figuras ou ilustrações dos alvos na tela (Brookhaven National Laboratory, 2014), sendo o equipamento considerado um dos ancestrais dos videogames modernos.

Alguns anos depois, em 1951, a empresa Ferranti International criou um computador que pesava mais de uma tonelada e tinha como única função rodar a versão eletrônica do jogo de lógica Nim. O Nimrod utilizava lâmpadas em vez de CRT, e foi criado para demonstrar a capacidade de processamento da nova tecnologia da empresa. No mesmo ano, o cientista britânico Stephen Strachey criou um simulador do jogo de damas. Em 1952 Alexander S. Douglas criou uma versão eletrônica de jogo-da-velha, e em 1958 Alex Bernstein, programador da IBM, criou o primeiro programa de computador que conseguia jogar xadrez.

Vários esforços foram feitos desde o final da década de 40 para criar formas de entretenimento interativo, mas as tentativas esbarraram em barreiras tecnológicas ou na verdade pretendiam alcançar outros objetivos, e não entreter. Até que em 1958 William Higinbotham, um físico que tinha trabalhado na construção da primeira bomba nuclear, criou um jogo eletrônico chamado “Tennis for Two”. A plataforma utilizada era um computador analógico que projetava imagens em um osciloscópio, e o resultado foi uma representação de quadra de tênis vista lateralmente, com foco na trajetória da bola. O cientista levou 3 semanas para programar a máquina para uma exposição do instituto em que trabalhava, o Brookhaven National Laboratory, e tinha o intuito de entreter os visitantes. Ele escreveu em suas notas sobre a exposição que “um jogo que as pessoas pudessem jogar poderia animar o ambiente, e ao mesmo tempo poderia passar a mensagem de que os nossos esforços científicos tem relevância para a sociedade.” (Goldberg, 2011, p.xxi). Na exposição, centenas de visitantes jogaram juntos, e o sucesso foi tanto que no ano seguinte uma versão 2.0 foi lançada. Esse jogo não era graficamente parecido com os videogames que conhecemos hoje, mas já apresentava duas funções sociais importantes: aproximar e entreter as pessoas.

Figura 1 – Recriação do *Tennis for Two* original, construída para a comemoração de 50 anos da primeira aparição.



Fonte: <http://www.bnl.gov/about/history/firstvideo.php>

Mais de 50 anos depois, a indústria de videogame já tomou proporções impressionantes: em 2012 movimentou 78 bilhões de dólares no mundo, com projeção de atingir 111 bilhões em 2015 (Molina, 2013). Jogos como Grand Theft Auto V (GTA V) e Call of Duty Modern Warfare 2 (CoD MW2) ultrapassaram 1 bilhão de dólares de receita; a última edição de GTA alcançou 800 milhões em vendas nas primeiras 24 horas após o lançamento e 1 bilhão em 3 dias (Kain, 2013). Call of Duty demorou 15 dias para alcançar a marca, 2 dias mais rápido que os filmes Avatar (17 dias) e Os Vingadores (19 dias) (Acuna, 2013). O perfil do jogador também é surpreendente: segundo a Entertainment Software Association (ESA), 59% dos norte-americanos jogam videogames; a idade média é de 31 anos e 48% são mulheres (ESA, 2014). No Reino Unido, o perfil do jogador de videogames médio é de 35 anos de idade, casado e joga durante 2.5 horas por dia, 5 dias por semana (Cook, 2013). O videogame é uma forma de entretenimento cada vez mais presente na sociedade moderna, e começou a ser popularizado no começo da década de 70.

2.1 Os Primeiros Videogames

Nolan Bushnell é um engenheiro eletricista creditado por muitos como o “pai dos videogames”. Formado em uma universidade em Utah, Estados Unidos, criou sua primeira empresa em 1971 – a Syzygy – com um colega com quem havia trabalhado anteriormente, Ted Dabney (Goldberg, 2011, p. 23). A princípio eles trabalhavam consertando e

manufaturando máquinas de pinball, enquanto acumulavam capital para terminar o primeiro arcade da empresa, que seria chamado de Computer Space, lançado ainda em 71. O arcade é uma plataforma eletrônica que permite ao usuário acessar um jogo eletrônico específico, normalmente ao custo de algumas moedas – inseridas na própria máquina. O jogador controlava uma nave espacial que devia desviar de tiros vindos de naves alienígenas inimigas; e atirar mísseis de volta para destruí-las. O jogo não foi um sucesso comercial apesar de ter acumulado uma receita de 3 milhões de dólares; alguns meses depois foi descontinuado em prol de outro arcade que Bushnell e Dabney iriam desenvolver. Bushnell entendeu que o jogo não era intuitivo o suficiente para atingir o público que ele gostaria – no caso, frequentadores de bares.

Figura 2 – Máquinas originais dos videogames Computer Space e Pong.



Fonte: http://en.wikipedia.org/wiki/Computer_Space e <http://en.wikipedia.org/wiki/Pong>

Em 1972 a dupla mudou o nome da empresa para Atari, após descobrirem que uma empresa do ramo de construção civil já tinha registrado o nome Syzygy. No mesmo ano,

contrataram o engenheiro Allan Alcorn, que recebeu a diretriz do novo jogo a ser desenvolvido pela Atari: “um jogo que qualquer bêbado em qualquer bar possa jogar. Simples. Simples o suficiente para que um bêbado possa jogar.” (Goldberg, 2011, p.26). Alcorn acabou criando uma simulação de um jogo de tênis, jogado de uma perspectiva área. O novo arcade virou um fenômeno, chegando a alcançar 35 mil máquinas no país – e outras 70 mil cópias de empresas que tentavam pegar carona nesse sucesso. Com uma receita média semanal de 200 dólares por máquina, a empresa lucrou 3.2 milhões de dólares somente em 1973. O jogo era viciante, ao mesmo tempo que era fácil de aprender era difícil de dominar; também era caro, sendo que cada partida custava 25 centavos de dólar – o pinball dava três bolas pela mesma quantia. O sucesso de Pong abriu espaço para outros jogos de arcade, como Space Invaders e Pac Man; e deu início a uma cultura de *video arcades*, casas especializadas nessas máquinas, nos Estados Unidos.

2.2 A Popularização dos Consoles

Depois de alcançar o grande sucesso com Pong, a Atari começou a trabalhar em uma versão que pudesse ser jogada em casa. O Home Pong, lançado em 1975, vendeu 150 mil unidades e faturou 40 milhões de dólares no natal desse ano. Durante um período de tempo, o console fez adultos e crianças esquecerem programas de TV e substituí-los pelo jogo (Goldberg, 2011, p.37). Todavia, o Home Pong não foi o primeiro console a ser vendido nos EUA. A história da primeira máquina acoplável à TV que podia rodar jogos eletrônicos está ligada a Ralph Baer, um engenheiro norte-americano que trabalhava em uma empresa prestadora de serviços para o departamento de defesa dos Estados Unidos. Em 1967, Baer criou um protótipo de jogo eletrônico que funcionava com uma pistola de plástico ligada a um mecanismo de luz que interagia com a televisão. No mesmo ano, o inventor começou a prototipar outros tipos de jogos: de golfe, corrida, baseball e um de ping-pong que daria origem ao Pong da Atari. Em 1968 Ralph, que também viria a ser chamado de “pai dos videogames”, já tinha um protótipo de um console que na época era chamado de *Brown Box*. No mesmo ano, fechou um acordo de licenciamento com a fabricante de televisores Magnavox. Essa empresa ficou responsável por produzir e promover as vendas do aparelho, que passou a ser chamado de Magnavox Odyssey e foi lançado em 1972. O Odyssey vendeu 350 mil unidades até 1975, ao preço de 100 dólares cada.

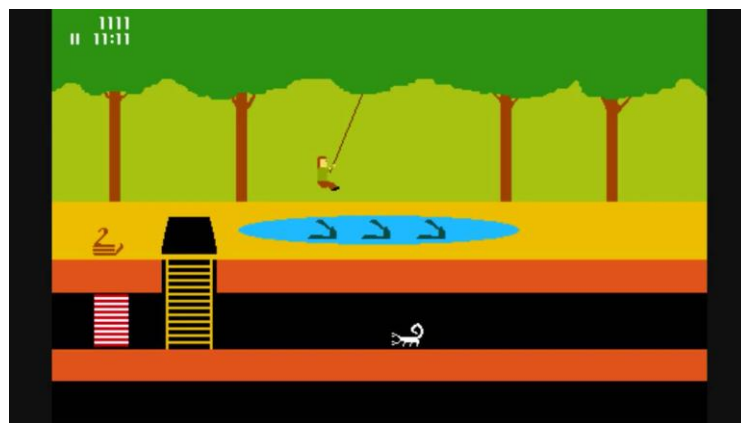
Figura 3 – Console original Magnavox Odyssey.



Fonte: http://en.wikipedia.org/wiki/Magnavox_Odyssey

Apesar de ter sido relativamente bem sucedido, o Odyssey não representou um sucesso comercial para a Magnavox devido ao alto custo de produção. Todavia, o console abriu espaço para outras máquinas semelhantes: em 1976 a empresa Fairchild lançou o próprio aparelho chamado Channel F, o primeiro console a trabalhar com cartuchos. No mesmo ano outra empresa chamada Coleco começou a vender o Telstar, o mais bem sucedido até então, que gerou mais de 100 milhões de dólares em receitas para o fabricante. Entretanto, ambos foram ofuscados pela nova invenção da Atari: o Atari 2600. Lançado em 1977, mais de 800 mil unidades foram vendidas nos dois primeiros anos a 200 dólares cada – até 1980 seriam quase 4 milhões de consoles vendidos. Na máquina era possível jogar títulos como o jogo de tiro Space Invaders, o de ação Adventure e o de aventura Pitfall.

Figura 4 – Captura de tela do videogame para Atari 2600 Pitfall.



Fonte: <http://i.ytimg.com/vi/uqVqYFvzgoY/maxresdefault.jpg>

A popularidade do Atari 2600 só começou a declinar em 1983, com o *game crash* de 1983. Na ocasião ocorreu uma grande recessão na indústria de videogames, com as receitas no mercado norte-americano caindo de 3.2 bilhões de dólares antes da crise para cerca de 100 milhões em 1985. Dentre os motivos do *crash* estão comumente listadas a saturação do mercado, o surgimento dos computadores e o fracasso de alguns jogos como Pac-Man e ET (Katz, 1985, p.31). A indústria só viria a se recuperar com a entrada de uma fabricante de jogos japonesa, a Nintendo. A empresa, comandada por Hiroshi Yamauchi, já tinha se aventurado no mercado norte-americano de videogames com o arcade Donkey Kong, lançado em 1981 e que faturou 280 milhões de dólares em dois anos. Em 1983 a Nintendo resolveu entrar no mercado de consoles, lançando primeiro o Famicom no mercado japonês e em 1985 o Nintendo Entertainment System (NES), uma versão melhorada do primeiro modelo, nos Estados Unidos. A máquina trazia gráficos inovadores de 8 bits e já vinha acompanhada de um cartucho com o jogo Super Mario Bros – cujo encanador protagonista tinha as raízes em Donkey Kong. Nos EUA, a Nintendo lançou uma revista com dicas para os jogos do console, e disponibilizou uma *hotline* que permitia que os entusiastas ficassem sabendo dos próximos lançamentos e promoções de jogos. O console vendeu 64 milhões de unidades, chegou a dominar 90% do mercado e foi eleito em 2009 pela publicação especializada em videogames IGN o melhor console da história (IGN, 2009).

Figura 5 – Captura de tela do jogo Super Mario Bros.



Fonte: [http://gamesdbase.com/Media/SYSTEM/Nintendo_NES/Snap/big/Super_Mario_Bros
_-_1985_-_Nintendo.jpg](http://gamesdbase.com/Media/SYSTEM/Nintendo_NES/Snap/big/Super_Mario_Bros_-_1985_-_Nintendo.jpg)

A hegemonia da Nintendo só começou a ser ameaçada a partir da nova geração de consoles, iniciada em 1987. As novas máquinas tinham melhores gráficos, de 16 bits, mais cores, equipamento sonoro com múltiplos canais e alguns substituíram cartuchos por CD Roms. A grande rivalidade era entre o novo Super Nintendo Entertainment System (SNES) e o console da SEGA Mega Drive. Com Sonic, o mascote rival de Mario, o Mega Drive vendeu cerca de 40 milhões de unidades; quase alcançando os 49 milhões vendidos pela Nintendo. A tecnologia dos consoles seguiu progredindo, e na quinta geração, de 32 e 64 bits, o console mais popular foi o Playstation, lançado em 1994 e vendendo mais de 100 milhões de unidades – cerca de 65% do mercado total. Atualmente, na oitava geração de consoles, o mercado é dividido entre Nintendo, Sony e Microsoft, com os consoles Playstation 4, Wii U e Xbox One. Considerando a venda acumulada de consoles dessa e das últimas gerações, a Sony vendeu 18.7 milhões de unidades entre março de 2013 e março de 2014; a Nintendo 16.3 milhões e a Microsoft 11.5 (Richter, 2014).

2.3 A Popularização dos PCs

Se os arcades ganharam bastante popularidade já no começo da década de 70, os consoles começaram a ganhar força com o lançamento do Atari 2600 no final da década de 70; o primeiro jogo eletrônico para computador a receber a atenção do público foi o Colossal Cave Adventure, lançado em 1976 inicialmente para um computador de mainframe – que ocupavam uma sala inteira – chamado PDP-10. Adventure foi adaptado para uma plataforma mais comercial em 1980, o computador pessoal (PC) Apple II. Essa nova máquina, lançada em 1977, tinha inicialmente gráficos em 8 bits e teclado e caixa de som integrados (Cavanaugh, 2014). A empresa Apple vendeu mais de 5 milhões de unidades desse produto até retirá-lo do mercado, em 1993. Dentre os jogos mais famosos para essa plataforma estavam o jogo de ação Lode Runner, lançado em 1983; o de interpretação de personagens (RPG) Ultima IV, lançado em 1985 e o de ação e tiro Wolfenstein (Grossman, 2010); cuja edição mais recente, lançada em 2014, vendeu 400 mil unidades em 3 meses, somente na Europa (Gamesmarkt, 2014).

Figura 6 – Computador pessoal Apple II.



Fonte: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Apple_II_IMG_4218-black.jpg

Apesar do grande sucesso do Apple II, esse não foi o PC mais bem sucedido da década de 80. O Commodore 64 (C64), lançado em 1982, vendeu de 10 a 17 milhões de unidades (Pagetable, 2011); somente de 1983 a 1986 foram 2 milhões de unidades por ano, de maneira que a empresa Commodore International detinha de 30 a 40% do *marketshare* de PCs. Contribuiu para o sucesso do C64 o preço baixo – enquanto o Apple II custava 1.200 dólares, o novo computador custava 595. Em consequência do sucesso do Commodore, mais de 10 mil softwares comerciais foram lançados para esta plataforma, incluindo aplicativos e jogos. Os videogames mais famosos lançados para o C64 foram o jogo de estratégia The Sentinel, lançado em 1986; o clássico jogo de ação adaptado do arcade Bubble Bobble, de 1987; e o jogo de aventura Maniac Mansion, de 1987. Esse último jogo, da Lucasfilm Games, inovou com a exposição de marcas (*product placement*) dentro de videogames, foi citado em filmes

como Indiana Jones (Egenfeldt-Nielsen, Smith e Tosca, 2013, p.82) e foi adaptado para um programa de TV homônimo.

Figura 7 – Computador pessoal Commodore 64.



Fonte: <http://static.giantbomb.com/uploads/original/0/1516/376034-commodore64.jpg>

Os jogos de PC tinham uma variedade de gênero bem maior que os consoles. Se o NES e o Mega-drive tinham principalmente jogos de ação, aventura e eventualmente algum RPG ou título de esporte (Gamesradar, 2012); os PCs abriram o leque para jogos de tiro como Hovortank 3D, de 1991 ou Wolfenstein 3D, de 1992; jogos de estratégia como Civilization, de 1991; e jogos de simulação, como o SimCity, lançado em 1989. Embora essa variedade tenha sido importante, talvez a característica dos computadores pessoais que mais contribuiu para o desenvolvimento de videogames tenha sido a conexão com a internet.

2.4 Os Videogames e a Internet

Embora uma das primeiras redes entre computadores tenha sido formada no final dos anos 60, somente no final dos anos 80 e início dos anos 90 a internet começou a tomar uma forma parecida com a dos dias atuais. A ARPANET, começou a ser criada em 1968 e

conectava quatro IMPs – computadores que serviam como portões para a troca de pacotes entre pontos distintos da rede, análogos aos roteadores de hoje. Esses IMPs estavam localizados inicialmente em 3 pontos na Califórnia e em 1 ponto em Utah; de tal maneira que a rede estava mais localizada na costa oeste dos EUA. Em 1970 a ARPANET se conectou com o primeiro ponto na costa oeste, em Massachusetts; e em 1981 já acumulava 213 pontos de conexão, inclusive na Noruega e no Reino Unido. A internet surgiu a partir da conexão de várias redes similares à ARPANET, como a britânica NPL; a francesa CYCLADES e a também norte-americana Usenet. Só a partir da implementação do protocolo TCP/IP, uma espécie de padronização da comunicação entre redes diferentes, foi possível que uma rede mundial de computadores surgisse. O próprio termo WWW – sigla para World Wide Web ou Rede Mundial de Computadores – apareceu pela primeira vez em 1989 a partir de um protocolo que permitia que os usuários acessassem com mais facilidade arquivos em diferentes partes da rede. No mesmo ano surgiu o primeiro provedor de internet, chamado The World. A partir desse ano já existiam usuários que acessavam a internet com fins individuais, sendo que anteriormente a rede era utilizada principalmente para pesquisa e troca de informação entre cientistas e universidades.

Os primeiros videogames a utilizarem uma conexão entre computadores utilizavam os Bulletin Board Systems (BBS), softwares acessados por conexão discada que permitiam que o computador do usuário tivesse acesso a alguns jogos; os videogames mais comum eram jogos de aventura baseado em texto ou jogos de azar, como blackjack. Um dos primeiros jogos que permitiam que mais de uma pessoa jogasse simultaneamente era Snipes, um jogo de labirinto lançado em 1983, e serviu como precursor de jogos importantes como MIDI Maze, lançado em 1987; e Doom, lançado em 1993; ambos eram jogos de tiro. Ainda na década de 80, surgiu um novo tipo de videogames: os Multi-User Dungeons, jogos baseados em texto e que permitiam que vários jogadores interagissem pela rede. Esses jogos, normalmente do gênero RPG, abriram espaço para os primeiros RPGs com gráficos a serem jogados pela internet – o primeiro foi Neverwinter Nights, lançado em 1991, com servidores com a capacidade para até 500 jogadores no seu pico tecnológico, em 1995. Esse jogo era inspirado no RPG de tabuleiro Dungeons and Dragons (D&D), e em 1997, seu último ano de atividade, chegou a ter 115 mil jogadores. Os RPGs gráficos, por sua vez, deram lugar aos MMORPGs: RPGs jogados online mas com servidores que suportavam uma quantidade massiva de jogadores.

Figura 8 – Captura de tela do videogame Neverwinter Nights.



Fonte: <http://www.w5d.org/wp-content/uploads/2013/09/neverwinter-nights-1991-h1n-net.jpg>

O primeiro MMO se chamou Ultima Online, um videogame ambientado em um mundo fantasia que chegou a ter 250 mil contas pagas em 2003. O grande diferencial desse novo gênero era um mundo imersivo no qual o jogador podia interagir com uma grande quantidade de outros jogadores. Outros títulos populares foram lançados nos anos seguintes, sendo os mais populares Everquest, nos Estados Unidos, e Lineage, na Coreia do Sul. O primeiro, lançado em 1999, continua ativo ainda em 2014; já o segundo, lançado em 1988, teve que interromper as atividades do seu servidor norte-americano em 2011. Apesar disso, a série Lineage alcançou 43 milhões de jogadores (Ewalt, 2006) e gerou uma receita de 1.8 bilhões de dólares no mundo. O MMORPG mais bem sucedido da história é World of Warcraft, criado pela produtora Blizzard em 2004. WoW alcançou 7.4 milhões de usuários em 2014 (Pitcher, 2014), alcançou uma receita de 10 bilhões de dólares nos 8 primeiros anos (Douglas, 2012) e recebeu críticas bastante positivas, alcançando 92% no site GameRankings, que compila *reviews* de dezenas de sites especializados.

Figura 9 – Captura de tela do videogame World of Warcraft.



Fonte: <http://www.megagames.com.br/blog/wp-content/uploads/2013/09/wow-screenshot.jpg>

3. SURGIMENTO DOS E-SPORTES

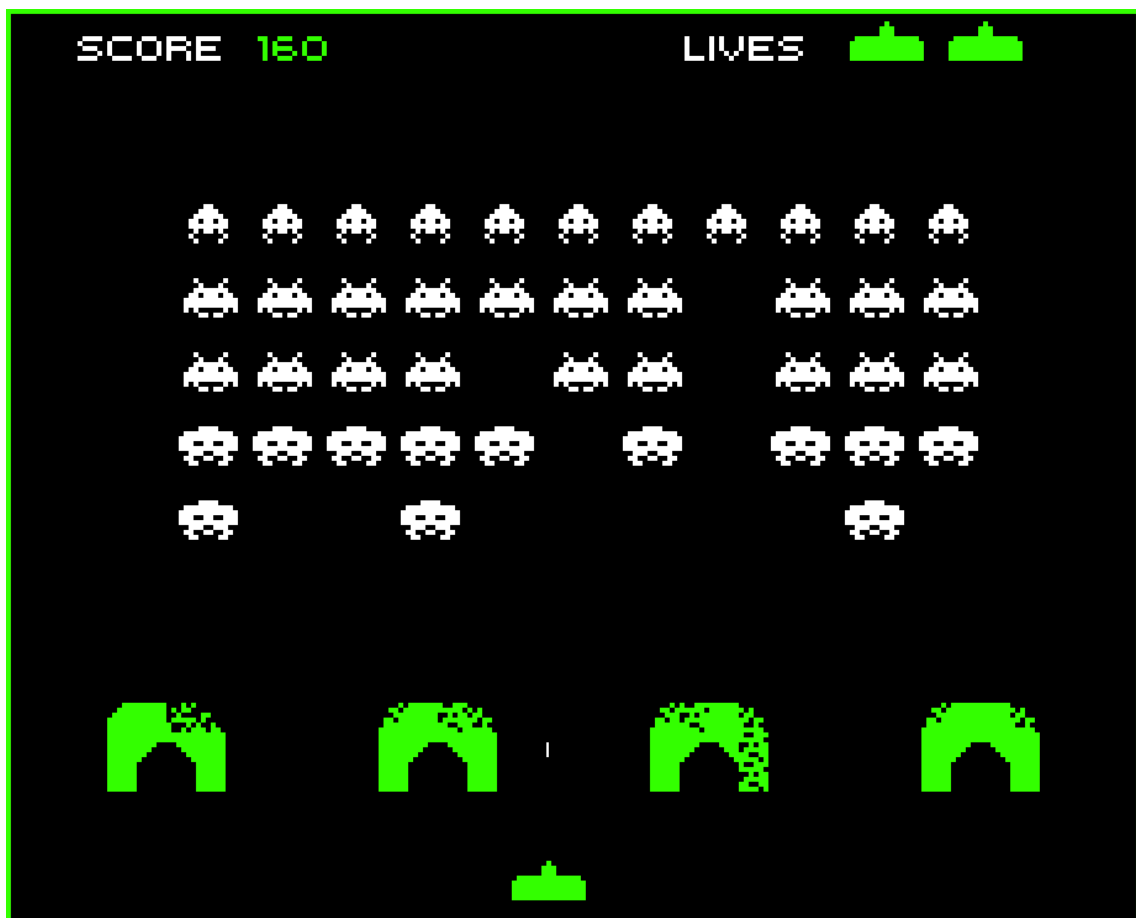
De maneira geral, esportes eletrônicos são videogames que podem ser jogados competitivamente. Não se restringem somente a jogos eletrônicos de esporte, como a série FIFA de futebol ou a Madden de futebol americano. Abarcam gêneros de tiro (FPS), estratégia (RTS) e arenas de batalha (MOBA), por exemplo. Os primeiros jogos a serem disputados de maneira competitiva, por meio de torneios e campeonatos, foram os arcades.

3.1 Primeira Etapa: Os Arcades

Pong foi um jogo eletrônico que abriu espaço para toda uma geração de videogames jogados na plataforma arcade; que por sua vez iniciaram um fenômeno cultural nos Estados Unidos na forma dos *video arcades*. Essas casas de jogos se espalharam nos EUA por todo o país, chegando a 13 mil lojas do gênero em 1982. Um videogame essencial para essa popularização foi Space Invaders, criado pela empresa japonesa Taito e que até o ano do pico

dos *video arcades* havia ultrapassado uma receita de 1 bilhão de dólares (Glinert, 1990, p. 683). Outro jogo eletrônico icônico foi Pac Man, considerado o videogame de arcade mais bem sucedido de todos os tempos (June, 2013); a música chamada “Pac Man Fever” vendeu mais de um milhão de cópias, mais da metade do número de cópias vendidas do *single* mais vendido de 1982, “Eye of the Tiger”. Esses e outros jogos de arcade, como Donkey Kong, Donkey Kong Jr., Ms. Pac Man, BurgerTime e Centipede tinham em comum uma funcionalidade que permitia a competição: um placar que gravava a pontuação dos melhores jogadores. Como desdobramento, a ideia de jogar videogames competitivamente tomou forma na cultura americana, aparecendo programas de TV como o Starcade, que colocava jogadores para competirem em jogos novos ao vivo; e a organização Twin Galaxies, que mantinha registro dos recordes de cada videogame e examinava as fitas enviadas com a intenção de superar as maiores pontuações.

Figura 10 – Captura de tela do videogame Space Invaders.



Fonte: <http://nodebox.net/node/documentation/concepts/subnetworks-space-invaders.png>

A ascensão dos arcades, na chamada Época de Ouro do Arcade – que se deu no início da década de 80 – se beneficiou do reconhecimento das competições de videogames. Em 1983

foi organizado o primeiro “Campeonato Mundial de Videogames”, em Dallas nos EUA (Kennedy, 1983); os recordes de videogames ganharam notoriedade e foram publicados no Guinness; e no mesmo ano a Twin Galaxies formou o U.S. National Video Game Team, que disputou a primeira competição de fato internacional de videogames com um time formado por britânicos. Tão importante quanto os torneios era a elevação de jogadores de videogames ao status de celebridade: em janeiro de 1983 a revista Times publicou uma edição com fotos que retrospectivas ao ano anterior. Em uma delas, estavam 18 jovens detentores de recordes de videogames de arcades (Classic Arcade Gaming, 1998). O maior expoente dessa geração era Billy Mitchell, detentor de 6 recordes e famoso por ter conseguido executar uma partida perfeita de Pac Man. Em 2006, a revista Oxford American publicou um artigo sobre Mitchell intitulado “The Perfect Man” (Ramsay, 2006), e a publicação eletrônica MTV News o listou como um dos 10 jogadores de videogames mais influentes da história (Totilo, 2006). A história de Billy Mitchell e de seu rival, Steve Wiebe, foi exibida em um documentário lançado em 2007 chamado The King of Kongs.

Figura 11 – Campeões de videogames de arcade, junto com as máquinas dos jogos mais populares do ano, em 1983, sendo recebidos por *cheerleaders* na cidade de Ottumwa, Estados Unidos.



Fonte: <http://www.classicarcadegaming.com/contests/Nov1982/>

3.2 Segunda Etapa: Competição dentro de Casa

Embora os arcades tenham sido responsáveis pela popularização dos jogos eletrônicos e trouxessem um importante elemento de competição, foi somente com a popularização dos computadores e da internet que os jogadores começaram a se organizar. Um jogo fundamental nesse cenário de videogames jogados competitivamente pela internet foi Doom, lançado em 1993 pela produtora id Software (Wagner, 2005, p.1). O jogo tinha uma temática de ficção científica e horror, no qual o usuário assumia um papel de um soldado futurista que destruía demônios no inferno. Cerca de um terço do jogo era disponível gratuitamente pela internet, de maneira que em 1995 cerca de 10 milhões de jogadores tinham instalado o jogo (Rowe, 2013). Doom foi responsável pela popularização do gênero First Person Shooters (FPS), no qual o jogador controla um personagem com a visão centrada na arma carregada. Embora o modo principal de jogo fosse *single player*, ou jogado individualmente, havia a opção de jogar cooperativamente ou no modo *deathmatch*, em que até 4 jogadores podiam competir entre si. A plataforma DWANGO, sigla para Dial-up Wide Area Network Gaming Operation, permitia que jovens de diferentes cidades nos Estados Unidos pudessem se conectar e jogar juntos (Ryan, 1996, p.339).

Figura 12 – Captura de tela do videogame Doom.



Fonte: http://img3.wikia.nocookie.net/__cb20050113171050/doom/images/b/b3/Imp.png

Um dos sucessores de Doom foi Quake, lançado em 1996 pela mesma produtora de jogos. Quake, que também seguiu no gênero FPS, inovou com gráficos 3D mais realistas, em razão da experiência bem sucedida de *Deathmatches* do seu antecessor, focava nos modos de jogo *multiplayer*. Em vez de precisar de um software à parte para conectar os jogadores, uma própria funcionalidade do jogo já cumpria essa função. Outra característica importante desse jogo era a possibilidade de implementação de *mods*, ou modificações no jogo implementadas pela própria comunidade de jogadores. Os *mods* cumpriram um importante papel na customização de modos de jogo: um dos modos mais importantes era o Capturar a Bandeira (Capture the Flag), que fundamentalmente é um dos objetivos comuns dos e-sportes mais populares.

Ainda em 1996, Quake foi o jogo principal de uma dos primeiros encontros presenciais entre jogadores competitivos. O evento, chamado de QuakeCon, foi organizado por entusiastas e realizado pela primeira vez em uma cidade no Texas, Estados Unidos, onde contou com cerca de 100 pessoas (QuakeCon, 2000). Além dos torneios, o evento contava com palestras, workshops e festas (QuakeCon, 1999). Os jogadores tinham que levar seus próprios computadores, e disputavam o torneio através de conexões locais, com todas as máquinas conectadas entre si mas não necessariamente à internet. A convenção continuou a ser realizada anualmente, e em 1999 – já organizada pela própria empresa id Software, reuniu mais de 1000 pessoas, com o torneio sendo disputado por 512 participantes.

Figura 13 – Captura de tela do videogame Quake 3 Arena.



<http://legacy.macnn.com/thereview/reviews/quake3/quake3.shtml>

3.3 Terceira Etapa: Competição em LANs

As organizações de jogadores interessados em competir através dos videogames deu origem à formação de várias ligas online que se enxergavam como profissionais (Wagner, 2005, p.2). Um das ligas mais importantes na época era a Cyberathlete Professional League (CPL), criada em 1997 com uma proposta de replicar o modelo de negócio das ligas de esportes profissionais norte-americanos. De acordo com o fundador da CPL, Angel Muñoz, o intuito da criação da liga era “expor grandes marcas de tecnologia através de um ambiente de jogos atrativo tanto para os jogadores quanto para as empresas” (Gaudiosi, 2013). O primeiro evento organizado pela CPL foi chamado de “The Frag”, e foi realizado em outubro de 1997. O único campeonato era do jogo Quake I, e teve premiação total de 4 mil dólares (Cyberathlete Professional League, 2014). No ano seguinte, o evento FRAG 2 distribuiu 15 mil dólares em dinheiro; em 2000 o evento Razer CPL alcançou 100 mil dólares. O vencedor do torneio de Quake 3, Johnathan “Fatal1ty” Wendel recebeu 40 mil. A CPL encerrou suas operações em 2008, depois de realizar eventos em países como Cingapura, Coréia do Sul, Itália e Brasil; o torneio de 2005 teve a premiação total de 1 milhão de dólares. Os jogos presentes eram quase que exclusivamente do gênero FPS, sendo que só a partir de 2000 outros videogames além de Quake tiveram torneios disputados.

Nesse mesmo período competições de jogos eletrônicos estavam aparecendo pelo mundo. Em outubro de 2000, o primeiro World Cyber Game foi realizado na Coréia do Sul. A premiação total foi de 150 mil dólares, e contou com 174 participantes de 17 países. Foram torneios de 3 jogos diferentes: Age of Empires II, um jogo de estratégia em tempo real (RTS); Quake III Arena e StarCraft. O WCG foi realizado anualmente, em países diferentes, até 2013. Ao todo foram mais de 40 eventos diferentes que distribuíram cerca de 4.3 milhões de dólares (E-sports Earnings, 2014). Outra competição que surgiu na mesma época foi a Major League Gaming (MLG), criada em 2002 com moldes similares à CPL. Os primeiros torneios foram de Halo, um FPS; Madden 2002, de futebol americano; e Gran Turismo 3, de corrida. Em 2006 a empresa recebeu um aporte de um fundo de investimentos de 10 milhões de dólares, em 2012 anunciou uma parceria com o grupo de mídia norte-americano CBS (Bhasin, 2012), e nesses 12 anos, premiou ciber-atletas com 6.5 milhões de dólares. Outra competição similar é a francesa Electronic Sports World Cup (ESWC), existente desde 1999 com premiação total de cerca de 2.3 milhões de dólares em 11 anos (E-sports Earnings, 2014). Segundo o documentário FRAG – History of Progamming (2008), muitos ciber-atletas não eram pagos pelos torneios que ganhavam; algumas organizações, como a CPL, desviavam

dinheiro da inscrição dos torneios e dos patrocinadores; e uma dificuldade comum entre os jogadores era a falta de aprovação da família.

Figura 14 – Equipe campeã do torneio de Counter-Strike no evento ESWC 2004.



Fonte: <http://www.sk-gaming.com/photo/33923>

3.4 Quarta Etapa: StarCraft, o Primeiro E-sporte Moderno

Em 1994 a produtora de videogames Blizzard lançou o jogo Warcraft Orcs and Humans. O jogo tinha uma temática de fantasia, e cada jogador controlava construções, coletava recursos, recrutava unidades para tentar destruir o oponente. Warcraft foi um dos primeiros do gênero RTS, e teve sucesso comercial para que a empresa pudesse lançar continuações (Gamespot, 1998). Alguns anos depois, em 1998, a mesma produtora lançou o jogo StarCraft, outro RTS, mas com uma temática futurista. Esse jogo vendeu mais de 11 milhões de cópias desde o lançamento (Graft, 2009), e se tornou um fenômeno na Coreia do Sul, onde as vendas do jogo alcançaram mais de um terço das vendas globais (Cho, 2006).

De acordo com Wagner (2005, p.2), a rápida ascensão de StarCraft na Coreia se deveu há desregulamentação do setor de telecomunicações sul-coreano realizado no meio década de 90. Essa liberdade gerou um rápido crescimento na infraestrutura de banda larga no país, que abriu espaço para o surgimento de novos conteúdos como televisão digital e jogos online. Essa facilidade para novas TVs também promoveu os jogos, dado que dois canais foram criados apenas para transmissão de partidas de jogos eletrônicos e eventos relacionados. Esses fatores locais, somados à facilidade de conexão entre jogadores criada pelo software também da Blizzard Battle.net “resultaram em uma cultura de jogos em que jogadores de StarCraft conseguiam adquirir status de celebridade similar ao de atletas profissionais”. Na Coreia do Sul empresas dos setores de telecomunicações e tecnologia, como a SK Telecom e a Samsung, patrocinam equipes de e-sportes, jogadores profissionais podem continuar competindo mesmo servindo as forças armadas e o próprio governo regula as competições através da agência KeSPA (Korean e-Sports Agency). StarCraft é o quinto jogo eletrônico que mais premiou na história, com 5.4 milhões de dólares distribuídos em mais de 200 torneios.

Figura 15 – Captura de tela do videogame StarCraft.



Fonte: <http://megagames.com/sites/default/files/game-content-images/StarCraft03.jpg>

O sexto jogo da lista, com 3.5 milhões de dólares, é uma sequência do Warcraft de 1994. Warcraft III (WC3), lançado em 2002, vendeu 4.5 milhões de unidades e recebeu premiações como melhor jogo do ano ou melhor jogo online de pelo menos 6 publicações especializadas diferentes (Blizzard, 2007). Além de um roteiro bem escrito, quatro raças jogáveis distintas e da facilidade de se jogar online pela plataforma Battle.net, uma característica bastante positiva foi a criação de mapas customizados. Esses mapas, que podiam ser editados através da ferramenta Warcraft III World Editor, acrescentavam novos modos de jogos customizados – os *mods*. A Blizzard inovou também ao introduzir o *matchmaking*, que permitia que os jogadores se conectassem a adversários de habilidade similar (Blizzard, 2014). Essa funcionalidade era uma inovação que promovia partidas mais equilibradas, aumentando a competitividade e permitindo uma curva de aprendizado gradual do jogador com relação ao jogo.

Um dos *mods* mais importantes criados a partir desse jogo foi o Defense of the Ancients (DotA). O novo modo de jogo, que começou a ser chamado de MOBA (Multiplayer Online Battle Arena) permitia aos jogadores controlar uma única unidade especial, chamada *hero*, e nenhuma construção. Cada um dos mais de 100 *heroes* possuía habilidades únicas que podiam ter sinergia entre si, o que permitia a criação de estratégias complexas. A disputa era realizada entre dois times de 5 pessoas, tinha como objetivo destruir a base inimiga – com uma lógica parecida com o modo Capture the Flag – e tinha duração de até 1 hora. Esse mapa customizado logo se tornou tão popular quanto o próprio Warcraft III, sendo que o desenvolvedor do *mod* estimou entre 7 e 11 milhões de jogadores de DotA no mundo (Dota Utilities, 2010). A partir de 2007 eventos como a ESWC e a Dreamhack – maior evento de LAN do mundo – começaram a promover torneios desse e-sporte. Em 2009 os primeiros eventos específicos para torneios de DotA começaram a ser realizados, principalmente na China; e entre 2005 e 2012 mais de 720 mil dólares foram distribuídos.

Figura 16 – Captura de tela do videogame DotA.



<http://megagames.com/sites/default/files/game-content-images/StarCraft03.jpg>

Outro jogo de bastante relevância nesse período também era uma modificação feita por jogadores. Counter-strike (CS) foi um *mod* do jogo Half-Life, criado em 1999. No ano seguinte a Valve, produtora do jogo original, começou a comercializar a versão modificada, e nos anos seguintes, a desenvolvê-la. CS ganhou popularidade nos anos seguintes, tendo vendido mais de 25 milhões de unidades até 2011 (Makuch, 2011) e aparecendo em 4ª na lista dos e-sportes que mais premiaram até hoje – com um total de cerca de 10.4 milhões de dólares. Desde 2001 o jogo aparece em competições como a CPL, WCG e ESWC. O cenário competitivo era tão desenvolvido que deu origem a vários jogadores e times de sucesso, de maneira que em 2006 uma empresa criou um esporte fantasy com os jogadores profissionais – similar ao brasileiro Cartola FC com o Campeonato Brasileiro de Futebol.

3.5 Quinta Etapa: A Massificação dos E-sportes

Se durante a primeira década dos anos 2000 os esportes eletrônicos atingiram marcos importantes, como altas premiações, eventos globais e, principalmente na Coreia do Sul,

reconhecimento da sociedade; foi somente a partir de 2009 que os números de audiência, jogadores e equipes profissionais começaram a atingir o patamar do cenário atual. Os três primeiros lugares da lista de esportes eletrônicos que mais premiaram são de jogos lançados após 2009: StarCraft II, League of Legends e Dota 2 (Esports Earnings, 2014). A soma das premiações totais destes 3 (cerca de 56 milhões de dólares) compõe mais de 50% de toda a premiação envolvida em torneios de e-sportes desde Quake III; e muitos outros jogos da mesma lista também foram lançados depois de 2009 ou tem parte significativa de sua premiação total distribuída depois deste ano.

O jogo mais antigo é o segundo da lista: League of Legends (LoL) foi lançado em outubro de 2009 pela produtora Riot Games. Duas personalidades importantes envolvidos com o *mod* DotA estiveram envolvidas na criação de LoL: Steve “Guinsoo” Frenk e Steve “Pendragon” Mescon. Guinsoo foi o principal desenvolvedor do mapa de WC3 durante anos, e Pendragon era o administrador do principal fórum de discussão onde jogadores entusiastas de DotA se encontravam. O gênero do jogo também era MOBA, igual ao *mod* em que foi inspirado, e apesar de ter *campeões* diferentes, muitos aspectos do jogo eram bastante próximos da fonte. Desde 2011 LoL aparece nos principais eventos de esportes eletrônicos do mundo: WCG, ESL e a série Intel Extreme Masters (IEM); quase 18 milhões de dólares foram distribuídos. Mais impressionante que a quantidade de prêmios e torneios, é a audiência do jogo e base de jogadores: mais de 70 milhões de pessoas jogam todos os meses, e o último campeonato mundial contou com 32 milhões de espectadores.

Figura 17 – Platéia assistindo a final do campeonato de League of Legends no evento IEM 2014, em Katowice, Polônia.



Fonte: <http://www.ongamers.com/articles/recap-iem-lol-katowice-2014-grand-finals/1100-1052/>

O videogame StarCraft II também atingiu grande sucesso: recebeu avaliação de 93% no site Metacritic, que agrega notas das principais plataformas de críticas de jogos e vendeu 1.5 milhões de cópias em 48 horas (Grant, 2010). O jogo rapidamente substituiu o seu antecessor, dando início a uma nova cena competitiva – principalmente na Coreia do Sul – que em menos de 5 anos já distribuiu uma premiação 3 vezes maior do que o StarCraft original. O novo jogo aproveitou a plataforma já criada na primeira versão, e continua sendo mais dominante na Coreia, sendo que 39 dos 50 ciber-atletas que mais receberam prêmios no jogo são sul-coreanos.

O terceiro jogo a ser lançado – e que já encabeça a lista de esportes eletrônicos que mais pagaram prêmios – é o sucessor direto de DotA, o Dota 2. O desenvolvimento desse jogo foi similar ao de LoL: a produtora Valve trouxe Icefrog, o atual desenvolvedor de DotA, para a equipe que iria lançar o novo título. Lançado oficialmente em 2013, mas amplamente jogado em fase *beta* de testes desde 2011, o jogo já conta com 9 milhões de jogadores mensais e teve premiação total de 23.4 milhões de dólares. Os torneios e as equipes dos três

e-sportes atraem como patrocinadores marcas importantes: Coca-cola, Nissan e American Express; alguns ciber-atletas de LoL já começaram a receber visto de atleta do governo norte-americano; e uma universidade em Chicago distribuiu em 2014 35 bolsas de estudo para jogadores desse e-sporte. Os jogadores profissionais mais destacados recebem salários de até 200 mil dólares anuais; e alguns transmitem partidas por plataformas como o Twitch.TV e o chinês HuomaoTV recebendo até 800 mil dólares por ano.

Figura 18 – Equipes disputando dentro de suas cabines o campeonato The International 2, em 2012.



Fonte: http://dota2.gameguyz.com/sites/default/files/620_1.jpg

Percebendo o sucesso dos MOBAs, várias empresas começaram a lançar variações. Em 2010 a empresa S2 Games lançou o Heroes of Newerth, que alcançou um sucesso moderado com 550 mil dólares distribuídos em 18 torneios. Smite, um jogo com gênero que mistura elementos de MOBA com de FPS, alcançou 4 milhões de jogadores em 2014, tendo sido lançado oficialmente em março. A própria Blizzard, desenvolvedora do original Warcraft que deu origem a todos os MOBAs, anunciou que vai lançar o jogo Heroes of the Storm – ainda que não tenha uma data de lançamento – e também vai ter elementos de jogabilidades que o diferenciem de Dota 2 e LoL (Gaston, 2014). Outras categorias de jogos eletrônicos também vem sendo jogadas competitivamente: o último ESWC, em 2013, teve torneios de jogos de FPS (Call of Duty, Counter-strike, Shootmania), jogos de futebol (FIFA 14) e Dota2.

O Dreamhack 13 teve além de FPSs e MOBAs, o jogo de luta Super Street Fighter IV Arcade Edition. Já o eSports World Championships, a ser realizado em novembro de 2014, terá torneios de SC2, Dota 2, Ultra Street Fighter IV e Tekken Tag Tournament – dois jogos de luta – e Hearthstone, um jogo eletrônico de cartas desenvolvido pela Blizzard, que apesar de ter sido lançado em maio de 2014 já conta com mais de 20 milhões de usuários (Gamespot, 2014).

4. COMPARAÇÕES ENTRE ESPORTES ELETRÔNICOS E ESPORTES TRADICIONAIS

4.1 Apresentando os E-sportes

Ao decorrer deste trabalho, três esportes eletrônicos serão os pontos focais das análises dos pontos convergentes e divergentes entre este novo tipo de esporte e os esportes tradicionais. League of Legends (LoL) é o jogo eletrônico mais popular do mundo na atualidade, registrando mais de 67 milhões de jogadores por mês, com picos de 7.5 milhões simultâneos (Tassi, 2014). Dota 2 é o segundo mais popular, tendo cerca de 9 milhões de jogadores por mês e picos de 880 mil simultâneos (Esports Heaven, 2014). StarCraft II (SC2) é significativamente menor, tendo alcançado cerca de 6 milhões de jogadores desde o lançamento, em 2010 (Sarkar, 2012). Outros e-sportes de relevância menor que serão ocasionalmente citados são Counter Strike: Global Offensive (CS:GO), que tem cerca de 2.2 milhões de jogadores por mês e alcançou um pico de 175 mil simultâneos (Lahti, 2014) e Smite, que registrou 4 milhões de usuários desde o lançamento de sua versão de testes, em 2012 (Sillis, 2014).

Se os primeiros e-sportes possuem uma base de usuários claramente superior aos demais, e por isso podem ser considerados populares, não é o caso de SC2. O jogo deve sua relevância principalmente à herança recebida de seu predecessor, StarCraft (Stout, 2010). Lançado em 1998, o videogame foi protagonista na consolidação da categoria de esportes eletrônicos. Foi a partir desse e-sporte que o primeiro governo do mundo reconheceu a importância dessa categoria de esportes, através do apoio de seu Ministério da Cultura, Esporte e Turismo à criação de uma organização não-governamental reguladora, a Korean e-Sports Association (Frontline, 2010). Foi também o primeiro a ser televisionado regularmente, no ano 2000 (Ongamenet, 2014), e um dos primeiros a pagar premiações significativas de maneira consistente, somando mais de 5 milhões de dólares em cerca de 200 torneios. (Esports Earnings, 2014).

Um dos fatores que contribuiu para o declínio relativo do jogo SC2 foi o seu modelo de negócios. Para poder jogar StarCraft II, cada jogador ou aspirante a ciber-atleta teve que desembolsar de 20 a 40 dólares – esta aquisição sendo praticamente a única fonte de receita da produtora do jogo, a Blizzard. No caso de Dota 2 e League of Legends, as produtoras Valve e Riot adotaram o modelo Free to Play (F2P), que permitia que os usuários jogassem de

graça, abrindo a possibilidade para microtransações (PC Gamer, 2013). Dessa forma, jogadores novos podem tentar o jogo sem arriscar desembolsar o custo inicial, e se gostarem podem adquirir produtos cosméticos ou que acelerem o seu desenvolvimento no jogo. Em Dota 2 os produtos listados se restringem estritamente a cosméticos, não tendo influência nenhuma na jogabilidade – que é irrestrita desde a instalação. Em League of Legends dinheiro pode ser gasto para abrir opções de jogabilidade que acabam influenciando o desempenho do jogador, mas só até o ponto em que ele destrava todas as opções. Em ambos os casos, é possível jogar sem nenhuma desvantagem completamente de graça.

Existem ainda outras diferenças entre StarCraft II e os outros jogos. Enquanto as partidas competitivas do primeiro são jogadas individualmente, Dota 2 e LoL são jogos de equipe. Esse fator também pode ajudar a explicar a maior popularidade destes últimos e-sportes (Harackiewicz e Tauer, 2004, p.860). Segundo os autores, esportes de equipe proporcionam aos jogadores tanto a experiência de competição como a de cooperação, e por isso são mais apreciados que os esportes individuais. Além disso, os dois últimos jogos possuem maior variedade de escolhas, exemplificadas na diversidade de personagens e itens que o jogador pode escolher e na maior complexidade de interações, dado que em uma partida jogam 10 pessoas na mesma arena simultaneamente.

4.1.1 Dota 2¹

Dota 2 é um jogo onde dois times de 5 pessoas se enfrentam com o objetivo de destruir o *ancient* da equipe adversária. Esse *ancient* é uma construção que se encontra dentro do território inimigo, e para alcançá-lo cada time deve destruir antes uma série de outras construções. Uma comparação válida é com jogos que tenham a mecânica de “capturar a bandeira”. Dentro do jogo, cada jogador controla um personagem (chamado de *herói*) único à sua escolha. Este personagem possui 4 habilidades, pode utilizar simultaneamente até 6 itens distintos, e possui atributos específicos como velocidade de movimento, velocidade de ataque, quantidade de pontos de vida e quantidade de pontos de *mana* – que é um recurso utilizado para usar uma habilidade.

A partida ocorre em um ambiente delimitado – uma arena – que é dividida em dois lados: o lado da facção *radiant* (time 1) e o lado da facção *dire* (time 2). O mapa que

¹ Para construir a descrição do jogo Dota 2, foi utilizada a própria experiência do autor com o jogo; o raciocínio descritivo do Documentário Free to Play (2014) e a narração de narradores da Stream iniciante do torneio The International 4.

representa a arena não é 100% simétrico, mas possui praticamente os mesmos pontos de interesse: um *ancient*, 11 construções defensivas chamadas de *torres*, 3 estruturas neutras onde é possível comprar itens (*shops*) e 3 corredores chamados de *lanes*. Cada personagem ganha dois recursos ao longo do jogo: experiência (*xp*) e dinheiro (*gold*). Ao destruir construções defensivas (*torres*), matar outros heróis (que renascem depois de alguns segundos) e matar unidades chamadas *creeps* (unidades controladas pelo computador, com características e comportamento padronizado) o personagem acumula *xp* e *gold*. Ao morrer para um adversário, o personagem perde *gold*. Embora todos os 10 jogadores comecem com exatamente o mesmo *xp* (zero) e mesmo *gold* (650), ao longo da partida os jogadores com melhor desempenho eventualmente acumulam uma vantagem de recursos grande o suficiente para ganhar a partida. Como a maioria dos *creeps* e todas as *torres* se encontram nas *lanes*, grande parte da ação durante a partida se desenrola nesses corredores. Com o tempo, os jogadores deram nomes para cada uma das *lanes*: top, mid e bot.

Figura 19 – Mapa da arena de Dota 2, mostrando a localização dos *ancients* e das *lanes*. A parte mais clara é território *Radiant* e a parte mais escura território *Dire*.



Fonte: criado pelo autor.

Existem atualmente 108 heróis únicos, sendo que cada jogador pode escolher um personagem diferente por partida. Cada herói possui habilidades distintas, que possuem sinergias com habilidades de outros heróis específicos. Assim, é comum dois jogadores entrosados escolherem personagens que se complementem. Além disso, habilidades diferentes fazem com que cada herói tenha uma função específica no jogo: alguns são especialistas em curar aliados feridos, outros em causar dano físico ou dano mágico, outros em controlar o personagem inimigo. No total, são cinco funções diferentes, numeradas em ordem de prioridade na acumulação de recursos: 1. Carry, 2. Mid, 3. Offlaner, 4. Primeiro Support e 5. Segundo support. Dado que cada função inclui heróis específicos e é virtualmente impossível saber jogar os 108 heróis em nível profissional, a maioria dos jogadores se especializa em

uma, ou às vezes duas funções. Uma comparação válida pode ser feita com o basquete, esporte em que existem 5 posições e cada jogador se especializa em uma. Já a diversidade de opções de personagens para cada função pode ser comparada ao futebol, no qual existem jogadores com características bastante distintas mas que ocupam posições similares – por exemplo atacantes mais velozes ou mais lentos, mais altos ou mais baixos, especialistas em bola parada ou dribladores.

Figura 20 – Diversidade de heróis em Dota 2, mostrados na tela de escolha de personagens.



Fonte: criado pelo autor.

Existem dois tipos principais de partidas: as partidas de torneios, chamadas de *Captain's Mode* (CM), e as partidas públicas (*pubs*), chamadas de *All Pick* (AP). No primeiro tipo de partida os capitães de cada time decidem com quais personagens seus respectivos jogadores vão jogar. Existe uma fase no pré-jogo (fase de *picks*) na qual cada time pode banir alternadamente 5 heróis daquela partida, e escolher também alternadamente os 5 com que irão jogar. Torneios, tanto amadores quanto profissionais, utilizam exclusivamente esse tipo de partida; mas o CM também pode ser jogado no dia-a-dia, e é muito utilizado nos treinos dos times – é uma situação onde estratégias e entrosamento podem ser treinados. O modo de jogo AP já é preferido nos *pubs*, partidas com menos regras e mais voltadas para a diversão ou treino específico dos aspectos mecânicos e individuais do jogo. As partidas podem durar em média de 15 a 60 minutos, sendo poucas as exceções mais rápidas ou mais longas. Segundo o banco de dados de partidas de Dota 2 DatDota, a duração média das últimas 100 partidas competitivas de outubro de 2014 foi de 40.6 minutos.

O cenário competitivo de Dota 2 tem núcleos de jogadores na América Latina, América do Norte, Europa, Rússia, China, Austrália e Sudeste Asiático. Entretanto, os principais times se encontram principalmente na Europa, Rússia, China e em menor escala nos EUA e Sudeste Asiático. Existem hoje entre 50 e 60 times profissionais no mundo, tendo disputado no total 265 torneios desde o lançamento em 2012, com premiação total de mais de 23 milhões de dólares (E-sports Earnings, 2014). O modo de espectadores é bem desenvolvido, permitindo que milhões de pessoas assistam ao jogo em tempo real, mostrem apoio ao time para que torcem e consigam até assistir o jogo com a mesma perspectiva do jogador profissional que selecionarem.

Figura 21 – Captura de tela do videogame Dota 2. No centro superior da tela pode-se ver quanto tempo de duração a partida tem, bem como o placar da partida. No canto inferior esquerdo pode-se ver o minimapa.



Fonte: criado pelo autor.

4.1.2 League of Legends²

League of Legends compartilha muitos elementos com Dota 2. O gênero é o mesmo – Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) – e a arena em si é bastante similar à de Dota 2,

² Para descrever League of Legends, foram utilizadas além da experiência do autor, a narração da Stream do Circuito Brasileiro de LoL e vídeos tutoriais gravados por jogadores profissionais.

embora um pouco menor. Os *heróis* de Dota 2 são chamados de *campeões* em LoL, os *creeps* de *minions* e as *torres* de *turrets* e os *ancients* de *nexus*. O time 1 é chamado de *time azul* e o time 2 chamado de *time roxo*. Os *campeões* possuem, em vez de 4, 5 habilidades únicas cada um – embora 1 delas seja passiva e não escalável, como uma habilidade natural de cada personagem que se mantém constante durante a partida. As *lanes* se mantêm as mesmas, inclusive com os mesmos nomes: *top*, *mid* e *bot*. Todos os jogadores também começam com a mesma quantidade de recursos, e o objetivo continua sendo destruir a construção principal do time adversário.

Figura 22 - Mapa da arena de League of Legends.



Fonte: http://www.millennium.org/images/contenu/actus/LOL/Metagame/lol_map_respawn_timer_HD.jpg

Existem 121 campeões em LoL, que também são divididos em funções. Neste jogo, também há 5 posições distintas: o Attack Damage Carry (ADC), o Mid, o Top, o Support e o Jungler. Os nomes das posições se referem a que *lanes* os jogadores vão ocupar, sendo o jungler responsável por ocupar a *jungle*, a porção do mapa que fica entre as *lanes*. O ADC e o

Support dividem a *bot lane*, onde um o primeiro é responsável por acumular recursos e o outro por protegê-lo.

Figura 23 – Campeões enfrentando um *minion* especial, o Barão Nashor.



Fonte: <http://3.bp.blogspot.com/-xiRffH1Rgj0/UZyDw2KcG0I/AAAAAAAAADU/mt6ZwftSNtM/s1600/post-71856-1306801003.jpg>

League of Legends é, de maneira geral, um jogo mais amigável para o usuário casual. Como foi lançado em 2009, os gráficos exigem muito menos dos computadores do que o rival mais recente, de maneira que não é necessário ter uma máquina muito potente para poder jogar. As partidas também são divididas em modos, sendo os dois principais a Escolha Livre, similar ao AP e o Modo Competitivo, similar ao CM. Neste último modo, apenas 3 *campeões* são banidos por time, restando mais opções para que cada equipe monte sua estratégia. Já durante a partida, a acumulação de recursos – principalmente ouro – é mais fácil. Não só existem vários itens que permitem a geração deste recurso, como morrer para um outro jogador não acarreta na perda de ouro acumulado. Por fim, uma importante diferença in-game é a velocidade dos confrontos de equipe: enquanto em Dota 2 essas batalhas podem acontecer com muita rapidez, por conta da alta mobilidade dos *heróis*, em LoL o jogo é mais estático nos primeiros minutos, e só mais para o final da partida é que esses encontros acontecem

regularmente. Esse aspecto permite que os jogadores tenham mais tempo para reagir, planejar e raciocinar, diminuindo a imprevisibilidade do jogo.

Um aspecto que final em que LoL difere bastante de Dota 2 é a indisponibilidade de opções de jogo para um novo usuário. Em ambos os jogos, quem começa a jogar não pode imediatamente jogar partidas competitivas: em Dota 2 precisa passar por 150 partidas normais, enquanto em LoL por cerca de 300. Neste jogo, até atingir esse marco – que varia de acordo com o jogador – quanto mais vitórias, maior a vantagem dentro das partidas que o usuário tem. Isso gera um desequilíbrio de jogabilidade que distorce a partida em favor de quem tem mais experiência, e não respeita puramente a diferença de habilidade individual. Esse fator é corrigido e nivelado depois de alguns meses, entre os jogadores que alcançarem aquele número mínimo de partidas, mas mesmo assim pode haver desequilíbrio. Em Dota 2, todos os *heróis* são acessíveis desde a primeira partida do novo usuário. Em Lol, apenas uma fração dos mais de 100 *campeões* é disponível para quem acaba de instalar o jogo: normalmente 10. À medida em que o jogador ganha partidas, ele também ganha pontos de recompensa, que podem ser utilizados para liberar o acesso a outros personagens. O problema é que o número de personagens é tão diverso que o usuário pode demorar meses para destravar o acesso a todos os personagens – ou pode gastar dinheiro.

O modelo de negócios de League of Legends é o Free to Play – livre para instalar e jogar – e gera receita através de microtransações. Se em Dota 2 essas microtransações compram apenas itens cosméticos que não tem relevância nenhuma na jogabilidade durante as partidas, em LoL essas transações podem ser utilizadas para liberar os *campeões* rapidamente. Isso gera uma insatisfação entre jogadores que se vêem privados de aproveitar o jogo em sua totalidade, mas também gera muita receita para a Riot Games, produtora de LoL. Em 2013, gerou mais de 600 milhões de dólares, e em 2014 a previsão é de ultrapassar 1 bilhão (Chalker, 2014). A grande rentabilidade do negócio permite à produtora ter um papel bem ativo no cenário competitivo do e-sport: ela organiza vários torneios ao longo do ano, mantém sua própria central de notícias, providencia programas de treinamento para novos jogadores profissionais e funciona como agência reguladora da modalidade no mundo inteiro.

4.1.3 StarCraft II³

O e-sporte StarCraft II (SC2) é uma continuação do bem sucedido StarCraft, ambos desenvolvidos pela produtora de videogames Blizzard. O jogo foi lançado em 2010, e traz uma narrativa sobre um conflito militar espacial futurista entre 3 raças diferentes: os *Terrans*, humanos exilados do planeta Terra; os *Zergs*, uma espécie alienígena insectóide; e os *Protoss*, outra espécie alienígena com tecnologia mais avançada que proporciona habilidades psíquicas. O gênero do jogo é RTS, sigla para *Real Time Strategy*; significando que os jogadores controlam suas próprias unidades militares e construções em tempo real com o objetivo de destruir as unidades do adversário.

Figura 24 – Três unidades de StarCraft II, cada uma representando uma raça. Da esquerda para a direita: *Terrans*, *Zergs*, *Protoss*.



Fonte: <http://media.blizzard.com/sc2/media/wallpapers/wall046/wall046-1024x768.jpg>

SC2 é um jogo de informação imperfeita e eficiência. Os jogadores começam cada partida em um mapa previamente determinado, normalmente bastante simétrico e com tamanho e formato variados. As características particulares de cada mapa influenciam a estratégia que os jogadores vão adotar e a duração da partida. Mapas menores tendem a provocar mais contato entre as unidades de cada ciber-atleta, deixando o jogo mais agressivo e aumentando a probabilidade de uma partida mais curta – podendo durar menos de 20

³ Para descrever Starcraft II, foi observada a narração do torneio World Championship Series de 2014, além da utilização dos tutoriais do próprio jogo.

minutos. Mapas maiores tem o efeito contrário, normalmente disponibilizando mais recursos, menos contato, e por consequência partidas de até 1 hora.

Cada mapa começa não revelado para ambos os jogadores, coberto com o chamado *fog of war*. À medida em que os jogadores criam unidades, podem enviá-las para explorar o mapa e descobrir minas de recursos, a localização da base de operações do adversário e o nível de desenvolvimento das construções e unidades do inimigo. Como essas unidades utilizadas para exploração são normalmente destruídas rapidamente, cada um dos jogadores passa mais tempo estimando essas informações do que de fato tendo visão sobre elas.

A eficiência envolvida nesse e-sporte se encontra na necessidade de maximização do uso de recursos limitados encontrados no mapa, sendo que cada unidade ou construção consome uma quantidade determinada de recursos. As três raças possuem características distintas, em média cerca de 20 unidades e 15 construções únicas. Cada tipo de construção permite que certas unidades ou aperfeiçoamentos sejam criados, e cada unidade única possui habilidades, velocidade, ataque e defesa diferentes. Dado que a quantidade de detalhes de cada raça é muito grande, os ciber-atletas costumam se especializar em uma só.

Figura 25 – Captura de tela do jogo StarCraft II. O jogador da raça *Zerg* utiliza um exército de unidades para invadir a base do jogador da raça *Terrans*.



Fonte: <http://gametremor.com/wp-content/uploads/2010/09/zergrush.jpg>

As estratégias possíveis para cada jogador, mesmo utilizando a mesma raça, são bastante variadas. Um mesmo jogador de Terran pode criar um exército de unidades mais fracas cedo no jogo para punir um adversário quando sente que ele prioriza minerar recursos em vez de criar seu próprio exército, ou criar unidades aéreas que carregam unidades terrestres para dentro da base adversária e destruir as unidades mineradoras de recursos do adversário. Um grande desafio é controlar todas as unidades de maneira eficiente ao mesmo tempo que gerencia seus recursos, de maneira que o número de ações por minuto (APM) dos ciber-atletas de maior rendimento pode chegar até 500.

StarCraft II é um jogo que não segue o modelo F2P, custando em média 60 dólares durante o lançamento. De tempos em tempo, a Blizzard anuncia pacotes de expansão para o jogo, introduzindo novas unidades e permitindo que novas estratégias sejam criadas, efetivamente obrigando os que querem jogar competitivamente a adquirir a nova versão. A primeira expansão de SC2 foi lançada em 2013, e a segunda expansão já teve o título anunciado mas ainda não tem data prevista de lançamento. O cenário competitivo é dominado por *gamers* sul-coreanos, sendo que dentre os 50 jogadores que mais receberam dinheiro em premiações do mundo 39 são da Coreia do Sul (Esports Earnings, 2014).

4.2 Fatores Convergentes

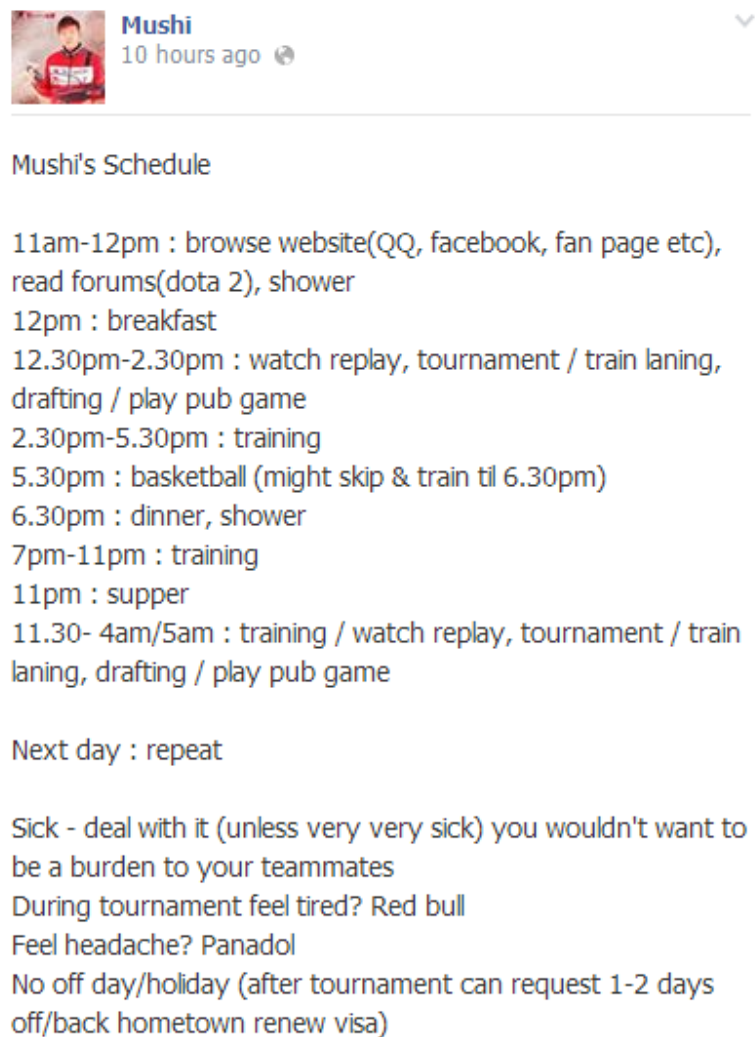
4.2.1 Carreira Competitiva

Da mesma maneira que nos esportes tradicionais, existem entusiastas do esporte eletrônico que jogam só por lazer. Entretanto, os que desejam encaram os e-sportes de maneira profissional precisam de disciplina e resiliência: a maioria dos *pro players* treina pelo menos 8 horas por dia, de 5 a 7 dias por semana (Fields, 2014). O ciber-atleta de StarCraft II Geoff “iNcontrol” Robinson, em 2012, deu uma entrevista contando que treina de 10 a 12 horas por dia (Stern, 2012). No mesmo ano, o também jogador de SC2 Lee “MarineKing” Jung-hoon (Sutter, 2012) afirmou que treinava até 18 horas por dia. Como comparação, os treinos da equipe de futebol americano Denver Broncos tem uma duração similar às dos esportes eletrônicos: começam às 8:30 da manhã e são finalizados por volta das 10 horas da noite, com um intervalo para almoço de 2 horas e meia (Jackson, 2010). No total, são 11 horas divididas entre treinos físicos, *replays* e reuniões com treinadores.

As atividades que compõem os treinos de jogadores de esportes eletrônicos podem ser comparadas com as de esportes tradicionais. A parte principal são os chamados *scrims*: uma

espécie de treino coletivo em que os 5 ciber-atletas do time jogam uma partida treino contra outra equipe – que normalmente também é profissional. Nessa etapa são testadas estratégias e táticas novas e o trabalho em equipe do time. Outra parte importante são as disputas de jogos públicos – os *pubs* – onde são treinadas a mecânica e os aspectos individuais do ciber-atleta. Complementam o treino uma etapa de exibição de *replays*, na qual os jogadores do time assistem a partidas jogadas por adversários para observar estilos de jogo e estratégias; ou assistem a partidas que eles mesmo disputaram para identificar erros cometidos. Algumas equipes contam com *coaches*, ou treinadores, para ajudá-los a manter a disciplina, oferecer uma visão mais objetiva e imparcial quando ao desempenho nas partidas e evitar que os jogadores culpem uns aos outros após uma derrota (Allen, 2014).

Figura 26 – Regime de treino do jogador de Dota 2 Mushi.



Mushi
10 hours ago

Mushi's Schedule

11am-12pm : browse website(QQ, facebook, fan page etc),
read forums(dota 2), shower
12pm : breakfast
12.30pm-2.30pm : watch replay, tournament / train laning,
drafting / play pub game
2.30pm-5.30pm : training
5.30pm : basketball (might skip & train til 6.30pm)
6.30pm : dinner, shower
7pm-11pm : training
11pm : supper
11.30- 4am/5am : training / watch replay, tournament / train
laning, drafting / play pub game

Next day : repeat

Sick - deal with it (unless very very sick) you wouldn't want to
be a burden to your teammates
During tournament feel tired? Red bull
Feel headache? Panadol
No off day/holiday (after tournament can request 1-2 days
off/back hometown renew visa)

Fonte: http://dota4life.files.wordpress.com/2014/05/10320306_732211783488096_2868

076128310882579_n.png

Outra particularidade dos treinos de esportes eletrônicos são as *gaming houses*, casas que servem tanto de centro de treinamentos quanto hospedam os jogadores durante períodos de até um ano. Como os esportes eletrônicos são disputados principalmente pela internet – com exceção de grandes campeonatos – a necessidade de reunir os ciber-atletas no mesmo espaço físico não é tão óbvia. Assim, alguns times optam por realizar *boot camps* – encontros de um período de tempo reduzido como preparação para um torneio importante. Um caso típico é o da equipe de Dota 2 Complexity Gaming que durante 5 semanas ocupou uma casa com esse propósito em Los Angeles (Complexity Gaming, 2014), ou a equipe Team Liquid durante as 6 semanas antes do torneio The International 3, em 2013 (Groen, 2014). Para os times – normalmente os chineses – que podem passar mais tempo reunidos, a infraestrutura pode ser um diferencial. A *gaming house* da equipe DK conta com salas de treino, academia, sala de conferência e salão de cinema privado – tudo bancado pelos patrocinadores da equipe (Benjamin, 2014).

Figura 27 – *Gaming House* da equipe de Dota 2 Team DK.



Fonte: <http://www.gosugamers.net/files/images/news/2014/march/gaming%20place.jpg>

Alcançar o nível profissional também não é uma tarefa fácil. Dentre os 9 milhões de jogadores únicos mensais de Dota 2, apenas 80 chegam a disputar o campeonato mais prestigiado – o The International. No ranking do site Gosugamers, que atribui pontos até para torneios pequenos com premiação de até 5 mil dólares, estão listados 149 equipes que disputaram partidas competitivas no último ano – representando um total de 745 jogadores.

Como delimitador de quais equipes jogam em alto nível, a própria Valve realizou uma competição qualificatória para o The International 4, nas quais foram convidados 41 times – além dos 11 já anteriormente definidos para o evento principal. Outra organização que se preocupa em identificar quais são as melhores equipes é a JoinDota, que para isso criou uma liga compreensiva com 6 divisões por continente. No continente americano, foram definidas apenas 10 equipes na primeira divisão – as que podem disputar prêmios significativos. Na segunda divisão são 20 times, na terceira quase 50, na quarta cerca de 80 e nas demais mais de 450 equipes – no total, mais de 600 times, ou 3000 jogadores, buscando alcançar status profissional. Na Europa são mais de 1100 equipes, e na Ásia quase 500; o total soma 11 mil jogadores buscando se destacar no cenário profissional. Fazendo um paralelo com esportes tradicionais, só nas duas divisões principais do futebol brasileiro, a série A e a série B, são 40 equipes com no mínimo 22 jogadores – um total de mais de 800 jogadores profissionais, em um nível de alto rendimento. Na MLB, liga de baseball norte-americana, são 30 equipes com elencos de 40 jogadores; na NFL, de futebol americano, são também 32 equipes com pelo menos 50 jogadores cada. Talvez em termos de quantidade absoluta o número de jogadores e equipes se aproxime mais da NBA, competição de basquete, que tem também 30 equipes mas com cerca de 15 jogadores apenas cada.

A ideia de ganhar dinheiro para jogar videogames pode parecer cômoda. Contudo, além da rotina exigente, da impossibilidade de conciliar aspectos da vida pessoal e da falta de apoio da família, se tornar um ciber-atleta depende muitas vezes de sorte. Segundo Peter “ppd” Dager e Saahil “UNiVeRsE” Arora, dois jogadores da equipe norte-americana Evil Geniuses, a profissionalização do jogador é mais difícil se o aspirante a profissional não for convidado para uma organização já estabelecida (Savov, 2014). Criar uma equipe significa ter que procurar patrocínios e conseguir vagas em campeonatos importantes, elementos essenciais para que o jogador tenha segurança para se dedicar exclusivamente ao e-sporte.

É importante considerar que embora em números absolutos de times e jogadores de alto rendimento o esporte eletrônico fique bastante aquém dos esportes tradicionais mais massificados, a quantidade de equipes e jogadores amadores e profissionais já é bastante considerável. Jogadores aspirantes a profissionais atravessam dificuldades similares a de jovens que querem disputar esportes profissionalmente e precisam alcançar níveis de excelência altos através de treinos exigentes constantes até serem reconhecidos. Dessa forma, ao considerar o aspecto de desenvolvimento de carreira do ciber-atleta é possível perceber uma aproximação entre o esporte eletrônico e o tradicional.

4.2.2 Competições Eletrônicas

No dia 21 de agosto de 2011 5 ciber-atletas levaram para casa uma premiação de 1 milhão de dólares ao vencerem o primeiro torneio de Dota 2, o The International. A premiação total dessa competição foi de 1.6 milhões de dólares, a maior da história do esporte eletrônico. Na ocasião, 16 dos melhores times do mundo de Dota foram convidados para disputar o título, em uma iniciativa da Valve, desenvolvedora da nova versão desse e-sporte. A empresa utilizou o torneio como uma ação publicitária para promover o jogo que estava ainda estava em fase de testes, e acabou gerando uma grande repercussão (Jackson, 2014) – com algumas equipes de jogadores profissionais não acreditando que uma premiação tão grande seria real. Considerando que somado todo o dinheiro distribuído em prêmios para o jogo DotA, em todos os torneios da história desse e-sporte, o montante não alcançou 750 mil dólares (E-sports Earnings, 2014), é compreensível que pelo menos uma equipe profissional – no caso, a equipe chinesa DK – tenha recusado o convite por achar que seria um golpe.

Ao anunciar uma premiação tão alta, a Valve não apenas chamou atenção para o jogo que estava lançando e para o esporte eletrônico, mas também abriu portas para outros torneios com premiações similares e criou uma expectativa para os anos posteriores. A segunda edição do torneio, realizada em agosto de 2012, também ofereceu um prêmio total de 1.6 milhões de dólares. Em 2013, no The International 3, os 16 times competiram por um valor ainda maior: um total de 2.8 milhões. O montante final foi maior porque a Valve utilizou uma estratégia inovadora de permitir que qualquer jogador de Dota 2 pudesse contribuir com a premiação total comprando itens cosméticos. A mesma estratégia foi utilizada em 2014, e o The International 4 alcançou um recorde de 11 milhões de dólares.

Embora outras competições de porte menor não alcancem esse montante, e a competição The International – considerada uma espécie de campeonato mundial de Dota 2 – seja realizada apenas anualmente, os outros torneios também podem alcançar valores altos. O torneio Dota 2 Champions League, cuja segunda temporada foi realizada de fevereiro a abril de 2014, distribuiu cerca de 125 mil dólares entre os 4 primeiros colocados. O Starladder, na décima temporada, alcançou 240 mil. O World Cyber Arena 2014, que aconteceu em fevereiro de 2014 teve premiação de mais de 450 mil dólares; e a i-League, disputada em setembro de 2014, 300 mil. No total, desde o The International mais de 270 torneios foram disputados, com uma premiação total de quase 23.5 milhões de dólares (E-sports Earnings, 2014).

O segundo e-sporte que mais premiou foi League of Legends, alcançando quase 18 milhões de dólares entre pouco mais de mil torneios. Dentre os torneios que mais premiaram estão o 2014 World Championship, com 2.13 milhões de dólares; a série OGN The Champions com cerca de 800 mil dólares ao longo de 4 edições, e a série LPL com quase 1 milhão de dólares também distribuídos em 4 edições. O The International certamente foi importante para o aumento de torneios e premiações em LoL, tendo em vista que apesar de o jogo ter sido lançado em 2009 os prêmios distribuídos antes de 2012 representam apenas 2.5% do total até hoje. Outros e-sportes que premiaram significativamente são StarCraft II, com mais de 14 milhões de dólares em 1800 torneios; Counter-Strike, com 10.4 milhões entre 520 competições; e StarCraft, que alcançou um total de 5.4 milhões ao longo de 200 disputas.

Figura 28 – Os 5 e-sportes que mais premiaram, segundo o site E-sports Earnings.



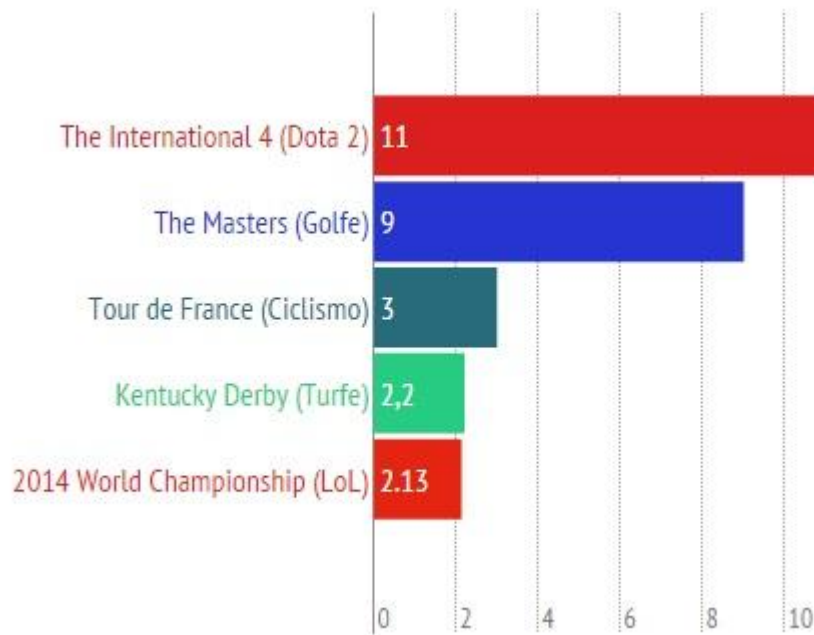
Fonte: <http://www.esportsearnings.com/games>

A partir desses dados é possível comparar as premiações dos esportes eletrônicos com as de alguns esportes tradicionais. Em termos de premiação total, esportes como futebol americano, baseball e futebol superam os e-sportes. Mesmo considerando a maior premiação total que uma equipe de esportes eletrônicos já recebeu – 5 milhões de dólares para o primeiro colocado no The International 4, o time Newbee – a quantia parece pequena. Os vencedores do Super Bowl, da World Series de baseball e da Champions League de futebol receberam 11 milhões, 19 milhões e 65 milhões, respectivamente (The Telegraph, 2014). No caso do futebol, a diferença é ainda maior quando consideramos que a premiação total da Copa do Mundo da FIFA somou 576 milhões de dólares (Collett, 2013).

Entretanto, se a perspectiva adotada for de premiação por jogador, o cenário favorece o e-sporte. Cada um dos 5 ciber-atletas do Newbee recebeu 1 milhão de dólares; mas os jogadores do time da Alemanha, vencedores da Copa do Mundo da FIFA, ganharam pouco mais de 400 mil dólares em premiação (ESPN, 2014). Os jogadores do Boston Red Sox, equipe vencedora da World Series de Baseball em 2013 receberam 307 mil dólares cada um (MLB, 2013); já os do Seattle Seahawks, campeões do Super Bowl em 2014 receberam no máximo 180 mil dólares cada (Manahan, 2014). Os 15 jogadores do San Antonio Spurs, campeão da National Basketball Association (NBA) Finals em 2014 dividiram cerca de 4.1 milhões de dólares; enquanto os campeões de hóquei Los Angeles Kings dividiram 3.75 milhões entre mais de 20 atletas (Wyshynski, 2014). É claro que a maior parte da renda dos jogadores desses esportes vem de salários e contratos publicitários - o salário médio de um jogador da National Football League, de futebol americano, é de 2 milhões de dólares.

Se utilizados para comparação esportes menos massificados, como ciclismo, turfe (corrida de cavalos) e o golfe, até em valores absolutos o esporte eletrônico se destaca. O Tour de France, maior evento de ciclismo do mundo, tem uma premiação total de 3 milhões de dólares, com cerca de 615 mil para o primeiro colocado. O Kentucky Derby, uma das competições mais populares de turfe, distribuiu 2.2 milhões de dólares – 1.4 milhões para o vencedor. Já o Masters, um dos torneios de golfe mais populares, teve premiação total de 9 milhões de dólares com 1.62 milhões para o campeão (Lingle, 2014). No caso dos dois primeiros esportes, as premiações dos torneios são mais próximas do 2014 World Championship de LoL do que do The International 4.

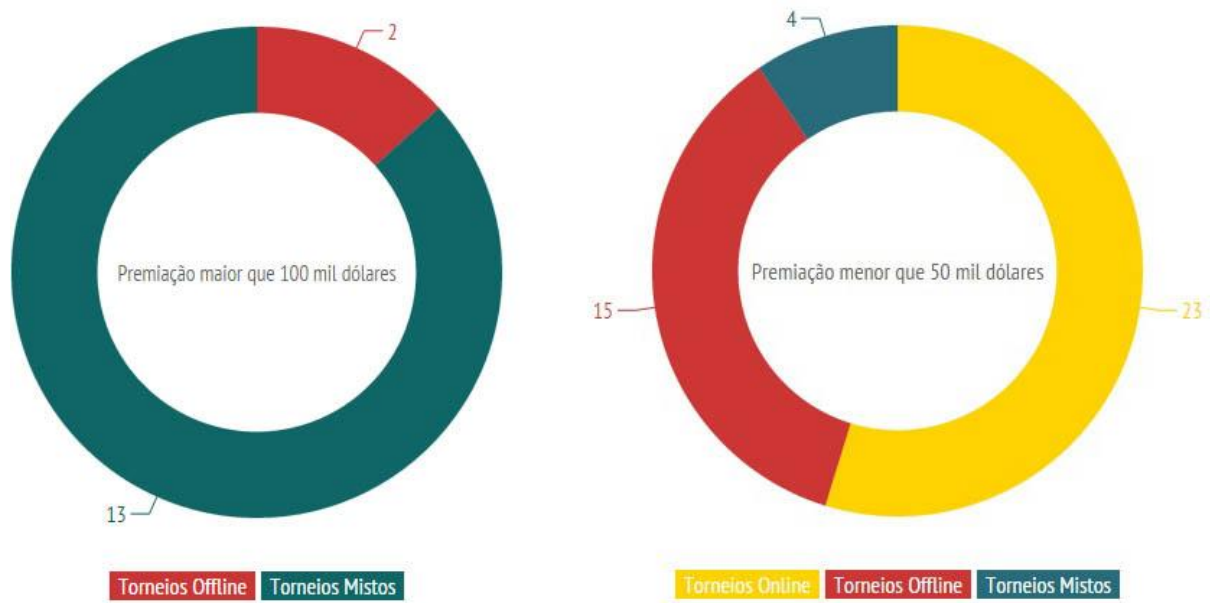
Figura 29 – Premiação total por torneio em diferentes esportes e e-sportes, em milhões de dólares.



Fonte: criado pelo autor.

Além da alta premiação, outro aspecto importante das competições de esportes eletrônicos é a presença física. A maioria dos torneios de e-sportes é realizada parcial ou totalmente através da internet, e somente algumas exceções são realizadas exclusivamente em espaços físicos. Dentre os 15 torneios de Dota 2 realizados em 2014 com premiação maior que 100 mil dólares, apenas dois foram integralmente presenciais – os outros 13 seguiram um modelo misto, no qual a etapa qualificatória ocorreu online e os *playoffs* offline. Por outro lado, nos torneios com premiação menor que 50 mil dólares apenas 4 foram mistos, sendo 23 totalmente online e 15 offline (Liquipedia, 2014).

Figura 30 – Distribuição de torneios offline, torneios mistos e torneios online do e-sporte Dota 2, em 2014.



Fonte: criado pelo autor.

Uma das maiores limitações das competições online é a dificuldade em conectar equipes de diferentes continentes, visto que o servidor que hospeda a partida beneficia quem se encontra geograficamente mais perto. Dependendo da qualidade da infraestrutura que conecta países diferentes, o tempo de resposta para cada ação dentro do jogo pode ser tão pequeno quanto 15 milissegundos (ms) ou tão alto quanto 400 ms, ou 0.4 segundos. Considerando que esse *delay* se aplica a cada ação e que em alguns e-sportes os ciber-atletas chegam a executar mais de 500 ações por minuto (APM), o desequilíbrio é perceptível (NBC, 2013). Essa restrição gera situações delicadas – por exemplo, no torneio D2CL, em setembro de 2014, o time norte-americano Na’vi.US enfrentou a equipe brasileira Swagenteiger. Após jogarem a primeira partida da série de melhor de três em um servidor localizado nos Estados Unidos, o Na’vi.US se recusou a disputar a segunda no servidor brasileiro. Ao entender que a possibilidade de ganhar com mais de 200 ms de *delay* era muito pequena, os brasileiros abandonaram a série (Wash, 2014).

Se as competições online são restritas a equipes cujos jogadores vivem no mesmo continente, ou em regiões com excelente infraestrutura de conexão – por exemplo América do Norte e Europa – as competições offline enfrentam outro tipo de problema. Os torneios *offline* tem custos decorrentes da estrutura física e do deslocamento e hospedagem dos ciber-atletas. Torneios menores, normalmente regionais, não arcam com as despesas dos jogadores; mas as

competições *premium* costumam pagar integralmente – na 9ª temporada da série Starladder uma parcela da premiação total foi separada para despesas de viagem: 40 mil dólares (Gosugamers, 2014). Para mitigar os custos de infraestrutura, muitas organizações realizam torneios de e-sportes diferentes no mesmo evento. No caso do Starladder, ciber-atletas de Dota 2, League of Legends, Counter-Strike e dos não tão populares Point Blank, World of Tanks e Tanki Online dividem o palco. Já a competição Intel Extreme Masters, realizada em julho de 2014, teve torneios de League of Legends, StarCraft II e Hearthstone; e aproveitou a infraestrutura do Shenzhen Cartoon and Animation Festival.

Outro fator de destaque nessas competições presenciais é a qualidade da produção do evento. Enquanto a maioria dos torneios já conta com cerimônias de abertura, entrevistas com ciber-atletas, painel de comentaristas e é transmitido pela internet para o mundo todo (ESL One, 2014), os chamados campeonatos mundiais de cada e-sporte tem o nível ainda mais alto. O The International 4, cuja etapa final aconteceu durante 4 dias na arena multi-esportes KeyArena (Seattle, Estados Unidos), contou com dois painéis de comentaristas – um para espectadores já familiarizados com o jogo e outro para iniciantes ou jogadores casuais; narradores norte-americanos, chineses, russos, latinoamericanos e sul-coreanos (Nishiyama, 2014); e teve como *host* do evento a repórter Kaci Aitchison, âncora do noticiário This Morning, do canal regional Q13 Fox News (Cameron, 2013). No caso da final do World Championship 2014, última etapa do campeonato mundial de LoL, não só a desenvolvedora Riot escolheu como local do evento o Seoul World Cup Stadium, com capacidade para 45 mil espectadores (Tassi, 2014); como na abertura do evento contou com a apresentação da banda norte-americana Imagine Dragons – que criou a música “Warriors” como tema para o campeonato (Yahoo News, 2014).

Figura 31 – Platéia assistindo à final do campeonato mundial de League of Legends de 2014, no estádio Seoul World Cup, na Coréia do Sul.



Fonte: <https://www.flickr.com/photos/100899330@N03/15571971555/>

Do ponto de vista da quantidade, diversidade e premiação as competições de esportes eletrônicos conseguem rivalizar com esportes tradicionais como tênis, turfe e ciclismo; e dependendo da métrica com futebol, basquete e baseball. Em termos absolutos, o e-sporte fica atrás de premiações totais de torneios mais populares, como a Copa do Mundo da FIFA e a UEFA Champions League. A diferença mais notável entre competições dos dois tipos de esportes se encontra na presença física dos jogadores – que com exceção de pequenos torneios regionais permite que apenas poucas equipes de elite disputem grandes prêmios. Além disso, essas competições *offline* por vezes dividem espaço com eventos culturais e com torneios de vários e-sportes ao mesmo tempo, de maneira bem distinta de eventos esportivos autônomos. Ainda assim, as competições de esportes eletrônicos se aproximam bastante das de esportes tradicionais, principalmente levando em consideração os eventos *premium*.

4.2.3 Times e Marcas

Em todos os esportes tradicionais de equipe, os times e marcas (brands) são elementos essenciais por dois motivos. Primeiramente, uma marca bem construída confere estabilidade

ao time, ainda que os resultados apresentados não sejam satisfatórios no curto prazo (Funk e Gladden, 2004). Esta estabilidade aparece tanto em termos de audiência quanto em aspectos financeiros, como verificado, por exemplo, no caso do Manchester United. O time de futebol inglês apresentou resultados aquém do esperado na temporada 2013-2014, mas em 2014 foi considerado pela revista Forbes o terceiro time mais valioso do mundo em todos os esportes, pela revista Forbes (2014). O segundo motivo é a possibilidade de se utilizar a marca para gerar receita a partir de outras fontes que não somente a venda de ingressos e de direitos televisivos. De acordo com um relatório da Deloitte publicado em janeiro de 2013, a receita comercial – que inclui patrocínios, merchandising e propagandas – dos 10 maiores times de futebol do mundo representou em média 38,2% da receita total. Em um dos casos, do time alemão Bayern de Munique, a receita comercial ultrapassou 50% da total.

De maneira análoga, alguns times de e-sports também seguem esta lógica. Sobre a estabilidade apesar de resultados negativos no curto prazo, é possível avaliar o caso da equipe de Dota 2 Invictus Gaming. A equipe chinesa conquistou muitos seguidores em 2012, quando se tornou campeã do campeonato mundial, o The International 2; no mesmo ano conquistou outro importante torneio, o World Cyber Games; e no início de 2013 foi campeã do maior campeonato chinês, a G-League. Todavia, no restante do ano teve um rendimento menor do que o esperado, terminando o The International 3 em 5º lugar e não obtendo mais nenhum título (Liquipedia, 2014). A equipe mudou alguns de seus jogadores, e foi ganhar seu próximo título somente em junho, retomando seu status como um dos maiores times do mundo; mas no The International 4 obteve somente a 7ª colocação, decepcionando novamente. Não obstante, a equipe segue como uma das mais respeitadas e conhecidas do cenário competitivo de Dota 2, aparecendo em setembro de 2014 no 4º lugar do ranking global da publicação GosuGamers (2014).

Figura 32 – Jogadores do time IG, equipe vencedora do torneio The International 2.



Fonte: http://media.steampowered.com/apps/dota2/images/international2012/teams/teamshots/ig_big.jpg

Com relação a merchandising e patrocínios, também existem paralelos. Dentre as 10 organizações de esportes eletrônicos com mais seguidores no Facebook, todas vendem camisas e acessórios com a própria marca, sendo que 6 possuem loja eletrônica própria. Dos 16 times que participam do torneio League of Legends Championship Series (LCS) – o torneio mais prestigiado entre times europeus e das Américas – 14 vendem camisetas. Além disso, a maioria dos times que participam de grandes campeonatos recebem patrocínio de grandes marcas. De acordo com a Liquipedia, dos 16 times que participaram do torneio The International 4, 15 eram patrocinados por marcas de equipamentos eletrônicos e periféricos de computadores, como Kingston, Logitech, Razer, AOC e Alienware. Também patrocinavam essas equipes marcas de bens de consumo, como Monster Energy Drink e AXE; e até a organização militar norte-americana Air Force Reserve.

Existem particularidades importantes referentes às grandes equipes de e-sports que devem ser levantadas. A primeira é predominância de organizações multi e-sports, tendo equipes de pelo menos dois ou mais esportes eletrônicos. Das 10 organizações com mais seguidores no Facebook, apenas 2 tem apenas uma equipe, ambas dedicadas somente ao

e-sport LoL. A organização com mais likes, o Fnatic Team (Internacional), tem equipes de 7 e-sports diferentes. Nesses casos, as organizações de e-sports se assemelham mais a outras organizações como o Flamengo do ponto de vista de uma agremiação poliesportiva do que como time de um esporte específico. E por esse ponto, se diferenciam das equipes norte-americanas e europeias de esportes tradicionais, como futebol, futebol americano e baseball.

Um segundo ponto é a falta de tradição das equipes de e-sports quando colocadas em perspectiva com equipes desses esportes. Considerando que os esportes eletrônicos mais tradicionais – Dota 2 e LoL – foram lançados há 4 e 5 anos, respectivamente, é natural que organizações dedicadas exclusiva ou prioritariamente a estes jogos sejam bastante recentes. As organizações mais antigas, Evil Geniuses (EUA) e KT Rolster (Coreia do Sul), foram fundadas em 1999 e tinham equipes de jogos eletrônicos precursores dos e-sports atuais, como Counter Strike e StarCraft (Liquipedia, 2014).

Adicionalmente, uma particularidade relevante é a questão das transferências de jogadores entre equipes. No ocidente essas mudanças ocorrem sem um órgão regulador, seja respeitando acordos bilaterais entre as organizações – ou mais comumente, com as organizações terminando o contrato do jogador, que fica livre para procurar um novo time (Etienne, 2014). Dessa forma, eventualmente ocorrem discussões entre times ou jogadores que agem de maneira pouco profissional, e não se atentam para o caráter legal do contrato que assinaram (Helbig, 2012). Por outro lado, na China existe uma associação de jogadores – a Association for Chinese Esports (ACE) – que regula as transferências. Como penalidade, ela pode banir o jogador ou time envolvido em uma irregularidade de todos os torneios chineses (Liu, 2013).

Outra similaridade entre as transferências de jogadores de equipes de e-sports e de esportes tradicionais é a importação de talentos de outros países. Enquanto o jogo pode ser jogado predominantemente virtual, possibilitando times com composição de diversas nacionalidades (Liquipedia, 2014), alguns times preferem que os jogadores treinem presencialmente. Com esse intuito, as organizações disponibilizam gaming houses aos jogadores, onde eles podem morar e treinar juntos durante um período de tempo ou por tempo ilimitado (Teamplay, 2014). Dessa forma, algumas organizações convidam jogadores de outros países para residirem na gaming house, treinarem e competirem junto com a sua equipe (G1, 2014). Nos EUA, onde o visto de trabalho é mais exigente, a desenvolvedora do e-sport LoL (Riot) entrevistou com sucesso junto ao governo americano para que este emitisse visto de atleta para os jogadores coreanos convidados por equipes americanas (Robertson, 2013).

Ainda que se percebam semelhanças entre esportes tradicionais e e-sports, existe uma dificuldade na comparação entre organizações, equipes e marcas. De acordo com a revista Forbes, publicação que divulga anualmente uma lista com as marcas mais valiosas no mundo dos esportes, o cálculo da valor da marca se dá a partir dos principais dados financeiros (Ozanian, 2013). Já segundo a consultoria Brand Finance, as métricas mais importantes para a avaliação da marca de um time esportivo são a performance da equipe, a receita, o valor do elenco, o público nos jogos e a utilização dos estádios (Thompson, 2013). Dado que as organizações de e-sports não tem incentivos para tornar públicos seus resultados financeiros; que o passe dos jogadores não necessariamente tem valor, e se tem, não é sabido; e que o público nos jogos é quase sempre virtual, e quando é presencial não é regular; restam poucas métricas para relativizar o tamanho das marcas das organizações de e-sports entre si e entre as marcas de esportes tradicionais.

Uma das perspectivas possíveis que resta é a performance da equipe. Dado que não existe um campeonato único que permita comparar os resultados e as performances objetivamente, a própria mídia especializada criou alguns rankings. No caso de League of Legends, Dota 2, Hearthstone e Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO) um dos rankings mais respeitados é o Ranking da GosuGamers, que compara até 200 dos principais times profissionais e semiprofissionais do mundo. Enquanto o ranking dos últimos colocados da lista pode ser questionado em decorrência da falta de partidas disputadas e informação para abastecer o ranking, os primeiros colocados normalmente não são muito questionados. Outra maneira de olhar para a perspectiva é o número de torneios acumulados. Contudo, alguns torneios são mais importantes que outros, visto que a premiação pode ser muito díspar; poucos torneios contam com times de presença global, o que dificulta a comparação; e como as organizações de e-sports são muito recentes, muitas ainda não tiveram a oportunidade de mostrar resultados, embora tenham tido boas performances.

Figura 33 – Ranking de Dota 2 da Gosugamers em novembro de 2014.



Fonte: <http://www.gosugamers.net/dota2/rankings#team>

Outra maneira de relacionar as marcas de esportes eletrônicos e tradicionais – que apesar de não ter sido considerada nem pela Forbes nem pela Brand Finance ainda parece interessante do ponto de vista do espectador – é a presença na mídia. Em termos de mídia, o e-sporte não se compara à maioria dos esportes tradicionais de equipes, mas pode ser feita uma comparação entre diferentes equipes de diferentes e-sportes. Uma comparação entre organizações de esportes eletrônicos e tradicionais – que parece insuficiente porém ainda assim elucidadora – é o número de seguidores nas mídias sociais. No Facebook, por exemplo, a organização de e-sportes com maior número de seguidores é o Fnatic Team, com 1.62 milhões. É mais do que possui o Washington Redskins, time de futebol americano que aparece em 9º na lista da Forbes de marcas mais valiosas do esporte em 2014: 1.7 milhões. Entretanto, o Fnatic não se compara a muitas das outras marcas que figuram na lista, encabeçada pelo Real Madrid e seus 73 milhões.

Uma dificuldade adicional no uso desse tipo de comparação é que dois dos países com maior número de jogadores, equipes e espectadores de e-sportes não utilizam ou utilizam pouco as mídias sociais ocidentais. Na Coreia do Sul, a migração dos coreanos do Cyworld para o Facebook ainda é recente, dado que aquele serviço era prevalente no país desde 2001 (Hae-Yong e Jung-Yoon 2014). Já na China, por consequência da regulação estrita do mercado pelo governo, Facebook e Twitter são dois dos mais de 2.700 sites cujo acesso é bloqueado. Os substitutos chineses são o Qzone, WeChat e o Weibo (Kemp, 2014) – este último o mais utilizado para comunicação entre as marcas de e-sportes e seus fãs. Assim, tanto a contagem de seguidores das páginas das organizações no Weibo quanto a compreensão da qualidade das interações página-usuário impossibilitam uma comparação direta com os dados obtidos no Facebook.

Em conclusão, parece ser atualmente inviável fazer uma comparação direta entre times e marcas entre os dois tipos de esporte. Certamente os esportes de equipe tradicionais mais massificados se encontram em uma dimensão superior aos e-sportes. Todavia, também parece que a existência das similaridades apontadas nas funções e nas características dessas organizações contribui para a aproximação do eletrônico com o tradicional, contribuindo mais para a convergência dos dois que para a sua divergência.

4.2.4 Astros do E-sporte

De acordo com Kotler, Rein e Shields (2008, p.46), os atletas astros, como Babe Ruth – recordista de home runs no Baseball, “teriam a capacidade de transformar literalmente seus esportes em importantes formas de entretenimento esportivo”. Os autores argumentam que ao longo da história do esporte, os astros sempre foram atrações principais para conquistar e manter a atenção dos torcedores. E se nos esportes tradicionais existem Michael Jordan, Ronaldo Nazário, Tiger Woods e Novak Djokovic – dentre inúmeros grandes atletas que podem ser chamados de astros; nos esportes eletrônicos há nomes como Danil “Dendi” Ishutin, Jacky “EternaLEnVy” Mao, Lee “Flash” Young Ho e Felipe “brTT” Gonçalves.

Como muitos dos aspectos comparados entre os dois tipos de esporte, os exemplos do esporte eletrônico trazem números bem menos expressivos. Todavia, é possível apontar pontos em comum para dimensionar a comparação: presença em anúncios, idolização por parte dos fãs, histórias de sucesso inspiradoras e uso da imagem pessoal para criação de marcas comerciais.

A presença de atletas em anúncios publicitários somada à perícia dentro de quadra pode elevar o status dos jogadores ao de astros, como no caso de Michael Jordan (Smart, 2005, p.10). Segundo o autor, a associação de um jogador a marcas por meio da publicidade faz parte de um processo de comoditização da vida rotineira do atleta, transformando-no em um produto a ser consumido pelo público junto com os produtos aos quais está associado. Essa comoditização, por sua vez, colabora para a transformação do esportista em uma marca. No caso de Jordan, a sua associação com a fabricante de materiais esportivos Nike, a partir de 1984, o transformou de grande talento do basquete em um “astro global, celebridade e marca comercial” (Smart, 2005, p.11). De maneira análoga, ciber-atletas reconhecidos como os mais habilidosos e que protagonizam comerciais de grandes marcas podem ser paralelos válidos. Um caso marcante é o Danil “Dendi” Ishutin, campeão do primeiro torneio mundial de Dota 2, o The International, e vice-campeão nos dois campeonatos subsequentes. O jogador da equipe Natus Vincere estrelou em 2014 um anúncio da campanha SteelSeries: Pick Yours, tendo o comercial para youtube atingido mais de 200 mil visualizações. Exemplos similares são xiao8 e Yao, ciber-atletas que protagonizaram comercial da Razer em 2013, quando eram jogadores de Dota 2 do time chinês LGD; Meteos, ciber-atleta do time norte-americano Cloud 9, que participou do comercial da HyperX em 2014 – o qual teve mais de 280 mil visualizações; e Geoff “iNcontrol” Robinson, jogador de StarCraft 2 norte-americano que apareceu em um banner veiculado no metrô de de San Francisco, EUA.

Figura 34 – Anúncio do óculos especial para *gamers* da marca Gunnar, com Geoff “iNcontrol” Robinson. Fotografia tirada no metrô de San Francisco (EUA).



Fonte: http://www.reddit.com/r/starcraft/comments/jzn13/incontrol_gunnar_advert_on_san_francisco_subway/

Um desdobramento da transformação da pessoa em marca é o lançamento de produtos que carregam a marca do atleta. Um exemplo é David Beckham, garoto propaganda de marcas como H&M, Adidas e Armani, e quem em 2014 lançou sua própria marca de uísque (Tepper, 2014) . Situações similares existem no e-sporte: Johnathan “Fatal1ty” Wendel, um dos primeiros ciber-atletas a competir regularmente – desde 1999 – lançou sua própria marca de equipamentos para jogadores de esportes eletrônicos, a Fatal1ty Gaming Gear. A marca, fundada em 2005, vende equipamentos eletrônicos e acessórios através de uma loja online, tendo vendido milhões de dólares em produtos no mundo todo (Woodson, 2014). No Brasil, Felipe “brTT” Gonçalves, jogador de League of Legends e talvez o jogador profissional brasileiro mais conhecido atualmente, lançou um marca de roupas e acessórios – a Rexpeita. Mais do que só vender roupas e bonés, a marca patrocina atletas do Jiu-jitsu, Skate, Surf e Kickboxing (Rexpeita, 2014).

Figura 35 – Felipe “brTT” Gonçalves, atualmente (2014) o mais popular ciber-atleta brasileiro, em um torneio de League of Legends da ESL.



Fonte: http://farm6.staticflickr.com/5492/12192024133_261e240093.jpg

Outro fator relevante para a popularidade de atletas são as histórias de sucesso por trás de suas carreiras. Segundo Iic (2013, p.8), além das estatísticas e recordes quebrados, quanto mais árdua a jornada do atleta até o estrelato, maior a popularidade do jogador. Uma história

emblemática dentro do esporte eletrônico que representa esse argumento é a de Jacky “EternaLEnVy” Mao. O ciber-atleta estudava Engenharia na Universidade de Toronto, no Canadá, mas decidiu pausar os estudos durante um ou dois anos para se tornar jogador profissional de Dota 2 (Mao, 2012). Apesar de ter sido muito criticado originalmente, com vários usuários do fórum onde ele postou originalmente suas intenções, Jacky Mao passou por vários times prestigiados até integrar o time de Dota 2 da organização Cloud9, pela qual disputou o The International 4 – e alcançou o 5º lugar. No caminho, ganhou 14 torneios de diversos portes, e acumulou mais de 200 mil dólares apenas em premiações em menos de 3 anos (E-sports Earnings, 2014). Além das conquistas como ciber-atleta, Envy acumulou uma sólida base de fans, com mais de 40 mil seguidores no Twitter e 8 milhões de visualizações no seu canal pessoal do Twitch.TV.

Comparar os rendimentos que ciber-atletas profissionais têm com os de atletas dos principais esportes, como futebol ou basquete, ainda parece desproporcional. De acordo com a lista de atletas mais bem remunerados da revista Forbes (2014), a média dos 100 primeiros colocados é de 27,51 milhões de dólares por ano, considerando esportes como futebol, basquete, boxe e baseball. No caso dos esportes eletrônicos, 176 ciber-atletas receberam mais de 100 mil dólares em premiações de torneios (E-sports Earnings, 2014), que são uma das principais fontes de renda dos jogadores. Apenas 5 jogadores receberam mais de 1 milhão de dólares, sendo todos do time chinês que ganhou o The International 4. Complementam essas premiações os salários dos jogadores, que em times de ponta – como é o caso do time britânico Dignitas – variam de 50 a 200 mil dólares por ano (Chester, 2014). Em alguns casos, os jogadores também recebem uma receita substancial através do streaming – uma espécie de transmissão online em tempo real - de seus treinos, montante que pode alcançar até 800 mil dólares por ano (Tan, 2014). A magnitude dos rendimentos de jogadores de e-sportes parece se aproximar mais de atletas de esportes menos massificados. Por exemplo, os salários pagos pelo Governo Federal brasileiro aos atletas olímpicos que estiverem entre os 20 melhores do mundo pode chegar até a 15 mil reais por mês (Mattos, 2014), valor próximo às receitas de streaming.

Além dos salários e premiações e da presença em anúncios publicitários, outro fator comum é a admiração que os fãs do e-sporte tem pelos seus ídolos. Um exemplo emblemático ocorreu durante a Copa do Mundo da FIFA em 2002, quando a Coreia do Sul chegou às semifinais e, antes do jogo, jogadores de StarCraft foram chamados ao vestiário para ajudar a motivar o time de futebol (Russel, 2010). No esporte tradicional, os meios de comunicação de

massa tiveram um papel importante na construção do atleta como celebridade – primeiro com o jornal, e depois com a televisão (Andrews e Jackson, 2001, p.5). Analogamente, é possível entender a importância da mídia especializada no caso do e-sportes, principalmente, no caso coreano, dos canais de TV. No país asiático, Ongamenet e MBC Game, dois canais de TV a cabo que transmitiam apenas partidas de e-sportes e conteúdos relacionados – como entrevistas com jogadores e painéis de comentaristas – foram os principais canais de comunicação responsáveis por esse processo. E ainda que a MBC Game tenha sido descontinuada em 2012, o outro canal continua transmitindo o mesmo conteúdo, alcançando regularmente mais de 1 milhão de espectadores (O’Neill, 2014). O status de celebridade dos jogadores é tal que os eventos onde acontecem campeonatos destinam calendário para sessões de autógrafos (Conners, 2013).

Apesar de toda essa exposição, os jogadores profissionais de esportes eletrônicos são jovens, na maioria dos casos entre 17 e 25 anos. O ciber-atleta de StarCraft II mais velho a disputar uma partida na ProLeague – a principal liga desse e-sporte no mundo – tinha 29 quando se aposentou (Grzelak, 2010). No e-sporte Dota 2, o jogador mais velho a disputar um torneio profissional foi Jiang “YYF” Cen, tendo se aposentado com 27 anos (Liquipedia, 2014). Em contraste, os jogadores profissionais mais novos tanto de League of Legends quanto StarCraft II tem 17 anos, enquanto o ciber-atleta mais novo a disputar um The International – o campeonato mundial de Dota 2 – tinha 18 anos (Liquipedia, 2014). O principal motivo para os jogadores se aposentarem cedo é a queda de rendimento, considerando que os esportes eletrônicos exigem alta coordenação mão-olho e baixos tempos de reação (Bornemark, 2013, p.6); e alguns estudos já apontam que a partir dos 24 anos a capacidade cognitiva começa a decrescer, e por consequência as ações que exigem reflexos rápidos a piorar (Blair, Henrey e Thompson, 2014). Quando os ciber-atletas se aposentam, muitos continuam envolvidos com o e-sporte como técnicos de times, donos de novas equipes ou comentaristas esportivos (Khor, 2013). O processo é similar ao de esportes tradicionais, como Walter Casagrande – ex-jogador de futebol e hoje comentarista da Globo, ou de vários ex-jogadores de futebol americano que fizeram a transição para técnicos (Wie, 2011). Nesses esportes, atletas de elite tem dificuldades para transitar entre a carreira atlética para a próxima profissão, precisando se ajustar em nível social, físico e pessoal (Alfermann, Lavalley e Wylleman, 1999, p.28), nem sempre sendo bem sucedidos e podendo se sentir perdidos ou desiludidos (McKnight et al, 2009, p.64). Assim, de maneira similar a programas como o “The Retiring Athlete”, do Comitê Olímpico Holandês, ou do “Athlete Career and Education

Program”, do Instituto Australiano de Esporte; o e-sporte League of Legends já começa a tomar medidas para preparar seus ciber-atletas para a transição após a aposentadoria (Gera, 2014).

Um exemplo recente ilustra o status de celebridade de que alguns ciber-atletas desfrutam: o jogador chinês de Dota 2 Zhang “Xiao8” Ning se casou em outubro de 2014. O evento foi transmitido pela internet, ao vivo, para mais de 320 mil espectadores; e na China todas as partidas daquele e-sporte no dia foram adiadas (Lingle, 2014). O nível de idolização nos e-sportes parece se assemelhar, ainda que não alcance em termos de escala, o nível dos esportes tradicionais. Embora os salários, interesse da mídia *mainstream* e número de ciber-atletas com o status de celebridade nos esportes eletrônicos seja bem menor, qualitativamente eventos como o casamento de Xiao8 indicam que o fenômeno é o mesmo. Dessa forma, é possível entender que esse seja um dos fatores convergentes com mais similaridades entre os nove apresentados.

Figura 36 – Transmissão ao vivo do casamento de Xiao8 na plataforma chinesa de streaming HuoMaoTV.



Fonte: <http://www.dailydot.com/esports/dota2-xiao8-wedding-streamed/>

4.2.5 Transmissão em Massa

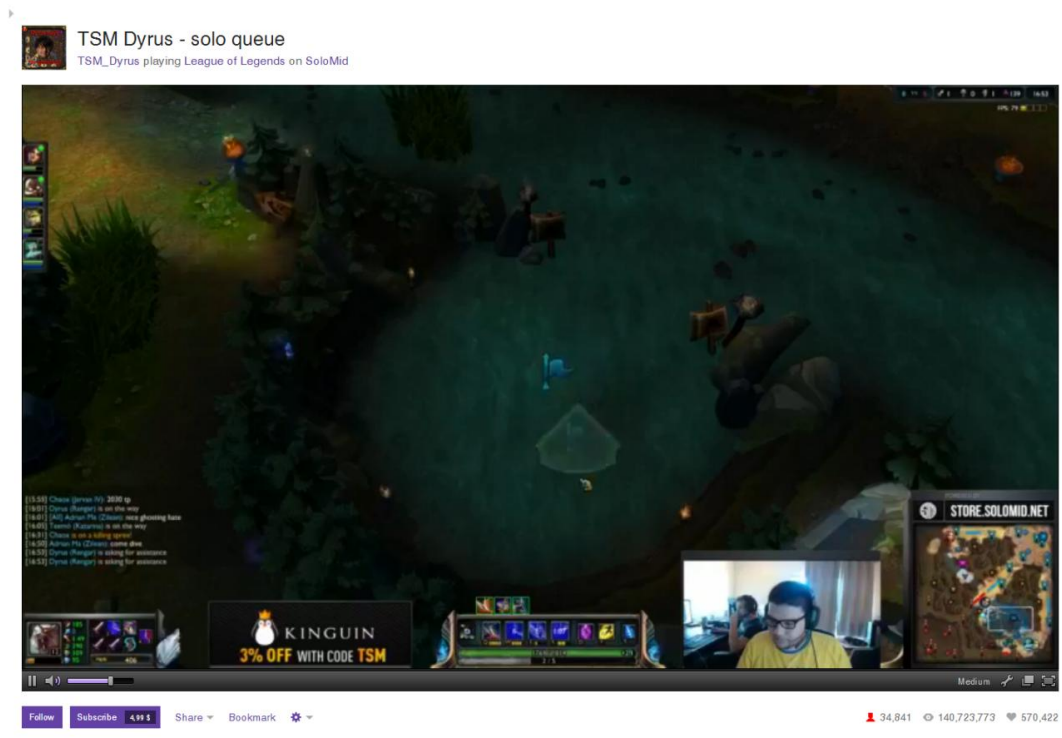
Se a televisão, na década de 90, havia “se tornado central para a proeminência do esporte” (Whannel, 1992, p.3), hoje a Internet já se tornou uma importante tecnologia na produção e consumo de mídias esportivas (Hutchins e Rowe, 2012). Entre os fatores que colaboram para o surgimento desse novo espaço de mídia estão a audiência crescente de esportes por meio do streaming, a capacidade de customização de interesses e conteúdo transmitido e as métricas mais precisas utilizadas na mensuração do interesse e alcance deste conteúdo.

O número de espectadores únicos que assistiram online o Super Bowl de 2013, como referência, alcançou 3 milhões na plataforma da CBS, subindo de 2,1 milhões em 2012. No total, 114.4 milhões de minutos foram streamados, com 10 milhões de visualizações totais (NFL, 2013). A quantidade ainda é pequena comparada com os 164.1 milhões que assistiram o evento pela TV, mas em outras grandes competições esportivas a proporção é maior: a audiência da Copa do Mundo em 2014 alcançou 24.7 milhões pela TV e 1.37 milhões pela internet, nos Estados Unidos (Chappell, 2014). As olimpíadas de Londres em 2012 alcançaram pouco mais de 500 mil espectadores, e até 2013 o evento com maior número de espectadores únicos foi o salto da estratosfera de Felix Baumgartner, em 2012, que alcançou 8 milhões (Plunkett, 2012).

Todavia, se a proporção entre espectadores de TV e de Internet favorece a primeira mídia no caso dos esportes tradicionais, no caso do esportes eletrônicos é o contrário. Apesar de canais de TV a cabo como os coreanos Ongamernet e MBC Games transmitirem partidas e alcançarem 1.5 milhões de espectadores (O’Neill, 2014); e o torneio The International 4 ter sido transmitido pelo canal ESPN 2 e ter sido satisfatória como experimento (Matsunaga, 2014), a audiência de TV parece pequena se considerarmos os múltiplos canais de streaming. O mesmo torneio, considerando os que assistiram via Internet, teve 2 milhões de pessoas assistindo simultaneamente e alcançou mais de 10 milhões de espectadores únicos. Já o Campeonato mundial de League of Legends alcançou 8.2 milhões de espectadores em 2012, e 32 milhões em 2013, com 8.5 milhões de espectadores simultâneos. Em 2013, a audiência desse torneio foi maior que o BCS National Championship (26.4 milhões), as finais da NBA (26.3 milhões) e a World Series da MLB (14.9 milhões) – as partidas mais importantes de basquete e baseball da temporada nos EUA e uma das mais importantes de futebol americano (Breslau, 2014).

De acordo com a consultoria SuperData Research, 71 milhões de pessoas assistiram esportes eletrônicos em 2013, sendo cerca de 70% dos espectadores homens, a maioria possuindo entre 21 e 34 anos. Ainda segundo o relatório, o espectador médio assistiu partidas de e-sportes em média 19 vezes por mês, em sessões de 2.2 horas. Dentre as diversas plataformas de streaming existentes, como a chinesa Douyu TV, a coreana Azubu e a francesa Dailymotion, a que mais se destaca no ocidente é a Twitch TV, recentemente adquirida pela Amazon por 970 milhões de dólares (Maiberg, 2014). No final de 2013 a plataforma de streaming publicou um relatório com estatísticas importantes que complementam a percepção sobre a magnitude da transmissão de e-sportes pela Internet. Durante o ano do relatório, mais de 45 milhões de usuários únicos por mês assistiram a 12 bilhões de minutos mensais, transmitidos por cerca de 900.000 pessoas em 5.100 canais. A média de minutos assistidos diariamente por espectador foi de 106 minutos, sendo que 58% passaram mais de 20 horas por semana assistindo a programas na plataforma. Coerentemente, 68% dos usuários informaram ter diminuído o uso de TV para ter mais tempo no Twitch, e no próprio relatório foi feita a comparação com os canais de televisão Syfy, MTV e TNT – o site ultrapassando todos em média de espectadores durante o horário nobre (Twitch, 2014, p.21).

Figura 37 – Stream do jogador de League of Legends Dyrus, com 35 mil espectadores e mais de 140 milhões de visualizações.



Fonte: criado pelo autor.

A plataforma, no entanto, não transmite apenas partidas de esportes eletrônicos. Entre partidas profissionais e amadoras, os **broadcasters** (que geram conteúdo) transmitem também partidas públicas (*pubs*) onde treinam mecânicas específicas do jogo ou apenas se divertem jogando com os amigos. No esporte tradicional, seria o equivalente a transmitir treinos – não os treinos com formações táticas estratégicas, mas as pequenas atividades, como treino físico ou treinos lúdicos. Esse tipo de stream pessoal também pode alcançar números altos: em 2013 o jogador de League of Legends Mike “Wickd” Petersen alcançou 137 mil espectadores simultâneos (Breslau, 2013). Os espectadores podem interagir com o jogador, e essa proximidade exemplifica a comoditização da vida pessoal diária do atleta, fazendo parte do processo que transforma o ciberatleta em celebridade (Smart, 2005). Outro ponto ilustrado pelo sucesso das streams pessoais é a tendência de customização de conteúdo que o espectador de esportes espera, por vezes priorizando outras categorias de entretenimento relacionadas ao esporte, como VoDs (videos on demand), highlights de partidas, programas com painéis de comentaristas e live chats com os atletas (Hutchins e Rowe, 2012).

A audiência dos esportes eletrônicos tem muito em comum com a dos esportes tradicionais: existem espectadores que assistem casualmente alguns jogos durante a semana, outros que procuram assistir tantos jogos quanto possível, e alguns que viajam o mundo para torcer pelos seus times preferidos. Durante o evento The International 4, realizado em Seattle, Estados Unidos, jogadores e entusiastas de Dota 2 no mundo inteiro se organizaram para assistir às partidas em bares locais. Os eventos, chamados coletivamente de Pubstomps e apoiados pela Valve, a produtora do jogo, ocorreram em mais de 50 países e em quase 300 cidades em todos os continentes (Dota 2, 2014). Outro exemplo da disposição dos fãs de saírem de casa para assistir o e-sporte são os números de audiência de torneios presenciais. O torneio de Dota 2 ESL One, realizado em Frankfurt, contou com mais de 12 mil espectadores presentes (Bailey, 2014); a final do Circuito Brasileiro de League of Legends, no Maracanãzinho com mais de 6 mil (G1, 2014) e a final da 4ª temporada da World Series de League of Legends, na Coreia do Sul, vendeu mais de 45 mil ingressos para as partidas transmitidas no Sangam Stadium, construído em 2002 para receber jogos da Copa do Mundo da FIFA. Esses eventos acabam congregando mais atrações do que somente as partidas disputadas: normalmente a organização prevê horário para sessões de autógrafos, são realizadas entrevistas dos jogadores, treinadores e narradores, e muitos eventos contam normalmente com cerimônias de abertura e encerramento.

Figura 38 – Final do Circuito Brasileiro de League of Legends de 2014, no Maracanãzinho, Rio de Janeiro.



Fonte: <http://img.ibxk.com.br/2014/07/29/29194957120755.JPG>

Uma contribuição importante para a atratividade das partidas de e-sportes transmitidas pela internet é a narração. De maneira análoga a alguns esportes tradicionais, existem duas funções na narração de uma partida: o narrador, que comenta jogada a jogada; e o comentarista, normalmente um ex-jogador profissional que traz explicações mais técnicas sobre as jogadas e uma visão mais detalhada sobre o impacto que cada ação dos ciber-atletas teve sobre a partida. Segundo Licen e Billings (2008, pg 50), os narradores são responsáveis 75% do diálogo, enquanto os comentaristas ficam com os 25%; ainda assim, os autores apontam que “a principal tarefa dos narradores (announcers) é preparar o terreno para os comentaristas, já que supostamente eles são os astros da transmissão (broadcast)”. Por serem esportes muito complexos, tanto Dota 2 quanto LoL podem parecer intimidadores para quem não é habituado com o jogo – sempre parece estar acontecendo mais ação do que é possível processar ao assistir. Assim, os narradores cumprem um papel importante para focar a atenção do espectador e ao mesmo tempo adicionar conhecimentos e análises além do senso comum do jogador mediano. Outra responsabilidade importante desses profissionais é prender a atenção do espectador em momentos de pouca ação na partida. Dependendo do estilo dos times, a quantidade de lances emocionantes pode ser baixa ou inexistente ao longo de vários minutos – muitas vezes porque nenhum dos times se permite arriscar por medo de errar. Assim, cabe aos responsáveis pela transmissão buscar dados técnicos e estatísticas ou

dramatizar a narrativa, trazendo à tona conflitos ou histórias entre times ou entre jogadores, de modo a continuar entretendo o espectador mesmo em momentos menos elétricos (Billings e Licen, 2008).

Um dos narradores mais conhecidos do cenário de Dota 2 é Tobi “Tobiwan” Dawson, um australiano residente em Berlim, que começou a narrar partidas de e-sportes em 2007, se especializando em Dota 1 (Warrs, 2014). Quando Dota 2 surgiu, por ocasião do torneio The International 1, em 2011, Tobi já era um narrador bastante conhecido pelo entusiasmo e excelente voz, o que o colocou em posição de narrar a final do torneio. Dada a relevância de Tobiwan no cenário desse e-sport, uma organização alemã o contratou para começar um projeto pioneiro: um estúdio de transmissão. Se nos esportes tradicionais os narradores e comentaristas esportivos são contratados por canais de esportes, como ESPN, Fox Sports ou a própria TV Globo, nos e-sportes o equivalente são esses estúdios. Entretanto, ainda são poucos os empreendimentos desse tipo, em decorrência principalmente da falta de qualidade técnica dos narradores e da necessidade de se investir em equipamentos. No jogo Dota 2, por exemplo, se destacam apenas 3 estúdios de língua inglesa: o JoinDota, GD Studio e Beyond the Summit.

Em conclusão, a dominância das transmissões de partidas de esportes eletrônicos pela internet não constitui um problema. Os números de audiência alcançados são impressionantes, comparáveis com vários esportes tradicionais; a transmissão online faz sentido dado que a maioria das partidas é disputada pela internet; e o próprio perfil dos gamers já não é tão conectada com a televisão. Na verdade, Hutchins e Rowe (2012) entendem que o futuro da transmissão esportiva está na interação entre telas: com a televisão e a internet sendo complementadas pelas mídias sociais. Talvez o esporte eletrônico já esteja mais avançado neste ponto.

4.2.6 Patrocinadores E-sportivos

Em virtude dos números de audiência levantados no tópico anterior, parece natural pensar que empresas de grande porte podem se interessar em vincular suas marcas a competições e times de esportes eletrônicos. Essas empresas investem no cenário de e-sportes normalmente através de duas interfaces: torneios e equipes ou jogadores. Desde 2007 a Intel, empresa produtora de microchips, patrocina uma série de torneios chamada Intel Extreme Masters – cuja premiação começou em cerca de 200 mil dólares e na última temporada

ultrapassou os 600 mil (Intel Extreme Masters, 2014). A SteelSeries, fabricante dinamarquesa de periféricos e acessórios de computador, patrocina equipes de e-sportes desde 2006. Na ocasião, a empresa anunciou que iria fornecer equipamentos para a equipe de Counter-Strike Team NoA (SteelSeries, 2006).

Tradicionalmente, empresas do setor de tecnologia, fabricantes de hardware ou periféricos foram os principais patrocinadores dos e-sportes. Grandes marcas como Alienware, Logitech e Thermaltake patrocinam equipes como o norte-americano Team Curse (Team Curse, 2014), o baseado em Cingapura Insidious Gaming (Lau, 2013) e o filipino Manila Aguilas (Tt eSPORTS, 2014). Como característica comum desses contratos se percebia primariamente o fornecimento de equipamentos tanto para os jogadores quanto para os torneios presenciais, em detrimento de apoio financeiro. Uma particularidade desse tipo de patrocínio era que embora as marcas envolvidas fossem bastante conhecidas entre o público-alvo específico – os *gamers* – as empresas não eram tão conhecidas pelo público *mainstream*. Com exceção da Intel, nenhuma das empresas desse setor aparece no Ranking das 100 marcas mais valiosas do mundo da Forbes.

A situação era diferente na Coreia do Sul, onde a Força Aérea sul-coreana patrocina seu próprio time de StarCraft desde 2007 (Wallace, 2007). A história por trás da construção dessa parceria é incomum: na Coreia, o serviço militar é obrigatório e tem duração de 2 anos. O cidadão pode adiar o seu alistamento até os 35 anos, e pode ser liberado de servir se for um atleta medalhista olímpico ou nos Jogos Asiáticos. Com a popularidade do jogo StarCraft e o status de celebridade de jogadores como Lim “BoxeR” Yo Hwan, a organização militar percebeu uma oportunidade criar uma relação com os fãs do e-sporte. A Força Aérea então passou a permitir que os jogadores profissionais alistados continuassem jogando profissionalmente e criou uma equipe própria para abrigá-los, a Air Force ACE – que existiu até 2012. Além da organização militar, grandes empresas sul-coreanas tradicionalmente patrocinam seus próprios times em StarCraft II e em League of Legends. Em 2009 a empresa de telecomunicações KT Corporation começou a patrocinar o time KT Rolster (Leaguepedia, 2014). Desde 2000 a Samsung patrocina o atual Samsung Galaxy Pro-Game Team, na época chamado de Samsung KHAN. Em 2004 outra empresa do segmento de telecomunicações, a SK Telecom, começou a patrocinar a equipe SK Telecom T1. Casos similares ocorreram com a CJ Corporation, holding de empresas dos ramos de alimentação, biotecnologia e entretenimento, e a equipe CJ Entus em 2006, a companhia aérea Jin Air e a equipe Jin Air

Green Wings em 2011, e a empresa Najin Industries com a equipe NaJin White Shield em 2012.

No ocidente, a mudança de cenário ocorreu a partir de 2013, com a entrada das empresas American Express, Coca-Cola e Nissan. As duas primeiras passaram a patrocinar o torneio League of Legends Championship Series (LCS), e a Nissan a equipe também de LoL Team Curse. A American Express, além de patrocinar o evento, criou um cartão pré-pago para ser utilizado pelos jogadores. Ian Swanson, um dos vice-presidentes da empresa, declarou que além de o patrocínio ter sido justificado pelo perfil do público, alcance e escala (Gaudiosi, 2013), a parceria ajuda a legitimizar o e-sporte; e comparou o patrocínio ao LCS com os do US Open, torneio de tênis, e jogos de hóquei da equipe LA Kings, equipe também patrocinada pela Amex. Sobre o patrocínio da Coca-Cola, Matt Wolf – diretor de *gaming* da empresa – compara o público do LCS com o do Superbowl. Wolf argumenta que apesar de o evento de futebol americano ter tido um público recorde de 111 milhões de espectadores, quando os filtros de público-alvo são aplicados a audiência de LoL é muito maior (Breslau, 2014). No caso da Nissan, o estrategista sênior Baker Lambert explica que escolheu patrocinar a equipe Team Curse para veicular uma campanha 100% online cujo público-alvo determinado era muito próximo ao perfil dos espectadores das mídias do Team Curse. O analista comenta, também, que “à medida em que mais e mais dessas empresas começarem a se envolver, e-sportes vão se tornar tão *mainstream* quanto a NFL (liga de futebol americano)”. Essas empresas ocupam, respectivamente, o 26º, 3º e 78º lugares no ranking da Forbes de marcas mais valiosas do mundo.

Um caso particular é o da RedBull, empresa que costuma patrocinar atletas individuais, tendo como parceiros surfistas, skatistas, ciclistas e expoentes de várias modalidades de esportes individuais. Em 2014, um famoso jogador de Dota 2, Jimmy “Demon” Ho, foi anunciado como o primeiro ciber-atleta patrocinado pela empresa (St, 2014). Como Dota 2 é um e-sporte de equipe, a fabricante de bebidas energéticas apoiou Demon na formação de seu próprio time, preparou e conduziu um treinamento especial pré-torneio The International 4 e forneceu uma equipe de profissionais para profissionalizar o dia-a-dia dos jogadores profissionais nos dias que antecederam o evento. Essa marca também figura no ranking da Forbes, em 69º lugar, e é acompanhada de várias outras marcas que patrocinam o e-sporte. A fabricante de desodorantes Axe anunciou o patrocínio da equipe Team Alliance em 2014, assim como a Air Force Reserve, organização militar norte-americana, anunciou a parceria com a equipe Cloud9 no mesmo ano. Outros patrocinadores

notáveis são a concorrente da RedBull Monster Energy Drink, também patrocinadora do Alliance; AOC, fabricante de monitores patrocinadora da equipe Na'Vi e a PizzaHut, patrocinadora do torneio ESL One.

Figura 39 – Principais times e torneios europeus e norte-americanos e seus patrocinadores.

Equipes/Torneios	E-sporte	Patrocinadores
Na'Vi (Time)	CS:GO, Dota 2	AOC (monitores), HyperX (hardware), SteelSeries (periféricos), Tesoro (periféricos)
Alliance (Time)	Dota 2, LoL	AXE (higiene), HyperX, Logitech (hardware), Monster Energy (bebidas), XMG (notebooks)
Cloud9 (Time)	CS:GO, Dota 2, LoL e outros	Alienware (hardware), Air Force One, HyperX, Logitech
Evil Geniuses (Time)	Dota 2, LoL, SC2	BenQ (monitores), HyperX, Monster Energy, Razer (periféricos)
Fnatic (Time)	CS:GO, Dota2, LoL, SC2	Azubu (streaming), EIZO (monitores), MSI (Hardware), SteelSeries
Solomid (Time)	LoL	Alienware, HyperX, Logitech
SK Gaming (Time)	CS:GO, LoL, SC2	ASRock (hardware), HyperX, Intel (hardware), Medion (hardware)
Curse (Time)	LoL	Alienware, Azubu, Cooler Master (hardware), Energems (alimentação), Nissan (automóvel)
ESL One (Torneio)	CS:GO, Dota 2	BenQ, iBUYPOWER (hardware), Mad Catz (hardware), PizzaHut (alimentação), T-Mobile (Telecomunicações)
LCS(Torneio)	LoL	Coca-Cola Zero (bebidas), Korean Air (Linhas Aéreas)

DreamHack (Torneio).	CS:GO, SC2, Dota 2	Asus (Hardware), Azubu, Cisco (Comunicações), Coca-Cola Zero, Cooler Master, Eizo, Estrella Marud (Alimentação), Gigabyte (Hardware), HyperX, Logitech, Monster Energy, MSI, Razer, Roccat (periféricos), Steelseries
Starladder (Torneio).	CS:GO, Dota 2, LoL	Asus, Intel

Fonte: criado pelo autor.

O tópico de patrocínios talvez seja um dos que o esporte eletrônico mais se aproxime do esporte tradicional. Embora em termos de números absolutos certamente esportes como o futebol, basquete ou golf tenham maior expressividade, sob a perspectiva qualitativa cada vez mais grandes marcas fazem questão de estar presentes tanto nas quadras quanto nas telas de computadores. Outro aspecto importante é o quanto o patrocinador é um elemento essencial para viabilizar o videogame como e-sporte – da mesma maneira que o é nos esportes. A entrada de grandes empresas com presença global, como a Coca-Cola, American Express e a Nissan são experimentos que ainda não tiveram tempo de mostrar resultados, e são por enquanto apostas; mas ao que tudo indica, cada vez mais empresas estão dispostas aceitar esse risco.

4.2.7 Mídia Especializada

De acordo com McChesney (1989, p.49) o esporte e a mídia de massa são partes de um relacionamento simbiótico. O autor explica que tanto a enorme popularidade do esporte se deve em grande parte à atenção gerada pela mídia quanto a mídia se beneficia com aumento de circulação e anunciantes por cobrir o esporte. Ele ainda afirma, ao se referir à relação história entre esporte e mídia de massa nos Estados Unidos, que “praticamente todo surto de popularidade no esporte foi acompanhado por um aumento dramático na cobertura do esporte pela mídia” e que “cada surto de cobertura do esporte se deu durante períodos em que a mídia de massa aumentou drasticamente a sua penetração dentro de cada canto da vida social Americana”.

É possível verificar uma relação similar entre e-sport e mídia nos últimos anos, com o crescente número de jogadores e espectadores sendo acompanhado pela crescente cobertura da mídia tradicional. Em League of Legends, por exemplo, são quase 70 milhões de jogadores únicos por mês, e 32 milhões de pessoas assistiram a final do World Series em 2013. A consequência desses recordes é a atenção continuada de veículos de mídia tradicionais, como a revista de negócios e economia Forbes e a agência de notícias BBC News. Na revista, são mais de 200 artigos sobre e-sportes publicados desde 2011, quando uma entrevista com o jogador profissional de StarCraft 2 Steven “ROOTDestiny” Bonnell II foi publicada (Paul Tassi, 2011). Na BBC a cobertura é ainda mais antiga, sendo a notícia mais antiga publicada em 2004, sobre um torneio que aconteceu em Las Vegas com premiação total de 600 mil dólares (Boyd, 2004).

O e-sporte Dota 2, também gerou grande repercussão na mídia por conta da premiação do torneio The International 4 – superior a 10 milhões de dólares – e o também expressivo, embora menor, número de jogadores únicos por mês (9 milhões). A alta premiação gerou cobertura de veículos de alcance global como o britânico The Independent (Vincent, 2014) e a norte-americana NBC (Eng, 2014), e regionais como os brasileiros Estadão (Roncolato, 2014) e G1 (G1, 2014). Uma observação que pode ser feita é que por mais que as notícias tenham sido veiculadas em mídias de grande circulação, ficaram restritas às áreas de tecnologia ou games. Por isso ganha mais relevância ainda a reportagem “Virtual Games Draw Real Crowds and Big Money”, central em uma capa do The New York Times e que traz não só a notícia sobre a premiação do torneio, mas também uma visão geral do cenário de e-sportes no mundo (Wingfield, 2014).

Figura 40 – Capa do jornal The New York Times de 31 de agosto de 2014.

"All the News
That's Fit to Print"

The New York Times

Late Edition
 Today, cloudy, an afternoon thunderstorm, humid, high 85. Tonight, a couple of thunderstorms, low 74. Tomorrow, a thunderstorm, high 87. Weather map is on Page 20.

VOL. CLXIII . No. 56,610
© 2014 The New York Times
NEW YORK, SUNDAY, AUGUST 31, 2014
\$6 beyond the greater New York metropolitan area. \$5.00

AT RISK IN SENATE, DEMOCRATS SEEK TO RALLY BLACKS

MOVE TO CHANNEL ANGER

Invoking Ferguson and Threats to Impeach as Motivators

By JONATHAN MARTIN

WASHINGTON — With their Senate majority imperiled, Democrats are trying to mobilize African-Americans outraged by the shooting in Ferguson, Mo., to help them retain control of at least one chamber of Congress for President Obama's final two years in office.

In black churches and on black talk radio, African-American civic leaders have begun invoking the death of Michael Brown in Ferguson, along with conservative calls to impeach Mr. Obama, as they urge black voters to channel their anger by voting Democratic in the midterm elections, in which minority turnout is typically lower.

"Ferguson has made it crystal clear to the African-American community and others that we've got to go to the polls," said Representative John Lewis, Democrat of Georgia and a civil-rights leader. "You participate and vote, and you can have some control over what happens to your child and your country."

The push is an attempt to counter Republicans' many advantages in this year's races, including polls that show Republican voters are much more engaged in



PHOTOGRAPH BY STUART BERT FOR THE NEW YORK TIMES

A video game tournament in Seattle in July. Pro gaming, called e-sports, is becoming a lucrative worldwide spectator sport.

Virtual Games Draw Real Crowds and Big Money

By NICK WINGFIELD

SEATTLE — A bewitching creature — half woman, half deer — battles a shaman and a sentient tree. Lightning bolts strike. Weapons explode. Nasty spells are cast.

The video game Dota 2, like so many across the Internet, transports teams of

ISIS DISPLAYING A DEFT COMMAND OF VARIED MEDIA

DRAWING IN WESTERNERS

Trying to Show Acumen in State-Building and Bloodshed

By SCOTT SHANE
and BEN HUBBARD

The extremists who have seized large parts of Syria and Iraq have riveted the world's attention with their military prowess and unrestrained brutality. But Western intelligence services are also worried about their extraordinary command of seemingly less lethal weapons: state-of-the-art videos, ground images shot from drones and multilingual Twitter messages.

ISIS, the Islamic State in Iraq and Syria, is using every contemporary mode of messaging to recruit fighters, intimidate enemies and promote its claim to have established a caliphate, a unified Muslim state run according to a strict interpretation of Islamic law. If its bigotry and beheadings seem to come from a distant century, its use of media is up to the moment.

A review of its prodigious output in print and online reveals a number of surprises. ISIS propaganda, for instance, has strikingly few calls for attacks on the West, even though its most notorious video, among Americans, released 12 days ago, showed the beheading of the American journalist James Foley, threatened

Fonte: https://pbs.twimg.com/media/BwX3vNPCYAA_CbN.jpg:large

Além de veículos de imprensa tradicionais cobrindo pontualmente ou regularmente os esportes eletrônicos, existem mídias especializadas em e-sportes. As notícias e reportagens não são muito diferentes dos especializados em esportes tradicionais: há matérias sobre a transferência de atletas entre times, resumos e crônicas sobre as partidas e editoriais sobre os principais cenários competitivos. Um dos veículos mais importantes é o Gosugamers, com sede na Alemanha e fundado em 2002. O site cobre os dois e-sportes com maior audiência, League of Legends e Dota 2, os tradicionais StarCraft II e Counter-Strike, e dois esportes eletrônicos com maior potencial: Hearthstone e Heroes of the Storm. Além de notícias e cobertura de torneios e eventos, a mídia publica e atualiza frequentemente um ranking entre equipes e jogadores, permite que vídeos de partidas disputadas sejam disponibilizadas para download, e mantém um fórum de discussão bastante utilizado. Em termos de quantidade de informação e volume de notícias o Gosugamers é referência, tendo o maior número de visualizações de páginas e de tempo de permanência.

Outro veículo importante é o Team Liquid, também fundado em 2012 e que cobre os e-sportes StarCraft II, Dota 2 e Hearthstone. Diferente do Gosugamers, o foco desse site são editoriais, entrevistas e a participação da comunidade por meio de fóruns. Um site de notícias que trata exclusivamente de League of Legends é o LoL Esports, mantido pela própria desenvolvedora do jogo, a Riot Games. O último veículo de notícias relevante dedicado exclusivamente aos esportes eletrônicos é o onGamers, criado pelo grupo CBS Interactive e que funciona mais como uma revista eletrônica do que como um portal de notícias; e cobre Dota 2, LoL e SC2.

Uma das maneiras de comparar o alcance e a relevância de sites é utilizando o ranking da Alexa, empresa subsidiária da Amazon que fornece informações sobre o tráfego de usuários na internet. Embora não seja tão interessante comparar o volume de tráfego entre veículos específicos de esportes eletrônicos com de esportes tradicionais, os outros dados que a ferramenta oferece (tempo médio de permanência no site, número de páginas visualizadas e bounce rate – a porcentagem de pessoas que visualiza uma página no site e que em vez de visualizar outra páginas no mesmo site, passa para outro) pode gerar algumas conclusões.

Figura 41 – Comparação entre veículos especializados em e-sportes e esportes tradicionais em outubro de 2014, segundo o ranking da Alexa.

	Gosugame rs	Team Liquid	LoL Esports	Sky Sports	Bleacher Report	Goal.com
Tráfego (Ranking)	8.668°	4.849°	3.758°	990°	250°	344°
Tempo de Permanência	5'22"	4'42"	2'57"	4'14"	3'45"	7'13"
Páginas Visualizadas	4.96	3.69	2.83	3.15	4.19	4.76
Bounce Rate	29.90%	42.10%	43.60%	36.30%	57.00%	27.10%

Fonte: criado pelo autor.

A partir da tabela, é possível verificar que o volume de tráfego de fato é muito superior nos veículos de esportes tradicionais, sendo que mesmo o site de e-sportes mais popular (LoL Esports) fica quase 3 mil posições abaixo de um dos portais menos populares

(Sky Sports). Além disso, é possível observar também que nos outros três critérios, os sites de esportes eletrônicos não ficam devendo tanto – sendo que no caso do Gosugamers, os resultados são comparáveis até mesmo a um dos portais de notícias especializado em futebol mais visitados do mundo, o Goal.com .

Além das mídias tradicionais que trazem notícias e reportagens sobre esportes eletrônicos e dos veículos especializados, existem também portais de notícias que não são especializados mas têm como público-alvos entusiastas de e-sportes. Seja por meio de uma seção específica no veículo dedicada para esse tipo de esporte ou pela predominância de artigos e editoriais, esses sites produzem um conteúdo que vai além da simples publicação de fatos e com mais regularidade do que veículos que tratam o assunto como curiosidade. Um exemplo importante é a publicação eletrônica The Daily Dot, fundada em 2010 e com alcance mensal de mais de 12 milhões de usuários, sendo que a seção de e-sportes tem um média de 1.7 milhões de visualizações únicas por mês (Newswire PR, 2014). O veículo publica uma revista eletrônica semanal, a The Kernel, que em outubro de 2014 teve uma edição dedicada a explorar a fundo assuntos conectados ao esporte eletrônico, e começou a produzir em agosto o Leaderboard, um programa de análise esportiva de formato curto exibido no Youtube. Outras publicações importantes são a The Verge e o Polygon, ambas pertencentes ao grupo Vox Media e especializadas em tecnologia e jogos eletrônicos, respectivamente. As duas trazem artigos e editoriais que investigam mais a fundo questões relevantes para o cenário, como a segregação por gênero na reportagem “Gender segregation ruins everything beautiful about Hearthstone and eSports” (Kuchera, 2014) e a competitividade dos e-sportes em “Inside the life of a pro gamer” (Savov, 2014).

Um fato notável que sinaliza o quanto o relacionamento com do esporte eletrônico com a mídia vem se estreitando foi o escândalo da Gamefy no torneio The International 4. Durante o torneio, um jornalista do site de notícias chinês entrou em uma sala de reuniões de um dos times, posicionou uma câmera e filmou a discussão da estratégia que a equipe – também chinesa - iria utilizar nas partidas seguinte. Em seguida, o jornalista postou o vídeo no Youku, o equivalente chinês ao Youtube, onde foi assistido por milhares de fãs chineses (Games in Asia, 2014). O incidente levantou questões importantes sobre limites éticos para obter material exclusivo, e apesar de ter resultado em um pedido de desculpas por conta da organização, gerou uma grande indignação entre os fãs e jogadores.

Nos Estados Unidos, durante as duas primeiras décadas do século XIX, havia poucas publicações esportivas. Elas evitavam noticiar esportes que tinham como público-alvo as

classes menos favorecidas, como o boxe, e muitos que escreviam nessas revistas utilizavam pseudônimos para proteger suas identidades (McChesney, 1989, p.50). Todavia, nas décadas seguintes a revista *Spirit of Times*, e em 1853, a *The Clipper* foram fundamentais para popularizar as regras e a terminologia própria de esportes como o boxe e o baseball. Os jornalistas esportivos foram essenciais, também, para o desenvolvimento de uma liga profissional de baseball e na padronização das regras do jogo. Um século e meio depois, outra categoria de esportes – os esportes eletrônicos – começa a se popularizar, e junto com ela a imprensa especializada. Em termos absolutos, a mídia que cobre esportes tradicionais ainda está muito a frente da que cobre esportes eletrônicos, mas os paralelos são evidentes. Parece cedo para dizer se esses novos esportes vão alcançar a mesma relevância que o baseball, mas o que fica claro é que qualquer que seja o futuro do e-sporte, a mídia especializada vai ter um papel fundamental nele.

4.2.8 Regulamentação do E-sporte

Ao comparar as instituições reguladoras do esporte tradicional com o do eletrônico ficam evidentes grandes diferenças. Primeiro porque muitos dos esportes mais populares foram criados há décadas, enquanto os e-sportes mais antigos tem pouco mais de 10 anos de existência. Segundo porque no mundo todo foram criadas instituições – sejam federações, institutos ou ligas – que centralizam a organização de cada esporte de maneira nacional e global; no caso do esporte eletrônico, o surgimento de instituições similares é restrito pela popularidade do jogo no país e pela produtora do jogo. Por último, nota-se que a categoria mais recente de esportes engloba jogos que potencialmente tem prazo de validade: à medida em que novas tecnologias são criadas e popularizadas, é provável que alguns deles se tornem obsoletos, como foi o caso de *StarCraft* e *Dota*. Essa característica diminui os incentivos para que instituições reguladoras mais perenes sejam criadas de maneira atrelada a cada jogo.

Em contraste, problemas causados pela ineficiência na regulação do esporte tradicional também são encontrados nos esportes eletrônicos. Um escândalo recente no e-sporte *Dota 2* envolveu a manipulação de resultados para a obtenção de dividendos a partir de casas de apostas. Na indústria do esporte tradicional podem ser encontrados vários casos análogos. No futebol, de 60 a 80 países tiveram denúncias de manipulação de resultados nos últimos 3 anos, com casos investigados bastante repercutidos na Inglaterra, Líbano, Itália, Turquia e Coréia do Sul (Collett, 2014). No críquete, quatro escândalos recentes foram investigados, no Bangladesh, na Índia e no Paquistão. No basquete, uma situação em 2007

culminou na prisão de um árbitro da NBA (Chemoff e Miller, 2007). Uma diferença notável entre as situações nestes esportes, em comparação com o e-sporte, são as consequências. Enquanto as investigações no críquete, futebol e basquete envolveram tanto as entidades representativas apropriadas (ICC, FIFA e NBA), os dois últimos esportes também contaram com a participação da Interpol e do FBI. Como resultado, os jogadores ou árbitros considerados culpados são pelo menos suspensos ou banidos do esporte, sendo em alguns casos também presos ou multados.

No e-sporte, as punições são bem menos severas. Em 2013, um jogador russo de Dota 2 foi acusado de manipular o resultado uma partida da qual participou. Após investigações feitas pela organização de um torneio em que participavam e do site de apostas em que ocorreram as transações, o jogador confessou a atividade ilegal. Enquanto a punição original foi de 1 ano de suspensão (Kim, 2013), a medida só se aplicou ao torneio que investigou o caso. Em menos de 8 meses depois do incidente, o jogador já havia retornado ao mesmo time do qual tinha sido expulso, tendo a suspensão não sido cumprida em alguns torneios anteriores mesmo a esse retorno (Kaminski, 2014). Um caso mais grave ocorreu nas Filipinas e Malásia em outubro de 2014. Após denúncias de suspeitas de manipulação de resultados, jogadores e gestores dos 3 maiores times de Dota 2 desses países foram considerados culpados. As equipes MSI, Mineski e Arrow Gaming foram imediatamente suspensas das competições de que participavam, e os jogadores se demitiram (Hidalgo, 2014). Todavia, as investigações não foram conduzidas por instituições ou agências governamentais, mas por jornalistas especializados, organizadores dos torneios e sites de aposta (2P, 2014). Casos similares aconteceram em Counter-Strike: Global Offensive na Polônia (Benson, 2014) e em Dota 2 no Cazaquistão (Connors, 2014).

Na Coreia do Sul o cenário é um pouco distinto, graças à Korea e-Sports Association (KeSPA). A organização começou como uma associação de organizações de e-sportes em 2000, fundada com o apoio do Ministério da Cultura, Esporte e Turismo sul-coreano. Em 2013, a KeSPA deixou de ser uma associação para se tornar uma organização governamental, com responsabilidades como: regular as atividades de e-sportes, promover campeonato amadores e licenciar direitos de transmissão para emissoras de TV e internet (KeSPA, 2013). A existência de uma entidade central capaz de tomar decisões e fazer com que sanções sejam de fato punidas fez a diferença durante o escândalo de manipulação de resultados de 2010, em StarCraft; e 2013, em League of Legends. No primeiro caso, 11 jogadores foram implicados em atividades ilegais; todos foram banidos permanentemente de jogarem profissionalmente

(Team Liquid, 2013). Além disso, os jogadores foram condenados a pagar multas de até 10 mil dólares, participar de cursos de reabilitação para viciados em apostas e em alguns casos serviços comunitários e cadeia. No último caso, em 2013, o gerente de uma organização coagiu os jogadores da própria equipe de League of Legends (LoL) a manipularem resultados. Quando os ciber-atletas resolveram denunciar as atividades ilegais, o gerente os processou por difamação. A investigação só foi iniciada pela KeSPA e pela Riot – a produtora do jogo – após um dos jogadores envolvidos ter tentado cometer suicídio em decorrência da situação (Good, 2014).

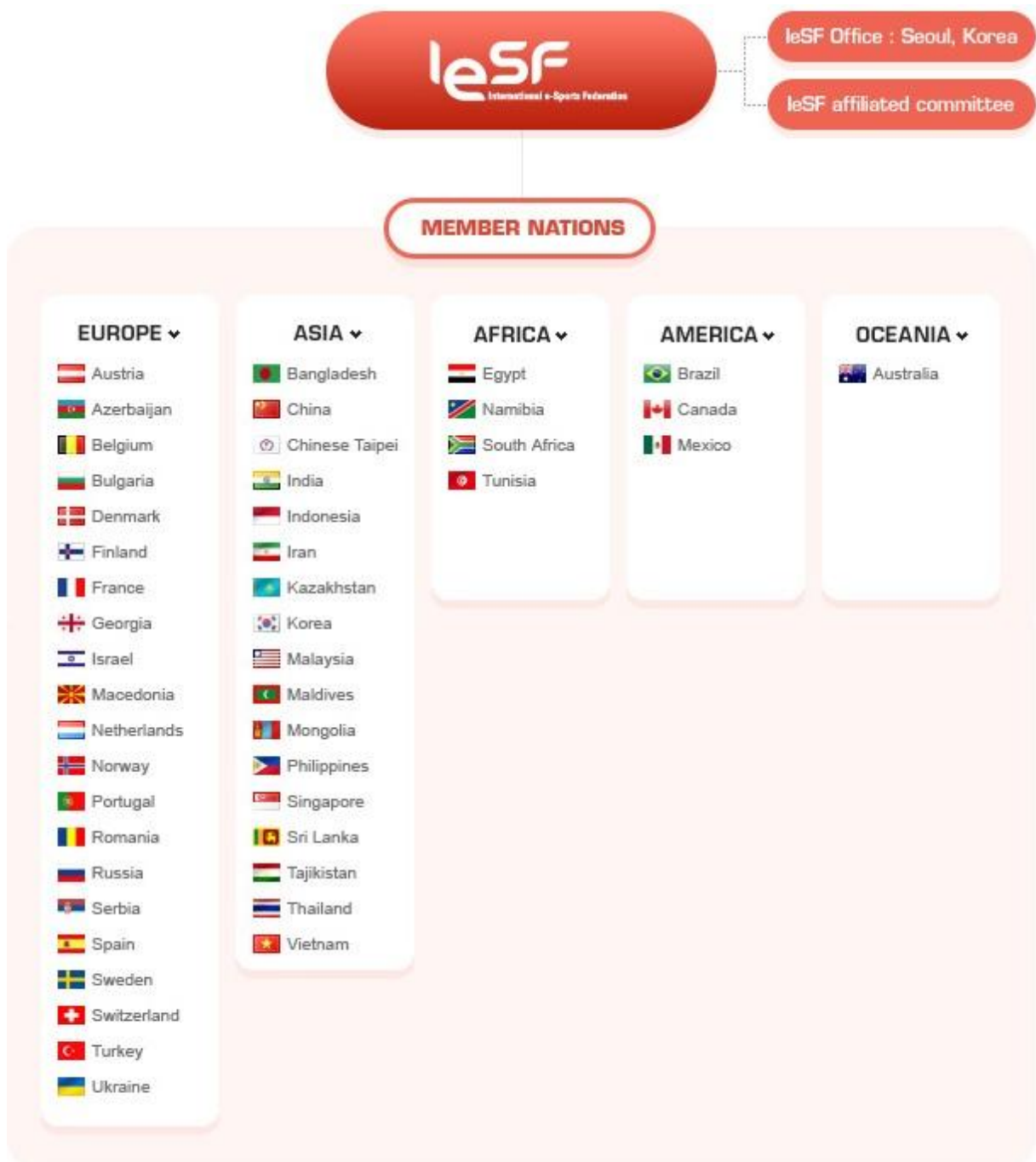
No e-sporte LoL, a produtora tem um papel bastante ativo na regulação do jogo. A Riot banuiu permanentemente de seu jogo dois jogadores profissionais, Khaled “StunnedandSlayed” Abusagr e Nicolaj “Veigodx” Jensen. Ambos foram “condenados” em uma espécie de tribunal interno da empresa por abuso verbal, antisemitismo, racismo e ataques virtuais a outros jogadores (Savage, 2013). Jogadores profissionais e amadores com comportamento tóxico, antiesportivo ou que abusam de falhas do sistema são com frequência banidos períodos iguais ou maiores que um ano (Kolev, 2012). A empresa também toma para si as responsabilidades de regular as transferências de jogadores entre times, multar equipes que descumprem regras ou acordos (Kulasingham, 2014) e interceder junto ao governo norte-americano para garantir vistos de atletas para os jogadores (Lejacq, 2013). Entretanto, a Riot é a única produtora que tem esse tipo de presença no cenário competitivo de seu e-sporte. A Valve, de Dota 2 e CS:GO, não interfere na regulação de torneios nem com relação à suspensão de jogadores profissionais, e raramente influencia na emissão de vistos para seus jogadores (Prescott, 2014). Já a Blizzard, de StarCraft II, se limita a banir jogadores que usem softwares para trapacear no jogo (Volkman, 2010).

O resultado desse *laissez-faire* nos três jogos, em especial no Dota 2, foi o surgimento de algumas organizações autônomas como a chinesa Association of Chinese eSports (ACE), um dos únicos casos de instituições que podem ser comparadas a federações como a CBF. A associação foi fundada em 2011 para representar interesses dos jogadores e das equipes mais proeminentes do cenário competitivo chinês. As funções da ACE incluem: regular transferência de jogadores, criação e imposição de contratos, criação de torneios amadores para promover novos times e organização de torneios profissionais de grande porte (Tan, 2014). Todavia, a instituição apresenta problemas: apresenta pouca transparência, tem cláusulas que impedem que os times que participam da associação joguem torneios não aprovados, e se envolvem em situações de abuso de poder (Vallette, 2013). Como

consequência, os times chineses apresentaram um declínio em 2013 com relação a 2012, tendo ocupado apenas 3 posições (4º, 5º e 6º lugar) no The International 3, enquanto no torneio anterior ocuparam 5 posições, inclusive o 1º e o 3º lugares (Liquipedia, 2014).

Enquanto no âmbito regional a Coreia do Sul é o único país a possuir uma instituição que represente o e-sporte de maneira geral, e existam organizações que tentem assumir o papel de regulação em modalidades específicas, há uma organização internacional que tenta legitimar o esporte eletrônico. A International e-Sports Federation (IeSF) foi fundada em 2008 na Coreia do Sul, e conta com membros de 46 países. Além de organizar anualmente campeonatos mundiais com diferentes e-sportes, a federação conseguiu aproximar o esporte eletrônico de diversas organizações internacionais. Em julho de 2013, a IeSF conseguiu incluir o e-sporte como modalidade esportiva no 4º Asian Indoor and Martial Art Games, evento realizado pelo Comitê Olímpico Asiático (OCA) (IeSF, 2013). No mesmo mês, iniciou o processo de ingresso na Sport Accord, organização guarda-chuva que reúne federações internacionais de mais de 90 esportes distintos (IeSF, 2013). Ainda em 2013 se tornou membro signatário da World Anti-Doping Agency (WADA), e em 2014 da The Association For International Sport for All (TAFISA).

Figura 42 – Lista dos países com Federações de E-sportes membros da IeSF.



Fonte: ie-sf.org/

Em decorrência dos dados levantados, a carência de entidades que possam regular os e-sportes é evidente. Enquanto não houver regulação, casos de manipulação de resultados e abusos de poder continuarão impunes. Existem modelos a ser seguidos, como a KeSPA e a ACE, embora com reservas; e ao menos no âmbito da legitimidade já existem esforços sendo realizados internacionalmente. Sugestões como a organização de ciber-atletas em sindicatos já

surgiram e foram criticadas (Gera, 2013), mas ainda não está claro o melhor formato para a formação dessas instituições.

4.2.9 Sexismo

Talvez o exemplo mais recente do sexismo e misoginia na indústria de jogos eletrônicos tenha sido o caso que ficou conhecido como *GamerGate*. A protagonista do caso foi a desenvolvedora de jogos Zoe Quinn. Zoe publicou em 2013 um jogo baseado em texto chamado *Depression Quest*, que recebeu boa avaliação no site especializado em crítica de *games* Kotaku. Um ex-namorado de Zoe, Eron Gjoni, acusou a *designer* de jogos de ter conseguido a crítica positiva através de um relacionamento pessoal romântico com um jornalista do Kotaku, e divulgou informações pessoais de Quinn na internet. O que se seguiu foi uma série de ataques pessoais à desenvolvedora, com assédio por meio de mídias sociais, telefone e outros meios de comunicação. Alguns amigos e pessoas próximas tentaram defender Quinn, e foram assediados e ameaçados de morte – inclusive Phil Fish, desenvolvedor do jogo *Fez* e dono da empresa Polytron, que em decorrência das ameaças e divulgação de seus dados pessoais vendeu sua empresa e anunciou que sairia da indústria de jogos eletrônicos (Maiberg, 2014). Anita Sarkeesian, uma feminista famosa por seu programa no Youtube *Feminist Frequency*, também se pronunciou publicamente por meio de seu programa e suas mídias sociais em defesa de Zoe Quinn. A blogueira conectou as ameaças e o escândalo do incidente de Zoe a misoginia, e foi ameaçada de morte e estupro pela internet. O incidente gerou repercussões sobre o tratamento das mulheres na indústria e comunidade de jogos eletrônicos, dado que até duas jornalistas especializadas em *games*, Mattie Brice e Jenn Frank, anunciaram que vão parar de trabalhar com esse segmento (Van Der Werff, 2014). Outra discussão também desdobrada a partir da situação foi a de ética no jornalismo de jogos eletrônicos, em virtude das suspeitas de corrupção entre os jornalistas que escrevem críticas de *games*.

Figura 43 – Exemplos de tweets direcionados à blogueira Anita Sarkeesian.



Fonte: <http://www.vox.com/2014/9/6/6111065/gamergate-explained-everybody-fighting>

Dado todo esse cenário de discriminação de gênero no cenário de jogos eletrônicos, não é difícil imaginar ou perceber a replicação do preconceito e das mensagens de ódio nos esportes eletrônicos. Ainda que o percentual de mulheres espectadoras de e-sportes tenha dobrado de 15% para 30% em 2014 (Gera, 2014), o número de ciber-atletas profissionais mulheres ainda é pequeno. Nos dois maiores torneios de League of Legends e Dota 2 nenhuma mulher fez parte de nenhuma equipe, em nenhuma das edições dos torneios. Talvez os dois únicos exemplos de atletas que fogem ao domínio masculino da cena profissional dos e-sportes sejam a sul-coreana Seo “ToSsGirL” Ji-Soo, única jogadora profissional de

StarCraft (Marsh, 2014); e Sasha “Scarlett” Hostyn, uma ciber-atleta transgênero campeã de 4 grande torneios de StarCraft II entre 2012 e 2014 (O’Neill, 2013).

Se existem pelo menos alguns modelos a serem seguidos em StarCraft, que é um e-sporte individual, nos MOBAs LoL e Dota 2 até agora não existe uma equipe feminina que consiga competir com as melhores equipes do mundo. Isso gerou algumas medidas polêmicas, como a segregação de gênero em torneios. Um torneio finlandês de Hearthstone – um jogo eletrônico reconhecido como e-sporte pela International eSports Federation (IeSF) – restringiu a participação do torneio a ciber-atletas homens. A justificativa foi que o torneio serviria como qualificatório para um torneio maior promovido pela federação, o IeSF World Championship. A entidade representativa, por sua vez, explicou que a decisão de segregar por gênero servia a dois propósitos: promover jogadoras do gênero feminino através de torneios dedicados exclusivamente para elas, e seguir o padrão de outras entidades representativas internacionais de esportes, com o raciocínio de que como todas segregam por gênero, o torneio da IeSF separar também de alguma maneira contribuiria para a legitimização do esporte eletrônico (Gera, 2014). Após grande repercussão negativa, a organização decidiu remover a restrição de gênero para o torneio anteriormente exclusivo para ciber-atletas homens, e manteve o torneio específico para mulheres (Serrels, 2014).

Torneios específicos para jogadoras profissionais do gênero feminino não são novidade. De 2003 a 2005, foram realizados na Coreia do Sul uma série de torneios exclusivos, mas todos foram vencidos pela jogadora ToSsGirL, sendo descontinuados. Desde 2010, a ESL, organização que promove diversos torneios de esportes eletrônicos, mantém torneios femininos de StarCraft II, League of Legends e Counter-Strike: Global Offensive (ESL, 2014). A existência de torneios segregados por gênero foi fruto de diversas críticas por parte da comunidade e da mídia, como explica o jornalista de esportes eletrônicos Ben Kuchera: “o jogo (Hearthstone) por si só apresenta condições equitativas. Não há razão de diferença física pela qual homens e mulheres não possam competir para definir quem é o melhor jogador. A idéia de que uma competição separada para mulheres deve ser percebida como benvinda é absurda”.

Um problema inerente a regulação dos e-sportes eletrônicos é que, como muitos torneios são disputados pela internet, e não de maneira presencial, não se sabe com certeza que é o jogador que está do outro lado da tela. No caso do torneio Girls Wars SEA, um time feminino participante foi desqualificado por estar jogando “como homens”, em um nível mais alto do que deveriam. A decisão também provocou diversas repercussões conectadas com

alegações de sexismo, embora a administração do torneio tenha explicado que a equipe Dolls Team foi desqualificada por deixar de cumprir a regra de se apresentar antes da partida por skype, por uma das jogadoras ter exibido um padrão de jogo inconsistente com o que tinha apresentado nas partidas anteriores – informação verificada através de um registro estatístico presente no próprio jogo – e pelo histórico que a jogadora tinha de deixar o namorado jogar com a conta e o nome de usuário dela em inúmeras situações fora do torneio. Independente do mérito das justificativas, a maneira como a decisão foi apresentada gerou uma indignação grande por parte da comunidade de jogadoras mulheres pelo que elas perceberam como sexismo.

Essa assimetria presente no esporte eletrônico é também encontrada nos esportes tradicionais. O artigo *Gender in Televised Sports*, de Messner e Cooky (2010, p.13), mostra a diferença de cobertura pela imprensa entre a NBA, liga profissional de basquete, e a WNBA, liga profissional feminina, em quatro emissoras norte-americanas. Enquanto a NBA acumulou em média 18 reportagens por emissora em março de 2009 e 20 reportagens por emissora em julho do mesmo ano; a WNBA teve uma média de 0,75 e 1,25 nos mesmos períodos. Segundo Gieseler (2012, p.9), os “esportes criam um espelho do nosso mundo sócio-político, refletindo e refratando identidades hegemônicas de gênero, raça, classe e sexualidade”. A autora argumenta que como 95% da cobertura de esportes norte-americana se refere a atletas homens, a mídia reforça a visão de que culturalmente, esportes masculinos são mais importantes. E explica que como os esportes mais populares nos Estados Unidos são marcados pelas características de agressão, competitividade e violência, e essas características são normalmente associadas com o gênero masculino, o esporte se torna um “veículo para desenvolver a masculinidade” – e isso reforça a legitimação do esporte como uma atividade do gênero masculino.

O raciocínio proposto por Gieseler permite que sejam feitas comparações com os valores do esporte eletrônico. Embora tenha um aspecto físico (reflexos e coordenação), o e-sporte não é conectado com força física; mas ainda assim os valores de competitividade e agressão – talvez até violência – estão presentes nesse novo tipo de esporte. A competitividade é o que diferencia os esportes eletrônicos dos outros jogos eletrônicos: toda a ideia de partidas entre jogadores ou equipes gira em torno desse conceito. Já a agressão está presente na medida em que matar e destruir a base ou o avatar do adversário é uma mecânica básica do jogo: todas as interações entre os jogadores de equipes inimigas são tiros, brigas ou ataques.

Além do sexismo presente através da conexão com o esporte tradicional, a própria indústria de videogames carrega estereótipos machistas. Conforme mostram Mou e Peng (2009, p.924), um dos estereótipos mais fortes presentes nas personagens femininas em videogames é a hipersexualização: embora as personagens possam ser protagonistas de seus jogos e aparecer com frequência, elas ainda são retratadas de maneira estereotipada. Os autores argumentam que como consequência da assimetria e estereotipificação na representação de mulheres nos videogames, as mulheres podem se sentir menos incentivadas a procurar carreiras no setor de tecnologia e computadores e ter menos exposição a jogos eletrônicos.

Figura 44 – Um exemplo de personagem protagonista nos videogames que é retratada de maneira hipersexualizada: Lara Croft, do videogame Tomb Raider.



Fonte: <http://imageserver.moviepilot.com/lara-croft-emma-watson-in-tomb-raider-who-should-play-lara-croft.jpeg?width=1680&height=1050>

O sexismo e a misoginia nos esportes eletrônicos é uma constante que ganhou bastante exposição, e por isso já está sendo bastante discutida inclusive em veículos de imprensa de grande porte, como no The New York Times (Wingfield, 2014). Embora os casos provoquem indignação, estão gradativamente sendo confrontados pelos próprios jogadores e jogadoras e as organizações estão oferecendo explicações ou se adaptando. O esporte eletrônico ganha força em uma época onde debates sobre gênero estão ganhando cada vez mais força, e pode se

beneficiar disso, crescendo junto com o amadurecimento da sociedade. Todavia, um desafio a ser superado é o posicionamento inercial de figuras importantes da indústria, como Michael “Carmac” Blicharz, diretor de programação da ESL, que afirmou que a organização “não está focada em expandir o perfil do seu público-alvo (para incluir mulheres) porque a nossa audiência já está crescendo todo ano”. Ele ainda afirma que historicamente várias empresas tentaram estratégias para atingir o gênero feminino, sem sucesso (Gera, 2014). Assim, apesar de a audiência feminina e população de jogadoras crescerem organicamente nos esportes eletrônicos, existe um longo caminho a ser percorrido; mas talvez o resultado final seja diferente dos esportes tradicionais.

4.3 Fatores Divergentes

4.3.1 Atividade Física

A própria definição de esportes, segundo tanto o dicionário brasileiro Michaelis quanto o inglês Oxford, conectam competição com exercício físico ou atividade envolvendo esforço físico. A organização SportAccord, organização guarda-chuva para federações internacionais de esportes, não inclui atividades físicas na definição de esporte; mas ressalta que organizações que representam esportes que tem atividade física ou atlética limitada terão sua filiação considerada com cautela (SportAccord, 2014). Dado que a atividade física parece historicamente essencial na caracterização do esporte tradicional, parece importante examinar que tipo de atividade física é considerada no esporte tradicional e se o esporte eletrônico inclui elementos de esforço físico.

Dentre os esportes olímpicos, alguns como o levantamento de peso, a ginástica artística e o atletismo são demonstrações primariamente físicas. Outros esportes, como o futebol, basquete e tênis já associam aos aspectos físicos estratégias e táticas mais complexas. Alguns esportes olímpicos priorizam, dentre os aspectos físicos, a resistência; outros a força bruta; o equilíbrio, os reflexos, a flexibilidade ou a precisão. Já o automobilismo, embora não seja olímpico, admite a interface da interação física do atleta com uma máquina. Tendo em vista esses diferentes focos de demonstração de esforço físico, é possível considerar a perspectiva de Bornemark (2013, p.6). O autor aponta que, ao contrário de esportes mentais como o xadrez ou o go, os esportes eletrônicos exigem uma precisa coordenação olho-mão e reflexos aguçados. A importância de um baixo tempo de reação é tão alta que é o principal

motivo que leva ciber-atletas a se aposentarem antes dos 30 anos. Já a coordenação entre olho e mão requer tanta precisão que um clique alguns *pixels* fora do lugar pode significar a diferença entre a vitória e a derrota (Blake, 2013). Ambos os aspectos físicos são também primários em outro esporte olímpico, o tiro.

Figura 45 – Lista de esportes olímpicos.

SUMMER		WINTER	
	Archery		Alpine Skiing
	Athletics		Biathlon
	Badminton		Bobsleigh
	Basketball		Cross Country Skiing
	Beach Volleyball		Curling
	Boxing		Figure skating
	Canoe Slalom		Freestyle Skiing
	Canoe Sprint		Ice Hockey
	Cycling BMX		Luge
	Cycling Mountain Bike		Nordic Combined
	Cycling Road		Short Track Speed Skating
	Cycling Track		Skeleton
	Diving		Ski Jumping
	Equestrian / Dressage		Snowboard
	Equestrian / Eventing		Speed skating
	Equestrian / Jumping		
	Fencing		
	Football		
	Golf		
	Gymnastics Artistic		
	Gymnastics Rhythmic		
	Handball		
	Hockey		
	Judo		
	Modern Pentathlon		
	Rowing		
	Rugby		
	Sailing		
	Shooting		
	Swimming		
	Synchronized Swimming		
	Table Tennis		
	Taekwondo		
	Tennis		
	Trampoline		
	Triathlon		
	Volleyball		
	Water Polo		
	Weightlifting		
	Wrestling Freestyle		
	Wrestling Greco-Roman		

Fonte: <http://www.olympic.org/sports>

A preparação física dos ciber-atletas também é importante, com cada vez mais jogadores separando espaço em seus treinos diários para atividades físicas. O jogador de Dota 2 Tal “Fly” Azik faz treinos físicos todos os dias, e afirma que é essencial para o sucesso dele no e-sporte (Deva, 2014). Times como o Na’Vi, Team Liquid e equipe coreanas de StarCraft II já incluem atividades físicas em seus treinos para balancear o grande número de horas sentadas na frente do computador (Miller, 2014). Entretanto, essa tendência é relativamente nova, e ainda em 2012 jogadores profissionais sul-coreanos passavam 18 horas por dia treinando StarCraft II.

Outro ponto relevante a se considerar no aspecto físico dos ciber-atletas são as lesões decorrentes dos treinos. Pelo menos dois jogadores profissionais de e-sportes se aposentaram por lesão nos últimos anos. Wai Kin “Toyz” Lau, ex-jogador da equipe taiwanesa de LoL Taipei Assassins; e Clinton “Fear” Loomis, jogador da equipe norte-americana de Dota 2 Evil Geniuses (EG), se afastaram dos computadores por Síndrome do Túnel Carpal (in2lol, 2014) e Síndrome do Túnel Radial, respectivamente. Depois de períodos de recuperação, Toyz tentou voltar a jogar brevemente pela equipe Hong Kong Esports, e Fear retornou para a equipe EG (Jain, 2014). Contudo, esses casos únicos dentre centenas de jogadores profissionais são uma porcentagem baixa quando comparados com esportes de alto rendimento. Na primeira divisão da liga inglesa de futebol, por exemplo, em novembro de 2014 69 jogadores de 20 equipes se encontravam afastados dos campos (Goal.com, 2014).

Figura 46 – Jogador de Dota 2 Clinton “Fear” Loomis.



Embora em alguns pontos o esporte eletrônico tangencie a questão da atividade física, a diferença para com o esporte tradicional é clara. Nesse ponto, não só do ponto de vista quantitativo – número de lesões e aspectos físicos envolvidos – é marcante, mas também do qualitativo: as lesões poderiam ser causados por outros tipos de esforços físicos não atlético, assim como reflexos e coordenação olho-mão são aspectos que não requerem esforço físico. Mas um aspecto que não deixa dúvida sobre o distanciamento entre as duas formas de esporte do ponto de vista físico é a presença em disputas e partidas. Considerando que jogos como Dota 2 e LoL podem ser disputados em ambientes virtuais, não é possível considerar que o e-sporte esteja vinculado a atividades físicas da mesma maneira que o esporte tradicional.

4.3.2 Reconhecimento Cultural

Uma das grandes dificuldades dos e-sportes é a falta de reconhecimento pela sociedade. Parte desse estranhamento pelo *mainstream* tem origem no estereótipo do gamer: segundo Kowert e Oldmeadow (2012, p.8), os jogadores de videogames são vistos tipicamente como “competitivos, viciados, solitários, obsessivos, socialmente incapazes, isolados, imaturos e jovens”. Ao comparar esse rótulo com os efeitos positivos percebidos de adolescentes atletas – de acordo com Moore e Watt (2003, p.14): “popularidade, prazer, amizades, relacionamento com mentores e conquistas acadêmicas” – fica clara a valorização dada aos esportes tradicionais.

Um desdobramento importante da valorização do esporte tradicional é o oferecimento de bolsas de estudo para atletas nos EUA. Em 2013, 2.072 universidades americanas distribuíram mais de 3 bilhões de dólares em bolsas de estudo para cerca de 540 mil atletas (Scholarship Stats, 2014). As competições de basquete e futebol universitárias tem cobertura de imprensa de redes como a ESPN e CBS; com 351 escolas divididas em 32 ligas somente na primeira divisão de basquete universitário e 252 escolas em 25 ligas na primeira divisão do futebol americano universitário (ESPN, 2013). Em contraste, somente uma universidade norte-americana oferece bolsas de estudo para esportes eletrônicos – a Universidade Robert Morris, em Chicago, entregou 35 bolsas de 15 mil dólares por ano para ciber-atletas de League of Legends. A quantia é suficiente para cobrir metade das despesas do estudante com a universidade, e os estudantes disputarão a League of Legends North

American Collegiate Championship com estudantes de faculdades como Harvard e MIT (Keyser, 2014).

Outra consequência importante é o apoio governamental a atividades relacionadas com o esporte tradicional, como programas que utilizam o esporte como estratégia de inclusão social. O governo brasileiro, por exemplo, criou o programa Segundo Tempo em 2003, o qual somente em 2012 beneficiou 2.1 milhões de crianças e adolescentes residentes em comunidades vulneráveis (Ministério do Esporte, 2013, p.29). No âmbito não-governamental, existem ONGs como a Hoops 4 Hope, na África do Sul; e a Magic Bus India Foundation, na Índia, que impactam dezenas de milhares de crianças e jovens através do esporte. No âmbito de organismos de cooperação internacionais, a ONU reforçou a importância do “esporte como meio de promover educação, saúde, desenvolvimento e paz” ao estabelecer o dia 6 de abril como o Dia Internacional do Esporte para o Desenvolvimento e a Paz (ONU, 2013).

Figura 47 – Crianças beneficiadas pela Magic Bus Foundation com tenistas profissionais no Distrito Sul de Deli, em um evento do Dia Internacional do Esporte para o Desenvolvimento e a Paz.

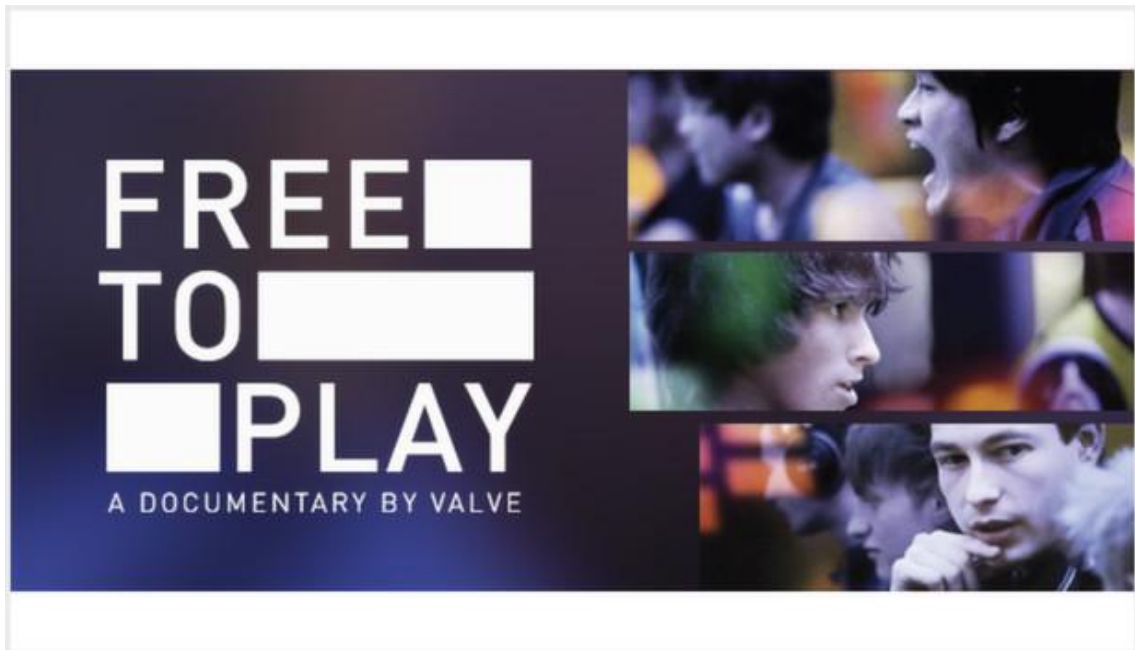


Fonte: <https://plus.google.com/115653341229223814991/posts/737No1tj3PJ?pid=5999227948238062178&oid=115653341229223814991>

O estereótipo negativo do ciber-atleta é reforçado pela maneira como jornalistas esportivos tratam o e-sporte quando está em pauta. O painel de discussão Real Sports da HBO, dedicou em 2013 um segmento de 14 minutos a League of Legends: o título era “A Vingança dos Nerds”, e logo no começo do debate um dos primeiros comentários foi uma piada debochada sobre Star Trek (Morris, 2014). Apesar da ESPN ter transmitido o torneio de Dota 2 The International, o próprio presidente da empresa declarou que esportes eletrônicos não eram esportes, mas uma competição – e comparou com xadrez e damas (Tassi, 2014). Embora matérias que valorizam o e-sporte tenham ganhado força em 2014 – como a capa do The New York Times – as reportagens que reforçam o estereótipo *gamer* ainda são muitas, como uma publicada em 2012 na CNN intitulada “Wired for Success or Destruction?”. Essa matéria comparava “atletas’ de elite que ganham fama e viciados que jogam até morrer” (Sutter, 2012). Outras matérias que conectam jogos eletrônicos com comportamentos violentos e os massacres em escolas desde Columbine, em 1999, continuam ganhando repercussão: em 2012 uma publicação da CNN sobre um atirador norueguês (Sutter, 2012) e em 2013 a CBS sobre o incidente em uma escola em Connecticut (Milton e Orr, 2013).

A falta de reconhecimento cultural por parte da sociedade se reflete dentro de casa. São poucos os casos de famílias com a mentalidade aberta que aceitam decisões como a de Ben “Merlini” Wu, que atualmente é um dos mais importantes comentaristas e celebridades de Dota 2, mas que em 2012 saiu de um emprego em uma importante empresa do ramo de finanças em Chicago para se dedicar ao e-sporte (Long, 2014). O documentário Free to Play, lançado em 2014 pela Valve, conta a história de 3 ciber-atletas de Dota 2: o natural de Cingapura Benedict “Hyhy” Lim; o ucraniano Danil “Dendi” Ishutin e o norte-americano Clinton “Fear” Loomis. Em comum, os três tem a habilidade e dedicação ao jogo, a participação na primeira edição do torneio The International, e a falta de apoio da família.

Figura 48 – Pôster do filme Free to Play, documentário lançado pela Valve em 2014.



Fonte: <http://www.lilireviews.com/wp-content/uploads/2014/03/freetoplay.jpg>

Gradualmente, os esportes eletrônicos estão alcançando uma atenção da sociedade que parece começar a reverter esse preconceito e aproximá-lo dos esportes tradicionais. A entrada de patrocinadores de peso como a Nissa e a Coca-cola; cobertura positiva de veículos midiáticos importantes e a conexão com celebridades como a âncora de TV Kaci Atchinson (Cameron, 2013) parecem contribuir para essa mudança. Todavia, ainda é bastante claro que em termos de reconhecimento *mainstream*, os e-sportes ainda estão muito aquém de esportes como o futebol, basquete e tênis.

4.3.3 Benefícios Físicos, Mentais e Sociais

Um aspecto importante para a conotação social positiva do esporte tradicional são os ganhos físicos, mentais e sociais que proporcionam. Do ponto de vista físico, um Relatório da OMS (2003, p.3) conectou a prática de esportes, por meio da associação com a atividade física, à prevenção de doenças do coração, diabetes e hipertensão arterial; ao controle de peso e à prevenção da osteoporose; e à redução do risco de desenvolver dores nas costas. No aspecto mental, Tyler (1973, p.32) notou relações positivas entre a prática do esporte e maior auto-estima, aceitação social; em atletas femininas, especialmente, apontou maior estabilidade, autonomia, brilhantismo intelectual e auto-consciência. Do ponto de vista da saúde mental, Needle, Sallis e Taylor (1985, p.197) elencaram estudos que apontavam para a

influência positiva na prática de esportes e redução de níveis de ansiedade e depressão; além do aumento da capacidade cognitiva. O aspecto social foi contemplado por Artinger et al (2005, p.82), em estudo que apontou que atletas universitários percebem maior habilidades de liderança, maior habilidade de trabalhar com um grupo culturalmente diverso, melhora nas relações sociais e na habilidade de trabalhar em equipe, maior habilidades de interação social e maior capacidade de conexão com colegas de equipe.

Por outro lado, nos esporte eletrônicos são recentes os estudos que desmitificam algumas crenças sobre videogames. Contra-intuitivamente, Jeon, Lewis e Maurer (2012, p.24) conectaram melhora na visão de pessoas nascidas com catarata ao número de horas que elas passaram jogando o *game* Medal of Honor. Em um TEDx de 2012 intitulado “Your brains on action games” a pesquisadora Daphne Bavelier fala sobre a pesquisa que desenvolveu a qual apontou que videogames melhoram algumas partes da visão, vários aspectos da atenção e aumentam a velocidade de processamento perceptivo do cérebro. Engels, Granic e Lobel (2014, p.73) apontaram um aumento na capacidade cognitiva por meio de uma melhora na capacidade espacial do jogador de videogames; além de propor que os *gamers* estão, por meio de comunidades sociais virtuais, aprendendo comportamentos sociais positivos que podem ser transportados para fora das telas. O artigo também aponta estudos que não conseguiram relacionar jogos violentos como Grand Theft Auto IV e Call of Duty com pioras no comportamento social dos jogadores. Já Griffiths (2002, p.50), apontou que videogames podem ser utilizados como ferramentas educativas, diminui o tempo de reação dos jogadores, aumenta a coordenação olho-mão e a auto-estima. É importante notar que nenhum desses estudos foi realizado com os e-sportes mais populares – Dota 2, LoL e SC2 – mas prioritariamente com *Shooters*, jogos de ação e tiro em primeira ou terceira pessoa.

Tanto videogames como esportes tradicionais proporcionam benefícios diferentes porém complementares. Entretanto, como a literatura relativa a benefícios proporcionado pelos e-sportes analisados no trabalho ainda é escassa, é preciso cautela antes de inferir que os ganhos dos videogames de ação podem ser os mesmos nos MOBAs e no RTS. Além disso, ainda que os videogames estudados apresentem benefícios físicos, mentais e sociais, os que o esporte tradicional proporciona parecem mais relevantes e sólidos, dado que afetam problemas graves de saúde física e mental e geram ganhos importantes relacionados à identidade individual.

5. CONCLUSÃO

De maneira geral, os esportes eletrônicos se assemelham muito mais aos esportes tradicionais do que se diferem. Qualitativamente, os elementos convergentes apontados – carreira, competições, times, astros, transmissão, patrocinadores, mídia especializada, regulamentação e sexismo – são de fato bastante próximos. Quantitativamente, porém, os esportes tradicionais são muito mais significativos. O volume de dinheiro movimentado, a quantidade de atletas e profissionais envolvidos e o número de espectadores são indicadores importantes da distância entre os dois tipos de esporte. A diferença mais relevante possivelmente é o reconhecimento cultural que o esporte detém: os valores positivos de saúde, auto-estima, estabilidade e perseverança são universalmente associados às práticas esportivas (Tyler, 1972, p.27), e não aos esportes eletrônicos. O componente histórico é importante nessa disparidade: enquanto os primeiros jogos eletrônicos surgiram na década de 70 e os primeiros e-sportes no final da década de 90, os esportes como prática cultural estão associados à história da própria humanidade, com evidências de atividades esportivas desde 6000 A.C. (Crawford, 2004, p.153). Mesmo os esportes tradicionais mais modernos tem pelo menos um século de existência; o automobilismo, o futebol e o tênis foram todos criados ainda no século XIX, e são cerca de 10 vezes mais antigos do que o StarCraft.

Para que o esporte eletrônico se aproxime mais do tradicional, alguns passos precisam ser dados. Atualmente, são poucas as organizações que regulam os torneios e jogadores de esportes eletrônicos – e a única que faz parte de um governo é a sul-coreana KeSPA. Essa deficiência gera distorções, como os escândalos de manipulação de resultados e falta de profissionalismo entre ciber-atletas e donos de times. Outro ponto importante é a criação de mais equipes profissionais, com patrocínios e contratos que permitam remunerar os jogadores de maneira estável. Dado que uma condição necessária para que aspirantes a profissionais possam jogar em alto nível é treinar regularmente e se dedicar integralmente ao e-sporte, a estabilidade financeira cumpre um importante papel. Uma última necessidade é a familiarização de mais parcelas da sociedade com essa modalidade de esporte. Ainda que jogos como Dota 2 e LoL atraiam um nicho específico de entusiastas, um trabalho de desconstrução do estereótipo do *gamer* é necessário para que mais públicos possam experimentar ou se tornarem espectadores do e-sporte, e que os próprios jogadores tenham mais incentivos sociais para jogar profissionalmente.

O futuro do esporte eletrônico, todavia, é incerto. Um fator que vai impactar proporcionalmente mais os e-sportes que a sua contraparte tradicional é o avanço tecnológico.

Se em esportes como o futebol americano e no tênis o uso da tecnologia se restringe a *replays* para auxiliar o trabalho da arbitragem, no e-sporte a consequência dos avanços se viu na obsolescência de jogos como Warcraft 3, DotA e StarCraft – esses dois últimos substituídos por Dota 2 e StarCraft II. Com o advento de equipamentos de realidade virtual que estimulam diretamente os sentidos visuais do jogador – como o Oculus Rift (Rubin, 2014), é possível que os e-sportes se desenvolvam de uma maneira imprevisível. Outra característica inerente aos esportes eletrônicos é o conceito de propriedade sobre o jogo que as desenvolvedoras tem em relação aos jogos que criaram. Em 2011, surgiu uma disputa da Blizzard com a KeSPA com relação a direitos autorais sobre a concessão de imagem das partidas de StarCraft na Coreia do Sul que culminou com o acordo de pagamento de uma taxa anual pelas emissoras de TV sul-coreanas para a desenvolvedora. Por enquanto nenhum grande problema relacionado teve grande repercussão além desse caso, mas já é um aviso para potenciais conflitos de interesse no futuro, ainda mais com o crescente número de partes envolvidas e dinheiro investido nos e-sportes.

Já o escopo das pesquisas que ainda precisam ser desenvolvidas com relação ao tema de e-sportes parece um pouco mais claro. A partir dessa pesquisa exploratória, são possíveis desdobramentos em pelo menos 3 diferentes áreas de conhecimento. No campo da Comunicação, é válido investigar algumas questões como as consequências do anonimato virtual no esporte eletrônico; o motivo desse tipo de esporte atrair tamanha audiência online; e qual o impacto que o *streaming* de e-sportes pode ter nas tradicionais mídias esportivas. Já na linha do estudo do Esporte, talvez seja pertinente aprofundar a comparação entre os dois tipos de esportes; além de questionar qual o impacto que a tecnologia trazida pelos jogos eletrônicos pode gerar nos esportes tradicionais e que benefícios sociais, mentais e físicos o eletrônico pode proporcionar ao praticante. Por último, na Computação, dois temas conexos são relevantes: o papel do desenvolvimento colaborativo na construção de videogames como esporte e o exame de quais características, do ponto de vista do desenvolvimento de jogos eletrônicos, permitem que aquele novo título seja praticado como esporte.

Em conclusão, é possível entender que o videogame pode configurar uma atividade muito similar à atividade esportiva. Os elementos culturais, sociais e midiáticos são bastante próximos, e as características de competitividade e sociabilidade presentes no esporte tradicional também se encontram nesses jogos. Deve-se ressaltar, entretanto, que por enquanto não é possível responder se os e-sportes se encontram na mesma categoria de esportes tradicionais. Talvez essa nem seja uma questão relevante nesse momento: à medida

em que os esportes eletrônicos crescem, observar se o que ocorre é uma aproximação com os esportes tradicionais ou uma especialização de uma forma ainda mais específica de esporte fica mais simples. Tendo isso em mente, o essencial é trazer à tona as muitas particularidades que tornam o e-sporte um fenômeno tão complexo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

2P. Arrow Gaming Owner Allegedly Threatens Players Over 322 Scandal. Disponível em: http://2p.com/9598108_1/Arrow-Gaming-Owner-Allegedly-Threatens-Players-Over-322-Scandal-by-fmm.htm. Acesso em: 22/10/2014.

ACUNA, Kirsten. 'Grand Theft Auto V' Becomes The Fastest Video Game To Make \$US1 Billion. Disponível em: <http://www.businessinsider.com.au/gta-v-1-billion-in-three-days-2013-9>. Acesso em: 05/11/2014.

ALFERMANN, Dorothee; LAVALLEE, David; WYLLEMAN, Paul. Career Transitions in Competitive Sports. Disponível em: https://www.uleth.ca/dspace/bitstream/handle/10133/1175/Life_After_Sport.pdf?sequence=1. Acesso em: 01/10/2014.

ALLEN, Nick. Team Coaches Officially Part of LCS in 2015. Disponível em: <http://na.lolesports.com/articles/team-coaches-officially-part-lcs-2015>. Acesso em: 21/10/2014.

ANDREWS, David L.; JACKSON, Steven J. Sport Stars: The Cultural Politics of Sporting Celebrity. Routledge, Londres.

ARTINGER, Lori; CLAPHAM, Lisa; FORRESTER, Scott A.; HUNT, Carla; MEIGS, Matthew; MILORD, Nadia; SAMPSON, Bryan. The Social Benefits of Intramural Sports. Disponível em: http://www.albany.edu/involvement/documents/social_benefits_of_intramurals.pdf. Acesso em: 04/11/2014.

BAILEY, Matthew. 12.500+ spectators attended ESL One Frankfurt 2014; over 500.000 concurrent viewers worldwide. Disponível em: <http://www.ongamers.com/articles/12-500-spectators-attended-esl-one-frankfurt-2014-over-500-000-concurrent-viewers-worldwide/1100-1828/>. Acesso em: 05/10/2014.

BENJAMIN, Frederick. Team DK releases pictures of their gaming house. Disponível em: <http://www.gosugamers.net/dota2/news/26996-team-dk-releases-pictures-of-their-gaming-house>. Acesso em: 21/10/2014.

BENSON, Julian. Counter-Strike: Global Offensive eSports team ALSEN accused of match fixing. Disponível em: <http://www.pcgamesn.com/counter-strike-global-offensive/counter-strike-global-offensive-esports-team-alsen-accused-of-match-fixing>. Acesso em: 22/10/2014.

BHASIN, Kim. How Sundance DiGiovanni Built the Biggest Competitive Gaming League in America. Disponível em: <http://www.businessinsider.com/meet-major-league-gaming-ceo-sundance-digiovanni-2012-4>. Acesso em: 03/11/2014.

BILLINGS, Andrew C.; LICEN, Simon. Two Perspectives on One Competition: Slovenian Coverage of Artistic Gymnastics at the 2008 Summer Olympics. Disponível em: [.fsp.uni-lj.si%2Fmma_bin.php%3Fid%3D20121022090624&ei=aoVrVNXQHICcNvqSgGA&usg=AFQjCNEmwgdBxcu_UppDgR5-zohsXxUk9Q&sig2=DrWkXhvQg38Fm65KZSUE1A](http://www.fsp.uni-lj.si/%2Fmma_bin.php%3Fid%3D20121022090624&ei=aoVrVNXQHICcNvqSgGA&usg=AFQjCNEmwgdBxcu_UppDgR5-zohsXxUk9Q&sig2=DrWkXhvQg38Fm65KZSUE1A). Acesso em: 09/11/2014.

BLAKE, Michael. In case you missed: Dota 2 International roundup. Disponível em: <http://www.ign.com/articles/2013/08/30/in-case-you-missed-it-dota-2-international-roundup>. Acesso em: 03/11/2014.

BLAIR, Mark R.; HENREY, Andrew J.; THOMPSON, Joseph J. Over the Hill at 24: Persistent Age-Related Cognitive-Motor Decline in Reaction Times in an Ecologically Valid Video Game Task Begins in Early Adulthood. Disponível em: <http://www.plosone.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pone.0094215>. Acesso em: 01/10/2014.

BLIZZARD. Developer Awards. Disponível em: <http://web.archive.org/web/20070607130605/http://www.blizzard.com/inblizz/awards.shtml>. Acesso em: 03/11/2014.

BLIZZARD. Warcraft III Automatic Matchmaking. Disponível em: <http://classic.battle.net/war3/files/amm.shtml>. Acesso em: 03/11/2014.

BORNEMARK. Success Factors for E-Sports Games. Disponível em: <http://www8.cs.umu.se/research/uminf/reports/2013/001/part1.pdf>. Acesso em: 01/10/2014.

BOYD, Clark. Olympians of games world take Vegas. Disponível em: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/3395375.stm>. Acesso em: 09/10/2014.

BRESLAU, Rod. League of Legends pro hits largest ever personal stream on TwitchTV. Disponível em: <http://www.gamespot.com/articles/league-of-legends-pro-hits-largest-ever-personal-stream-on-twitchtv/1100-6407147/>. Acesso em: 05/10/2014.

BRESLAU, Rod. Report: More than 70 million people watch eSports worldwide. Disponível em: <http://www.ongamers.com/articles/report-more-than-70-million-people-watch-esports-worldwide/1100-1157/>. Acesso em 05/10/2014.

BRESLAU, Rod. Riot Games: “We see the shelf life o LoL as hopefully decades”. Disponível em: <http://www.ongamers.com/articles/riot-games-we-see-the-shelf-life-of-lol-as-hopefully-decades/1100-694/>. Acesso em: 09/10/2014.

BROOKHAVEN NATIONAL LABORATORY. The First Video Game? Disponível em: <http://www.bnl.gov/about/history/firstvideo.php>. Acesso em: 05/11/2014.

CAMERON, Phill. How TV’s Kaci Aitchinson fell in love with eSports. Disponível em: <http://www.redbull.com/us/en/esports/stories/1331610619565/how-tv-reporter-kaci-atichison-fell-in-love-with-esports>. Acesso em: 16/10/2014.

CAVANAUGH, Chris. Apple II Biography. Disponível em: <http://www.allgame.com/platform.php?id=6>. Acesso em: 29/10/2014.

CHALK, Andy. League of Legends has made almost \$1 billion in microtransactions. Disponível em: http://www.pcgamer.com/league-of-legends-has-made-almost-1-billion-in-microtransactions/?ns_campaign=article. Acesso em: 26/10/2014.

CHAPPEL, Billy. World Cup Ratings Spike: How Popular is Soccer in the U.S.? Disponível em: <http://www.npr.org/blogs/thetwo-way/2014/06/24/325093814/world-cup-ratings-spike-how-popular-is-soccer-in-the-u-s>. Acesso em: 05/10/2014.

CHEMOFF, Allan; MILLER, David. Ex-NBA ref pleads guilty in betting scandal. Disponível em: <http://edition.cnn.com/2007/US/law/08/15/nba.ref/index.html>. Acesso em: 22/10/2014.

CHESTER, Tim. Gaming Special: Want to make \$200.000 killing blue monsters? Here’s how. Disponível em: <http://www.gq-magazine.co.uk/entertainment/articles/2014-02-19/professional-video-gaming-salary>. Acesso em: 30/09/2014.

CHO, Kevin. Samsung, SK Telecom, Shinhan Sponsor South Korean Alien Killers. Disponível em: http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=email_us&refer=asia&sid=a2JvzciDnpB4. Acesso em: 03/11/2014.

CLASSIC ARCADE GAMING. November 1982, Ottumwa, Iowa: LIFE magazine gathering / contest. Disponível em: <http://www.classicarcadegaming.com/contests/Nov1982/>. Acesso em: 02/11/2014.

COLLETT, Mike. Soccer: World Cup money pot increased to \$576m. Disponível em: <http://www.reuters.com/article/2013/12/05/us-soccer-world-prizemoney-idUSBRE9B40QG20131205>. Acesso em: 16/10/2014.

COLLETT, Mike. Up to 80 countries a year hit by match-fixing – Interpol. Disponível em: <http://uk.reuters.com/article/2014/09/10/uk-soccer-matchfixing-idUKKBN0H518O20140910>. Acesso em: 22/10/2014.

COMPLEXITY GAMING. coL.DOTA Goes Hollywood: LA Bootcamp. Disponível em: <http://www.complexitygaming.com/news/4427/>. Acesso em: 21/10/2014.

CONNERS, Cody. Major League Gaming announces Columbus autograph sessions. Disponível em: <http://www.ongamers.com/articles/major-league-gaming-announces-columbus-autograph-sessions/1100-153/>. Acesso em: 01/10/2014.

CONNERS, Cody. Pingee confirms NEXT.Kz disqualified from D2L CIS Carnage for match fixing. Disponível em: <http://www.ongamers.com/articles/pingee-confirms-next-kz-disqualified-from-d2l-cis-carnage-for-match-fixing/1100-731/>. Acesso em: 22/10/2014.

COOK, Dave. Survey finds average UK gamer is 35, male, plays for almost 3 hours a day. Disponível em: <http://www.vg247.com/2013/07/04/survey-finds-average-uk-gamer-is-35-male-plays-for-almost-3-hours-a-day/>. Acesso em: 05/11/2014.

COOKY, Cheryl; MESSNER, Michael. Gender in televised sports. Disponível em: <http://dornsifecms.usc.edu/assets/sites/80/docs/tvsports.pdf>. Acesso em: 01/11/2014.

CRAWFORD, Harriet. Sumer and the sumerians. Cambridge University Press.

CYBERATHLETE PROFESSIONAL LEAGUE. About CPL. Disponível em: <http://thecpl.com/about-cpl/>. Acesso em: 03/11/2014.

DEVA, Sahil. Fly's Workout Routine. Disponível em: <http://fnatic.com/content/96015>. Acesso em: 03/11/2014.

DOTA 2. Pubstomps for The International 2014. Disponível em: <http://www.dota2.com/pubstomps/listings/>. Acesso em: 05/10/2014.

DOTA UTILITIES. Icefrog Q&A Session #4. Disponível em: <http://www.dota-utilities.com/2010/05/icefrog-q-session-4.html>. Acesso em: 03/11/2014.

DOUGLAS, Ana. Here Are The 10 Highest Grossing Video Games Ever. Disponível em: <http://www.businessinsider.com/here-are-the-top-10-highest-grossing-video-games-of-all-time-2012-6?op=1>. Acesso em: 02/11/2014.

EGENFELDT-NIELSEN, Simon; SMITH, Jonas H.; TOSCA, Susana P. Understanding Video Games: The Essential Introduction. Routledge, Londres.

ENG, James. Big Game: Dota 2 Tournament Prize Pool Tops Whooping \$10 Million. Disponível em: <http://www.nbcnews.com/tech/video-games/big-game-dota-2-tournament-prize-pool-tops-whopping-10-n143031>. Acesso em: 09/11/2014.

ENGELS, Rutger C. M. E.; GRANIC, Isabela; LOBEL, Adam. The Benefits of Playing Video Games. Disponível em: <https://www.apa.org/pubs/journals/releases/amp-a0034857.pdf>. Acesso em: 04/11/2014.

ENTERTAINMENT SOFTWARE ASSOCIATION. Essential Facts About the Computer and Video Game Industry. Disponível em: http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_EF_2014.pdf. Acesso em: 05/11/2014.

ESL. Female Gaming. Disponível em: <http://www.esl.eu/eu/female/sc2/cups/sc2goesfemale4/>. Acesso em: 30/10/2014.

ESL ONE. The talent lineup for ESL One New York. Disponível em: <http://www.esl-one.com/dota2/new-york-2014/news/the-talent-lineup-for-esl-one-new-york/>. Acesso em: 16/10/2014.

ESPN. College Football Teams. Disponível em: <http://espn.go.com/college-football/teams>. Acesso em: 03/11/2014.

ESPN. Germany earn \$35m for World Cup win. Disponível em: <http://www.espnfc.com/fifa-world-cup/story/1949319/germany-earn-35-million-us-dollars-for-world-cup-win>. Acesso em: 16/10/2014.

E-SPORTS EARNINGS. Electronic Sports World Cup. Disponível em: <http://www.esportsearnings.com/organizations/113-electronic-sports-world-cup>. Acesso em: 03/11/2014.

E-SPORTS EARNINGS. Top 50 Games Awarding Prize Money. Disponível em: <http://www.esportsearnings.com/games>. Acesso em: 03/11/2014.

E-SPORTS EARNINGS. World Cyber Games. Disponível em: <http://www.esportsearnings.com/organizations/110-world-cyber-games>. Acesso em: 03/11/2014.

ESPORTS HEAVEN. Dota 2 Reaches Over 9 Million Monthly Players. Disponível em: <http://www.esportsheaven.com/news/view/64452>. Acesso em: 28/10/2014.

ETIENNE, Jack. Farewell to SingSing. Disponível em: <http://cloud9.gg/news/farewell-singsing>. Acesso em: 24/09/2014.

EWALT, David M. The Best-Selling Videogame Franchises. Disponível em: http://www.forbes.com/2006/08/02/bestselling-video-games-cx_de_0802mario.html. Acesso em: 02/11/2014.

FIELDS, Frank. Korea – The Hyperbolic Time Chamber. Disponível em: <http://na.lolesports.com/articles/korea-hyperbolic-time-chamber>. Acesso em: 21/10/2014.

FORBES. The World's Highest-Paid Athletes. Disponível em: <http://www.forbes.com/athletes/list/#tab:overall>. Acesso em: 30/09/2014.

FUNK, Daniel C.; GLADDEN, M. Jaden. Understanding Brand Loyalty in Professional Sport: Examining the Link Between Brand Associations and Brand Loyalty. Jones & Bartlett Learning. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=0QrLjDDESawC&oi=fnd&pg=PA194&dq=sports+teams+brands&ots=E8kMUM6pBO&sig=TP-BKjCvczZbpCEd97O6z2EJTh4#v=onepage&q=sports%20teams%20brands&f=false>. Acesso em: 24/09/2014.

FRONTLINE. Korean eSports. Disponível em: <http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/digitalnation/virtual-worlds/video-games/starcraft-training.html?play>. Acesso em: 28/10/2014.

G1. Equipe chinesa vence torneio de 'Dota 2' e leva US\$ 5 milhões. Disponível: <http://g1.globo.com/tecnologia/games/noticia/2014/07/equipe-chinesa-vence-torneio-de-dota-2-e-leva-us-5-milhoes.html>. Acesso: 12/10/2014.

G1. Jogadores sul-coreanos deixam time brasileiro de 'League of Legends'. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/games/noticia/2014/07/jogadores-sul-coreanos-deixam-time-brasileiro-de-league-legends.html>. Acesso em: 24/09/2014.

G1. Maracanãzinho recebe final de 'League of Legends' neste sábado. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/games/noticia/2014/07/maracanazinho-recebe-final-de-league-legends-neste-sabado.html>. Acesso em: 05/10/2014.

GAUDIOSI, John. AmEx Adds Legitimacy to eSports. Disponível em: <http://www.alistdaily.com/news/amex-adds-legitimacy-to-esports>. Acesso em: 09/10/2014.

GAUDIOSI, John. CPL Founder Angel Munoz Explains Why He Left ESports And Launched Mass Luminosity. Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/johngaudiosi/2013/04/09/cpl->

founder-angel-munoz-explains-why-he-left-esports-and-launched-mass-luminosity/. Acesso em: 03/11/2014.

GAMES IN ASIA. Gamefy leaks DK and IG's strategies, angers Dota community. Disponível em: <http://www.gamesinasia.com/gamefy-leaks-dk-and-igs-strategies-angers-dota-community/>. Acesso em: 14/10/2014.

GAMESMARKT. Europe – 2014 top 20 half-year software chart, top 10 publishers. Disponível em: <http://nintendoeverything.com/europe-2014-top-20-half-year-software-chart-top-10-publishers/>. Acesso em: 29/10/2014.

GAMESPOT. A History of Real-Time Strategy Games. Disponível em: http://web.archive.org/web/20090922064225/http://www.gamespot.com/gamespot/features/all/real_time/p3_01.html. Acesso em: 03/11/2014.

GAMESRADAR. Best NES Games of All Time. Disponível em: <http://www.gamesradar.com/best-nes-games-all-time/>. Acesso em: 29/10/2014.

GASTON, Martin. Blizzard explains why it doesn't call Heroes of the Storm a MOBA. Disponível em: <http://www.gamespot.com/articles/blizzard-explains-why-it-doesn-t-call-heroes-of-the-storm-a-moba/1100-6416084/>. Acesso em: 03/11/2014.

GERA, Emily. This Hearthstone tournament isn't allowing women to play and here's why. Disponível em: <http://www.polygon.com/2014/7/2/5864103/hearthstone-tournament-women-gender-segregation-blizzard>. Acesso em: 30/10/2014.

GERA, Emily. What happens when you're too old to play League of Legends professionally? Disponível em: <http://www.polygon.com/2014/8/15/6006211/league-of-legends-riot-games-esports-age>. Acesso em: 01/10/2014.

GERA, Emily. Where are the women in eSports? Disponível em: <http://www.polygon.com/2014/5/27/5723446/women-in-esports-professional-gaming-riot-games-blizzard-starcraft-lol>. Acesso em: 28/10/2014.

GERA, Emily. Why the unionization of eSports is a difficult if not impossible road. Disponível em: <http://www.polygon.com/2013/7/19/4506524/gaming-will-be-a-legitimate-profession-for-hundreds-in-next-few-years>. Acesso em: 30/10/2014.

GIESELER, Carly M. Performances of Gender and Sexuality in Extreme Sports Culture. Disponível em: <http://scholarcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5245&context=etd;>. Acesso em: 01/11/2014.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. Editora Atlas, São Paulo. Disponível em: http://www.academia.edu/4405328/GIL_Antonio_Carlos_COMO_ELABORAR_PROJETOS_DE_PESQUISA_Copia. Acesso em: 13/11/2014.

GLINERT, Ephraim P. Visual programming environments: applications and issues. Universidade de Michigan. Disponível em: <http://books.google.co.uk/books?hl=pt-BR&id=NMtWAAAAMAAJ&focus=searchwithinvolume&q=steve+bloom>. Acesso em: 02/11/2014.

GOAL.COM. The Premier League injury & suspension list. Disponível em: <http://www.goal.com/en-gb/news/2896/premier-league/2014/05/10/3304750/the-premier-league-injury-suspension-list>. Acesso em: 02/11/2014.

GOLDBERG, Harold. All Your Base Belong to Us: How Fifty Years of Videogames Conquered Pop Culture. Three Rivers Press, Nova Iorque.

GOOD, Owen S. Top Korean League of Legends player fixed matches before attempting suicide, says eSports League. Disponível em: <http://www.polygon.com/2014/3/18/5522192/korean-league-of-legends-player-fixed-matches-suicide>. Acesso em: 25/10/2014.

GOSUGAMERS. Dota 2 Rankings. Disponível em: <http://www.gosugamers.net/dota2/rankings#team>. Acesso em: 24/09/2014.

GOSUGAMERS. Starladder Season X General Information. Disponível em: <http://www.gosugamers.net/events/198-starladder-starseries-season-9>. Acesso em: 16/10/2014.

GRAFT, Kris. Blizzard Confirms One “Frontline Release” for ’09. Disponível em: <http://www.edge-online.com/news/blizzard-confirms-one-frontline-release-09/>. Acesso em: 03/11/2014.

GRANT, Christopher. StarCraft 2 sells 1m day-one, 1.5m in first 48 hours, roughly 620K in the US. Disponível em: <http://www.joystiq.com/2010/08/03/starcraft-2-sells-1m-day-one-1-5m-in-first-48-hours-roughly-62>. Acesso em: 03/11/2014.

GRIFFITHS, Mark. The educational benefits of videogames. Disponível em: <http://dh101.humanities.ucla.edu/DH101Fall12Lab4/archive/files/6070f0882cc89baa5a12992aaea56028.pdf>. Acesso em: 05/11/2014.

GROEN, Andrew. Behind the Horse: A Close Look at TL's Dota 2 Team. Disponível em: <http://www.redbull.com/us/en/esports/stories/1331638466469/behind-the-horse-a-close-look-at-tl-s-dota-2-team>. Acesso em: 21/10/2014.

GROSSMAN, Lev. The 10 Greatest Games for the Apple II. Disponível em: <http://techland.time.com/2010/01/06/the-10-greatest-games-for-the-apple-ii/>. Acesso em: 29/10/2014.

GRZELAK, Lukasz. FOru retires, oldest player in ProLeague. Disponível em: <http://www.gosugamers.net/news/12292-foru-retires-oldest-player-in-proleague>. Acesso em: 01/10/2014.

HAE-YONG, Sohn; JUNG-YOON, Kim. Cyworld's global ambitions are over. Disponível em: <http://koreajoongangdaily.joins.com/news/article/article.aspx?aid=2983356>. Acesso em: 24/09/2014.

HARACKIEWICZ, Judith M.; TAUER, John M. The Effects of Cooperation and Competition on Intrinsic Motivation and Performance. Disponível em: <http://psych.wisc.edu/cmsdocuments/TauerHarackiewicz04.pdf>. Acesso em: 28/10/2014.

HAYWALD, Justin. Hearthstone Passes 20 Million Players, What Do You Want To See Next? Disponível em: <http://www.gamespot.com/articles/hearthstone-passes-20-million-players-what-do-you-/1100-6422336/>. Acesso em: 03/11/2014.

HELBIG, Christoph. coL says: Jeyo not released to EG from his contract. Disponível em: <http://www.gosugamers.net/dota2/news/21080-col-says-jeyo-not-released-to-eg-from-his-contract>. Acesso em: 24/09/2014.

HIDALGO, Vincent. Dota 2 Match Fixing Controversy: Arrow Gaming Disqualified from Summit 2 Tournament. Disponível em: <http://au.ibtimes.com/articles/570271/20141021/dota-2-arrow-gaming-disqualified-game-fixing.htm#.VEnH7vk7tcY>. Acesso em: 22/10/2014.

HUTCHINS, Brett; ROWE, David. Sport Beyond Television: The Internet, Digital Media and the Rise of Networked Media Sport. Routledge, Nova Iorque. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=UDjo4verYYcC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 05/10/2014.

IESF. IeSF submitted its membership application to "Sport Accord". Disponível em: http://iesf.com/bbs/board.php?bo_table=iesf_news&wr_id=34. Acesso em: 28/10/2014.

IESF. Updates on 4th Asian Indoor & Martial Games and IeSF 2013 Asia Conference. Disponível em: http://ie-sf.com/bbs/board.php?bo_table=iesf_news&wr_id=29. Acesso em: 28/10/2014.

IN2LOL. Toyz's Comeback in eSport!. Disponível em: <http://www.in2lol.com/en/news/11967-toyzs-comeback-in-esport>. Acesso em: 02/11/2014.

IGN. Top 25 Videogame Consoles of All Time. Disponível em: <http://www.ign.com/top-25-consoles/1.html>. Acesso em: 29/10/2014.

ILIC, Jelena. Sports Idols of Senior Athletes. Disponível em: <http://www.sportlogia.com/no7engl/eng2.pdf>. Acesso em: 30/09/2014.

INTEL EXTREME MASTERS. History of the Intel Extreme Masters. Disponível em: <http://www.esl-world.net/masters/history/#season1>. Acesso em: 09/11/2014.

JACKSON, Leah B. The International: A History of Dota 2's \$10 Million Tournament. Disponível em: <http://www.ign.com/articles/2014/07/10/the-international-a-history-of-dota-2as-10-million-tournament>. Acesso em: 16/10/2014.

JACKSON, Nate. What an N.F.L. Training Camp Is Really Like. Disponível em: http://fifthdown.blogs.nytimes.com/2010/08/06/what-an-n-f-l-training-camp-is-really-like/?_r=0. Acesso em: 21/10/2014.

JAIN, Karan. Fear to miss The Summit, Mason steps in. Disponível em: <http://www.gosugamers.net/dota2/news/27875-fear-to-miss-the-summit-mason-steps-in>. Acesso em: 02/11/2014.

JEON, Seong T.; LEWIS, Terri L.; MAURER, Daphne. The Effect of Video Game Training on the Vision of Adults with Bilateral Deprivation of Amblyopia. Disponível em: http://psych.mcmaster.ca/maurerlab/Publications/Jeon_VideoGames.pdf. Acesso em: 04/11/2014.

JUNE, Laura. For Amusement Only: the Life and death of the American arcade. Disponível em: <http://www.theverge.com/2013/1/16/3740422/the-life-and-death-of-the-american-arcade-for-amusement-only>. Acesso em: 02/11/2014.

KAMINSKI, Maciej. Solo replaces Scandal in RoX.KiS. Disponível em: <http://www.gosugamers.net/dota2/news/26839-solo-replaces-scandal-in-rox-kis>. Acesso em: 22/10/2014.

KAIN, Erik. 'Grand Theft Auto V' Crosses \$1B In Sales, Biggest Entertainment Launch In History. Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/erikkain/2013/09/20/grand-theft-auto-v-crosses-1b-in-sales-biggest-entertainment-launch-in-history/>. Acesso em: 05/11/2014.

KATZ, Arnie. 1984: The Year That Shook Electronic Gaming. Disponível em: http://www.archive.org/stream/electronic-games-magazine-1985-01/Electronic_Games_Issue_35_Vol_03_11_1985_Jan#page/n29/mode/2up. Acesso em: 05/11/2014.

KEMP, Simon. Understanding social media in China in 2014. Disponível em: <http://www.socialmediatoday.com/content/understanding-social-media-china-2014>. Acesso em: 24/09/2014.

KENNEDY, Maggie. Incredible Video Victory: Dallas teenager beats the best in TV show's game competition. Disponível em: <http://web.archive.org/web/20090221235234/http://www.twingalaxies.com/index.aspx?c=18&id=971>. Acesso em: 02/11/2014.

KESPA. KeSPA to Make Drastic Changes. Disponível em: <http://www.esportsheaven.com/news/view/58835/kespa-to-make-drastic-changes>. Acesso em: 22/10/2014.

KEYSER, Jason. School bets video game scholarship can draw talent. Disponível em: <http://www.detroitnews.com/story/life/2014/10/06/league-legends-scholarship-robert-morris-university/16830761/>. Acesso em: 03/11/2014.

KHOR, Eric. Retirement – How will the players handle it? Disponível em: <http://www.gosugamers.net/dota2/features/3492-retirement-how-will-the-players-handle-it>. Acesso em: 01/10/2014.

KIM, Ben. Dota 2 team banned for alleged match fixing. Disponível em: <http://www.pcgamer.com/dota-2-team-banned-for-match-fixing/>. Acesso em: 22/10/2014.

KOLEV, Radoslav. Riot ban IWillDominate for one year. Disponível em: <http://www.gosugamers.net/lol/news/22114-riot-ban-iwilldominate-for-one-year>. Acesso em: 27/10/2014.

KOTLER, Phillip; REIN, Irving; SHIELDS, Ben. Marketing Esportivo: A reinvenção do esporte na busca de torcedores. Bookman. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=RnfBrjIH2vcC&oi=fnd&pg=PA11&dq>

=marketing+esportivo&ots=kAhmtD6Nmd&sig=eNZvkPKCJOVC3R69R0IEQB_bLPQ#v=onepage&q=astros&f=false. Acesso em: 30/09/2014.

KOWERT, Meadow; OLDMEADOW, Julian. The Stereotype of Online Gamers: New Characterization or Recycled Prototype? Disponível em: <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/12168.23066.pdf>. Acesso em: 05/11/2014.

KUCHERA, Ben. Gender segregation ruins everything that beautiful about Hearthstone and eSports. Disponível em: <http://www.polygon.com/2014/7/2/5864437/hearthstone-esports-gender-blizzard>. Acesso em: 12/10/2014.

KULASINGHAM, Nilu. Riot Games fines Team Solomid owner Andy Dinh for announcing TSM Lustboy too early. Disponível em: <http://www.ongamers.com/articles/riot-games-fines-team-solomid-owner-andy-dinh-for-/1100-2098/>. Acesso em: 27/10/2014.

LAHTI, Evan. Valve explains how CS:GO became the second most-played game on Steam. Disponível em: <http://www.pcgamer.com/valve-explains-how-csgo-became-the-second-most-played-game-on-steam/>. Acesso em: 28/10/2014.

LAU, Raymond. Singapore gaming team bags sponsorship from Logitech. Disponível em: <http://www.techgoondu.com/2013/08/20/singapore-gaming-team-bags-sponsorship-from-logitech/#.VFjEdPk7tcZ>. Acesso em: 09/10/2014.

LEJACQ, Yannick. How fast is fast? Some pro gamers make 10 moves per second. Disponível em: <http://www.nbcnews.com/tech/video-games/how-fast-fast-some-pro-gamers-make-10-moves-second-f8C11422946>. Acesso em: 16/10/2014.

LEJACQ, Yannick. Score! Professional video gamers awarded athletic visas. Disponível em: <http://www.nbcnews.com/tech/video-games/score-professional-video-gamers-awarded-athletic-visas-f6C10679998>. Acesso em: 27/10/2014.

LONG, Heather. Why I left a job in finance to play video games. Disponível em: <http://money.cnn.com/2014/08/28/investing/ben-wu-dota-video-games/index.html>. Acesso em: 04/11/2014.

LINGLE, Samuel. At \$6 million in prizes, 'Dota 2' tournament now one of world's biggest sporting events. Disponível em: <http://www.dailydot.com/esports/dota-2-international-prize-pool-6-million/>. Acesso em: 16/10/2014.

LINGLE, Samuel. Thousands watch as an esports star livestreams his wedding. Disponível em: <http://www.dailydot.com/esports/dota2-xiao8-wedding-streamed/>. Acesso em: 01/10/2014.

LIQUIPEDIA. Dota 2 Competitions. Disponível em: <http://wiki.teamliquid.net/dota2/Category:Competitions>. Acesso em: 16/10/2014.

LIQUIPEDIA. Cloud9. Disponível em: http://wiki.teamliquid.net/dota2/Cloud_9. Acesso em: 24/09/2014.

LIQUIPEDIA. Invictus Gaming. Disponível em: http://wiki.teamliquid.net/dota2/Invictus_Gaming. Acesso em: 24/09/2014.

LIQUIPEDIA. KT Holster. Disponível em: http://wiki.teamliquid.net/starcraft2/KT_Rolster. Acesso em: 24/09/2014.

LIU, Danio. ACE President on the reduced number of tournaments in China. Disponível em: <http://www.gosugamers.net/dota2/features/3267-ace-president-on-the-reduced-number-of-tournaments-in-china>. Acesso em: 24/09/2014.

MAIBERG, Emanuel. Amazon Completes Twitch Purchase. Disponível em: <http://www.gamespot.com/articles/amazon-completes-twitch-purchase/1100-6422606/>. Acesso em: 05/10/2014.

MAIBERG, Emanuel. Phil Fish Selling Rights to Fez After Being Hacked. Disponível em: <http://www.gamespot.com/articles/phil-fish-selling-rights-to-fez-after-being-hacked/1100-6421882/>. Acesso em: 29/10/2014.

MAKUCH, Eddie. Counter Strike: Global Offensive firing up early 2012. Disponível em: <http://www.gamespot.com/articles/counter-strike-global-offensive-firing-up-early-2012/1100-6328645/>. Acesso em: 03/11/2014.

MANAHAN, Kevin. NFL Playoffs: How much money is each round worth to players? Disponível em: http://www.nj.com/eagles/index.ssf/2014/01/nfl_playoffs_how_much_money_is_each_round_worth_to_players.html. Acesso em: 16/10/2014.

MAO, Jacky. Going on 'Leave' from University to play Dota 2. Disponível em: http://www.teamliquid.net/forum/viewmessage.php?topic_id=293284. Acesso em: 30/09/2014.

MARSH, Chris. The best ever female pro gamers. Disponível em: <http://www.redbull.com/uk/en/esports/stories/1331653983992/best-female-pro-gamers-starcraft>. Acesso em: 30/10/2014.

MATSUNAGA, Ryan. Dota 2's The International Tournament Breaks Viewership Records for Valve and ESPN. Disponível em: <http://www.8cn.tv/content/dota-2s-international-tournament-breaks-viewership-records-valve-and-espn>. Acesso em: 05/10/2014.

MATTOS, Rodrigo. Salários do governo para atletas olímpicos vão variar de acordo com desempenho até 2016. Disponível em: <http://esporte.uol.com.br/rio-2016/ultimas-noticias/2012/10/03/salarios-do-governo-para-atletas-olimpicos-vai-variado-acordo-com-desempenho.htm>. Acesso em: 30/09/2014.

MCCHESENEY, Robert W. Media Made Sport: A History of Sports Coverage in the United States. Disponível em: http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=d6HhgJDGXtQC&oi=fnd&pg=PA7&dq=sports+media&ots=yiJo3KKYbj&sig=sJsGnl8GOG_eJnUD3cdbeEZ6aPU&redir_esc=y#v=onepage&q=media&f=false. Acesso em: 09/10/2014.

MCKNIGHT, Kerbi; BARDICK, Angela; BERNES, Kerry; CHORNEY, David; GUNN, Thelma. Life after Sport: Athletic Career Transition and Transferable Skills. Disponível em: https://www.uleth.ca/dspace/bitstream/handle/10133/1175/Life_After_Sport.pdf?sequence=1. Acesso em: 01/10/2014.

MILLER, Eliot. Team houses and why they matter. Disponível em: <http://www.eslgaming.com/article/team-houses-and-why-they-matter>. Acesso em: 02/11/2014.

MILTON, Pat; ORR, Bob. Newtown shooter motivated by Norway massacre, sources say. Disponível em: <http://www.cbsnews.com/news/newtown-shooter-motivated-by-norway-massacre-sources-say/>. Acesso em: 03/11/2014.

MINISTÉRIO DO ESPORTE. Relatório de Gestão do Exercício 2012. Disponível em: <http://portal.esporte.gov.br/arquivos/ministerio/relatorios/relatorioGestao2012.pdf>. Acesso em: 03/11/2014.

MLB. 2013 Postseason shares announced. Disponível em: <http://m.mlb.com/news/article/64106436/2013-postseason-shares-announced>. Acesso em: 16/10/2014.

MOLINA, Brett. Gartner: Global videogame market to hit \$93B this year. Disponível em: <http://www.usatoday.com/story/tech/gaming/2013/10/29/gartner-worldwide-video-game-market/3294591/>. Acesso em: 05/11/2014.

MOORE, James L.; WATT, Sherry K. Who are Student Athletes? Disponível em: <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/12168.23066.pdf>. Acesso em: 03/11/2014.

MORRIS, Kevin. Teetering on the esports tipping point. Disponível em: <http://kernelmag.dailydot.com/issue-sections/staff-editorials/10515/why-esports-will-make-it-in-the-us/>. Acesso em: 03/11/2014.

MOU, Yi; PENG, Wei. Gender and Racial Stereotypes in Popular Video Games. Disponível em: <https://www.msu.edu/~pengwei/Mou%20Peng.pdf>. Acesso em: 02/11/2014.

NEEDLE, Richard; SALLIS, James F.; TAYLOR, C. Barr. The Relation of Physical Activity and Exercise to Mental Health. Disponível em: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1424736/pdf/pubhealthrep00100-0085.pdf?origin=publication_detail. Acesso em: 03/11/2014.

NEWSWIRE PR. The Daily Dot Continues To Dominate Esports Journalism. Disponível em: <http://www.reuters.com/article/2014/10/10/the-daily-dot-idUSnPn6DFrbG+99+PRN20141010>. Acesso em: 12/10/2014.

NFL. Super Bowl XLVII live stream sets viewership records. Disponível em: <http://www.nfl.com/superbowl/story/0ap1000000136438/article/super-bowl-xlvii-live-stream-sets-viewership-records>. Acesso em: 05/10/2014.

NISHIYAMA, Alberto. Dota 2: Casters latinoamericanos estarán presentes en The International. Disponível em: http://www.rpp.com.pe/dota-2-the-international-ndree-azathoth-noticia_702560.html. Acesso em: 16/10/2014.

O'NEILL, Patrick H. How esports viewership measures up to mainstream TV. Disponível em: <http://www.dailydot.com/esports/esports-ratings-television-nfl-mlb/>. Acesso em: 01/10/2014.

O'NEILL, Patrick, H. Meet Scarlett, the 20-year-old woman who's blazing trails in 'StarCraft'. Disponível em: <http://www.dailydot.com/esports/sasha-scarlett-hostyn-starcraft-esports/>. Acesso em: 29/10/2014.

ONGAMENET. e-Sports to e-Culture. Disponível em: <http://program.interest.me/ongamenet/ognglobal/2/Board/View>. Acesso em: 28/10/2014.

OZANIAN, Mike. The Forbes Fab 40: The World's Most Valuable Sports Brands 2013. Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/mikeozanian/2013/10/11/the-forbes-fab-40-the-worlds-most-valuable-sports-brands-2013-2/>. Acesso em: 24/09/2014.

PAGETABLE. How many Commodore 64 computers were really sold? Disponível em: <http://www.pagetable.com/?p=547>. Acesso em: 29/10/2014.

PC GAMER. Microtransactions: the good, the bad and the ugly. Disponível em: <http://www.pcgamer.com/microtransactions-the-good-the-bad-and-the-ugly/>. Acesso em: 28/10/2014.

PLUNKETT, John. Felix Baumgartner jump: record 8m watch live on YouTube. Disponível em: <http://www.theguardian.com/media/2012/oct/15/felix-baumgartner-skydive-youtube>. Acesso em: 05/10/2014.

PITCHER, Jenna. World of Warcraft Subscribers Hit 7.4 Million Ahead of Expansion. Disponível em: <http://www.ign.com/articles/2014/10/15/world-of-warcraft-subscribers-hit-74-million-ahead-of-expansion>. Acesso em: 02/11/2014.

PRESCOTT, Shaun. Two Asians teams denied US visas for Dota 2 International championships. Disponível em: <http://www.pcgamer.com/two-asian-teams-denied-us-visas-for-dota-2-international-tournament/>. Acesso em: 27/10/2014.

QUAKECON. About QuakeCon. Disponível em: <http://web.archive.org/web/20000816025343/www.quakecon.org/about.html>. Acesso em: 02/11/2014.

QUAKECON. Dates and Daily Schedule. Disponível em: <http://web.archive.org/web/19991122015831/http://www.quakecon.org/schedule.html>. Acesso em: 02/11/2014.

RAMSEY, David. The perfect man: How Billy Mitchell became a video-game superstar and achieved Pac-Man bliss. Disponível em: <http://web.archive.org/web/20080229043301/http://www.oxfordamericanmag.com/content.cfm?ArticleID=58&Entry=Home>. Acesso em: 02/11/2014.

REXPEITA. Crew. Disponível em: <http://www.rexpeita.com.br/crew>. Acesso em: 30/09/2014.

RICHTER, Felix. Sony Trumps Nintendo in Shrinking Console Market. Disponível em: <http://www.statista.com/chart/2345/video-game-console-sales/>. Acesso em: 29/10/2014.

ROBERTSON, Adi. US visa bureau says 'League of Legends' is a professional sport. Disponível em: <http://www.theverge.com/2013/7/13/4520188/us-citizenship-immigrations-to-give-league-of-legends-players-sports-visas>. Acesso em: 24/09/2014.

RONCOLATO, Murilo. Campeonato de 'Dota 2' atrai 20 milhões na internet. Disponível em: <http://blogs.estadao.com.br/que-mario/campeonato-de-dota-2-atrai-20-milhoes-na-internet/>. Acesso em: 12/10/2014.

ROWE, Sam. 20 Years of Doom: the game that put a gun in your hand. Disponível em: <http://www.telegraph.co.uk/men/the-filter/10499993/20-years-of-Doom-the-game-that-put-a-gun-in-your-hand.html>. Acesso em: 02/11/2014.

RUBIN, Peter. The Inside Story of Oculus Rift and How Virtual Reality Became Reality. Disponível em: <http://www.wired.com/2014/05/oculus-rift-4/>. Acesso em: 05/11/2014.

RUSSEL, Kate. Bedroom gamers turn professional. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/news/10218791>. Acesso em: 30/09/2014.

RYAN, Michael E. Multiplayer Gaming: Two or More is War. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=sjA_WJ82CSsC&pg=RA1-PA339&lpg=RA1-PA339&dq=doom+dwango&source=bl&ots=ehUvNv_UNI&sig=yoJ1PT2Ovq0Pa2L1o4Xw3Mi3JqY&hl=pt-BR&sa=X&ei=uUhgVKgaiKODBImuhNAO&redir_esc=y#v=onepage&q=doom%20dwango&f=false. Acesso em: 02/11/2014.

SARKAR, Samit. StarCraft 2: Heart of the Swarm launching in 'first half 2013'. Disponível em: <http://www.polygon.com/2012/11/7/3615054/starcraft-2-heart-of-the-swarm-release-window-2013>. Acesso em: 28/10/2014.

SAVAGE, Phil. League of Legends' fiercest pro purge yet: two players issued with lifetime bans. Disponível em: <http://www.pcgamer.com/league-of-legends-fiercest-pro-purge-yet-two-players-issued-with-lifetime-bans/>. Acesso em: 26/10/2014.

SAVOV, Vlad. Inside the life of a pro gamer. Disponível em: <http://www.theverge.com/2014/7/21/5919973/inside-the-life-of-a-pro-gamer>. Acesso em: 21/10/2014.

SCHOLARSHIP STATS. Average Athletic Scholarship per Student Athlete. Disponível em: <http://www.scholarshipstats.com/average-per-athlete.html>. Acesso em: 03/11/2014.

SERRELS, Mark. Women Now Allowed To Compete in IeSF eSports Competitions. Disponível em: <http://www.kotaku.com.au/2014/07/iesf-now-allowing-women-to-compete-in-its-esports-competition/>. Acesso em: 30/10/2014.

SMART, Barry. The Sport Star: Modern Sport and the Cultural Economy of Sporting Celebrity. SAGE. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=oLfQfW3lMeAC&oi=fnd&pg=PP2&dq=advertising+sports+star&ots=USL3h2Ykg0&sig=B7IcKk6eoC6w5X5IHX4mk4-wqWM#v=onepage&q=advertising&f=false>. Acesso em: 30/09/2014.

SILLIS, Ben. The making of Smite: We speak to the team at Hi-Rez to find out how they found a third way with their own MOBA. Disponível em: <http://www.redbull.com/en/esports/stories/1331661554567/smite-interview-the-making-of-a-new-moba>. Acesso em: 28/10/2014.

SPORTS ACCORD. Definition of Sport. Disponível em: <http://www.sportaccord.com/en/members/definition-of-sport/>. Acesso em: 01/11/2014.

ST, Andreas. RedBull eSports to form a new squad around Demon. Disponível em: <http://www.gosugamers.net/dota2/news/27408-redbull-esports-to-form-a-new-squad-around-demon>. Acesso em: 09/10/2014.

STEELSERIES. SteelSeries Announce Sponsorship of Team NoA. Disponível em: <http://steelseries.com/blog/press/steelseries-announce-sponsorship-of-team-noa>. Acesso em: 09/11/2014.

STERN, Eyal. Origin Interview: iNcontrol. Disponível em: <http://www.gosugamers.net/lol/news/20264-origin-interview-incontrol>. Acesso em: 21/10/2014.

STOUT, Kristie L. StarCraft II shakes up S. Korea's 'national sport'. Disponível em: <http://edition.cnn.com/2010/TECH/gaming.gadgets/07/27/south.korea.starcraft/>. Acesso em: 28/10/2014.

SUTTER, John D. Norway mass-shooting trial reopens debate on violent video games. Disponível em: <http://edition.cnn.com/2012/04/19/tech/gaming-gadgets/games-violence-norway-react/>. Acesso em 03/11/2014.

SUTTER, John D. Wired for Success or Destruction? Disponível em: <http://edition.cnn.com/interactive/2012/08/tech/gaming.series/korea.html>. Acesso em: 21/10/2014.

TAN, Ben. “Streamer salaries are ten times higher than pro players.” – Lanm talks about Esports. Disponível em: <http://www.gosugamers.net/dota2/news/28949-streamer-salaries-are-ten-times-higher-than-pro-players-lanm-talks-about-esports>. Acesso em: 30/09/2014.

TAN, Mervyn. The Dota 2 ACE Alliance: Corruption and Corporatism. Disponível em: <http://www.gosugamers.net/dota2/features/3964-the-dota-2-ace-alliance-corruption-and-corporatism>. Acesso em: 28/10/2014.

TASSI, Paul. ESPN Boss Declares eSports ‘Not A Sport’. Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/insertcoin/2014/09/07/espn-boss-declares-esports-not-a-sport/>. Acesso em: 03/11/2014.

TASSI, Paul. 40.000 Korean Fans Watch SSW Win 2014 ‘League of Legends’ World Championship. Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/insertcoin/2014/10/19/40000-live-korean-fans-watch-ssw-win-2014-league-of-legends-world-championship/>. Acesso em: 16/10/2014.

TASSI, Paul. Riot’s ‘League of Legends’ Reveals Astonishing 27 Million Daily Players, 67 Million Monthly. Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/insertcoin/2014/01/27/riots-league-of-legends-reveals-astonishing-27-million-daily-players-67-million-monthly>. Acesso em: 28/10/2014.

TASSI, Paul. Starcraft’s “Destiny” Talks eSports and Gaming for a Living. Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/insertcoin/2011/04/19/starcrafts-destiny-talks-esports-and-gaming-for-a-living/2/>. Acesso em: 09/10/2014.

TEAM CURSE. Team Curse Sponsors. Disponível em: <http://www.teamcurse.net/sponsors/team-curse>. Acesso em: 09/10/2014.

TEAM LIQUID. Match Fixing Players Banned by KeSPA. Disponível em: <http://www.teamliquid.net/forum/news-archive/129893-match-fixing-players-all-banned-by->. Acesso em: 25/10/2014.

TEAMPLAY. KaBuM! apresenta seu novo centro de treinamento. Disponível em: <http://www.teamplay.com.br/noticias/multi/11915-kabum-apresenta-seu-centro-de-treinamento>. Acesso em: 24/09/2014.

TEPPER, Rachel. David Beckham Launches Own Whiskey, Called Haig Club. Disponível em: <https://www.yahoo.com/food/david-beckham-launches-own-whiskey-called-haig-club-99334590451.html>. Acesso em: 30/09/2014.

THE TELEGRAPH. The 10 richest sporting events in the world. Disponível em: <http://www.telegraph.co.uk/sport/10726299/The-10-richest-sporting-events-in-the-world.html?frame=2865506>. Acesso em: 16/10/2014.

THOMPSON, Mark. Bayern: The world's most valuable team. Disponível em: <http://money.cnn.com/2013/05/29/news/bayern-munich-brand-value/>. Acesso em: 24/09/2014.

TOTILO, Stephen. Playa Rater: The 10 Most Influential Video Gamers of All Time. Disponível em: <http://www.mtv.com/news/1534641/playa-rater-the-10-most-influential-video-gamers-of-all-time/>. Acesso em: 02/11/2014.

TT ESPORTS. Tt eSPORTS adds Manilla Aguilas. Disponível em: <http://www.ttesports.com/newsdetail.aspx?s=9080>. Acesso em: 09/10/2014.

TWITCH. 2013 Retrospective. Disponível em: https://www.scribd.com/fullscreen/199895598?access_key=key-2o2b5i8fu772ou70swu5&allow_share=true&escape=false&view_mode=scroll. Acesso em: 05/10/2014.

TYLER, Sue. Adolescent Crisis: Sport Participation for the Female. Disponível em: <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED086687.pdf#page=32>. Acesso em: 03/11/2014.

UNITED NATIONS GENERAL ASSEMBLY. Resolution adopted by the General Assembly on 23 August 2013. Disponível em: http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/67/296. Acesso em: 03/11/2014.

VALLETTE, Dimitri. Why the Fiasco of Seattle May only be the Beginning. Disponível em: http://2p.com/1473855_1/Why-the-fiasco-of-Seattle-may-only-be-the-beginning.htm. Acesso em: 29/10/2014.

VANDERWERFF, Todd. #GamerGate: Here's why everybody in the video game world is fighting. Disponível em: <http://www.vox.com/2014/9/6/6111065/gamergate-explained-everybody-fighting>. Acesso em: 29/10/2014.

VINCENT, James. The International: The biggest tournament in gaming history just handed out \$10m in prizes. Disponível em: <http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/gaming/the-international-the-biggest-tournament-in-gaming-history-just-handed-out-10m-in-prizes-9620856.html?origin=internalSearch>. Acesso em: 09/10/2014.

VOLKMAN, Elliot. Blizzard Bans Over 5.000 'StarCraft 2' Accounts. Disponível em: <http://gamerant.com/blizzard-bans-5000-starcraft-2-accounts-ev-43991/>. Acesso em: 27/10/2014.

WAGNER, Michael G. On the Scientific Relevance of eSports. Disponível em: <http://ww1.ucmss.com/books/LFS/CSREA2006/ICM4205.pdf>. Acesso em: 05/11/2014.

WALLACE, Bruce. Gamer is royalty in South Korea. Disponível em: <http://articles.latimes.com/2007/mar/21/world/fg-gamers21>. Acesso em: 09/10/2014.

WARR, Philippa. Tobiwan talks Dota 2, TI4 and casting rivals. Disponível em: <http://www.redbull.com/en/esports/stories/1331649850066/tobiwan-talks-dota-2-ti4-and-casting-rivals>. Acesso em: 09/11/2014.

WASH, Austin. Na'vi US refuses to play on SA server vs brazilian team. Disponível em: http://www.reddit.com/r/DotA2/comments/2g591b/navius_refuses_to_play_on_sa_server_vs_brazilian/. Acesso em: 16/10/2014.

WHANNEL, Gary. *Fields in Vision: Television Sport and Cultural Transformation*. Psychology Press. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=NveObyJbMnUC&oi=fnd&pg=PR8&dq=television+sport&ots=z3UMmAtXUn&sig=fs7bw3DYau1oZVtZBYFTkIpDjN0#v=onepage&q=television%20sport&f=false>. Acesso em: 05/10/2014.

WIE, Dan V. Top 26 Former NFL Players Turned Coaches. Disponível em: <http://bleacherreport.com/articles/869309-top-26-former-nfl-players-turned-coaches/page/2>. Acesso em: 01/10/2014.

WINGFIELD, Nick. Feminist Critics of Video Games Facing Threats in ‘GamerGate’ Campaign. Disponível em: <http://www.nytimes.com/interactive/2014/10/15/technology/women-in-video-game-industry.html>. Acesso em: 02/11/2014.

WINGFIELD, Nick. Virtual Games Draw Real Crowds and Big Money. Disponível em: <http://www.nytimes.com/images/2014/08/31/nytfrofrontpage/scan.pdf>. Acesso em: 12/10/2014.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. Health and Development Through Physical Activity and Sport. Disponível em: http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/67796/1/WHO_NMH_NPH_PAH_03.2.pdf. Acesso em: 03/11/2014.

WOODSON, Dyuce. Top pro video gamer to appear at August Startup Grind event. Disponível em: <http://www.jrn.com/ktnv/positively-lv/business/Top-pro-video-gamer-to-appear-at-August-Startup-Grind-event-270975341.html>. Acesso em: 30/09/2014.

WYSHYNSKI, Greg. How much bonus money did LA Kings get for Stanley Cup win? Disponível em: <http://sports.yahoo.com/blogs/puck-daddy/how-much-bonus-money-did-la-kings-get-for-stanley-cup-win-154149069.html>. Acesso em: 16/10/2014.

YAHOO NEWS. Imagine Dragons teams with ‘League of Legends’ for \$2.3m tournament. Disponível em: <https://sg.news.yahoo.com/imagine-dragons-teams-league-legends-2-3m-tournament-155517736.html>. Acesso em: 16/10/2014.