



A INTERNACIONALIZAÇÃO DOS CAMPEONATOS DE E-SPORTS E OS IMPACTOS NAS ECONOMIAS QUE INVESTEM NO SETOR

Carlos Augusto Godeiro Candal¹
gutocandal@yahoo.com.br

Ana Carolina de Oliveira Assis²
anaa.caroliina@hotmail.com

RESUMO

Este artigo tem como objetivo fazer uma análise bibliográfica dos *E-sports* como um fenômeno das relações internacionais contemporâneas e como eles podem ser objeto de interesses econômicos dos Estados que veem no segmento de *E-sports* um mercado para obter vantagens e ganhos financeiros. Os *E-sports* começaram em 1980 com várias competições de jogos em locais dos Estados Unidos, o que ocasionou no surgimento de um novo tipo de Esporte, o Esporte Eletrônico, também chamado de “*E-Sport*”. Justifica-se este artigo devido ao interessante crescente da sociedade no tema, como também no estudo do *E-Sport* como novo segmento de mercado. A abordagem da Nova Economia será utilizada como suporte teórico, uma vez que ela serve para explicar como as novas tecnologias podem beneficiar as economias dos Estados que investem nesse segmento de mercado da internet. A metodologia utilizada é qualitativa e utiliza-se da revisão bibliográfica e apoio em dados quantitativos. Por fim, conclui-se que para além de incentivar a criação de novas empresas e seus lucros, o mercado de *E-Sport* também influencia a economia de países como a China e a Coreia do Sul.

Palavras-Chaves: Mercado; Nova economia; Tecnologia; Competição; E-sports.

ABSTRACT

This article aims to make a bibliographical analysis of *E-sports* as a phenomenon of contemporary international relations and how they can be object of economic interests of the states that see in the segment of *E-sports* a market to obtain advantages and financial gains. The *E-sports* began in 1980 with several games competitions in places at the United States, which resulted in the emergence of a new type of Sport, Electronic Sport, also called "E-Sport". This article is justified because of the growing interest of the society in this theme, as well as in the study of *E-Sport* as a new market segment. The New Economy approach will be use as a theoretical support; since it serves to explain how new technologies can benefit the economies of states investing in this Internet market segment. The methodology used is qualitative and uses bibliographic review and support in quantitative data. Finally, it is concluded that in addition to

¹ Graduado em Relações Internacionais no Centro Universitário Estácio do Recife.

² Doutoranda em Ciência Política pela Universidade Federal de Pernambuco. Mestre em Ciência Política pela Universidade Federal de Pernambuco e Graduada em Relações Internacionais pela Universidade Federal da Paraíba.



encouraging the creation of new companies and their profits, the *E-Sport* market also influences the economies of countries such as China and South Korea.

Key-Words: Market; New economy; Technology; Competition; E-sports.

INTRODUÇÃO

A Nova Economia é uma abordagem recente que busca explicar o novo mercado e as novas configurações de poder que surgiram decorrente das novas tecnologias, como as tecnologias de informação e comunicação. As novas tecnologias tornaram o bem-estar humano alto a níveis sem precedentes, utilizando de um conceito de economia e sociedade diferente da tradicional, os fenômenos como “terra, capital e trabalho” foram alterados devido a todo aparato online, mesmo que a lei de escassez não tenha mudado. Os seres humanos estão sempre querendo ganhar seja comprando o que querem ou vendendo para gerarem lucros, e através das novas tecnologias foi possível ter acesso a mais bens de consumo e de capital. Por não ter tanta dependência de recursos naturais, como a terra em si e se concentrarem no universo virtual, esses produtos levaram a uma tendência que cada vez mais enfraquece a noção de mercado como um lugar físico. No meio virtual, estão às forças de oferta e demanda, produtor e consumidor, fornecedores e investidores.

E com a Internet, os *E-sports* se popularizaram com o advento do recurso da possibilidade de jogar online com várias pessoas ao mesmo tempo em um ambiente completamente virtual. Como não há necessidade de preparo físico intenso como nos esportes mais comuns, algumas pessoas ainda não reconhecem como um esporte de fato, porém, apenas como um “campeonato de joguinhos”. Essa falta de preparo físico é compensada no alto preparo psicológico e mental, dos jogadores de *E-sports*, que passam horas treinando, uma vez que, as mecânicas dos personagens ou do cenário dentro do jogo mudam. Mesmo já existindo esportes como o xadrez e damas que dependem mais da sua capacidade mental em relação à física, e possuem campeonatos no mundo todo, o cidadão comum ainda associa esporte ao esforço físico aplicado durante uma competição. Porém diferente do xadrez ou damas que necessita uma presença física para jogar, devido ao avanço da internet, a possibilidade de várias pessoas do mundo participarem juntas mesmo distantes fisicamente, trouxe para o *E-sports*, uma facilidade maior de terem mais jogadores em todos os tipos de jogos. Isso traz uma mudança significativa para a forma como os Esportes que não dependem de capacidade física são vistos pelos cidadãos.

1. A NOVA ECONOMIA

O novo modelo de geração de riqueza é caracterizado por mudanças mais expressivas a partir da revolução tecnológica e da centralização das sociedades contemporâneas. A denominação “nova economia” se relaciona também as mudanças decorrentes dos processos das tecnologias de informação e da globalização (HARTLEY, 2002, p. 162).



A nova economia é um elemento que se sustenta nos bens intangíveis, mas que superam as ideias tradicionais de riqueza introduzindo novos modelos de serviços (KELLY, 1999, p. 11).

[...]...a nova economia lida com entidades impalpáveis como a informação, relacionamentos, copyright, entretenimento, títulos e derivativos. [...] O etéreo mundo dos computadores, do entretenimento e das telecomunicações é hoje um setor maior que qualquer dos velhos gigantes de antigamente, tais como a construção civil, os produtos alimentícios ou a indústria automobilística (KELLY, 1999, p. 11).

Observa-se que o elemento central das atividades da tecnologia e da mídia, a comunicação, não é um setor da economia. A comunicação é a economia (KELLY 1999, p. 13).

Os transmissores de produtividade e competitividade que guiam a economia tradicional, agora dependem da capacidade de aplicação da informação e conhecimento pelas organizações, também de sua capacidade de processamento. A administração do capital intelectual das empresas passa a compor a pauta das estratégias comerciais. A ideia de propriedade varia, pois, o produto não está de forma tangível e a atribuição de valor atende a outros parâmetros de negociação (CASTELLS 1999, p.87).

A velha economia tratava os valores como parâmetros absolutos, interagindo terra, trabalho e capital. Essa interação levou os economistas políticos a pensarem em um modelo primário (agrícola), secundário (industrial) e terciário (serviços). A nova economia privilegia as dinâmicas de “agregação de valor”, que seria o montante de conhecimento integrado a um certo produto ou processo. O setor “quaternário”, que utiliza da robótica, química fina, software de rede, gira em torno do conhecimento como a “primeira pele” da nova economia (TROYJO, 2008, p. 44 - 45).

No passado o conhecimento especializava o trabalhador e sofisticava o capital, pois o capital determinava o conhecimento, mas contemporaneamente o especialista é substituído pelo trabalhador que entende de vários saberes. No decorrer do século XXI o conhecimento modificou o perfil do trabalhador e da produtividade, pois as máquinas substituem o trabalho humano de forma mais eficiente. Assim, os empregos que se desenvolveram mais para humanos são os que envolvem capital intelectual, domínio da tecnologia e investimento em especialização e educação (TROYJO, 2008, p. 45 - 46).

No comércio internacional ainda se fala da ideia de “conquista de mercados”, uma vez que, esteve sempre vinculada a noções geográficas. Essas noções não desapareceram nos “anos da nova economia”, e ainda existirão durante muito tempo. Porém como a nova economia trata-se de “virtualidade” a tendência é que cada vez mais se enfraqueça a noção de mercado como um “lugar” físico. Na nova economia o mercado é menos um “lugar” e mais um “momento”, que se encontram as forças de oferta e demanda, produtor e consumidor, fornecedor e investidor. Por isso, o crescimento do comércio eletrônico, que molda a “área virtual de livre comércio” que por enquanto se concentra na Internet, pode alterar os parâmetros comuns de mercado, cuja delimitação é baseada em regiões, como a União Europeia, Mercosul, Nafta e Asean (TROYJO, 2008, p. 47).

Se a nova economia é a economia das redes, então o comércio eletrônico global vê na internet sua conexão entre consumidores e produtores (CASTELLS, 2003, p. 65).



Como era de se esperar, a nova realidade do mercado mundial e a aceleração das inovações na denominada Sociedade da Informação pegaram de surpresa o mundo das teorias da comunicação. [...] O certo é que a maioria das teorias pertencentes à tradição da pesquisa em comunicação encontra-se defasada para oferecer respostas conceituais frente à emergência dos novos meios [...] (VILCHES, 2003, p.182).

Apesar de materiais desenvolvidos como computadores, fibra ótica e satélites, criados para viabilizar a comunicação em nível mundial, a mudança reside exatamente na superação das partes físicas e desfazer dos produtos ou das relações comerciais, fatores favorecidos, pelas tecnologias de informação (CASTELLS, 1999, p.87). As tecnologias da informação se desenvolverão longe das grandes empresas, porém da riqueza dessas novas empresas de tecnologia de informação irão surgir grandes conjuntos de empresas de informática (LULL, 2000, p. 213).

A concorrência não é mais localizada em um ponto físico, muda-se para o mercado global, porém, a concorrência não ocorre apenas entre empresas do mesmo segmento. O cruzamento de competitividade ultrapassa fronteiras e produtos, pois pode integrar em uma mesma disputa, empresas de entretenimento, esportes e cultura (CASTELLS, 1999, p.87).

Em sistemas econômicos nos quais existe o prevalecimento do setor agrário e manufaturas tradicionais, o lugar físico tem sua importância pela dimensão e pela escala dessas atividades. O capitalismo levou um grande crescimento das cidades, passando a não serem apenas centros de troca e venda, mas também lugar para uma grande quantidade de fábricas. Com a expansão do setor de serviços as cidades estão perdendo espaço fabril e retornando ao estágio inicial de centro de comércio, entretenimento e de praças financeiras (TROYJO, 2008, p. 48 - 49).

A “história da nova economia” tem duas fases: primeiro, a computacional, que vai dos computadores até o desenvolvimento de chips e a popularização dos Computadores Pessoais também chamados de PC. A desestruturação espacial, é entendida através da independência em relação a centros urbanos tradicionais e seu aspecto de *Mall (Shopping center)*. A desestruturação tirou ênfase das grandes cidades e se torna a finalidade de uma sociedade em que, por causa das tecnologias da informação prevalecem o “trabalho em casa” ou “empresa do outro lado da rua”. Porém isso parece mudar com a chegada da fase informacional que é quando a internet deixou de ser apenas uma novidade de comunicação e passou a ser um negócio reinventando o papel das grandes cidades (TROYJO, 2008, p. 49).

A nova economia também pode ser referida por uma destruição nos modelos tradicionais de produção e riqueza ou até na ordem econômica. A exemplo do marketing digital, o comércio eletrônico (BURNETT e MARSHALL, 2003, p.105).

As empresas transnacionais são dependentes do processamento automático de informações. Essas informações não são delimitadas apenas pelas mensagens entre funcionários de filiais distantes ou boletins enviados por e-mail ou videoconferência pelos superiores das empresas. Referem-se, portanto, a um processo em que serviços e produtos são ofertados para aperfeiçoar resultados e rotinas, em que o fluxo de informação exige respostas imediatas. Observamos, então, uma mudança nas culturas organizacionais e no modo de produção, passagem da burocracia vertical para a hierarquia horizontal, adaptação e antecipação (CASTELLS, 1999, p. 185).



A nova economia se diferencia da tradicional que se baseava em “terra, capital e trabalho”. A lei da escassez não mudou, mas as novas tecnologias melhoram o bem-estar humano. “Diferente da economia tradicional que o valor era absoluto, na nova economia o valor é o agregado, dando valor a algum produto através do conhecimento aplicado, antes o trabalho fazia com que o trabalhador se especializasse e sofisticasse seu trabalho, com a nova economia o trabalhador deve ter vários ‘saberes’ e se a nova economia tem o conhecimento como seu propulsor, então as universidades são o maior foco da nova economia” (TROYJO, 2008, p. 49).

2. A ASCENÇÃO DOS E-SPORTS

Os jogos eletrônicos existem desde os fliperamas e as competições ocorrem também desde essa época com os melhores de cada máquina que eram registrados além dos vários outros jogadores que se encontravam para competir e ver quem fazia a maior pontuação. A empresa Atari que já observava isso pensou em criar um campeonato com seu jogo *Spaceinvaders* em 1980, totalizando dez mil competidores por todo os Estados Unidos, e foi nesse momento que as competições de *E-sports* começaram a aparecer de uma forma mais organizada (BOUTIE GAMING, 2018).

Dez anos depois do campeonato da Atari, a Nintendo que é outra empresa grande até os dias de hoje, criou o *World Championship*, que foi um campeonato que aconteceu em quase todos os estados dos Estados Unidos, tendo sua final nos estúdios da Universal Hollywood. Após esse campeonato a Nintendo organizou outro campeonato em 1994, o chamado *Nintendo Power Fest 94*. No final de 1993 um jogo estava sendo uma “febre” mundial, em *First Person Shooter* (FPS), traduzido como atirador em primeira pessoa, foi o jogo chamado *Doom*, que para a época, era uma inovação, pois permitia que pessoas do mundo todo se conectassem pelo sistema modem-a-modem. Porém, tinha sua limitação da tecnologia da época, já que o jogador tinha que conhecer os dados do protocolo de internet de quem iria jogar contra, uma vez que nesse momento apenas existia o sistema de jogo local. Isso foi melhorando no *Doom II* em 1994, quando as pessoas que não se conheciam podiam jogar umas contra as outras graças ao sistema *Matchmaking* (BOUTIE GAMING, 2018).

Na *Electronic Entertainment Expo* (E3), na cidade de Los Angeles, Califórnia, a empresa multinacional Microsoft que produz diversos produtos ligados à internet e tecnologias em geral patrocinou o primeiro torneio oficial de esportes eletrônicos do mundo, o *Red Annihilation Quake Tournament*, com o prêmio do primeiro lugar do torneio uma Ferrari 328 GTS Cabriolet. Após isso, foi criada a Liga Profissional de Cyber Atleta, que organizou o evento *THE FRAG*, com premiações de produtos com valores na média de 4 mil dólares, e após o sucesso da primeira edição, lançaram o *THE FRAG 2*, por sua vez, com o prêmio de 15 mil dólares (HOTSPAWN, 2018).

Com crescimento da popularidade do *E-sports* em 2002 foi criado nos Estados Unidos e Canadá a *Major League Gaming*, que organiza eventos de *E-sports* de vários jogos. Em 2008 a Coreia do Sul juntamente com a Dinamarca, Alemanha, Áustria, Bélgica, Holanda, Suíça, Vietnã e Taiwan criaram a Federação Internacional de *E-Sports*. A *International E-sports Federation* faz constantes esforços para promover os *E-sports* como um verdadeiro esporte acima de qualquer barreira de idioma, de raça ou cultura. Essa federação foi estabelecida por nove associações internacionais de *E-sports*



da Europa até a Ásia, para que se criasse um espaço para as comunidades de *E-sports* em todo o mundo. O foco da *IeSF* é fazer os *E-sports* serem reconhecidos veementemente como qualquer outro esporte e fazer com que os jogadores de *E-sports* tenham uma participação em campeonatos de esportes tradicionais. Para que isso seja feito a *IeSF* está trabalhando para criar padrões nos *E-sports*, com o objetivo de unir toda comunidade de *E-sports* sobre uma única jurisdição semelhante ao que acontece com o Futebol que está sobre a jurisdição da FIFA (LOL GAMEPEDIA, 2019).

Tragicamente em março de 2009, momento que mancha o setor de jogos eletrônicos em geral, um jovem de 17 anos na cidade de Winnenden na Alemanha entrou armado disparando contra professores e alunos de uma escola, totalizando 16 fatalidades, antes de ser atingido pelos policiais. Por ele ser um jogador de *Counter Strike*, debates políticos foram levantados levando em consideração o banimento desse estilo de jogo considerado violento, o que causou o cancelamento de dois eventos de *E-sports* na Alemanha no mesmo ano, além de uma forte discussão sobre os efeitos dos jogos eletrônicos no mundo (NEW YORK TIMES, 2009).

Anos depois o jogo *Starcraft* e sua séria: *Starcraft: Brood War* e *Starcraft2: Wings of Liberty* fizeram muito sucesso. Esse jogo exige pensamento estratégico e execução a partir de reflexões rápidas e memória muscular. Devido à boa aceitação do jogo foi criado o *Global Starcraft2 League* (GSL) na Coreia do Sul, reconhecida como a mais prestigiada competição de *StarCraft 2*, e com força na arena RTS, atingindo 50 milhões de pessoas assistindo e transmitindo para 17,5 milhões só na Twitch.tv.

Em 2016 os prêmios de *E-sports* totais em dinheiro acumulado foram de 110,6 milhões de dólares de um total de 3765 torneios de acordo com o site *esportearnings.com* (BOUTIE GAMING, 2018). O maior prêmio de um torneio sozinho foi de 24,6 milhões de dólares no *The International 2017* (HOTSPAWN, 2018). O crescimento do mercado de *E-sports* prevê que em 2020 existam 1,5 milhões de pessoas nesse segmento e aparenta não ter sinais de redução desses números em nenhum momento próximo, assim como as pessoas vão para Estádios assistirem vários atletas competindo em alto nível, os *E-sports* têm desenvolvido o mesmo tipo de demanda em termos de participação e espectadores ao longo dos anos.

Anos depois é consolidada a superioridade do modo de jogo *MULTIPLAYER ONLINE BATTLE ARENA* (MOBA), com o surgimento do *League Of Legends* na competição *Intel Extreme Masters*. O primeiro torneio internacional que abrangia o jogo *Defense of The Ancient II*, ou *Internacional I*, da empresa Valve, teve como prêmio para o melhor time o valor de um milhão de dólares, e a premiação total do evento foi de 16 milhões de dólares. O FPS para não ficar para trás realizou o *Call Of Duty XP*, com a premiação de um milhão de dólares, a maior dentre os jogos de tiro em primeira pessoa.

3. A EXPLOSÃO DOS E-SPORTS

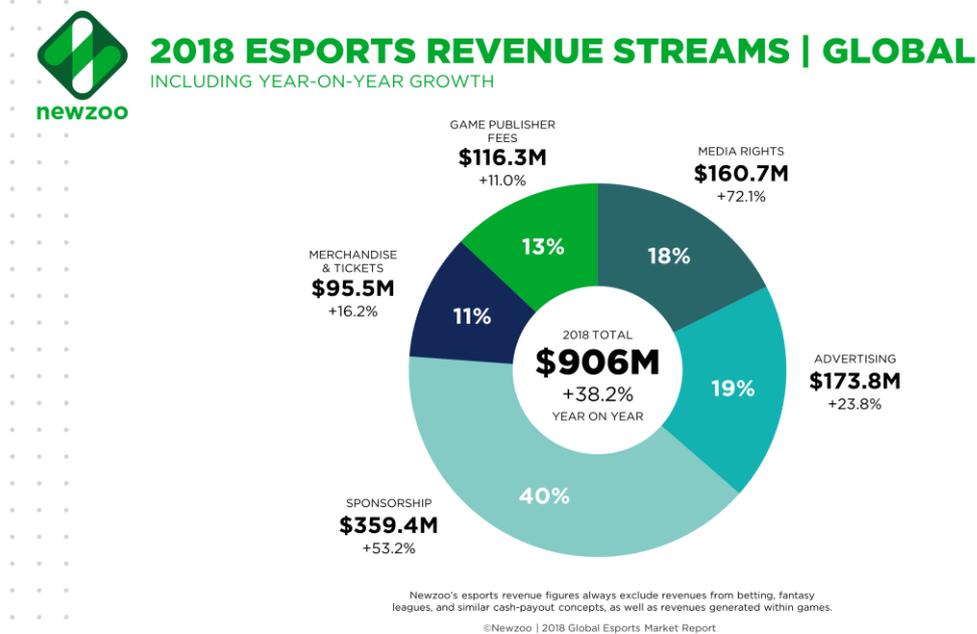
Os *E-sports* chamaram a atenção de muitos canais de mídias. Assim, aumentaram as publicações de notícias de campeonatos de vários jogos. Além disso, canais de televisão, que antes passavam apenas campeonatos de esportes mais tradicionais como Futebol, Voleibol e Basquetebol, também passaram a dar espaço para essa modalidade. Foram criados também jornais que são específicos em esportes eletrônicos, no qual eles enviam repórteres para entrevistas coletivas com os jogadores



de algum time, fazendo análise dos jogos e entrevistas diretas com algum membro das equipes. Os *E-sports* como seguimento de mercado vem apresentando um aumento no numero de investidores. Devido a isso várias empresas multinacionais começaram a querer patrocinar eventos ou até mesmo criarem times. Em 2015 foram pagos mais de 62 milhões de dólares aos jogadores profissionais, representando 21% do mercado digital e está perto de movimentar um bilhão de dólares no mundo, o que se estima um aumento também no lucro de até 2,4 bilhões de dólares.

Acredito que é pelo mesmo motivo que os EUA são bons no baseball e o Brasil e a Europa são bons no futebol. É porque crescemos jogando videogames e temos contato com jogos desde pequenos. “Além disso, jogamos com intensidade e somos muito competitivos”, afirmou o jogador sul-coreano de *League of Legends*, ‘Bang’ (MSI, 2017).

Gráfico 1- Receita de “streams” de e-sports a nível global em 2018



Fonte: Newzoo, 2018.

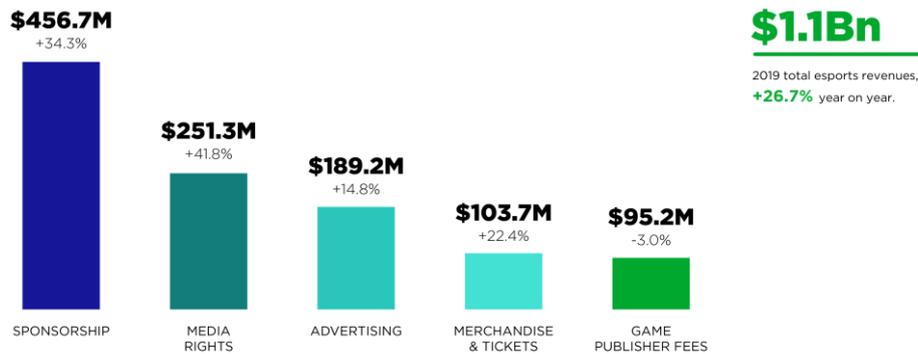


Gráfico 2 - Receita de “streams” de e-sports a nível global em 2019



2019 ESPORTS REVENUE STREAMS | GLOBAL

INCLUDING YEAR-ON-YEAR GROWTH



Newzoo's esports revenue figures always exclude revenues from betting, fantasy leagues, and similar cash-payout concepts, as well as revenues generated within games.
©Newzoo | 2019 Global Esports Market Report

Fonte: Newzoo, 2019.

3.1 INVESTIMENTOS PRIVADOS NOS E-SPORTS

Para a *NewZoo*, consultoria na área de jogos eletrônicos, a estimativa para 2018 era de uma movimentação de 905,6 milhões de dólares, um aumento de 38% em relação ao ano anterior, com um montante de 19% para publicidade e 40% de patrocínio, o que atrai ainda mais profissionais de marketing e publicidade. Dentre as marcas que investem tem-se a *Coca-Cola*, *Netshoes*, *McDonalds*, *Red Bull* e *BMW*, as quais investem em times que competem em torneio regional ou mundial. Empresas também como a *Gillette*, *Trident*, *Sky*, Banco do Brasil, Vivo e Havan estão investindo nos *E-sports* e as duas últimas citadas, respectivamente, tem até seu próprio time “Vivo Keyd” e “Havan Liberty” que competem nos torneios profissionais (CORREIO BRAZILIENSE, 2015). Existem jogadores profissionais que algumas vezes não só jogam em seus times, mas também se tornam empreendedores, o que é o caso de Tyler “Ninja” Blevins, o jovem que tem 3,5 milhões de seguidores no *Twitter*, 19 milhões de assinantes no seu canal do *Youtube* e 11 milhões no *Twitch.TV*. Ele também tem patrocínios da *Samsung*, *Red Bull* e *Uber Eats*. Gabriel “FalleN” Toledo, jogador profissional de *Counter Strike: Global Offensive* (CS:GO), que, além de acumular mais de 781 milhões de dólares em premiações de patrocínio e do seu canal no *Youtube* em 2011, criou a *Games Academy*, uma escola para treinar quem quiser se tornar profissional de *Counter Strike: Global Offensive*, passando seu conhecimento para os mais novos no cenário e lucrando com isso (CORREIO BRAZILIENSE, 2015).

Além disso, foi criada a *Brasil Game Show*, que é a terceira maior feira de games do mundo e é capaz de juntar mais de 300 mil pessoas durante todos os quatro dias de evento (TORCEDORES, 2019). Podemos observar também o crescimento do



interesse no setor de jogos eletrônicos através dos números da *Brasil Game Cup* (BGC), que teve sua primeira edição em 2014, reuniu oito times, alguns internacionais, e contou com aproximadamente 800 mil pessoas assistindo às competições via internet, além do público presente na feira, de mais de 250 mil pessoas. Marcelo Tavares, CEO da Brasil Game Show (BGS), maior feira de jogos eletrônicos da América Latina, acredita que o sucesso do segmento de *E-sports* em países como China e EUA pode chegar ao Brasil (CORREIO BRAZILIENSE, 2015).

“Hoje em dia, o que predomina são os games para PC. Acredito que se tornarão mais populares os para mobile, um importante mercado em nosso país. A partir do momento em que as competições de *E-sports* envolverem um número maior de plataformas e diferentes gêneros, a tendência é, sim, de que o segmento obtenha muito mais espaço do que tem atualmente.” (CORREIO BRAZILIENSE, 2015)

Nesse ano um dos principais eventos de *E-sports* do mundo, a *DreamHack*, o qual detém o título de maior *lan-party* pelo *Guinness Book*, o livro dos records, começou a olhar para o nosso cenário brasileiro e decidiu investir na *DreamHack Rio*, no Parque Olímpico entre os dias 19 e 21 de abril desse ano (TORCEDORES, 2019). Vários eventos estão acontecendo ou irão acontecer no Brasil, o que aproxima ainda mais o brasileiro das organizações, atletas e produtoras de jogos, aumentando a conexão com esse mercado. Os *E-sports* também formam ídolos, igual os esportes tradicionais fazem, e esse fato movimentam milhares de pessoas e impactam em suas compras, comportamento e atividades diárias. Um dos principais circuitos profissionais de *Counter Strike: Global Offensive* do mundo também foi ao Brasil fazer sua estreia (TORCEDORES, 2019).

O cenário brasileiro de *E-sports* vem se consolidando em um ritmo muito acelerado, mas para que possa acelerar mais esse desenvolvimento do cenário a *eMasters* investe na base, e oferece oportunidade para equipes amadoras (TORCEDORES, 2019).

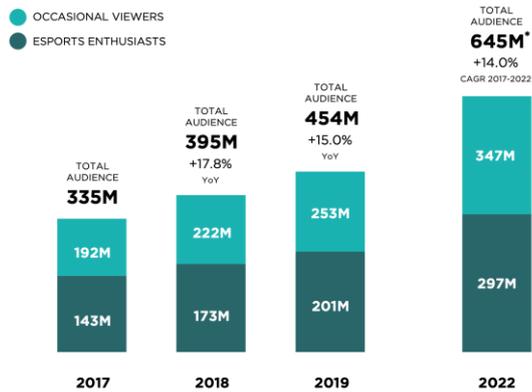


Gráfico 3 - O crescimento da audiência dos e-sports em 2018



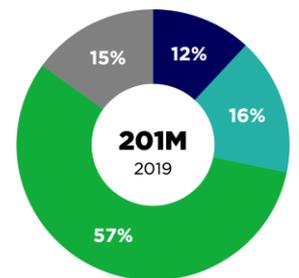
ESPORTS AUDIENCE GROWTH

GLOBAL | FOR 2017, 2018, 2019, 2022



*Due to rounding, Occasional Viewers (347M) and Esports Enthusiasts (297M) add up to 645M.
©Newzoo | 2019 Global Esports Market Report

Asia-Pacific will account for **57%** of Esports Enthusiasts in 2019



● NAM ● EU ● APAC ● REST OF WORLD

Fonte: Newzoo, 2018.

3.2 CAPITAL E A MÍDIA NOS E-SPORTS

Os direitos de mídia foram os que mais cresceram e crescem mais rápido com a estimativa de atingir 230 milhões de dólares até 2021, tornando-se a segunda maior fonte de receita dos *E-sports*. A *Activision Blizzard* assinou um contrato plurianual com a *Disney*, que envolve todas as redes controladas pela *Disney* como a *ESPN*, *Disney XD* e *ABC*, para transmitir a *Overwatch League* na Televisão. Hoje passam campeonatos de esportes eletrônicos na televisão como é o caso do da TV Globo que possui um programa específico para jogos apresentado pelo Tiago Leifert, o “Zero1”, que aborda notícias em geral sobre o mundo dos jogos eletrônicos. Também são transmitidos campeonatos de *E-sports* no SporTV – canal ligado à TV Globo, e que até possui um canal no *Youtube* chamado “ESporTV” (FORBES, 2018).

A internet é um mecanismo para que os *E-sports* atinjam mais audiência. As pessoas estão assistindo mais conteúdo pelos smartphones quando estão na escola ou trabalho, através dos *streams* e com isso o número de *E-sports* televisionados diminuiu. Ainda falta cobertura de mais mídias tradicionais. Na Coreia do Sul existe o “Google Coreano” chamado *Naver*, que é uma resposta da Coreia ao Google. O *Naver* disponibiliza uma aba específica para *E-sports* e tudo relacionado aos campeonatos de *E-sports*, que acompanha links para transmissões e calendários que avisam os próximos jogos e eventos, facilitando que mesmo as pessoas que não seguem o cenário competitivo saibam o que está acontecendo nos *E-sports* Coreanos (LEAGUE OF LEGENDS, 2014).

Os campeonatos femininos também têm seu espaço nos *E-sports* já apresentando a mesma audiência que os campeonatos masculinos. Ainda assim, uma pesquisa feita por Jesse Fox e Wai Yen Tang da Universidade de Ohio dos Estados



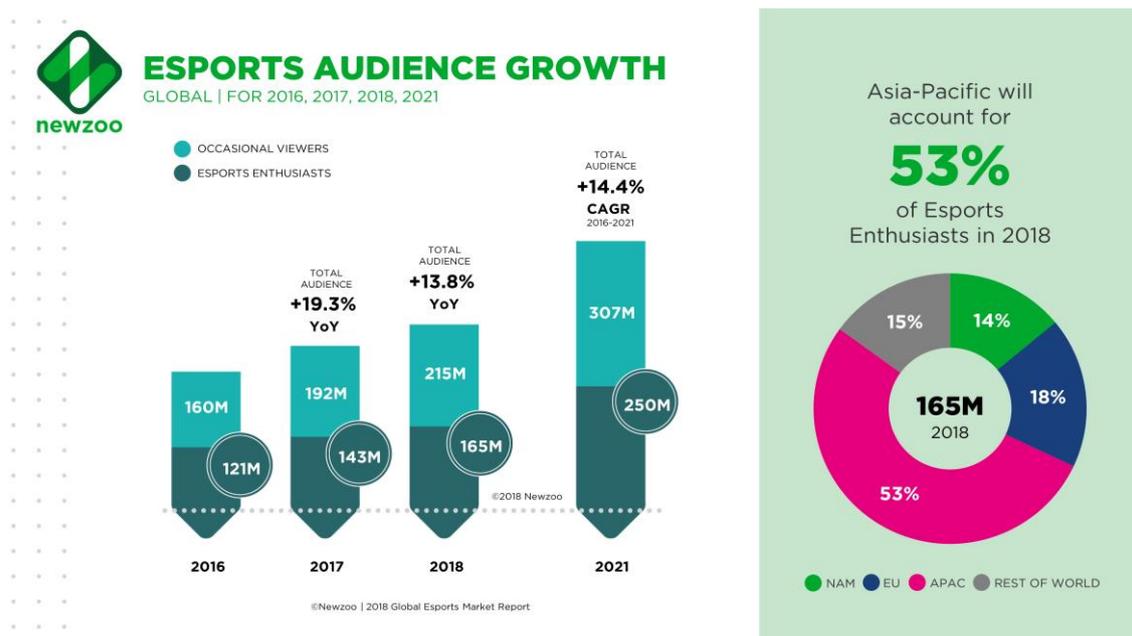
Unidos da América, apontou que todas as mulheres que jogam em média 22 horas semanais, já sofreram assédio pelo menos uma vez (FOX; TANG, 2016).

Buscando mudar esse cenário de assédio, a agência de publicidade Africa se juntou a ONG *Wonder Women Tech* e desafiou alguns jogadores homens a entrar nos jogos com nomes femininos, com o objetivo que eles sentissem o assédio que as mulheres sofriam. A iniciativa é a *#MyGameMyName*, que nesse ano conta com apoio da agência das Nações Unidas para igualdade de gênero e os direitos humanos das mulheres (UOL, 2019).

Queremos promover um debate visando uma ampla mobilização social em torno do assédio contra mulheres na internet como um todo, não apenas nos jogos. Buscamos um posicionamento da indústria. O momento é agora, palavras e ações contra o machismo e outras formas de opressão ecoam em toda parte com a potência de um novo tempo, o tempo de mudar. (Nadine Gasman, representante da ONU Mulheres no Brasil), citada em (UOL, 2019).

Em relação ao Brasil, tem-se que ele é um dos países que mais investem tempo em videogames e consomem entretenimento ligado a esse mercado. Na final do CBLOL, o Campeonato Brasileiro de *League of Legends* em 2017, 8 mil pessoas estavam assistindo ao vivo do ginásio para conferir os jogos, e a competição foi assistida por mais de 2,5 milhões de pessoas pelos canais de streaming *Twitch* e *Youtube*, também foi transmitida pelo canal da TV Globo a cabo, o SporTV. Segundo a *NewZoo* o Brasil é o terceiro maior público cativo de *E-sports* em todo o planeta. Com média de 7,8 milhões de amantes do mercado, representando 8% da população total do Brasil, ficando atrás apenas da China e dos Estados Unidos da América, que são o primeiro e segundo lugar, respectivamente (TORCEDORES, 2019).

Gráfico 4 - O crescimento da audiência dos *E-sports* em 2019



Fonte: Newzoo, 2019.



3.3 INVESTIMENTOS PÚBLICOS NO E-SPORTS

O Brasil ocupa a décima terceira colocação no ranking de países que mais estimulam a indústria de jogos, e é o primeiro da América Latina, segundo um estudo publicado pela *NewZoo*. A líder nesse segmento de indústria de jogos é a China, com 37,9 milhões de dólares sendo usados anualmente, seguido dos Estados Unidos da América e Japão, com 30,4 milhões de dólares e 19,2 milhões de dólares, respectivamente (TORCEDORES, 2019).

O Brasil é o terceiro país com mais números de jogadores de jogos eletrônicos do mundo, estimando cerca de 66 milhões de pessoas. Estando entre os quinze primeiros lugares em relação ao faturamento (UOL, 2019). Em setembro de 2018, o ministro da cultura brasileiro, Sergio Sá Leitão, divulgou um investimento de 100 milhões de reais no setor de games nacional, que deverá ser usado em linhas de produção e desenvolvimento de jogos, aceleração de empresas, festivais, tecnologia e desenvolvimento e produção de conteúdo em realidade virtual e realidade aumentada, tudo estrategicamente utilizado (UOL, 2019). O ministro da cultura também divulgou dados do segundo censo da indústria brasileira de jogos digitais e segundo o levantamento, o Brasil produziu 946 jogos em 2018, e o número de empresas nesse mercado de jogos eletrônicos aumentou em 182% em quatro anos (UOL, 2019).

A ascensão dos *E-sports* também trouxe mudanças para países como a Coreia do Sul. Na década de 90 a Ásia vivia uma crise econômica, e a Coreia do Sul decidiu investir muito em infraestrutura de redes e em telecomunicação, permitindo a conexão de alta qualidade para o cidadão comum. Esse investimento do governo fez com que ocorresse uma “explosão” de *lan houses* dentro da Coreia do Sul, também chamadas de *PC Bangs*, que rapidamente se tornaram um espaço, como um clube, para que os jovens pudessem mostrar suas habilidades nos terrenos virtuais. Fazendo com que a procura por PC BANGS fosse maior que a procura por uma quadra esportiva para jogar futebol ou basquete (VOXEL, 2014). Assim, criando com a autorização do Ministério da Cultura, Esporte e Turismo, o departamento de *E-sports* (*Korea E-sports Association*).

A *Korea E-sports Association* fica responsável por coordenar os eventos, regular transmissões, incentivar o interesse pelo *E-sports* e até fiscalizar as condições de trabalho dos jogadores profissionais, o que trouxe um atrativo nicho econômico para o país e fez três das maiores empresas coreanas de telecomunicação - *Samsung*, *SK Telecom* e *Korea Telecom* - investirem e criarem seus próprios times de *League of Legends*, jogo praticado por bilhões de pessoas no mundo todo a pelo menos 5 anos, e assim fecharam patrocínio para o *World Cyber Games* em 2000 na Coreia do Sul (LEAGUE OF LEGENDS, 2014). Esse incentivo fez com que em 2015 a Universidade *Chung-Aung* na Coreia do Sul aceitasse cartas de admissão de jogadores profissionais de esportes eletrônicos (TECNOBLOG, 2014).

Na Universidade *Chung-Aung*, não só sul-coreanos estão aptos para entrar no processo seletivo, todos estão. A universidade oferece programas de intercâmbio para mais de 600 cursos, todos estão no idioma inglês, para facilitar a adaptação dos que não falam o idioma coreano (TECNOBLOG, 2014). A mídia local observando os investimentos governamentais em *E-sports*, começou a perceber uma oportunidade boa de lucrar nesse segmento (VOXEL, 2014).



A China tem o maior mercado de games no mundo, com 620 milhões de jogadores que gastam aproximadamente 140 bilhões de reais por ano de acordo com a *NewZoo*. A China não poderia ficar para trás quando o assunto é investir em algum nicho de mercado, e os *E-sports* não poderiam ficar de fora. O governo chinês planeja investir em 14 instalações para esportes eletrônicos na cidade de Hangzhou. Também está nos planos da China a inauguração de uma cidade de esportes eletrônicos de 2 bilhões de dólares, com previsão de investir quase 8,5 bilhões de reais. O espaço terá 17 mil metros quadrados, com hotel temático, hospital, centro acadêmico de *E-sports* e parque de diversão.

Recentemente a China reconheceu oficialmente os Esportes Eletrônicos como profissão. Foi anunciado pelo Ministério de Recursos Humanos da China que foram criadas 15 profissões como a de jogador profissional e a de operador de *E-sports*. O profissional de *E-sports* é todo aquele que compete em torneios oficiais, participa de eventos ou treina com outros profissionais do meio. O operador de *E-sports* é designado para os que organizam ou produzem conteúdos voltados para eventos e campeonatos de esportes eletrônicos. O reconhecimento dessas profissões é importante para os *E-sports*, o que além de dar aos profissionais os mesmos direitos de um trabalhador comum, facilita o visto de trabalho para o país (SPORTV, 2018).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi realizar um estudo sobre o desenvolvimento dos *E-sports* no meio internacional que, segundo a literatura utilizada, têm um grande potencial para ser referência na Economia.

Com base nos dados coletados na presente pesquisa, é possível apontar algumas considerações. Inicialmente observa-se uma característica relevante sobre os *E-sports* no meio internacional, que além de trazer lucro para as empresas, atrai também investimento de Estados que, como a China e Coreia do Sul, investem nesse setor e buscam um retorno financeiro satisfatório.

Por fim, destaca-se o crescimento do *E-sport* no cenário atual no meio internacional. Em relação ao intenso crescimento de empresas relacionadas a essa atividade e também o reconhecimento dessa área por parte de Estados tão fortes internacionalmente como a China, se faz possível que tal atividade possa vir a melhorar e ter uma relevância maior que a atual no decorrer dos anos. Dessa forma o setor pode se tornar cada vez mais atrativo para patrocinadores, que são a maior força de investimento, e atrair mais empresas de diferentes setores para o *E-sports*, contribuindo assim para o desenvolvimento dos *E-sports*.

REFERÊNCIAS

BOUTIE GAMING. The History and Evolution of Esports. 2018. Disponível em: <https://medium.com/@BountieGaming/the-history-and-evolution-of-esports-8ab6c1cf3257> - Acesso em: 26 de maio de 2019

BURNETT, Robert; Marshall, David P. **Web theory: an introduction**. London: Routledge, 2003.



CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CORREIO BRAZILIENSE. Esportes eletrônicos, uma paixão mundial que rende milhões aos jogadores. 2015. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2015/08/13/interna_tecnologia,494534/esportes-eletronicos-uma-paixao-mundial-que-rende-milhoes-aos-jogador.shtml. Acesso em: 1 de junho de 2019.

FOX, Jesse; Tang, Wai Yen. Women's experiences with general and sexual harassment in online video games: Ruminative, organizational responsiveness, withdrawal, and coping strategies. **New Media & Society**, [s.l.], v. 19, n. 8, p.1290-1307, 8 mar. 2016. SAGE Publications.

HARTLEY, John. **Communication, cultural and media studies: the key concepts**. London: Routledge, 2002.

KELLY, Kevin. **Novas regras para uma nova economia**. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 1999.

LOL GAMEPEDIA. 2019. Disponível em: https://lol.gamepedia.com/International_eSports_Federation. Acesso em: 27 de maio de 2019.

LULL, James. **Media, communication, culture: a global approach**. New York: Columbia University Press, 2000.

MSI: O Brasil é bom no futebol, e a Coreia no eSport', diz Bang. ESPN 2017. Disponível em: http://www.espn.com.br/noticia/695209_msi-o-brasil-e-bom-no-futebol-e-a-coreia-no-esport-diz-bang. Acesso em: 25 de maio de 2019.

SPORTV. Só o começo: China investe R\$ 1 bilhão em cidade de eSports com parque de diversão e 17 mil m². 2018. Disponível em: <https://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/so-o-comeco-china-investe-r-1-bilhao-em-cidade-de-esports-com-parque-de-diversao-e-17-mil-m.ghhtml>. Acesso em: 25 de maio de 2019.

TROYJO, Marcos Prado. **Nação-Comerciante: Poder e Prosperidade no Século XXI**. São Paulo: Lex S.A e ADUANEIRAS, 2008.

VILCHES, Lorenzo. **A migração digital**. São Paulo: Edições Loyola/Editora Puc-Rio, 2003.



BIBLIOGRAFIA DE PESQUISA

BUGNI COSTA, Rafael. Brasil cada vez mais se consolida como potência global do cenário de eSports. 2019. Disponível em: <https://www.torcedores.com/noticias/2019/02/brasil-ocupa-13a-colocacao-no-ranking-dos-paises-que-mais-movimentam-industria-de-games-e-e-sports-e-atrai-eventos-e-empresas-internacionais>. Acesso em 21 de junho de 2019.

CARTER, Dougherty. Teenage Gunman Kills 15 at School in Germany. 2009. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2009/03/12/world/europe/12germany.html>. Acesso em: 27 de maio de 2019.

CONSOLAZIO, Dave. The History of E-sports. 2018. Disponível em: <https://www.hotspawn.com/the-history-of-esports/>. Acesso em: 26 de maio de 2019.

LEONBUTCHER. A surpreendente cultura de E-sports da Coreia. 2014. Disponível em: <https://br.leagueoflegends.com/pt/news/esports/esports-editorial/surpreendente-cultura-de-esports-da-coreia>. Acesso em 27 maio de 2019.

OZANIAN, Mike; SETTIMI, Christina; PEREZ, Matt. 12 empresas de e-Sport mais valiosas do mundo. 2018. Disponível em: <https://forbes.uol.com.br/listas/2018/10/12-empresas-de-esport-mais-valiosas-do-mundo/>. Acesso em: 1 de junho de 2019.

PANNEKEET, Jurre. Newzoo: Global E-sports Economy Will Reach \$905.6 Million in 2018 as Brand Investment Grows by 48%. 2018. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-global-esports-economy-will-reach-905-6-million-2018-brand-investment-grows-48/>. Acesso em: 25 de maio de 2019.

PANNEKEET, Jurre. Newzoo: Global Esports Economy Will Top \$1 Billion for the First Time in 2019. 2019. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-global-esports-economy-will-top-1-billion-for-the-first-time-in-2019/>. Acesso em: 2 de junho de 2019.

PANNEKEET, Jurre. Newzoo: Global Esports Economy Will Top \$1 Billion for the First Time in 2019. 2019. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-global-esports-economy-will-top-1-billion-for-the-first-time-in-2019/>. Acesso em: 25 de maio de 2019.

PERSICHETO, Renata. Universidades coreanas reservam vagas para jogadores de eSports. 2014. Disponível em: <https://tecnoblog.net/153651/universidades-coreanas-vagas-para-jogadores-de-esports/>. Acesso em: 27 de maio de 2019.

PEZZOTI, Renato. E-Sports devem alcançar 450 milhões de pessoas em 2019, diz consultoria. 2019. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/01/20/esports-crescimento-mercado-campeonatos-torneios.html>. Acesso em: 17 de junho de 2019.