

# Mídia e *e-Sports*: o contexto midiático e a representação dos jogadores de esportes eletrônicos

Fabia Ioscote<sup>1</sup>

Universidade Federal do Paraná (UFPR), Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Brasil <sup>1</sup>

## RESUMO

O presente estudo é um recorte de uma dissertação em andamento no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR) que aborda os *e-Sports*. Os esportes eletrônicos foram escolhidos como temática de estudo devido ao cenário crescente de jogadores e fãs, além do recente interesse por parte da mídia tradicional, compreendida como televisão, nesse segmento esportivo. Este recorte apresentado contempla uma investigação do contexto midiático em que os *e-Sports* estão inseridos e sua representação, em especial, a imagem daqueles que jogam alguma modalidade. Para tanto, os procedimentos metodológicos utilizados partem de uma pesquisa qualitativa por meio de entrevista semiestruturada com os jogadores amadores e ainda apoio na Análise de Conteúdo (AC). Os resultados permitiram concluir que há preconceito e uma visão estereotipada em relação aos jogadores de esportes eletrônicos, mas que os *e-Sports* estão se tornando mais populares por conta da mídia tradicional e que esta pode contribuir para um significado mais positivo a este cenário.

**Palavras-chave:** mídia, *e-Sports*, televisão, representação, jogadores.

## 1 INTRODUÇÃO

O tema deste estudo são os *e-Sports*, seu contexto midiático e a representação dos jogadores deste segmento esportivo. Os *e-Sports*, também conhecidos como esportes eletrônicos ou ciberesportes, é um termo utilizado para se referir às competições profissionais de jogos eletrônicos. Os *e-Sports* estão se tornando cada vez mais populares e despertando a atenção do público em geral nos últimos anos. As competições de esportes eletrônicos surgiram na Ásia, com a Coreia do Sul sendo a principal influenciadora tanto na organização dos grandes eventos como divulgadora dos *e-Sports*.

A partir dos avanços nas Tecnologias de Comunicação e Informação (TICs), o *live streaming* e as redes sociais contribuíram para uma crescente profissionalização em diversos aspectos nos jogos eletrônicos. Após a criação de ligas e eventos, a *World Cyber Games* (WCG) surgida em 2008 com o apoio de grandes multinacionais da área de informática e tecnologia junto com o governo sul-coreano, elevaram o patamar dos *e-Sports* à esfera profissional. Naturalmente, com investimento, o número de jogadores ocasionais e fãs vem aumentando a cada ano. Um

estudo recente divulgado pela empresa Newzoo<sup>1</sup> aponta que o Brasil é atualmente o terceiro país do mundo em termos de audiência, ficando atrás de China e Estados Unidos, primeiro e segundo, respectivamente. São 17,7 milhões de pessoas, o que equivale à 8,5% da população brasileira, que estão entre entusiastas e espectadores ocasionais dos *e-Sports*.

As transmissões ao vivo de competições são realizadas através da Internet, mas com o crescimento da audiência por estes esportes, canais fechados de televisão começaram a exibir em sua grade de programação as transmissões ao vivo das competições mais importantes de esportes eletrônicos. No Brasil, a ESPN<sup>2</sup> foi o primeiro canal a dedicar cobertura dos *e-Sports* e em 2017 lançou três programas semanais, além de ampliar as transmissões de diversos torneios através do ESPN+. Atualmente, a SporTV também conta com a transmissão das principais competições de *League of Legends*.

Dentro desse cenário ainda chama a atenção, a contratação de ciberatletas e os valores praticados em termos de prêmios e salários que chegam quase ao alto nível do futebol. Ainda de acordo com a Newzoo, o mercado de *e-Sports* movimentou valores em torno de US\$ 655,3 milhões em 2017.

Diante desse cenário, o objetivo geral desse estudo é uma investigação do contexto midiático em que o *e-Sports* estão inseridos e a imagem de seus jogadores na esfera brasileira. Um trabalho recente de Saraiva [1] mostrou como os jogadores de esportes eletrônicos se sentem retratados pela mídia portuguesa e este revelou uma visão negativa, que naquele país há preconceito e uma ideia não associada ao profissionalismo, mas sim de entretenimento. Sendo assim, conhecendo a importância do Brasil no cenário mundial de *e-Sports*, propõe-se essa investigação que terá como metodologia uma abordagem qualitativa com entrevistas semiestruturadas e Análise de Conteúdo (AC) de Bardin [2]. Vale destacar que este estudo é um recorte de uma dissertação em andamento do Programa de Pós-Graduação (PPGCOM) da Universidade Federal do Paraná (UFPR) que investiga a temática *e-Sports* de uma maneira mais ampla.

## 2 O QUE SÃO E-SPORTS

Os *e-Sports* são as competições profissionais de esportes eletrônicos. Porém, essa concepção ainda é questionada. Especialistas ainda discutem se este segmento esportivo pode ser considerado esporte tal qual conhecemos os modelos tradicionais

- 1 Disponível em: <<https://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/estudo-brasil-segure-como-terceiro-maior-publico-cativo-de-e-sports-do-mundo.ghtml>>. Acesso em: 31 jul. 2018.
- 2 Disponível em: <[http://espn.uol.com.br/noticia/667668\\_espn-lanca-programacao-dedicada-a-esports-na-tv-e-transmitira-brasil-premier-league](http://espn.uol.com.br/noticia/667668_espn-lanca-programacao-dedicada-a-esports-na-tv-e-transmitira-brasil-premier-league)>. Acesso em: 31 jul. 2018.

\*e-mail: [jornalistafabiaioscote@gmail.com](mailto:jornalistafabiaioscote@gmail.com)

de desporto. Para alguns autores da área de Educação Física, por exemplo, atividades como o xadrez, bem como jogo de tabuleiro, não podem ser concebidas como esporte por não exigirem esforço físico, embora demandem um esforço cognitivo complexo, Barbanti [3].

O fato dos jogos online terem surgido como entretenimento também dificulta uma melhor compreensão ou a afirmação de que são considerados esportes. De acordo com Jensen [4] “focando no cenário brasileiro, acreditamos que o e-Sport ainda é visto como uma contracultura/alternativa do esporte moderno, porque esse fenômeno ainda não é bem aceito quando atrelado ao campo esportivo” (p. 65). Entretanto, o assunto já vem sendo discutido no cenário acadêmico internacional. O que coloca o *e-Sports* num patamar de competitividade é o ambiente online que permite os jogadores se enfrentarem e manter interações em diferentes níveis. Sendo assim, as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) permitem a realização desses encontros. Para Hutchins [5], “a intensa competição ocorre em ambientes construídos digitalmente e as partidas entre jogadores e equipes são indivisíveis das redes de computadores que fornecem a plataforma para a competição” (p. 857, tradução nossa). Ainda que se conheça as desigualdades em termos de acesso à tecnologia pode-se afirmar que, de acordo com Saraiva [1] “todos os continentes possuem um panorama (mais ou menos desenvolvido) de *e-sports*” (p. 38).

Os *e-Sports* surgiram na Ásia em meados dos anos 2000 e em especial, a Coreia do Sul teve um papel fundamental para elevar a prática de jogos online para uma categoria profissional. O surgimento do *World Cyber Games* (WCG), em 2008, no formato similar as Olimpíadas com medalhas de ouro, prata e bronze, teve apoio da Samsung, Microsoft e também do governo sul-coreano interessado no desenvolvimento da sua indústria tecnológica. Aliado aos avanços da Internet e expansão das redes sociais, segundo Saraiva [1] (p. 2), a cultura digital coloca o “*gaming* como uma nova atividade de índole desportiva”. Neste contexto há ainda a atuação da *Korean eSports Association* (KeSPA) que trabalha como uma federação nacional tratando da questão de regulamentação e profissionalização dos jogadores e gestão de competições. Buscando também promover a cultura digital, a KeSPA mantém parceria com canais de TV, rádio e outras mídias online.

Já no ocidente, os investimentos das empresas norte-americanas e a criação da *Cyberathlete Professional League* (CPL), ou a Liga Profissional de Ciberatletas, em 1997, pelo investidor Angel Muñoz estabelecem um marco. Com a parceria dos canais de televisão fechada, como ESPN e MTV, o ciberatleta ganhará o status de celebridade com direito a quantia consideráveis em premiação [1].

Em se tratando de avanços das TICs pode-se destacar também a importância do site de *streaming Twitch.tv* que é a plataforma principal de transmissões ao vivo de *e-Sports*. Lançado em 2011, esse portal norte-americano registrava a marca de 15 milhões de usuários por mês no ano de seu lançamento, e desde 2014 pertence a *Amazon.com*.

De um modo geral, esse breve contexto sobre o que são o *e-Sports* e como esse segmento esportivo vem ganhando notoriedade, principalmente, a partir da sua representação na mídia, mostra como os avanços nas Tecnologias de Comunicação e Informação (TICs) também tiveram papel fundamental para tornar os esportes eletrônicos um fenômeno da cultura digital.

## 2.1 Mídia e representação

Um sistema de representação está diretamente ligado ao ato de comunicar. Nesse sentido, conforme Hall [6], comunica-se

significados. Pode-se dizer ainda que membros de uma mesma cultura compartilham um conjunto de conceitos, sendo estes mesmos, sujeitos dentro de uma sociedade que criam significados as coisas. Trazendo esse pensamento para a mídia, de acordo com Hall [6] “a imagem é extremamente poderosa (imagens visuais normalmente são). Mas seu significado é altamente ambíguo, pois ela carrega mais de um” (p. 143). Ao voltar o olhar desse conceito teórico sobre representação para os *e-Sports* é possível afirmar que esta é uma atividade praticada por jovens, *millennials* e *centennials*, sendo um advento dos avanços da sociedade e da tecnologia digital. Para Saraiva [1], “os *e-sports* passam a imagem de uma atividade desportiva moderna, altamente competitiva, que relaciona os media e a tecnologia de uma forma que nenhum outro desporto faz, dependendo a sua existência diretamente da conjugação favorável desses dois fatores” (p.14).

Essa abordagem cultural da construção de significados é o que Barthes [7], a partir da semiologia, define como mito, sendo este o segundo nível da denotação e conotação das imagens. O conjunto de signos é interpretado de uma maneira mais ampla criando uma mensagem que se torna simples e única. Conforme Barthes [8] “Quanto ao significado de conotação, tem um caráter global, geral e difuso: é, se se quiser, um fragmento de ideologia [...]” (p. 97). Sendo assim, a partir desses conceitos teóricos, é possível trilhar caminhos para compreender como e porque o *e-Sports* e seus jogadores são representados da maneira como são na mídia.

## 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O procedimento metodológico utilizado para esta investigação é uma abordagem qualitativa com entrevistas semiestruturadas. Para se chegar ao resultado foi adotado o método de Análise de Conteúdo (AC) de Bardin [2]. Dessa forma, por meio de inferências, pretende-se compreender razões, valores, motivações a partir de uma pequena amostra. A AC é composta por três etapas, sendo a primeira denominada de pré-análise do conteúdo em que se faz uma leitura e organização dos documentos que serão analisados, depois um recorte quando se estabelecem categorias e por fim o tratamento de resultados quando se chega a inferência e interpretação. Conforme Pêcheux [9] na AC “o que é visada no texto é justamente uma série de significações que o codificador detecta por meio dos indicadores que lhe estão ligados” (p.65).

Partindo de um conhecimento empírico foram definidas algumas perguntas para a entrevista: Por qual meio você acompanha as notícias sobre *e-Sports*? Costuma acompanhar pela televisão? Ou outro meio, como blogs, portais? Quais? Como você percebe a representação dos *e-Sports* na televisão? Qual imagem que a televisão passa? E a representação dos jogadores? Como você percebe? Você acha que existe algum tipo de preconceito ou estereótipo sobre quem joga seja de forma amadora ou como profissional? Pensando que o meio online é o grande divulgador das competições de *e-Sports*, você acha que participação da televisão na transmissão e cobertura é essencial ou desnecessária para os *e-Sports*? Por que? Além destas questões, também foram realizadas as perguntas de perfil como idade, há quanto tempo joga, onde costuma jogar, qual jogo e frequência com que joga.

O recorte na busca pelos entrevistados ocorreu também de modo empírico por meio de pessoas conhecidas da pesquisadora para encontrar jogadores amadores que jogam modalidades como *League of Legends* (LoL), *Counter Strike: Global Offensive* (CS:GO) e/ou *World of Warcraft* (WoW) essas muito populares no Brasil. Dessa forma, foram selecionados cinco entrevistados, jogadores amadores, residentes em cidades brasileiras, na faixa entre 20 e 35 anos, definidos para este estudo como E1, E2, E3, E4 e E5. As entrevistas foram realizadas entre os dias 31 de julho

e 01 de agosto. A transcrição das respostas e análise de conteúdo foi realizada durante os dias 02 e 03 de agosto. A partir da categorização, conforme a proposta de Bardin [2], foi possível determinar uma frequência nos temas abordados e assim, realizar inferências dessa investigação.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Diante das respostas obtidas por meio das entrevistas semiestruturadas foi possível fazer inferências sobre como os jogadores amadores de esportes eletrônicos percebem a cobertura midiática de *e-Sports*, e a representação, ou seja, a imagem existente sobre os jogadores.

Em linhas gerais, os entrevistados acompanham notícias e seus atletas pelo meio online. Esse é o contexto midiático em que está inserido o *e-Sports*, nas novas mídias. O YouTube apareceu com maior frequência nas respostas, seguido de sites especializados em notícias como o Mais e-Sports<sup>3</sup> e sites de *stream* como *Twitch.tv* que fazem a transmissão dos jogos. O Twitter também foi citado para acompanhar os atletas, equipes e jornalistas especializados. Ficou evidente que a televisão não é um meio pelo qual os jogadores acompanham os *e-Sports*. Isso se justificou porque, para eles, a TV não é especializada na cobertura dos esportes eletrônicos, mesmo que recentemente alguns canais fechados como ESPN e SporTV tenham dedicado em sua grade a exibição de algumas competições. “[...] eles [a televisão] explicam o básico do jogo, pra população tentar entender, e eles só tem esse papel de introduzir mesmo. Eu acho que a cobertura da TV sobre esportes eletrônicos é ainda muito falha e incompleta” (E3). Essa mesma visão é compartilhada por outro entrevistado. “Vejo que a televisão utiliza o e-Sport mais como um meio de atrair o público, e não realmente criar conteúdo de qualidade para quem é do meio do e-Sport. Não sabem utilizar o material que tem em mãos para informar completo e corretamente” (E5).

Sobre a percepção que os entrevistados têm com a relação a imagem do jogador de esportes eletrônicos e se eles percebem que há algum preconceito ou estereótipo, foi possível definir que existe uma visão estereotipada que é resumida em: não é possível se levar a sério os esportes eletrônicos enquanto esporte tal como o futebol, basquete, vôlei entre outros, e que também não é possível ser reconhecido como um profissional ou atleta de *e-Sports*. “Muita gente que conheço vê jogos online como falta do que fazer e não reconhece como esporte. Muito menos que seja uma profissão, que exista campeonatos e pessoas recebam e treinem pra isso” (E4).

Os dois termos mais utilizados para se referir ao estereótipo foram “nerd” e “vagabundo”. “Jogadores casuais e/ou profissionais, ainda vivem certos preconceitos onde, são tachados de vagabundos, ou de sem futuro” (E1). Essa ideia associada a imagem dos jogadores pode ser considerada a partir dos estudos de Hall [6] sobre cultura e representação. Ao se voltar na história do videogame, é sabido que este foi desenvolvido pela indústria do entretenimento e voltado ao lazer. Sendo assim, nesse sentido, a alteridade, traz elucidações para reflexões. As “oposições binárias” nos permitem construir essas representações. Conforme Hall [6] “[...] o significado depende da diferença entre opostos” (p. 154). Pode-se assim encontrar pistas da dicotomia em lazer/trabalho, brincadeira/seriedade, infantil/adulto que remetem a visões reducionistas ou simplificadoras do contexto de *e-Sports*.

Embora entendam que há uma imagem estereotipada do jogador de esportes eletrônicos, os entrevistados citaram que essa concepção vem mudando, muito por conta, justamente da entrada da televisão na mediação. “Ultimamente, a televisão e os portais

estão tentando tirar esse estereótipo, essa coisa que jogar videogame é coisa de vagabundo” (E3). Quando perguntados sobre se a televisão seria essencial ou desnecessária na cobertura dos *e-Sports*, as respostas ficaram em essencial e importante, mas não desnecessária. Considerando que, conforme Hutchins [5] os esportes eletrônicos são oriundos do meio online e que se materializam na convergência entre esportes e TICs, a televisão não seria necessária para a sobrevivência dos esportes eletrônicos, entretanto, partindo-se dos aspectos culturais, esse meio poderia trazer contribuições significativas para uma imagem profissional dos *e-Sports* em virtude do seu alcance. “Acho que ter a transmissão na TV é importante e dá um ar de seriedade a mais pra coisa toda, especialmente pra quem não é tão próximo de games ou e-Sports” (E2). Conforme Maric [10] é importante lembrar que os *e-Sports* são novas formas sociais, “são capazes de transgredir fronteiras culturais” e de “construir sistemas independentes de significado” (p. 21, tradução nossa).

Em síntese, pode-se fazer inferências que os *e-Sports*, como competições profissionais, vem ganhando maior destaque e interesse do público geral, mas a imagem de quem joga, seja como amador ou profissional, ainda é carregada de preconceito e estereótipos, embora venha mudando nos últimos anos.

#### 5 CONCLUSÃO

O objetivo geral do presente trabalho foi uma investigação do contexto midiático em que o *e-Sports* estão inseridos e a imagem de seus jogadores na esfera brasileira. Por meio do procedimento metodológico utilizado foi possível fazer considerações sobre como mídia e esportes eletrônicos estão intimamente ligados. Os *e-Sports* nasceram da cultura digital e firmam sua existência pelo meio online, seja através das plataformas de *streaming*, das redes sociais, o que caracteriza o avanço das TICs e suas transformações na sociedade.

Apesar da popularidade alcançada nos últimos anos reunindo milhares de espectadores nas arenas ou pela transmissão online, os *e-Sports* ainda não são encarados como um esporte profissional como futebol, basquete, vôlei entre outras atividades de desporto. As respostas dos entrevistados nessa pesquisa permitem fazer a seguinte conclusão: para quem não acompanha, uma competição de videogame remete uma imagem de falta do que fazer e que essa atividade não pode ser levada a sério.

A televisão e seu recente interesse na transmissão dos *e-Sports* foi questionada neste estudo. Pode-se considerar que este meio não se faz necessário para manter os esportes eletrônicos em evidência. Como os *e-Sports* são provenientes do mundo digital, o contexto midiático em que este está inserido, faz com que, para parte dos *millennials* e *centennials*, as relações com o videogame ocorram de maneira natural, pois estão em seu cotidiano. Para eles, a TV tem papel secundário, fazendo a cobertura dos *e-Sports* de maneira superficial e falha. Entretanto, sabendo do alcance da televisão, essa participação se torna essencial para ajudar na quebra de esteriótipos e visões preestabelecidas sobre jogadores amadores e, inclusive profissionais. Estes ainda são vistos como desocupados. Em síntese, jogadores de *e-Sports* não podem ser atletas, uma vez que o videogame foi concebido para fins de lazer e entretenimento, porém a TV pode trazer contribuições significativas para uma imagem mais positiva.

Esse trabalho trouxe uma contribuição inicial sobre mídia e a temática de *e-Sports*, as competições de esportes eletrônicos, que vem crescendo a cada ano, tanto em termos de praticantes como de audiência, e que trazem indagações para uma melhor compreensão da cultura digital. Por fim, fica a sugestão de uma investigação mais aprofundada sobre os esportes eletrônicos, cultura e mídia no cenário brasileiro, levando em consideração que esse fenômeno nasce na convergência entre esportes e

3 Disponível em: <<https://www.maisesports.com.br>>. Acesso em: 02 ago. 2018.

avanços das TICs e faz uma espécie de caminho inverso na trajetória da comunicação, indo das novas mídias para a mídia tradicional.

#### REFERÊNCIAS

- [1] P.A.C. Saraiva. E-sports: um fenômeno da cultura digital contemporânea [Em linha]. Lisboa: ISCTE, 2013. Dissertação de mestrado. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10071/7784>>. Acesso em: 15 jul. 2018.
- [2] L. Bardin. *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições: 70, 2011.
- [3] V. Barbanti. O que é esporte?. *Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde*, v. 11, n. 1, p. 54-58, 26 abr. 2012. Disponível em: <<http://rbafs.org.br/RBAFS/article/view/833/840>>. Acesso 30 jun. 2018.
- [4] L. Jensen. E-Sports: profissionalização e espetacularização em competições eletrônicas. 2017. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Educação Física, Universidade Federal do Paraná, Curitiba. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/47321>>. Acesso em: 30 mar. 2018.
- [5] B. Hutchins. Signs of meta-change in second modernity: the growth of e-sport and the World Cyber Games, *New Media & Society*, 10 (6), pp. 851-869, 2008. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.857.467&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 12 jul. 2018.
- [6] S. Hall. *Cultura e representação*. PUC-Rio: Apicuri, 2016.
- [7] R. Barthes. *Mitologias*. Trad. Rita Boungermino e Pedro de Souza. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- [8] R. Barthes. *Elementos de semiologia*. Tradução de Izidoro Blikstein. Cultrix, 1971.
- [9] M. Pêcheux. *Análise automática do discurso (AAD-69)*. In: Gadet F, Hak T, organizadores. *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. 2a ed. Campinas (SP): Ed Unicamp; 1993.
- [10] J. Maric. Electronic sport: how pro gaming negotiates territorial belonging and gender, *Platform: Journal of media and communication*, v. 3, n. 2, p. 6-23, 2011. Disponível em: <<http://docplayer.net/63519703-Electronic-sport-how-pro-gaming.html>>. Acesso em: 30 jul. 2018.