

E-sports: a evolução dos jogos online

RESUMO

O e-Sports é uma das indústrias de crescimento mais rápido e atrai mais visitantes a cada ano, tanto jogadores quanto organizações que o veem como um potencial para seu próprio crescimento. A presente pesquisa tem como objetivo mostrar a evolução dos jogos online, tal como suas características, jogadores, jogos e quais as tecnologias utilizadas para transmitir esse cenário no mundo dos jogos eletrônicos. A metodologia utilizada, foi a de pesquisa bibliográfica, na qual foi realizada amplas pesquisas na base virtual da FSG e também na base de dados do Google Acadêmico, empregando artigos científicos e livros. Essa metodologia de pesquisa bibliográfica baseia-se em conhecimentos proporcionados pela Biblioteconomia e Documentação, dentre diferentes ciências e técnicas empregadas de maneira metódica envolvendo a identificação, localização e aquisição da informação, fichamento e redação do trabalho científico. O estudo trouxe como resultado que o e-Sports está cada vez mais presente nas vidas das pessoas. O mesmo diz também que a evolução desse esporte, fez com que grande parte da população investisse mais no segmento, trazendo lucratividade e visibilidade para o esporte, sendo assim, um investimento em tecnologia. As transmissões de partidas em tempo real é o principal ponto para a evolução, pois carrega consigo milhões de pessoas buscando interagir e ficar cada vez mais próximos de seus ídolos/jogos.

PALAVRAS-CHAVE: Tecnologias. E-Sports. Transmissões. Jogos.

Vinicius Zanchet de Lima
Faculdade da Serra Gaúcha – FSG
vinicius.lima@fsg.edu.br

Deise Taiana de Ávila Dias
Universidade de Caxias do Sul –
UCS
deiset.dias@gmail.com

Lucas Tartarotti
Universidade de Caxias do Sul –
UCS
lucas.t10@hotmail.com

Alexander Michelin dos Santos
Faculdade da Serra Gaúcha - FSG
atendimento@fsg.br

INTRODUÇÃO

Os e-Sports, também conhecidos como esportes eletrônicos, são uma forma de competição entre jogadores de videogame (HAMARI; KERONEM, 2017). A definição caracteriza os e-Sports como uma forma de competição (tanto profissional quanto amadora) em videogames, mais frequentemente coordenada por ligas especiais e torneios nos quais os jogadores jogam em equipes ou individualmente, ou outras organizações patrocinadas por entidades comerciais interessadas (HAMARI; SJOBLUM, 2017).

O e-Sports é uma das indústrias de crescimento mais rápido e atrai mais visitantes a cada ano, tanto jogadores quanto organizações que o veem como um potencial para seu próprio crescimento (ADAMUS, 2012).

Os jogos utilizam toda tecnologia de um computador, sendo possível jogar em celulares, computadores, consoles e fliperamas. Existe uma evolução constante e com isso os games viraram uma forma de entretenimento bem popular, proporcionando diversão e outros benefícios (MONTOVANI, 2019).

A presente pesquisa tem como objetivo mostrar a evolução dos jogos online, tal como suas características, jogadores, jogos e quais as tecnologias utilizadas para transmitir esse cenário no mundo dos jogos eletrônicos.

Para apresentar o objetivo da pesquisa, este artigo foi dividido em 4 tópicos: subsequente a introdução no tópico 2, será apresentado o referencial teórico no qual traz uma pesquisa bibliográfica. No tópico 3 serão abordadas as características utilizadas para a realização da pesquisa. E por último, no tópico 4 serão apresentadas as considerações finais do tema pesquisado.

METODOLOGIA

Para a efetivação desse trabalho a metodologia utilizada, foi a de pesquisa bibliográfica, na qual foi realizada amplas pesquisas na base virtual da FSG e também na base de dados do Google Acadêmico, empregando artigos científicos e livros. De acordo com Salomon (2004), a metodologia de pesquisa bibliográfica baseia-se em conhecimentos proporcionados pela Biblioteconomia e Documentação, dentre diferentes ciências e técnicas empregadas de maneira metódica envolvendo a identificação, localização e aquisição da informação, fichamento e redação do trabalho científico. Este método solicita uma investigação desenhada de informações bibliográficas para organizar e documentar um trabalho de pesquisa científica.

A Internet também foi uma fonte de pesquisa muito importante para o meio científico do trabalho. Conforme Severino (2002), na Internet pode-se encontrar textos científicos, dissertações e teses disponíveis em múltiplos Portais ou Bibliotecas Digitais lançados por Universidades de diversos estados brasileiros, com acesso ao documento completo, artigos de periódicos científicos disponíveis em texto completo nos sites de suas próprias editoras e diferentes informações de interesse do pesquisador. Para isso pode-se aproveitar sites de procuras como: Google – <http://www.google.com.br> e Yahoo – <http://www.yahoo.com.br>, dentre outros mais disponíveis através do acesso à rede.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

E-SPORTS CONCEITO E SURGIMENTO

Os e-Sports são competições de jogos eletrônicos que tornaram-se populares no começo da década de 2010. Ao falar sobre os e-Sports, é necessário levar em conta uma série de conceitos, comportamentos, culturas de cada gênero de jogo, etc. Desde a criação de campeonatos, estruturas e times, os e-Sports (assim como a maioria das modalidades esportivas profissionais modernas) se desenvolvem voltados aos espectadores. (CAMPEDELLI; CARVALHO;2018)

Bastante dos traços do esporte tradicional conseguem ser observados nos e-Sports, principalmente após a implementação do conceito sobre espetáculo. Seja pela forma midiática, pela estrutura dos combates, o sistema de pontuação, narrações produzidas, composição dos profissionais. Essa construção característica reorientada aos e-Sports é importante para a consolidação como uma modalidade esportiva, é importante identificar as particularidades desse mundo. Os e-Sports, então, têm sobreposto o conceito de “atualizar a própria atualidade” (LIPOVETSKY, 2004, p.56) empregando signos modernos e ajustando-os ao seu tempo.

O e-Sports é acolhedor, permite que os jogadores possam assistir às suas atividades tanto em tempo real, quanto salvá-las para interagir depois com as mesmas em outras instancias, junto à mobilidade dos dispositivos móveis, que deixam compartilhar sentimentos em tempo real. Vale lembrar que os jogadores profissionais ou cyber atletas que compõem o elenco de times de e-Sports, são de uma faixa etária relativamente jovem, com uma variedade de 17 a 25 anos, deixando que o diálogo entre o público dos gamers se torne mais familiar, sendo que esse público é formado por jovens adultos. (FRANCO,2018)

Vale observar que, o e-Sports é um acontecimento recente, e segundo Tubino (1999), as variáveis de um determinado esporte são determinadas pelo conjunto cultural do homem, de época, nos deixando pensar que o esporte possui uma linha de variantes de acordo com o contexto temporal do homem, sendo o e-Sports uma consequência da nossa sociedade tecnológica atual.

Essa afirmação traz uma análise sobre o tempo e suas consequências, por Tubino (1999, p. 8):

“Antes de avançar nas considerações sobre o extraordinário fenômeno que é o esporte, porém, não é demais lembrar o leitor que, embora possam haver diferentes interpretações do esporte, ele é um fenômeno profundamente humano, de visível relevância social na história da humanidade e intimamente ligado ao processo cultural de cada época.”

Diz-se que a origem do e-Sports depende profundamente do lançamento da rede mundial (www) em 1989 e no início da década de 1990, tecnologias de software e hardware com funções de rede e multijogador. No começo dos anos 90, a história do e-Sports começou e tornou-se cada vez mais conhecida durante este período, o número de jogadores cresceu consideravelmente. Aliás, o e-

Sports também criou um novo mercado para os aspectos de manufatura e serviços e organizacionais (AYAR, 2018).

Nos Estados Unidos e na Europa, a história dos jogos competitivos é comumente associada ao lançamento de jogos de tiro em primeira pessoa em rede, em específico, o jogo lançado em 1993 "Doom" e o título subsequente "Quake" de 1996 (KUSHNER, 2004). Na época, times de jogadores online, também nomeados de "Clãs", começaram a competir em torneios online. Já em 1997, várias corporações de jogos online profissionais e semiprofissionais foram formadas, mais notavelmente a ainda influente "Liga Profissional Cyberatleta", cujo conceito de negócio foi modelado a partir das principais ligas esportivas profissionais dos Estados Unidos (WELCH, 2002).

Figura 1. National Space Invaders Championship de 1980.



Fonte: Borowy e Jin (2013).

Segundo Huhh (2007), nos anos 2000, ocorreram 49 torneios, com o jogador profissional ganhando em torno de US\$ 3.061,00 anualmente por meio de prêmios de competições. A Coreia do Sul levou o conceito de e-Sports a novos patamares, implementando-o à cultura popular. Em uma experiência de fazer crescer a cultura do e-Sports, o governo sul-coreano criou a "Korean eSport Association" em 2000, um departamento integrado no Ministério da Cultura, Esportes e Turismo da Coreia do Sul.

Na segunda década do século 21, a popularidade e o surgimento do software de streaming online aceleraram o rápido crescimento do e-Sports. O Twitch, lançado em 2011, foi o principal transmissor de competições de e-Sports veiculadas online, pois era (e ainda é) gratuito para todos e também é a forma mais comum de todos assistirem ao e-Sports. Em 2013, os usuários gastaram mais de

12 bilhões de minutos no Twitch assistindo e-Sport (O'Neill, 2014), mais notavelmente League of Legends (LoL) e Dota 2.

A PROFISSIONALIZAÇÃO E ESPETACULARIZAÇÃO NOS E-SPORTS

Os e-Sports, em sua questão profissional, apresentam um ambiente muito mais complexo do que somente uma simples competição formalizada de games/jogos. Jensen (2017) explica que em seu estado atual, os e-Sports carregam consigo características do esporte espetáculo, que é entendido como um fenômeno da sociedade em grande escala, em massa, produtos de comercialização de componentes do mundo esportivo (PRONI, 1998). A figura 2 abaixo, representa as características básicas do esporte espetáculo.

Figura 2: Características básicas do esporte espetáculo

Elemento	Descrição
Competições esportivas organizadas por ligas ou federações:	Reúnem atletas submetidos a esquemas intensivos de treinamento (no caso de modalidades coletivas, a disputa envolve equipes formalmente constituídas);
Espetáculos veiculados e reportados pelos meios de comunicação de massa:	São apreciados no tempo de lazer do espectador (ou seja, satisfazem a um público ávido por disputas ou proezas atléticas);
Assalariamento dos atletas:	Seja em razão dos eventos esportivos apresentados como entretenimento de massa passarem a ser financiados (pelo menos em parte) através da comercialização do espetáculo.

Fonte: Proni, 1998 (Adaptado).

Em virtude do primeiro elemento do esporte espetáculo apresentado por Proni (1998), os e-Sports possuem muitas características do esporte contemporâneo, pois apresentam alguma atividade física que contém regras que orientam as competições e que são cumpridas partindo de entidades oficial que padronizam e organizam tais condições de torneios (BARBANTI,2006).

Já no segundo aspecto, compreende-se a veiculação dos torneios nos meios de comunicação em massa, que são apreciados pelos espectadores em seu momento livre, ou seja, de lazer. Pois para Jensen (2017), a cultura da convergência acabou contribuindo para a grande popularização do espetáculo dentro do cenário dos e-Sports, de tal modo que os espectadores podem atuar diretamente com seus ídolos através de redes sociais ou também por meio de gameplays, que são transmitidas em tempo real em plataformas como o Youtube ou mesmo a Twitch. A maior parte dos eventos de e-Sports são transmitidos pela internet via streaming, principalmente pela Twitch que é considerada a maior plataforma mundial para gamers (AMÉRICO,2014).

Jensen (2017) deixa em destaque que vários pro-players usam dessa plataforma para poder divulgar os produtos e serviços de seus patrocinadores, tais como, alguns gamers de menos experiência que realizam também transmissões com o objetivo de deter a diversão, ou mesmo a auto promoção.

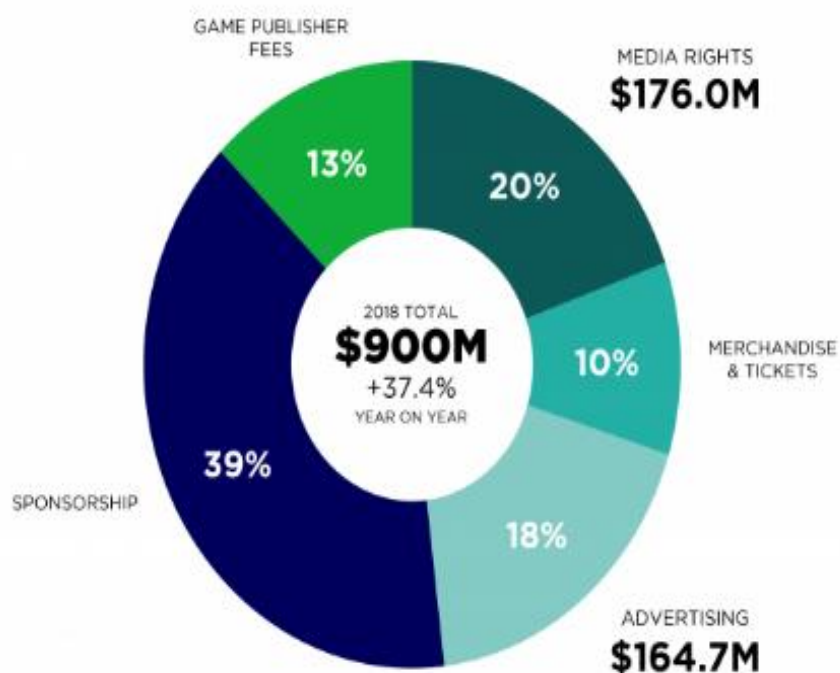
A plataforma busca se apropriar da linguagem de grandes canais esportivos como o Sportv, Esporte Interativo, ESPN. As transmissões dos torneios detêm uma equipe completa de jornalismo esportivo com repórteres, locutores e comentaristas, assim proporcionando aos telespectadores uma experiência cada vez mais próxima com o e-Sports (AMÉRICO, 2014).

Para Bernardino (2017), com o crescimento desenfreado dos e-Sports, os canais dedicados a transmissões e informações relacionadas aos esportes convencionais, investiram no jornalismo esportivos voltados aos e-Sports. Muitos canais, como por exemplo, o Sportv, transmitiram ao vivo no ano de 2017 diversas notícias e reportagens sobre e-Sports, contendo os maiores torneios do país.

Com grande incentivo da mídia esportiva, os e-Sports começaram a desenvolver números cada vez mais alarmantes, o que define a terceira característica básica do esporte espetáculo (PRONI,2018). De acordo com o site Newzoo, só no ano de 2018, estima-se que a economia de todo o mundo em relação aos e-Sports girou em torno de U\$ 905,6 milhões de reais. Mais especificadamente US \$ 174 milhões em publicidade, U\$ 161 milhões em direitos de mídia e licenças de marcas e também, U\$ 359 milhões em patrocínio. Consumidores tiveram gastos em ingressos e mercadorias que totalizarão U\$ 96 milhões e o restante US \$ 116 milhões irão ser investidos por editoras de jogos para a indústria de e-Sports (NEWZOO,2018).

Para exemplos de comparação, temos o torneio “The International”, competição que se dá ao jogo DOTA (Defense of the Ancients) em 2018, ele atingiu um recorde de premiação dentro do mundo dos e-Sports, pois ao total foram pagos U\$ 24,8 milhões, em torno de R\$ 97,9 milhões de reais. O campeão da competição recebeu U\$ 10 milhões e o vice-campeão U\$ 3,9 milhões (SPORTV, 2018), enquanto a Taça Libertadores da América, famoso torneio de futebol de campo que envolve times sul-americanos pagou em 2017, em torno de U\$ 3 milhões para o campeão e U\$ 1,5 para o vice-campeão.

Figura 3: Movimentações monetárias no e-Sports 2018



Fonte: Newzoo, 2018

CATEGORIAS DE E-SPORTS

Os e-Sports atualmente possuem três categorias de jogos já consolidados, e está surgindo uma quarta, que possui alto potencial de crescimento, principalmente no Brasil (SILVA, NOBRE, 2017). Elas são:

RTS (Real-Time Strategy): Os jogadores tem o objetivo de coletar e usar os recursos disponíveis no jogo para criar bases e unidades para derrotar seus oponentes. Os jogos RTS normalmente se passam em épocas antigas, fantasiosas, e os personagens do jogo tornam-se mais fortes crescendo suas nações e formando impérios. Alguns jogos mais conhecidos são Warcraft III e Age of Empires.

MOBA (Multiplayer Online Battle Arena): É o gênero mais conhecido e com mais retorno dentre os quatro. Refere-se a uma partida entre duas equipes, em que o objetivo de cada uma delas é destruir a base do inimigo. Cada jogador terá o seu próprio herói de características únicas, que por vez, deve ser capaz de combinar-se às habilidades/funções de seus companheiros de equipe. Os jogos mais populares são Dota 2 (DOTA) e League of Legends (LOL). Este gênero foi criado com inspiração nos jogos RTS, porém o foco é dado aos personagens.

FPS (First Person Shooter): São os jogos de tiro que tem como característica o modelo em primeira pessoa. Neste estilo de jogo, o gamer assume o papel e o ponto de vista de um atirador. Existem diversos gêneros de FPS, que variam desde um matador de zumbis, até um combatente de grandes guerras que contam a história do mundo. Os jogos popularmente mais conhecidos são as adaptações de Counter Strike e de Call of Duty.

Esportes: Um gênero ainda não tão em ascensão no cenário dos e-Sports, já que, estes jogos permitem que os jogadores comandem equipes profissionais que já existem na atualidade, como as de futebol, basquete, vôlei, entre outros. Em campeonatos oficiais, cada participante deve escolher e montar sua própria equipe para disputar partidas individuais entre si. As franquias de futebol FIFA e Pro Evolution Soccer (PES) possuem grande aceitação no Brasil pelo fato de serem popularmente conhecidas mundialmente.

LEAGUE OF LEGENDS

O League of Legends foi criado inicialmente em 2009 pela produtora de jogos eletrônicos Riot Games, e é um dos jogos de computadores mais populares e conhecidos da atualidade. Estimativas dão conta que em 2014 a plataforma chegou a uma expressiva marca de 67 milhões de jogadores por mês, com uma média de 27 milhões de conexões por dia aos servidores do jogo (GRAY, 2018). Porém esses números extraordinários não param por aí. Nos últimos tempos, o League of Legends tornou-se um dos esportes eletrônicos mais predominante do mundo dos e-Sports, chegando a uma receita anual, que ultrapassa a marca de 1 bilhão de dólares (LI, 2016) e também retém mais de 1 bilhão de horas jogadas todos os anos, o que representa mais da metade do próximo da lista, que é o World of Warcraft, com aproximadamente 600 milhões de horas jogadas (BELL, 2017).

Assim como quaisquer outro MOBA, o LoL é um jogo de estratégia e cooperação, competido em torno de duas equipes, na qual os jogadores disputam entre si, cada qual controlando um personagem diferente (SICILIA, 2018). Em tese, trata-se de um game organizado em duas equipes com cinco players cada (BELL, 2017). O objetivo principal do jogo é o destruir todas as torres da equipe inimiga,

até chegar à destruição total da base adversária, chamada de “Nexus” (GRAY, 2018). Assim, quando uma equipe neutraliza todas os alvos do time oponente, a mesma chega à vitória.

Apesar do objetivo principal do jogo, também há metas individuais inseridos na partida, como por exemplo, manter-se o maior tempo no campo de jogo, sempre buscando o maior número de kills/abates possível durante o tempo de jogo (SAPIENZA, 2018). Nesse contexto, quando os players demonstram uma boa performance, vantagens são acionadas ao jogador e conseqüentemente a equipe. Entre as recompensas por boa performance durante a partida, está o ganho de ouro, que é a moeda do jogo, na qual pode ser aproveitada para compras de itens que potencializam as skills/habilidades e o desenvolvimento dos personagens nas batalhas (SAPIENZA, 2018).

Com relação aos heróis do jogo, os jogadores assumem personagens denominados de “campões” durante as batalhas. Dessa maneira, cada membro da equipe elege um super-herói jogável, sendo necessariamente diferente entre os membros de ambos os grupos. Resumidamente, são mais de 100 personagens, cada qual com seu próprio nicho de habilidades, técnicas, poderes, ataques, defesas e funções já pré-determinadas no jogo (BELL, 2017). Assim como qualquer outro jogo ou esporte coletivo, o League of Legends apresenta distribuição dos jogadores em posições, ou seja, cada personagem participa de um setor do mapa e uma especificada responsabilidade durante o decorrer da partida (SICILIA, 2018).

No League of Legends atualmente possui três mapas para jogar, sendo eles denominados como Summoner's Rift, Twisted Treeline e Howling Abyss. Cada um dos mapas possuem as suas características e especificidades, tendo que os players estarem atentos a tais funcionalidades, bem como ao seu estilo e a sua estratégia de jogo contra a equipe adversária. Com o passar do tempo os jogadores vão evoluindo e adquirindo experiência no game, os mesmos passam por um sistema de ranqueamento, subdividido por níveis de excelência ou de capacidade. Ao total são sete classificações, categorizadas crescentemente: Bronze, Prata, Ouro, Platina, Diamante, Mestre e Desafiante (BELL, 2017). De uma maneira mais geral, as divisões mais habitadas são a Prata, seguidos da classificação Bronze e Ouro. No total, se somada essas três divisões, as mesmas representam por volta de 90% da base de jogadores do jogo. Apenas uma pequena parte consegue chegar aos níveis Mestre e Desafiante, que justamente é, o subcampo para os profissionais (SICILIA, 2018).

É exatamente esta estrutura organizacional que faz com que o LoL seja tão interessante, pois além do entretenimento inserindo ao conteúdo do game, o sistema ranqueado estimula a competição. Por isso, que essa prática profissional vem aumentando em relação a esse jogo. O Brasil está aliado a esse fenômeno, apresentando a sexta maior base de jogadores de League of Legends de todo mundo e o país conta com servidor seu próprio desde 2012 (PETRÓ, 2013). Em tese, o mercado brasileiro acabou chamando tanto os olhares da Riot Games, que a mesma investiu em torno de 5 milhões de dólares nos últimos anos no país, buscando ajustar da melhor forma possível o jogo todo na região (HONORATO, 2012).

Vale ressaltar o League of Legends é um jogo “gratuito para jogar”, ou seja, o jogador não terá que pagar pelo jogo. Mas isso também não significa que a empresa que o desenvolve não obterá algum retorno financeiro, o lucro desses

jogos pode vir de propagandas contidas nos jogos ou da venda de itens, moedas ou skins que mudam o personagem. Porém, a inovação de oferecer o seu produto de graça ainda pode assustar diversas empresas. Fahey e Lovell (2012, p. 4) afirmam que:

“Ao invés de lamentar o fato de que o velho modelo de cobrar as pessoas para acessar o conteúdo está em declínio, pioneiros do free-to-play veem os aspectos positivos da nossa nova situação. [...] Uma década atrás, se 90% do seu público estivesse jogando o seu jogo de graça, isso significava que você tinha um problema com a pirataria; hoje, isso significa que você tem uma taxa de conversão de 10%, o que é realmente muito bom. Como se isso não fosse estranho o bastante, mesmo aqueles 10% que estão pagando para jogar, estão pagando por moedas e itens relativamente simples no jogo, enquanto tudo realmente incrível que você criou - seu mundo, seu jogo, sua arte – estão servindo a absolutamente qualquer um de graça. É uma inversão completa de como os criadores de jogos sempre tiveram que pensar. “

Isso significa que, o autor acredita realmente em jogos “gratuitos para jogar”, onde o usuário pode jogar do início ao fim sem ter custo algum por isso. O League of Legends é um game realmente “gratuito para jogar”, pois nele não é preciso pagar para usar, nem para continuar o seu uso, e o jogador jamais é prejudicado por optar em não investir dinheiro real no jogo. E, certamente, isso ajuda para o crescimento e sucesso que o jogo vem trazendo para os e-Sports.

STREAMING

Para Tameirão (2019) o significado do termo *streaming* se refere a “uma tecnologia que, através da internet, permite o envio de informações multimídia para computadores e alguns outros dispositivos”, ou seja, a ação de transmitir dados em formato de áudio e vídeo em uma rede. Isso torna possível por exemplo, assistir uma série ou escutar uma música sem ser necessariamente feito o download do arquivo, utilizando-se apenas o caminho de transferência de dados continuamente entre o servidor e o seu equipamento eletrônico. Por isto, a tecnologia de streaming provocou a possibilidade de escutar uma música ou visualizar um vídeo sem a obrigação de obter o download.

Figura 4: O que é *streaming*



Fonte: Tecnoblog.net, 2020.

Por volta do ano de 1920, antecedente a invenção do computador, a tecnologia de streaming aparecia. Foi então que, neste ano que a companhia Muzak Holdings, por meio da transmissão de áudio por ondas elétricas, idealizou a música de elevador. Austerberry (2005) fala em seu trabalho que streaming não necessita usar a WEB, pois esse tipo de comunicação pode ser realizado através de redes sem fio ou através de intranets. (AUSTERBERRY, 2005, p.8)

A tecnologia de streaming adveio a se tornar mais conhecida de acordo com os aumentos da qualidade dos serviços de internet apresentados, pois antes, com uma velocidade baixa de conexão, não havia um carregamento acertado dos conteúdos requisitados pelos usuários. Com o aparecimento da tecnologia da internet banda larga, que admitia uma conexão em rede com maiores velocidades, foi admissível um maior desenvolvimento dos serviços de streaming, consentindo que se acompanhe eventos ao vivo de qualquer parte do mundo como espetáculos, conferências ou transmissões de jogos e gameplays, como ainda o emprego dos serviços on demand por meio de aplicativos como Youtube, Spotify e Netflix. (MATSUMOTO, 2019).

LIVE STREAMING

Matsuomoto (2019) afirma também que existe o conceito de Live Streaming, que emprega a mesma tecnologia de transmissão de informações, o streaming, entretanto neste fato, o conteúdo transmitido está ocorrendo em tempo real, ou seja, ao vivo. Este teor transmitido pode ser desde um acontecimento social como um show de música, até mesmo a transferência de uma gameplay em um videogame ou computador.

Algumas das vantagens desse tipo de transmissão ao vivo é a ação da interação, já que as plataformas de live streaming disponibilizam um bate papo/chat, no qual os usuários espectadores conseguem interagir por meio de mensagens trocadas entre si ou com o transmissor, denominado de streamer. O recurso de maior valor para que ocorra a live streaming é, com toda certeza, o espectador. Os autores Cheung e Huang (2011) os determinam sendo as “pessoas

que acompanham as experiências do jogo, contudo que não participam inteiramente”. Além disso, de acordo com Cheung e Huang (2011), os autores finalizam que existem pessoas que possuem maior contentamento ao acompanhar streamers profissionais jogando do que estar propriamente jogando, tais pessoas assistem a live streams como algo similar ao assistir no televisor programas esportivos clássicos. Além de interações por mensagem, os usuários cadastrados nas plataformas podem ir bem longe, porque é aceitável realizar doações em dinheiro para o streamer ou assim, se tornar um inscrito do canal, que por determinada quantia, o espectador inscrito tem um tempo de 30 dias com algumas vantagens exclusivas com relação aos usuários não inscritos, neste caso, usuários “normais”.

Ainda sobre as transmissões online, Gros (2017) assinala que os serviços de live streaming têm como principais características “simultaneidade, transmissão do programa do próprio usuário em tempo real, utilização dos próprios dispositivos, interação entre audiência e o apresentador e, por fim, a possibilidade de um sistema de recompensas”.

TWITCH

O Twitch nasceu em 2011 como expansão do serviço Justin TV, empregando-se no setor de jogos, contendo campeonatos, eventos e transmissões individuais. A plataforma pode ser percebida como mídia de conectividade, onde a participação e a ambição dos usuários em socializarem online provocam dados de perfil e de conduta, que se decompõem em recursos para as plataformas digitais. (van Dijck, 2013)

“Conectividade evoluiu rapidamente em um valioso recurso, assim que os engenheiros encontraram formas de codificar informação em algoritmos, que ajudam a marcar uma forma particular de socialização online e fazer lucro em mercados online – servindo um mercado global de redes sociais e conteúdos gerados pelos usuários.” (van Dijck, 2013, p. 4).

A Twitch se difundiu e cresceu incrivelmente em curto período de existência, conforme Voltolini (2014), somente no primeiro mês de prestação de serviços, a plataforma alcançou números que ultrapassavam a 8 milhões de usuários. Fazendo grande sucesso, no ano de 2014, a companhia Amazon adquiriu a Twitch por volta de US\$ 970 milhões de dólares. A plataforma seguiu a fazer sucesso e os números permaneceram a aumentar, ainda de acordo com Voltolini (2014), no próprio ano da aquisição da Twitch pela Amazon, a plataforma logo contava com uma marca de 55 milhões de usuários, nos quais, 58% passavam em média 20h por semana acompanhando transmissões na Twitch, ou seja, perto de 3 horas diárias de consumo. Conforme Yosilewitz (2019), no ano de 2018 a Twitch apresentou chocantes 9,36 bilhões de horas assistidas por seus integrantes, expondo um desenvolvimento de 506 milhões de horas em relação ao ano antecedente.

De acordo com informações mais atuais do site StreamElements (2019), reclusos do primeiro trimestre do ano de 2019, esta temporada de 3 meses primitivas do ano proporcionou números que atingem a marca de 2,7 bilhões de horas assistidas, um acrescentamento de 35% em relação ao próprio período do ano anterior e ainda foi a contabilização de um novo recorde para a marca, o mês

de janeiro de 2019 bateu o recorde da Twitch, constituindo o mês com mais horas de conteúdo assistido, chegando a impressionantes 948 milhões de horas.

Figura 5: Modelo de negócio da Twitch



Fonte: Paz, Montardo, 2018.

A plataforma também apresenta seus serviços de jeito gratuito para todos usuários, contudo, com a finalidade de contribuir com seus criadores de conteúdo, os streamers, a Twitch disponibiliza para os usuários com uma conta cadastrada, a alternativa de fazer doações em dinheiro, de algum valor almejado, valor no qual certa percentualidade vai diretamente para o streamer e a outra porcentagem fica com a plataforma (Amazon/Twitch). Ainda que existam as doações, há a opção para que o streamer exponha pequenas propagandas para receber uma bonificação que também em dinheiro. Além dos modelos anteriores, a plataforma apresenta ao usuário a alternativa de inscrever-se no canal de seus streamers preferidos, porém, pagando um valor de US\$ 4,99 dólares, então, por 30 dias o cliente ganha algumas vantagens em semelhança aos usuários normais, por exemplo o nome/nick destacado no chat, emojis personalizados, além de privilégios variados escolhidos pelo próprio streamer, num todo o usuário com inscrição ganha a chance de fazer parte de grupos particulares em diversas redes sociais, onde se acaba mais fácil a conversação com o streamer. (Paz, Montardo, 2018)

De acordo a Twitch Advertising (2019), a Twitch tem aproximadamente mais de 15 milhões de usuários por dia que testemunham em média 95 minutos de 29 transmissões diariamente, além de haver mais de 2.2 milhões de streamers partilhando suas gameplays e interagindo em live streaming por mês.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme dito anteriormente, a presente pesquisa tinha como objetivo mostrar a evolução dos jogos online, tal como suas características, jogadores, jogos e quais as tecnologias utilizadas para transmitir esse cenário no mundo dos jogos eletrônicos.

Pode-se concluir que a evolução dos e-Sports está relacionada com o avanço da própria internet em si, trazendo consigo jogos e plataformas totalmente dedicadas para a diversão e entretenimento do público tecnológico, sempre com a intenção de promover a interação com seus jogadores/streamers favoritos. Além

disso, a profissionalização dos jogadores de e-Sports trouxeram visibilidade ao esporte, atraindo olhares de todo o mundo, visto que, as premiações são muitas vezes maiores do que as tradicionais competições esportivas de futebol, vôlei, tênis, etc.

O principal fator no qual trouxe dificuldade para a realização da pesquisa atual, com toda certeza, foi a limitação de conteúdo nativo, ou seja, poucos artigos falando sobre e-Sports por autores brasileiros, sendo que a maioria dos autores são estrangeiros. Nos tempos de hoje a tradução online facilita o trabalho para entender, porém muitas vezes faltaram coerência nas frases, assim trazendo dificuldade para elaborar algumas frases e entender realmente o que o autor quis passar para quem estava lendo.

Para o futuro, seria interessante pesquisar mais sobre e-Sports no Brasil, pois o esporte está crescendo cada vez mais no país e logo o assunto será de suma importância para o público que gosta de tecnologia e quer entender mais sobre o que ocorre no Brasil. Também seria ideal trazer mais sobre outros jogos e competições, visto que, a quantidade de tais elementos vêm crescendo espantosamente.

Visando a uma apresentação coerente e de alta qualidade da publicação da Revista Tecnologia e Sociedade, solicitamos aos autores que sigam os critérios e características técnicas, as orientações de estilo e formatação de texto apresentadas neste documento. O modo mais simples de fazê-lo é substituir o conteúdo do modelo pelo de seu artigo, cuidando para não adicionar novos estilos, ou redefinir os estilos do modelo.

E-sports: the evolution of online games

ABSTRACT

E-Sports is one of the fastest growing industries and attracts more visitors each year, both players and organizations that see it as a potential for their own growth. The present research aims to show the evolution of online games, such as their characteristics, players, games and which technologies are used to transmit this scenario in the world of electronic games. The methodology used was bibliographic research, in which extensive research was carried out in the FSG virtual database and also in the Google Scholar database, using scientific articles and books. This bibliographic research methodology is based on knowledge provided by Librarianship and Documentation, among different sciences and techniques used in a methodical way involving the identification, location and acquisition of information, recording and writing of the scientific work. The study brought as a result that e-Sports is increasingly present in people's lives. The same also says that the evolution of this sport, made a large part of the population invest more in the segment, bringing profitability and visibility to the sport, thus, an investment in technology. Real-time match broadcasts are the main point for evolution, as it carries with it millions of people looking to interact and get closer and closer to their idols/games.

KEYWORDS: Technologies. E-Sports. Transmissions. Games.

REFERÊNCIAS

- Abnt – associação brasileira de normas técnicas.** Nbr 6023. Informação e documentação – Referências – elaboração. Rio de Janeiro, 2002.
- ADAMUS, T. **Playing Computer Games as Electronic Sport: In Search of a Theoretical Framework for a New Research Field.** Dordrecht: Handbook, 2012.
- AMÉRICO, M. O jornalismo esportivo transmídia no ecossistema dos esportes eletrônicos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 11, p. 316 – 327, 2014.
- AUSTERBERRY, D. **The Technology of Video & Audio streaming.** Focal Press, Massachusetts - USA, 2005. Disponível em: <<https://epdf.tips/the-technology-of-videoand-audio-streaming-second-edition/>>. Acesso em: 23 nov. 2020.
- AYAR, H. Development of e-Sport in Turkey and in the World. **International Journal of Science Culture and Sport**, p. 95-102, 2018.
- BARBANTI, V. J. O que é esporte? **Revista Brasileira de Atividade Física e Saúde**, v. 2, p. 54-58, 2006.
- BELL, C. E. Sexualization and Gamer Avatar Selection in League of Legends. **Atlantic Journal of Communication**, v. 25, n. 2, p.65-87, 2017.
- BERNARDINO, P. V. Esporte Eletrônico: videogame como trabalho imaterial. **Dissertação de Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea – Universidade Federal do Mato Grosso, Cuiabá**, 2017.
- CAMPEDELLI, G.; CARVALHO, L, F, T. **E-sports: uma análise sobre a sua legitimação e as novas configurações dos esportes espetáculo.** PUC Minas, p. 2-3, 2018.
- CHEUNG, G.; HUANG, J. **Starcraft From the Stands: Understanding the Game Spectator.** Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. Vancouver, p. 763-772, 2011.
- FAHEY, R.; LOVELL, N. **Design Rules for Free-to-play Games.** London: GAMESbrief. 2012.
- FRANCO, P, L. **E-sports: do entretenimento ao plano de carreira.** Centro Universitário De Brasília – UNICEUB, p. 42-44, 2018.
- GRAY, P. B. Testingmen's hormone responses to playing League of Legends: No changes in testosterone, cortisol, DHEA or androstenedione but decreases in aldosterone. **Computers in Human Behavior**, v. 83, p.230-234, 2018.
- GROS, D. World of Streaming: Motivation and Gratification on Twitch. Social Computing And Social Media. **Springer International Publishing**. p.44-57, 2017.
- HAMARI, J.; KERONEN, L. Por que as pessoas jogam? uma meta-análise. **International Journal of Information Management**, v. 37, n. 3, p. 125–141, 2017.
- HONORATO, R. **League of legends chega ao Brasil – e em português.** 2012. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/tecnologia/league-of-legends-chega-ao-brasil-e-em-portugues/>. Acesso em: 09 nov. 2020.
- HUHH, J., **The culture and business of PC bangs in Korea.** The Culture and Business of PC bangs in Korea SSRN. Disponível em:

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=975171. Acesso em: 08 de ago. 2020.

JENSEN, L. E-Sports: profissionalização e espetacularização em competições eletrônicas. **Dissertação de Mestrado em Educação Física**. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2017.

KUSHNER, D. Masters of Doom: How Two Guys Created an Empire and Transformed Pop Culture, Random House Trade Paperbacks. **International Journal of Science Culture and Sport**, p. 76-78, 2004.

LI, R. **Good luck, have fun**: The rise of esports. Delaware: Skyhorse, 2016.

LIPOVETSKY, G. **Os Tempos Hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

MATSUMOTO, G. H. P. **Fatores de sucesso para canais de live streaming de jogos online na percepção dos usuários brasileiros**. Universidade Federal do Rio de Janeiro, p. 26-27, 2019.

MONTOVANI, I., **O que é Esports**: finalmente saiba tudo sobre essa modalidade de esporte. Disponível em: <<https://mktesports.com.br/blog/esports/o-que-e-esports/>>. Acesso em: 12 de out. 2020.

NEWZOO. **How Well Do You Know 2018's Global Esports Market?** Disponível em: <https://newzoo.com/insights/articles/quiz-how-well-do-you-know-2018s-global-esports-market/>. Acesso em: 20 out. 2020.

O'NEILL, P., **Twitch dominated streaming in 2013, and here are the numbers to prove it**. Disponível em: <https://dotesports.com/culture/news/twitch-growth-esports-streaming-mlg-youtube-2013-90/>. Acesso em: 08 de ago. 2020.

PAZ, S.; MONTARDO, S. P. **Performance play: consumo digital como performance no streaming de games da plataforma Twitch**. Unisinos – São Leopoldo, p. 191-193, 2018.

PETRÓ, G. **League of legends ganha servidor localizado no brasil**. 2013. Disponível em: <[http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/02/league-legends-ganha-servidor-localizado-no-brasil.html#:~:text=A%20Riot%20Games%20anunciou%20nesta,Battle%2DArena%20ou%20MOBA\).&text=A%20Riot%20diz%20que%20o,ficar%3%A1%20localizado%20em%20S%C3%A3o%20Paulo](http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/02/league-legends-ganha-servidor-localizado-no-brasil.html#:~:text=A%20Riot%20Games%20anunciou%20nesta,Battle%2DArena%20ou%20MOBA).&text=A%20Riot%20diz%20que%20o,ficar%3%A1%20localizado%20em%20S%C3%A3o%20Paulo)>. Acesso em: 09 nov. 2020.

PRONI, M. Esporte espetáculo e futebol empresa. Campinas: 1998. **Tese** (Doutorado em Educação Física). UNICAMP, 1998.

SALOMON, D. **Como fazer uma monografia**. 11a ed. São Paulo: Martins Fontes; 2004.

SAPIENZA, A. Non-Negative Tensor factorization for human behavioral pattern mining in online games. **Information**, v. 9, n. 3, 2018.

SEVERINO, A. **Metodologia do trabalho científico**. 22a ed. São Paulo: Cortez; 2002.

SICILIA, M. Á. Player-centric networks in League of Legends. **Social Networks**, v. 55, p.149-159, 2018.

SILVA, F. L. O.; NOBRE, G. F. **A Economia criativa e a indústria dos e-Sports**. *Iandé Ciências e Humanidades*, p. 15-17, 2017.

SPORTV.COM. **Dota**: premiação do The International 2018 chega a R\$ 97,9 mi e bate recorde mundial. Disponível em: <https://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/com-brasileiros-na-disputa-premiacao-do-the-international-chega-aos-us-20-mi.ghtml/>>. Acesso em: 21 out. 2020.

TAMEIRÃO, N. **Streaming de video**: O que é, vantagens e como ganhar dinheiro. Disponível em: <<https://sambatech.com/blog/insights/streaming-de-video/>>. Acesso em: 23 nov. 2020.

TUBINO, M. J. G. **Estudos brasileiros sobre o esporte**: ênfase no esporte educação. Maringá: Eduem, 2010.

TWITCH ADVERTISING. **Audience**. Disponível em: <<https://twitchadvertising.tv/audience/>>. Acesso em: 25 nov 2020.

VAN DIJCK, J. **The culture of connectivity**: a critical history of social media. New York, Oxford University Press, p. 240, 2013.

VOLTOLINI, R. Twitch: **10 fatos que fazem do serviço de streaming um gigante da web**. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/twitch/61099-twitch-10-fatos-servico-streaming-gigante-web/>>. Acesso em: 25 nov. 2020.

WELCH, T., **The History of the CPL**, Cyberathlete Professional League. Disponível em: <http://www.thecpl.com/league/>. Acesso em: 08 de ago. 2020.

YOSILEWITZ, A. **Streaming in 2018** – The State of the Stream. StreamElements. Disponível em: <<https://blog.streamelements.com/streaming-in-2018-the-state-of-the-stream-c460be8b1c5/>>. Acesso em: 25 nov. 2020.

Recebido: 09/03/2022

Aprovado: 13/07/2022

DOI: 10.3895/rts.v18n54.15238

Como citar: ZANCHET DE LIMA, V. et al. E-sports: a evolução dos jogos online. *Rev. Tecnol. Soc.*, Curitiba, v. 18, n. 54, p.227-243, out./dez., 2022. Disponível em: <https://periodicos.utfr.edu.br/rts/article/view/15238>. Acesso em: XXX.

Correspondência:

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

