



“Passando de nível”: um olhar sobre os aspectos socioculturais do desenvolvimento dos eSports no Brasil

RESUMO

O objetivo deste estudo é compreender como o cenário competitivo dos *eSports* têm se desenvolvido no Brasil, fazendo uma análise dos aspectos socioculturais que fizeram parte do seu desenvolvimento. Para isso, realizou-se a análise de conteúdo de materiais disponíveis *online* entre os anos de 2003 e 2022, sendo compostos por notícias, documentários e entrevistas que trataram da temática do estudo. O recorte temporal considerado se dá pela disponibilidade de conteúdo relacionado aos objetivos elencados. Ao final, evidenciou-se que os *eSports* encontraram obstáculos oriundos da falta de estrutura e inclusão digital. Porém, mesmo com essas dificuldades iniciais de formação da modalidade no Brasil, equipes profissionais conseguiram se formar e têm obtido êxito em âmbito nacional e internacional. Por outro lado, parte da população brasileira, que muitas vezes não consegue realizar a prática por questões estruturais ou financeiras, encontraram nos dispositivos móveis uma forma de se inserir no universo dos *eSports*.

PALAVRAS-CHAVE: eSports; Brasil; Inclusão digital; Aspectos socioculturais

Thiago Luis Castilho Neves

Graduado em Educação Física
Universidade Federal do Paraná,
Departamento de Educação Física,
Curitiba, PR, Brasil
thicneves@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-5932-0138>

Leticia Cristina Lima Moraes

Mestre em Educação Física
Universidade Federal do Paraná,
Departamento de Educação Física,
Curitiba, PR, Brasil
letsmoraes96@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-9444-8735>

Wanderley Marchi Júnior

Doutor em Educação Física
Universidade Federal do Paraná,
Departamento de Educação Física,
Curitiba, PR, Brasil
wmarchijr@gmail.com

<https://orcid.org/0002-4911-9702>

"Passing the level": a look at the sociocultural aspects of the development of eSports in Brazil

ABSTRACT

The aim of this study is to understand how the competitive eSports scene has developed in Brazil, analyzing the sociocultural aspects that have been part of its development. For this, a content analysis of materials available online between 2003 and 2022 was carried out, consisting of news, documentaries and interviews that dealt with the theme of the study. The time frame considered is due to the availability of content related to the objectives listed. In the end, it was evidenced that eSports encountered obstacles arising from the lack of structure and digital inclusion. However, even with these initial difficulties in the formation of the modality in Brazil, professional teams have managed to form and have been successful at national and international levels. On the other hand, part of the Brazilian population, who often cannot practice due to structural or financial reasons, found in mobile devices a way to enter the eSports universe.

KEYWORDS: eSports; Brazil; Digital inclusion; Sociocultural aspects

"Pasando el nivel": una mirada a los aspectos socioculturales del desarrollo de los eSports en Brasil

RESUMEN

El objetivo de este estudio es comprender cómo se ha desarrollado la escena competitiva de los eSports en Brasil, analizando los aspectos socioculturales que han formado parte de su desarrollo. Para ello, fue realizado un análisis de contenido de materiales disponibles online entre 2003 y 2022, compuesto por noticias, documentales y entrevistas que trataran del tema del estudio. El marco temporal considerado se debe a la disponibilidad de contenidos relacionados con los objetivos enumerados. Al final, se evidenció que los eSports encontraron obstáculos derivados de la falta de estructura y de inclusión digital. Sin embargo, incluso con estas dificultades iniciales en la formación de la modalidad en Brasil, equipos profesionales han logrado formarse y han tenido éxito a nivel nacional e internacional. Por otro lado, parte de la población brasileña, que muchas veces no puede practicar por razones estructurales o financieras, encontró en los dispositivos móviles una forma de entrar en el universo de los eSports.

PALABRAS-CLAVE: eSports; Brasil; Inclusión digital; Aspectos socioculturales

Introdução

O impacto da tecnologia digital nas atividades de lazer, especialmente no âmbito esportivo, é significativo. Uma área central desse fenômeno é o surgimento dos *eSports* (esportes eletrônicos), que são praticados e consumidos virtualmente (TJØNNNDAL; SKAUGE, 2020). O desenvolvimento exponencial dos *eSports* esteve intimamente associado ao desenvolvimento dos aparatos tecnológicos como a televisão, o computador e outros processadores de imagem (BARBOZA; SILVA, 2014) os quais viabilizam tanto a experiência como a imersão no mundo *virtual*.

Apesar do atual sucesso dos jogos eletrônicos, sua trajetória é relativamente recente na história (REIS; CAVICHIOLLI, 2014), de modo que o jogo mais antigo que se tem registro foi desenvolvido em 1958, sob o título “*Tennis for Two*”, pelo físico Willy Higinbotham, funcionando a partir de um aparelho chamado osciloscópio (BATISTA et al., 2007; BARBOZA; SILVA, 2014). Alguns anos depois, em 1961, Steve Russell, estudante do *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), desenvolveu um projeto em linguagem *Assembly*, que simulava uma batalha entre naves espaciais, o qual chamou de “*Spacewar*”, sendo executado nos computadores mais potentes da época (BATISTA et al., 2007).

Comparando-os com os jogos para celulares, consoles e computadores atuais, os projetos iniciais podem ser considerados rudimentares, no entanto, representaram o estopim para a chamada “meteórica” existência dos jogos eletrônicos, como define Nesteriuk (2004). Na década de 60, foram nos *Fliperamas* onde ocorreu o primeiro contato dos jogos com o público geral (BATISTA et al., 2007; BARBOZA; SILVA, 2014). Neste período, os jogos eletrônicos eram vistos como brinquedos e voltados ao público infantil, porém, ao passarem por transformações tecnológicas, conceituais e artísticas, decorrentes do desenvolvimento dos setores da informática e da computação, logo as fabricantes os reconheceram como produtos eletrônicos altamente especializados e com potencial para angariar um público diversificado (CHIKISH; CARRERAS; GARCÍA, 2019). Além disso, as inovações criativas que os jogos receberam, modificaram completamente tanto a jogabilidade quanto as narrativas, fazendo com que alterasse, também, os estilos e as maneiras de consumir (REIS; CAVICHIOLLI, 2014).

Nesse sentido, as competições de habilidades em jogos eletrônicos passaram a ser organizadas. No ano de 1972 ocorreu na Universidade de Stanford a chamada *Intergalactic Spacewar Olympics*, uma competição no jogo “*Spacewar!*”, da empresa *Atari*, criado por Nolan Bushnell, sendo uma versão atualizada do *Spacewar* de Russel (BATISTA et al., 2007; PETROLINO, 2018; MACHADO; SANTUCHI, 2018).

Outras competições surgiram na sequência e com elas os primeiros sinais de esportivização dos jogos eletrônicos. Na década de 1980, a Atari organizou o primeiro campeonato de *eSports*, reunindo cerca de dez mil participantes competindo no “Space Invaders”. O termo *eSports*, ou “*e-Sports*” ou, ainda, “*Esportes Eletrônicos*” foi cunhado na década de 90 para classificar qualquer atividade que, por meio de instrumentos eletrônicos, caracterize uma competição que envolva dois ou mais jogadores (BORSATO et al., 2020).

Porém, a revolução no cenário competitivo dos *eSports* ocorreu na década de 1990 e início dos anos 2000, período de advento da internet e desenvolvimento da tecnologia dos consoles e dos computadores que ganharam espaço sobre a indústria de *Fliperamas* (FERREIRA, 2019). Nesse momento, as barreiras físicas foram vencidas, o que possibilitou partidas entre jogadores ao redor do mundo (PETROLINO, 2018; ROMÃO E SILVA, 2019).

A conectividade elevou os jogos eletrônicos ao status de jogos *online*, permitindo que ocupassem um espaço ainda mais significativo na vida das pessoas, principalmente os jogos vinculados às emergentes Mídias Sociais, um ambiente online que viabiliza interações a níveis profissionais, pessoais ou lazer entre os usuários (ROMÃO E SILVA, 2019). No cenário mundial dos jogos competitivos, a transição para o *online* ocorreu de forma semelhante entre os países do Ocidente e do Oriente, porém diferentes gêneros se popularizaram em cada região, resultando em uma diversificação cultural na produção e consumo dos jogos (FERREIRA, 2019).

No início do século XXI, a realização de eventos competitivos oficiais, envolvendo dinheiro e espectadores, culminou na profissionalização de alguns *jogos online*, elevando a prática como opção de carreira. Com isso, os *cyber-atletas – players* (jogadores) de jogos eletrônicos, sobretudo os que atuam de forma profissional – impulsionaram sua popularização por meio da internet, tornando efetivo o processo de profissionalização. Desse modo, a partir dos anos 2000, os *cyber-atletas* de países como Coreia do Sul e Estados Unidos passaram a ter nos *eSports* um meio para exercer suas funções laborais (FERREIRA, 2019; PETROLINO, 2018; MACHADO; SANTUCHI, 2018).

Em contrapartida, essa não é a realidade da maioria dos países que, por sua vez, não conseguiram acompanhar o desenvolvimento no campo dos *jogos online*, visto que possuem especificidades relacionadas ao desenvolvimento econômico, social, cultural e político que interferem nessa construção. Nessa perspectiva, este trabalho tem como objetivo geral compreender como foi e como está sendo o desenvolvimento dos jogos eletrônicos competitivos (*eSports*) no Brasil. E para sua efetivação, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: a) Analisar os aspectos socioculturais envolvidos no processo de desenvolvimento dos *eSports* no país, e b) Discutir sobre como o cenário profissional se estruturou diante dessas condições.

Este estudo, por apresentar uma incursão acerca do fenômeno dos eSports especificamente no Brasil, pretende contribuir com a literatura existente sobre o tema e que se encontra em constante crescimento (BORSATO et al., 2020; HAMARI; SJÖBLOM, 2017), mas ainda considerada “rara e dispersa”, como observado por Hamari e Sjöblom (2017, p. 213). A seguir, serão abordados os passos metodológicos realizados no estudo.

Metodologia

Para a realização deste estudo, foi utilizada a pesquisa qualitativa digital descrita por Andrea Bundon (2016; 2017). Para a sua realização, Bundon (2016) destaca a exploração dos “*cyber-espacos*” públicos e privados, buscando por conteúdos disponíveis relacionados ao objeto de pesquisa. Seguindo os preceitos escritos pela autora, este trabalho, que trata do desenvolvimento dos *eSports* no Brasil, se baseia em dados disponíveis nos *cyber-espacos* públicos, além da análise de outros materiais que foram publicados no ambiente *online*. Dessa forma, as fontes selecionadas para esta pesquisa consistem em textos de mídia, que tratam do assunto *eSports* em jornais e revistas online, no intervalo entre os anos 2003 e 2022. Esse recorte temporal pretende contemplar desde a revolução no cenário dos *eSports* no país até os dias atuais. De acordo com o blog da Escola de Comunicação e Design Digital (ECDD, s.d.), entre os anos 2003 e 2005 ocorreram alguns fatos que impulsionaram o desenvolvimento dos *eSports* no Brasil, como a popularização de editoriais que tratavam do assunto de jogos eletrônicos. Como exemplo, podemos citar as primeiras edições da *Electronic Game Show* (EGS) – evento de *eSports* realizado nos anos 2004 e 2005 em São Paulo – e o lançamento dos projetos nacionais *Erinia* e *Taikodom*, que apresentaram o potencial brasileiro de criação no campo de jogos digitais.

Os sites de conteúdo consultados foram: Adrenaline (criado em 2001), Arkade (responsável pelo blog e pela revista Arkade, criado em 2008), TechTudo (criado em 2010), Canaltech (criado em 2012), Uol Start (ligada ao UOL - Universo Livre - fundado em 1996)¹, além de outros blogs na língua portuguesa que tratam da temática dos jogos online. Na seleção dos ambientes virtuais foi levado em consideração o conteúdo publicado que, necessariamente, deveria ir ao encontro com a proposta da pesquisa.

O banco de dados gratuito da empresa *Newzoo*² foi utilizado para identificar a evolução do número de adeptos dos jogos eletrônicos no Brasil, bem como isso vem impactando no setor financeiro do país. A *Newzoo* é uma empresa voltada ao levantamento de dados no campo dos jogos

¹ Mais informações disponíveis em: adrenaline.com.br/, www.arkade.com.br/, www.techtudo.com.br/, canaltech.com.br/ e www.uol.com.br/start/esport.

² Disponível em: <https://newzoo.com/>.

digitais, podendo ser tanto sobre as tendências no mercado de jogos, como também sobre *players* ou jogos propriamente ditos. A empresa possui nível global tendo sede em diversos países pelo mundo. Enquanto o banco de dados *Esports Earnings* (s.d.), foi utilizado para a coleta de informações sobre o ranking de jogadores e equipes do Brasil, de acordo com premiações e conquistas no decorrer dos anos. A Esports Earnings é um site aberto à comunidade, apresentando dados referentes aos recursos dos jogos competitivos com base em informações públicas disponíveis gratuitamente.

Para identificar os perfis socioeconômicos de cada região do Brasil, em especial sobre o acesso a computadores, celulares e Internet, foi utilizado o portal de dados do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), criado em 2003 pelo Decreto n. 4.829. Seus indicadores podem ser organizados e estudados em agrupamentos (como gênero, faixa etária, porte de empresa ou dependência administrativa escolar).

É importante compreender que os textos encontrados nessas plataformas podem apresentar um ponto de vista específico (BRATBERG, 2014). Dessa maneira, para analisar o material, foi utilizada a análise de conteúdo, seguindo a estratégia descrita por Vaismoradi, Turunen e Bondas (2013). Ao analisar, categorizar e codificar o material, o objetivo era descrever as características e o conteúdo de cada texto, examinando quem diz o quê, para quem e com que efeito (BLOOR; WOOD, 2006). Desse modo, os textos foram examinados e codificados de acordo com os objetivos anunciados, sendo organizados em duas categorias: a) primórdios dos *eSports/jogos online* no Brasil e b) formação de um cenário profissional de *eSports*.

Assim, os materiais utilizados para o desenvolvimento da pesquisa foram aqueles que auxiliaram a compreensão sobre o desenvolvimento dos *eSports* no Brasil, a promoção e ascensão das equipes competitivas e como tem se dado a difusão da modalidade no Brasil. É evidente que notícias, materiais e mídias digitais abordaram outros temas relacionados aos *eSports*, entretanto, estar ligado aos objetivos específicos da pesquisa foi critério de inclusão/exclusão das fontes.

A seguir, os resultados e discussões que se iniciam pela gênese e desenvolvimento dos *eSports* até a estruturação do cenário competitivo no Brasil.

Os *eSports* no Brasil: o início do online e as barreiras para o seu desenvolvimento

Os dados obtidos na pesquisa da empresa *Newzoo* (2021), apontaram o Brasil como o maior mercado de jogos móveis da América Latina, com cerca de 88,4 milhões de consumidores de jogos digitais, os quais ajudaram o país a gerar uma renda superior a 1 bilhão de dólares no ano da pesquisa.

Para uma melhor compreensão acerca do desenvolvimento das equipes de *eSports* brasileiras até seu reconhecimento nos eventos mundiais, é crucial entender as mudanças que essa modalidade

encontrou nos anos finais do século XX e início do século XXI, momento de ampliação do acesso à internet no país. Segundo Reis e Cavichioli (2014), esse período foi marcante, pois a partir desse momento grandes empresas passaram a reconhecer os jogos *online* – *status* adquirido após apropriação da internet –, não mais como simples brinquedos, mas como um investimento promissor no campo da tecnologia.

O blog ECDD (s.d.) e Syozi (2021) apontam que nos anos 1980 o sucesso do console da Nintendo não foi vislumbrado no Brasil por conta da Política Nacional de Informática (PNI) – Lei Federal nº 7.232/84 de 29 de outubro de 1984, que impediu a entrada de empresas estrangeiras, em que o controle de suas ações não fosse nacional, tornando o valor das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) muito alto no país e dificultando a obtenção dos aparelhos. Segundo Sommadossi (2021), neste mesmo período as corporações Brasileiras passaram a produzir versões paralelas, mais baratas, dos consoles de videogames e cartuchos as quais ficaram conhecidas como *Famiclones*, proporcionando uma experiência semelhante ao console original da Nintendo e fomentando o consumo desses tipos de equipamentos pelo Brasil.

O blog ECDD (s.d.) ainda aponta que os altos preços dos jogos e a falta de empresas dedicadas ao desenvolvimento desse mercado levaram o Brasil a um atraso irreparável no setor, alavancando movimentos como a conhecida “pirataria”³. No século XXI, após a massificação do uso da internet, o acesso à rede facilitou o consumo dos conteúdos ilegais por meio dos *downloads*, fazendo com que a “pirataria digital” ganhasse mais força.

De acordo com Adrenaline (2011), o Brasil em 2011 encontrava-se no quinto lugar do *ranking* global dos países que mais piratearam *softwares online*. Situação que, segundo Ribeiro (2018), em 2018 ainda não havia sofrido grandes mudanças, pois o Brasil ocupava a quarta posição na classificação dos países que mais consumiam conteúdo ilegal. Em 2013, o site Adrenaline (2013) divulgou que a empresa Nintendo chegou a acusar países como o Brasil, China, México e Espanha de ignorarem deliberadamente a “pirataria de conteúdo digital”, pois no caso do Brasil, o país já se encontrava na terceira posição do *ranking* de países que mais fazia *download* de jogos via *torrent* – uma extensão de arquivos que cria uma rede que permite que os usuários compartilhem arquivos entre si (FERREIRINHO, 2018).

Por outro lado, Henrique Sampaio, co-fundador do Overloadr e apresentador da sequência de *podcasts* Primeiro Contato, em entrevista com Sommadossi (2021) do Canaltech, defendeu que, do ponto de vista do usuário, a “pirataria” foi a responsável por promover o acesso e popularizar os jogos no Brasil. Porém, o entrevistado reconheceu que esta mesma “pirataria” impacta negativamente no

³ Silva (2015), prática que viola à propriedade intelectual, de modo a infringir os direitos relativos à propriedade industrial, os direitos autorais e a concorrência desleal estabelecidos pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI)

desenvolvimento do mercado nacional de jogos, principalmente no caso de empresas de pequeno e médio porte. Uma situação problemática segundo Machado e Santuchi (2018), pois a indústria brasileira de jogos eletrônicos é composta basicamente por micro ou pequenas empresas e, conforme apontam os autores, a “pirataria” representou cerca de 90% dos jogos consumidos pelo Brasileiro em 2018.

Em outra perspectiva, o crescimento dos *eSports* também está ligado ao desenvolvimento das plataformas *streamers*, à difusão de seus eventos para a *TV Aberta* e a melhoria dos serviços de internet, pontos ainda deficientes no Brasil (CORREIA, 2017; LIMA et al. (2022)). Correia (2017) afirma que, por mais que tenha ocorrido uma massificação da utilização dos recursos da internet pelo país, ainda existem diversos pontos sem acesso ou com baixa qualidade em termos de velocidade de conexão banda larga.

De acordo com o levantamento da plataforma de dados do Cetic.br, em 2015, mais de 32,8 milhões de domicílios do Brasil não possuíam acesso à internet, sendo que esse valor representava cerca de 49% do total de residências no país, com destaque para a região norte, na qual mais de 60% das casas não tinham acesso à rede. Já no levantamento de 2018, foi possível identificar uma melhora na cobertura do serviço, de modo que a quantidade de domicílios totais que não possuíam internet no Brasil passou a ser aproximadamente 23,1 milhões, cerca de 33,2% das residências totais do país – com o destaque agora para a região nordeste com 43% de suas residências sem cobertura. Por fim, na pesquisa mais recente realizada em 2021, foi verificado que aproximadamente 13,4 milhões dos domicílios do Brasil ainda não possuíam o serviço. Esse número representa 18,4% do total das residências, sendo que todas as regiões apresentaram entre 77% e 84% de cobertura do serviço.

Sob a perspectiva de Classe Social, utilizando a definição de 2015 da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP), para os 32,8 milhões de domicílios sem acesso à internet em 2015, mais de 31,1 milhões (94,8%) representavam só as classes C, D e E. Para o ano de 2018, das mais de 23,1 milhões de residências sem internet, aproximadamente 22,4 milhões (97%) eram domicílios de famílias das classes C, D e E. Por fim, no ano de 2021, das 13,4 milhões de residências que não possuíam internet, mais de 13,1 milhões (98,18%) eram as famílias de menor poder aquisitivo.

Apesar da tendência positiva na cobertura dos serviços de internet domiciliar, ainda há uma taxa alta de residências sem a cobertura do serviço. Desse modo, esse fator associado ao baixo poder aquisitivo da maior parte da população brasileira, que se encontra nas classes mais baixas, e aos altos custos das TIC's no país, resultam em um cenário pouco democrático quanto à prática de modalidades que envolvem aparatos tecnológicos.

Nessa mesma linha, Santos (2018) relata que a característica de modalidade digital dos *eSports*, o associa diretamente às questões da inclusão digital. Sendo assim, obstáculos como a

precariedade do serviço de internet, o custo elevado dos equipamentos tecnológicos, que é resultado da rigorosa legislação de importação da América Latina, e a “pirataria” que aparentemente se tornou genuína na cultura digital brasileira acabam sendo grandes dificultadores para o desenvolvimento tanto do mercado nacional de jogos digitais, como das equipes a nível competitivo nos *eSports*. Desse modo, as classes sociais mais elevadas aparentemente predominam nos elencos das equipes de alto nível de *eSports*, indicando que o contexto socioeconômico no Brasil ainda é um ponto decisivo para o ingresso na profissão de *cyber-atleta*.

Por outro lado, a fim de superar tais dificuldades e se incluir no meio dos *eSports*, conforme aponta *Newzoo* (2020), a grande massa de *players* no Brasil acabou migrando para os jogos *mobile* – equipamentos de tecnologia digital que viabilizam a mobilidade e o acesso à internet. Em relação às fabricantes destes aparelhos, percebe-se menos obstáculos para se inserir no Brasil, o que possibilita aos usuários menor investimento para a aquisição dos equipamentos e acesso facilitado aos jogos, além dos aparelhos possuírem outras funções úteis para além de consumir *jogos online*.

Assim, apesar de aspectos dificultadores serem encontrados para o desenvolvimento dos *eSports* no Brasil, como a inclusão digital, falta de acesso a equipamentos e até mesmo a “pirataria”, o cenário competitivo no país passou a se consolidar. A seguir, serão abordadas as principais equipes e jogos que fazem parte desse campo esportivo.

Apontamentos sobre Estruturação do Cenário Competitivo Brasileiro

Segundo o blog ECDD (s.d.), a partir dos anos 2004 e 2005, com a realização das respectivas edições da grande feira de jogos eletrônicos *Electronic Game Show* (EGS) em São Paulo, os jogos começaram a ganhar a atenção do empresariado brasileiro. Esse período foi marcado pela ampliação dos serviços de internet, o qual permitiu que as competições nos novos jogos ocorressem em tempo real por meio do sistema *online* (SANTOS, 2018).

Com a conquista do apoio das grandes empresas, o setor passou a receber investimentos para o amadurecimento dos atletas e das equipes de *eSports* de alto nível. Os *cyber-atletas* passaram a ficar alojados em residências com infraestrutura adequada e equipes preparadas para o desenvolvimento do seu condicionamento físico, cognitivo e psicológico. Essas casas de atletas ficaram conhecidas como *Gaming House*, e contam com uma estrutura completa para atender as necessidades diárias das equipes de *eSports* profissionais e suas comissões técnicas. Os computadores são de alto custo e desempenho, as cadeiras e mesas são especializadas para as várias horas de treino, diminuindo a incidência de lesões decorrentes da má postura. Além disso, há uma equipe própria para as funções domésticas da casa, como a limpeza e a preparação das refeições (PETROLINO, 2018).

Segundo Teixeira (2020), essa nova condição permitiu que as equipes de *eSports* do Brasil se tornassem mais presentes no ambiente competitivo mundial, ganhando espaço e acumulando premiações, de tal forma que, no início do ano de 2020, o Brasil passou a ser reconhecido como uma superpotência nos *eSports*.

Através das informações colhidas no site *Esports Earnings* (s.d.), é possível constatar que Brasil já acumulou mais de 47 milhões de dólares em premiações nos *eSports*, sendo mais presente em jogos como: *Counter-Strike: Global Offensive - CS: GO* - (aproximadamente 11,32 milhões de dólares), *Rainbow Six Siege* (cerca de 7,89 milhões de dólares), *Fortnite* (com 5,19 milhões de dólares ganhos), *Free Fire* (aproximadamente 2,48 milhões de dólares) e *Dota 2* (com permissões de 2,15 milhões de dólares). Com isso, no *ranking* mundial de 2022, o Brasil se encontrava na quarta posição com relação ao maior número de premiações, equipes e participações em torneios, atrás somente da China (1º colocado), Estados Unidos (2º colocado), e República da Coréia (3º colocado).

De acordo com Luciana (2022), entre as maiores equipes que representaram o Brasil no cenário competitivo em 2022, encontrava-se a *Loud* (destaque no jogo *Free Fire*, com representação também nos jogos *League of Legends* e *Valorant*), *Los Grandes* (jogos *CS: GO*, *Valorant*, *League of Legends*), *paiN Gaming* (jogos *CS: GO*, *Free Fire*, e *League of Legends*), *INTZ* (jogos *Free Fire*, *League of Legends* e *Valorant*), *Fúria* (jogos *CS:GO*, *Free Fire*, *League of Legends* e *Valorant*).

A partir disso, o site Arkade (2023), discute sobre o potencial do mercado de jogos no Brasil e o modo que *players* consomem o conteúdo dos jogos digitais. Segundo a plataforma, principalmente por meio dos consoles, dos computadores, dos celulares e dos vídeos de *Gameplay* – jogabilidade dos jogos digitais –, tutoriais e notícias sobre a temática, são meios que viabilizam o consumo e contribuíram para um aumento contínuo da popularidade dos jogos eletrônicos no Brasil nos últimos anos, indicando que o país tem potencial para crescimento neste setor, como também oferece uma oportunidade para investimentos.

Dito isso, por mais que o Brasil atualmente seja reconhecido como um importante mercado global de jogos, não se pode esquecer que sua legislação de importação de tecnologia fez com que os consoles e os jogos para computador tivessem um dos preços mais elevados do mundo. Essa situação acabou provocando um movimento do país em direção aos celulares, de modo que a maioria dos brasileiros acabaram migrando para os jogos de *mobile*, onde a entrada é mais acessível (NEWZOO, 2021).

Como resultado desse contexto, em 2020 o Brasil atingiu a marca de aproximadamente 70% da população *online* jogando em dispositivos móveis, sendo que a preferência desse público era por jogos de categorias de estratégia, de corrida ou de tiro (NEWZOO, 2020). Sobre isso, vale ressaltar que entre os anos 2017 e 2021, o mercado de jogos casuais, geralmente composto por jogos para

celular, mais que triplicou no país, apontando que o público brasileiro que consome jogos *online* nos *smartphones*, tende a buscar entretenimento (FLEURE, 2022).

Os *eSports* em nível competitivo no Brasil ainda podem ser considerados como elitizados por conta das barreiras socioeconômicas, que impedem grande parte da população de terem acesso a equipamentos e internet de qualidade. O alto custo das TIC's no país fez com que a grande massa de brasileiros buscassem alternativas para consumir o conteúdo dos jogos *online*. Com isso, o destaque passou a ser nos aparelhos *smartphones*, que atualmente ainda se apresentam como meio mais acessível no país. No entanto, o interesse dos brasileiros nos jogos online para celular girou em torno da busca por entretenimento.

Ao final, é possível evidenciar que a economia brasileira foi marcada pela desigualdade, sendo que os estados com acúmulo de capital, também eram os que possuíam um maior grau de “inclusão digital” (MATTOS; CHAGAS, 2008; SILVA, 2015). Deste modo, como o desenvolvimento dos jogos eletrônicos e dos *cyber-atletas* dependem de investimentos pessoais em equipamentos, além de uma infraestrutura adequada (SANTOS, 2018), o Brasil ainda tem dificuldade, pois o acesso à internet ainda é deficitário (MATTOS; CHAGAS, 2008; SILVA, 2015), resultando no desenvolvimento tardio dos *eSports* e na falta de reconhecimento dos atletas e equipes brasileiras.

Considerações Finais

Esta pesquisa teve como propósito compreender como se deu o desenvolvimento dos *eSports* no Brasil, analisando os aspectos socioculturais envolvidos nesse processo. Para isso, foram analisados alguns aspectos que permitiram identificar as barreiras sociais, econômicas e políticas que influenciaram esse desenvolvimento. Dito isso, foi possível concluir que o desenvolvimento dos *eSports* no Brasil está diretamente atrelado não só aos avanços da tecnologia e à difusão do serviço internet de qualidade, mas também aos investimentos em infraestrutura e ao acesso aos equipamentos tecnológicos. Sendo assim, por mais que o Brasil tenha apresentado evolução na cobertura do serviço de internet, grande parte das famílias das classes de renda mais baixas ainda não possuem acesso ao serviço, e isso, em conjunto com o alto custo das TICs, impede parte dos brasileiros de terem acesso à modalidade.

As regiões que apresentam maior acúmulo de capital econômico, foram observadas com maior “inclusão digital” e com representação nas equipes de *eSports*, fazendo com que os *eSports* sejam, muitas vezes, visualizados como prática elitizada no Brasil, por conta da grande desigualdade social e de oportunidades. Como forma de driblar o alto custo dos equipamentos eletrônicos e se inserir nos *eSports*, a população de menor poder aquisitivo investe em categorias de *jogos mobile*. Entretanto, a

maioria dos *players mobile*, no Brasil, consomem o conteúdo dos *jogos online* como forma de lazer e entretenimento.

Por outro lado, apesar de todas as dificuldades e obstáculos enfrentados pelas equipes brasileiras para atingirem o alto nível, atualmente o Brasil já obteve o reconhecimento mundial e suas equipes são vistas como grandes potências nesse campo competitivo, de modo que o Brasil atinge, em 2022, a quarta posição no ranking mundial. Com isso, as equipes brasileiras *Loud*, *Los Grandes*, *paiN Gaming*, *INTZ* e *Fúria*, por exemplo, comparecem em competições internacionais, acumulando premiações em grandes títulos como *Counter-Strike: Global Offensive (CS: GO)*, *Rainbow Six Siege*, *Fortnite*, *Free Fire* e *Dota 2*.

Com isso, é importante ressaltar algumas limitações que podem ser tomadas para que se avance em estudos futuros. A iniciar pela falta de organização e filtros de exibição das notícias publicadas nos sites selecionados, que podem ter omitido determinadas notícias, reportagens e entrevistas. Assim, a ausência de um banco de dados que permitisse recuperar de forma organizada os materiais sobre o tema do estudo se mostrou um obstáculo durante a seleção do material.

Além disso, no momento do estudo foram identificadas algumas dificuldades na coleta de informações sobre os atletas e as equipes. Como exemplo, pode-se citar a não existência de um ambiente digital oficial que permitisse coletar as informações sobre os atletas e participantes de grandes competições, como também a falta de dados descritivos que permitissem identificar os locais de origem destes cyber-atletas. Dito isso, se sugere que novos estudos sejam realizados para esclarecer os pontos não elucidados no desenvolvimento deste estudo.

Por fim, apesar da desigualdade e da baixa inclusão digital, que ainda prevalecem no Brasil, é fato que os *eSports* representam um mercado importante no país. Embora haja obstáculos a serem superados, como acesso limitado à tecnologia e oportunidades desiguais, é possível vislumbrar um cenário promissor para o *eSport* profissional e para a prática dessa modalidade esportiva digital. Com o avanço da tecnologia e a crescente popularidade dos *eSports*, é fundamental que sejam implementadas políticas e ações que promovam a inclusão e o desenvolvimento igualitário nesse setor, permitindo que mais pessoas tenham acesso e possam participar desse universo.

Referências

ADRENALINE. O Brasil fica em 5º lugar no ranking global de pirataria de software online. 2011. Disponível em: <https://www.adrenaline.com.br/noticias/o-Brasil-fica-em-5o-lugar-no-ranking-global-de-pirataria-de-software-online/>. Acesso em: 11 maio 2023.

ARKADE. **Mercado de jogos Brasileiro - Principais insights para 2023**. 2023. Disponível em: <https://www.arkade.com.br/mercado-de-jogos-Brasileiro-principais-insights-para-2023/>. Acesso em: 11 maio 2023.

ADRENALINE. **Nintendo quer Brasil na "lista negra" da pirataria**. 2013. Disponível em: <https://www.adrenaline.com.br/noticias/nintendo-quer-Brasil-na-lista-negra-da-pirataria/>. Acesso em: 11 maio 2023.

BARBOZA, Eduardo Fernando Uliana; SILVA, Ana Carolina de Araújo. A evolução tecnológica dos jogos eletrônicos: do videogame para o newsgame. In: 5º Simpósio Internacional de Ciberjornalismo, 2014, Campo Grande, MS. **Anais**. p. 1-16.

BATISTA, Mônica de Lourdes Souza et al. Um estudo sobre a história dos Jogos Eletrônicos. Revista Eletrônica da Faculdade Metodista Granbery, Juiz de Fora, MG, n. 3, jul. 2007. Disponível em: https://www.academia.edu/40013187/UM_ESTUDO_SOBRE_A_HIST%C3%93RIA_DOS_JOGOS_ELET%20RICOS. Acesso em: 10 abril 2024.

BLOOR, Michael; WOOD, Fiona. **Keywords in qualitative methods: a vocabulary of research concepts**. London: SAGE Publications, 2006.

BORSATO, Matheus et al. Aspectos sobre a esportivização, mercantilização e espetacularização dos jogos eletrônicos. **Pensar A Prática**, Goiânia, v. 23, 21 jul. 2020. DOI: <https://doi.org/10.5216/rpp.v23.57704>

BRASIL. Lei nº 7.232, de 29 de outubro de 1984. Dispõe sobre a Política Nacional de Informática, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 30 out. 1984. p. 15841.

BRATBERG, Øivind. **Textual analysis in the social sciences**. Oslo: Cappelen Damm Akademisk, 2014.

BUNDON, Andrea. **Digital Qualitative Research in Sport and Physical Activity**. Londres: Routledge, 2017. 178 p.

BUNDON, Andrea. The Web and digital qualitative methods: researching online and researching the online in sport and exercise studies. In: SMITH, Brett et al. **Routledge Handbook of Qualitative Research in Sport and Exercise**. Londres: Routledge, 2016. 518p.

CETIC.BR, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. **Plataforma de Dados**. (S.d.). Disponível em: <https://cetic.br/pt/pesquisas/>. Acesso em: 11 maio 2023.

CHIKISH, Yulia; CARRERAS, Miquel; GARCÍA, Jaume. eSports: a new era for the sports industry and a new impulse to research in sports (and) economics? In: GARCÍA, Jaume. **Sports (and) Economics**. Madrid: FUNCAS, 2019, p. 477-508.

CORREIA, Anderson Oliveira et al. **e-Sports: barreiras ao desenvolvimento no Brasil**. 2017. 54 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

ECDD, Escola de Comunicação e Design Digital. **Design de Games no Brasil**: a área, o mercado e as expectativas a área, o mercado e as expectativas. [S.d.]. Disponível em: <https://ecdd.blog/guia-area-de-games-no-brasil/>. Acesso em: 10 abril 2024.

ESPORTS EARNINGS, **History (2005 - 2022)**. [s.d]. Disponível em: <https://www.esportsearnings.com/>. Acesso em: 05 maio 2023.

FERREIRA, Jéssica Barbosa. “**bem-vindos à Summoner’s Rift**”: os eSports e a profissionalização do League of Legends. 2019. 89 f. TCC (Graduação) - Curso de Bacharelado em Educação Física, Setor de Ciências Biológicas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2019.

FERREIRINHO, Gabriel. A dádiva do Torrent. **Interações: Sociedade e as novas modernidades**, n. 35, p. 81-100, 31 dez. 2018.

DOI: <https://doi.org/10.31211/interacoes.n35.2018.a4>

FLEURE, Amanda. **Exclusivo**: em quatro anos, mercado de games e esports deve dobrar no brasil. em quatro anos, mercado de games e eSports deve dobrar no Brasil. 2022. UOL Tilt. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2022/12/02/exclusivo-mercado-de-games-e-esports-deve-dobrar-no-brasil-em-quatro-anos.htm>. Acesso em: 10 abril 2024.

HAMARI, Juho, and SJÖBLOM, Max. **What is esports and why do people watch it?** Internet Research v. 27, n. 2, p. 211-232. 2017. DOI: <https://doi.org/10.1108/IntR-04-2016-0085>

LIMA, Vinicius Zanchet de *et al.* E-sports: a evolução dos jogos online. **Revista Tecnologia e Sociedade**, Curitiba, v. 18, n. 54, p. 227-243, out. 2022. DOI: [10.3895/rts.v18n54.15238](https://doi.org/10.3895/rts.v18n54.15238)

LUCIANA, Marcela. **Maiores times de eSports do Brasil**. 2022. Clube do Vídeo Game. Disponível em: <https://clubedovideogame.com.br/maiores-times-de-esports-do-Brasil/>. Acesso em: 09 maio 2023.

MACHADO, Carlos Eduardo Martins; SANTUCHI, Rafael Pinheiro. O mercado de jogos eletrônicos e seus impactos na sociedade. **Revista Científica**, Itapemirim, v. 1, n. 1, p. 1-17, ago. 2018. Faculdade Multivix. Disponível em: <https://multivix.edu.br/wp-content/uploads/2018/08/o-mercado-de-jogos-eletronicos-e-seus-impactos-na-sociedade.pdf>. Acesso em 10 abril 2024

MATTOS, Fernando Augusto Mansor de; CHAGAS, Gleison José do Nascimento. Desafios para a Inclusão digital no Brasil. **Perspectivas em Ciência da Informação**, [S. L.], v. 13, n. 1, p. 67-94, jan. 2008. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/23536/19000>. Acesso em: 10 abril 2024

NESTERIUK, Sérgio. Breves Considerações Acerca do Videogame. In: XXVIII Intercom, 2004, Porto Alegre. **Sessão de Temas Livres**. Porto Alegre: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2004.

NEWZOO. **Brazilian Games Market Consumer Insights: Brazil’s Mobile Players Are Likelier to Play Competitive & Midcore Games**. 2020. Disponível em: <https://newzoo.com/resources/blog/brazilian-games-market-consumer-insights-brazils-mobile-players-are-likerlier-to-play-competitive-midcore-games>. Acesso em: 10 maio 2023.

NEWZOO. **Insights into Latin America’s \$3.5 Billion Mobile Games Market: Players, Payers, Revenues, Esports & Market Dynamics**. 2021. Disponível em: <https://newzoo.com/resources/blog/insights-into-latin-americas-3-5-billion-mobile-games-market-players-payers-revenues-esports-market-dynamics>. Acesso em: 10 maio 2023.

PETROLINO, Eduardo Crott. **O desenvolvimento dos jogos eletrônicos no cenário competitivo**. 2018. 22 f. TCC (Graduação) - Curso de Licenciado em Educação Física, Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Rio Claro, SP, 2018.

REIS, Leoncio José de Almeida; CAVICHIOLLI, Fernando Renato. Dos single aos multiplayers: a história dos jogos digitais. Licere, Belo Horizonte, v. 17, n. 2, 39 p, jun. 2014. DOI: <https://doi.org/10.35699/1981-3171.2014.858>

RIBEIRO, Gabriel. **Brasil é um dos países que mais consome pirataria, revela pesquisa**. 2018. TechTudo. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/03/brasil-e-um-dos-paises-que-mais-consome-pirataria-revela-pesquisa.ghtml>. Acesso em: 05 maio 2023.

SANTOS, Elizeu Zeus Lopes dos. **Condições socioeconômicas versus profissionalização nos e-sports.** 2018. 32 f. TCC (Graduação) - Curso de Bacharel em Sistemas e Mídias Digitais, Instituto Universidade Virtual, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2018.

ROMÃO E SILVA, Carolina Brasil. A indústria dos jogos eletrônicos: novas tecnologias, propriedade intelectual e cenário mundial e Brasileiro. **Revista de Direito, Inovação, Propriedade Intelectual e Concorrência**, Goiânia, v. 5, n. 1, p. 1-20, jan. 2019. DOI: 10.26668/IndexLawJournals/2526-0014/2019.v5i1.5394

SILVA, Gustavo Muniz da. A criminalização da “pirataria” à luz da Constituição Federal de 1988: uma ponderação de interesses. **Revista de Propriedade Intelectual Direito Contemporâneo e Constituição**. Aracaju, ano IV, v. 9, n. 2, p. 381-417, jun. 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.16928/2316-8080.V9N1p.381-417>

SILVA, Sivaldo Pereira da. Políticas de acesso à Internet no Brasil: indicadores, características e obstáculos. **Cadernos Adenauer XVI**: Internet e sociedade, Botafogo, RJ, v. 16, n. 3, p. 151-171, ago. 2015. Disponível em: https://www.kas.de/documents/265553/265602/7_file_storage_file_16512_5.pdf/31128557-2f14-b8f5-1363-f1f052d7d9cb. Acesso em: 10 abril 2024.

SOMMADOSSI, Guilherme. **Como a pirataria popularizou os jogos no Brasil**. 2021. Canaltech. Disponível em: <https://canaltech.com.br/games/como-a-pirataria-popularizou-os-jogos-no-Brasil-198789/>. Acesso em: 05 maio 2023.

SYOZI, Ricardo. **O que é um famiclone?** 2021. Tecnoblog. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/o-que-e-um-famiclone/>. Acesso em: 11 maio 2023.

TEIXEIRA, Chandy. **Opinião**: Brasil se consolida como superpotência nos esportes. 2020. Globo. Disponível em: <https://ge.globo.com/e-sportv/opiniao/blog-do-chandy/post/2020/02/27/opiniao-brasil-se-consolidado-como-superpotencia-nos-esportes.ghtml>. Acesso em: 11 maio 2023.

TJØNNNDAL, Anne; SKAUGE, Mads. Youth sport 2.0? The development of eSports in Norway from 2016 to 2019. **Qualitative Research In Sport, Exercise And Health**, Bodø, Noruega, v. 13, n. 1, p. 166-183, 16 nov. 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/2159676x.2020.1836509>.

VAISMORADI, Mojtaba; TURUNEN, Hannele; BONDAS, Terese. Content analysis and thematic analysis: implications for conducting a qualitative descriptive study. **Nursing & Health Sciences** v. 15, n. 3, p. 398-405. 2013. DOI: <https://doi.org/10.1111/nhs.12048>.

NOTAS DE AUTOR

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA - Não se aplica.

FINANCIAMENTO - Não se aplica.

CONSENTIMENTO DE USO DE IMAGEM - Não se aplica.

APROVAÇÃO DE COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA - Não se aplica.

CONFLITO DE INTERESSES - Não há conflito de interesses.

LICENÇA DE USO

Os autores cedem à **Motrivivência - ISSN 2175-8042** os direitos exclusivos de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a [Licença Creative Commons Attribution Non-Comercial ShareAlike \(CC BY-NC SA\) 4.0 International](#). Esta licença permite que **terceiros** remixem, adaptem e criem a partir do trabalho publicado, desde que para fins **não comerciais**, atribuindo o devido crédito de autoria e publicação inicial neste periódico desde que adotem a mesma licença, **compartilhar igual**. Os **autores** têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicada neste periódico (ex.: publicar em repositório institucional, em site pessoal, publicar uma tradução, ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial neste periódico, desde que para fins **não comerciais e compartilhar com a mesma licença**.

PUBLISHER

Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Educação Física. LaboMídia - Laboratório e Observatório da Mídia Esportiva. Publicado no [Portal de Periódicos UFSC](#). As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade de seus autores, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

EDITORES

Mauricio Roberto da Silva, Giovani De Lorenzi Pires, Rogério Santos Pereira.

EDITOR DE SEÇÃO

Bianca Natália Poffo

REVISÃO DO MANUSCRITO E METADADOS

Maria Vitória de Paula Duarte

HISTÓRICO

Recebido em: 18.07.2023

Aprovado em: 26.03.2024

