

# A cultura do espetáculo nos *eSports*: Reflexões iniciais de um esporte emergente

The culture of the spectacle in esports: Initial reflections of an emerging sport

Rafael Carvalho da Silva Mocarzel<sup>1</sup>, Bruna Santana Anastácio<sup>2</sup>, Anna Cristina Brisola<sup>3</sup>

Como citar esse artigo. MOCARZEL, R. C. S. ANASTÁCIO, B. S. BRISOLA, A. C. A cultura do espetáculo nos *eSports*: Reflexões iniciais de um esporte emergente. *Mosaico - Revista Multidisciplinar de Humanidades*, Vassouras, v. 14, n. 3, p. 28-36, set./dez. 2023.

## Resumo

O fenômeno contemporâneo dos *eSports* envolve competições organizadas de jogos eletrônicos de forma desportiva e profissional. Nesse sentido, o objetivo deste estudo foi trazer possíveis aproximações entre os aspectos socioculturais dos *eSports* com a cultura do espetáculo, observando os seus impactos midiáticos, econômicos e sociológicos. Para tanto foi realizado um ensaio com reflexões acerca popularidade e profissionalismo dos *eSports*, trazendo algumas considerações sobre a sua espetacularização. Dessa forma, destaca-se que o cenário espetacularizado do *eSports* que envolvem eventos, competições, transmissões em diferentes mídias, patrocinadores e espectadores.

**Palavras-chave:** Esportes eletrônicos; Espetacularização; Sociologia do esporte.



**Nota da Editora.** Os artigos publicados na Revista Mosaico são de responsabilidade de seus autores. As informações neles contidas, bem como as opiniões emitidas, não representam pontos de vista da Universidade de Vassouras ou de suas Revistas.

## Abstract

The contemporary phenomenon of *eSports* involves organized competitive electronic gaming in a sports-like and professional manner. In this regard, the aim of this study was to explore possible connections between the sociocultural aspects of *eSports* and the culture of spectacle, while observing their media, economic, and sociological impacts. To achieve this, an essay was conducted reflecting on the popularity and professionalism of *eSports*, and offering some considerations on their spectacularization. Thus, it is worth noting the spectacularized landscape of *eSports*, which encompasses events, competitions, broadcasts across various media, sponsors, and spectators.

**Keywords:** Electronic sports; Spectacularization; Sociology of sports.

## Introdução

A cultura é um dos pilares constitutivos da sociedade, refletindo e influenciando o comportamento e os valores humanos. Traz consigo uma natureza multifacetária que se constrói em cada época e em cada povo. Segundo Edgar Morin (2003, p. 58), o conceito de cultura se apresenta como o: “conjunto de hábitos, costumes, práticas, saber-fazer, saberes, regras, normas, proibições, estratégias, crenças, ideias, valores, mitos, ritos, que se perpetuam de geração em geração, que se reproduzem em cada indivíduo,

Afiliação dos autores:

<sup>1</sup>Doutor em Ciências do Desporto na linha de Filosofia do Desporto pela Universidade do Porto – UP/Portugal. Professor na Universidade de Vassouras, Maricá, Estado do Rio de Janeiro, Brasil.

<sup>2</sup>Doutora em Educação na linha de Educação e Comunicação pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Pesquisadora do Grupo de pesquisa Edumídia (UFSC), Florianópolis, Estado de Santa Catarina, Brasil.

<sup>3</sup>Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) – Escola de Comunicação ECO – Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT); Pesquisadora dos grupos de pesquisa GEPSI – Grupo de Estudo e Pesquisa em Sociologia e Informação (UFPB); Perfil-I, Escritos (UFRJ/IBICT) e Redes de Pesquisa RECIDES (Rede de estudos da Ciência da Informação sobre Desinformação), Rede Coinfo e RNCD (Rede Nacional de Combate à Desinformação). Professora de Comunicação e Marketing na UNISUAM, Rio de Janeiro, Estado do Rio de Janeiro, Brasil.

\* Email de correspondência: professormocarzel@gmail.com

Recebido em: 01/10/2023. Aceito em: 13/12/2023.

que geram e regeneram a complexidade social”. Outrossim, de forma axiomática, os lazeres e os esportes são parte integrante da cultura da sociedade humana de maneira geral, podendo ser inclusive apontados como uma espécie de identidade humana (MURAD, 2007).

De forma quase inequívoca, a sociedade humana, que por sua vez, pode ser vista como um universo macro, tem no mundo esportivo seus reflexos e representações, como um microuniverso fruto da imagem de tal sociedade (MURAD, 2009). A esse fenômeno sociocultural se nomeia como “bilateralidade socioesportiva” (MOCARZEL *et al.*, 2012, p. 120). Na atualidade, o constante desenvolvimento tecnológico vem trazendo transformações à sociedade e, conseqüentemente, também ao meio do lazer e do esporte. A tecnologia digital se faz mais que presente no cotidiano. De forma natural, ingressou nos meios de trabalho, nos lares, nos momentos de ócio e de práticas esportivas, propiciando, por conseguinte, novas formas de lazer e de manifestações esportivo-competitivas. Assim, deu-se a criação dos chamados *eSports* (ou ainda *e-Sports*, esportes eletrônicos ou esportes virtuais), que por sua vez poderiam ser entendidos como uma espécie de “propagação do esporte convencional enquanto modalidade esportiva, onde o competidor encontra-se conectado a uma máquina e envolve aspectos competitivos, habilidades e engajamento cognitivo” (ANASTÁCIO *et al.*, 2022, p. 463). Logo, segundo tal pensamento, os *eSports* vão além de um jogo com sua perspectiva lúdica como fim, tendo o espírito agonístico, ou seja, o viés desportivo-competitivo como seu objetivo maior.

No início do séc. XXI, a popularização da tecnologia digital atingiu as massas e abriu portas para o ingresso de praticantes e acompanhamento de espectadores em praticamente todo o mundo. A fama da modalidade cresceu de forma vertiginosa, havendo inclusive prêmios multimilionários em diversos eventos mundo afora (BORSATO *et al.*, 2021; ANASTÁCIO *et al.*, 2022). Os eventos que ocorrem tanto *online* quanto presenciais trazem multidões para a torcida, são marcados por músicas, telões digitais gigantescos, gritos de espectadores, fãs e ídolos da modalidade, o que revela uma grande estrutura e organização de eventos dessa modalidade. Por suas características, difusão e alcance, poder-se-ia dizer que os *eSports*, de certa forma, podem refletir o que Guy Debord nomeou de Cultura do Espetáculo (2003).

Objetivo deste ensaio é trazer possíveis aproximações entre os aspectos socioculturais dos *eSports* com a cultura do espetáculo. Mais especificamente, observaram-se os impactos midiáticos, econômicos e sociológicos que os *eSports* carregaram nos últimos anos, o que possibilitou as reflexões tecidas neste estudo.

O presente estudo se faz relevante ao se levar em conta a temática dos *eSports* ser extremamente recente e emergente, havendo ainda significativa carência de pesquisas sobre o tema (principalmente em língua portuguesa). O Brasil é uma das culturas que mais consome e apoia a prática dos jogos eletrônicos e dos *eSports* em âmbito mundial (PESQUISA GAME BRASIL, 2022), o que por sua vez gera interesse acadêmico-científico para trazer luz à temática ainda premente.

## Um fenômeno chamado *eSports*

Os *eSports* são um fenômeno contemporâneo que envolvem uma variedade de jogadores, equipes, marcas, patrocinadores, fãs e altos valores financeiros. Além disso, constituem possíveis fontes de entretenimento, quer através de eventos mais tradicionais presenciais, quer da difusão em *livestream* (transmissão em tempo real ou *streaming*) (LANEIRO *et al.*, 2019). De acordo com Magalhães (2016) quando o *streaming* (ato de jogar *online* ao vivo – ou seja, de modo síncrono) começou a se popularizar, atraiu milhares de espectadores para as plataformas responsáveis pela transmissão das *streams*, modificando as relações de consumo desses eventos. Ou seja, as pessoas não precisariam mais ir até o local ou esperar dias para assistir algum campeonato *online*, já que poderiam ver os jogos ao vivo. Assim, os esportes eletrônicos são responsáveis pela emergência de novos contextos e relações sociais que, ao mesmo tempo, influenciam e são influenciadas por outras práticas sociais, relacionadas à cultura midiática (ALBUQUERQUE *et al.*, 2020).

Nessa perspectiva, os *eSports* são entendidos como competições organizadas de jogos eletrônicos de forma mais organizada e profissionalizada (BORSATO *et al.*, 2020), sendo um fenômeno competitivo com transmissões internacionais grandiosas (ROSELL-LLORENS, 2017). Hodiernamente, a prática possui um mercado profissional estabelecido, com a existência de campeonatos nacionais e internacionais, a rotina de treino estruturada dos jogadores com salários fixos e o apoio financeiro dos patrocinadores (MAGALHÃES, 2016).

Assim, os *eSports* se apresentam como uma nova forma desportivo-competitiva e profissional de jogar ao computador (JONASSON; THIBORG, 2010). Para Pluss *et al.* (2019), os *eSports* são competições que envolvem indivíduos ou equipes em interações humano-computador combinando habilidades cognitivo-perceptivas e habilidades físicas, oferecendo assim um campo oportuno de pesquisas.

Os *eSports* possuem algumas características dos esportes tradicionais, como: a presença de instituições para organização de competições regulamentadas em âmbito nacional e internacional, a presença de clubes profissionais com a participação de equipes administrativas e técnicas que buscam o desempenho esportivo e produtividade nos negócios (GARCÍA-NAVEIRA, 2019). Com o crescimento da popularidade dos jogos *online*, esse alcance foi expandido e passou a incluir também atividades culturais e de natureza mercantil, que perpassam o trabalho dos jogadores, o consumo a produção de bens virtuais e materiais, bem como ídolos publicitário-midiáticos provenientes das arenas dos jogos digitais (MACEDO; FRAGOSO, 2021). De acordo com Borowy e Jin (2013), a indústria de jogos vem adotando vias mais flexíveis de consumo de eventos públicos gerando margens de lucros mais altos, associados a outros eventos de indústria como grandes feiras, conferências de imprensa e a até orquestras itinerantes, demonstrando que os jogos competitivos desempenham um papel importante na maquinaria dos eventos da indústria de jogos.

No Brasil, a prática dos *eSports* é popular e ganhou ainda mais visibilidade com famosos criadores de conteúdo na *internet*, programas de televisão direcionados aos esportes eletrônicos e patrocínios de grandes clubes esportivos para as equipes competitivas de *eSports* (ANASTÁCIO *et al.*, 2022). Ainda é possível acrescentar a influência de grandes jogadores brasileiros reconhecidos como alguns dos melhores do mundo no cenário internacional de ontem e de hoje. Dessa forma, o sucesso do esporte eletrônico no país tem atraído investimentos de equipes de esportes tradicionais, principalmente clubes que tradicionalmente investem em times profissionais de futebol, alguns já tendo criado seus próprios departamentos de *eSports* (ALBUQUERQUE *et al.*, 2020).

Em consequência deste vultoso crescimento, interesse e organização foi criada a Associação Brasileira de Clubes de *eSports*, contribuindo para desenvolver o cenário profissional da modalidade (MENTI; ARAUJO, 2017). Para participar de alguns dos grandes eventos nacionais, como por exemplo, o Campeonato Brasileiro de *League of Legends* (CBLol) é exigido o registro na carteira profissional (LANEIRO *et al.*, 2019). Em 2016, o 2.º *split* do CBLol acolheu 10 mil espectadores no local e mais de 25 mil acompanhando em *fanfests* espalhadas pelo Brasil, obtendo em sua transmissão 2,1 milhões de espectadores. Já em 2017 atingiu 2,6 milhões (LANEIRO *et al.*, 2019).

De fato, o Brasil está imerso nesse universo e acolhe eventos internacionais de *eSports*, tendo sediado em 2016 na cidade de Curitiba o *International Wildcard Qualifier* (IWCQ), uma etapa de seletiva para o mundial de *League of Legends* (LoL). Em 2017, as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro receberam o segundo maior evento de LoL do mundo, com a final do evento no Parque Olímpico da Barra da Tijuca (LANEIRO *et al.*, 2019). De forma complementar, Albuquerque *et al.* (2020) afirmam que no contexto brasileiro, a profissionalização dos *eSports* tem uma diferença estrutural na região Sudeste, destacando São Paulo como o lugar do país que abriga as principais competições nacionais de *eSports*, envolvendo muitas equipes e jogadores.

Tais jogadores profissionais de *eSports* são majoritariamente jovens, não sendo raro observar casos de interrupções das atividades escolares para o apostar em uma carreira internacional que requer longas horas de treino, deixando pouco tempo para a socialização (LANEIRO *et al.*, 2019). Diante de tal fato, preparadores físicos e profissionais da área de saúde têm sido requisitados por atletas de *eSports* para

prescrição de treinamentos e preparação física, coletiva e individual, para melhorar o desempenho dos jogadores tanto no âmbito do jogo quanto na aquisição de hábitos mais saudáveis e menos sedentários (GANNAN, 2022). Além disso, essa atividade possui alta exigência a nível cognitivo, pois envolve habilidades como: agilidade, raciocínio, tomada de decisão, comunicação eficaz e estratégia (LANEIRO *et al.*, 2019).

García-Naveira (2019) observou semelhanças na rotina de jogadores profissionais de *eSports* com atletas de esportes tradicionais que incluíam características, como: treinamento físico e mental, percebendo que os atletas precisam desenvolver suas habilidades psicológicas, como confiança, motivação, concentração e controle do estresse, considerando que as atividades relacionadas aos *eSports* estão associadas a uma alta exigência mental. De fato, o funcionamento de equipes é similar aos de clubes ou equipes de futebol, podendo o competidor residir tanto em centros de treinamentos específicos (*gaminghouses* ou *gaming offices*) ou em sua própria residência, comparecendo aos treinos periódicos (MIGUEL, 2021). No que tange os aspectos de desenvolvimento psicomotor, os *eSports* possibilitam aos jogadores estrutura para o aprimoramento de valências físicas específicas e habilidades cognitivo-perceptivas, tais como: coordenação motora fina, percepção espaço-temporal, coordenação e percepção óculo-manual, aspecto táticos e estratégicos e velocidade de reação (ALMEIDA; MICALISKI; SILVA, 2019; LANEIRO *et al.*, 2019).

A pesquisa desenvolvida por Albuquerque *et al.* (2020) com jogadores do estado brasileiro de Sergipe destaca como principais dificuldades encontradas pelos jogadores de *eSports*: ter que conciliar (em muitos casos) o cotidiano de estudante com o de jogador, dificuldade de patrocínios de empresas locais que ainda não reconhecem os *eSports* e a falta do apoio familiar, por ser essa uma atividade recente e pouco (re)conhecida por pessoas mais velhas no país. O mercado dos *eSports* é uma das fortes possibilidades de criação de oportunidades de mercado para organizações e de emprego para pessoas, o que amplia as atividades profissionais no futuro, sendo já uma realidade para muitos (LANEIRO *et al.*, 2019).

Em um contexto mais recente, mais especificamente durante o período da pandemia do COVID-19, os *eSports* foram provavelmente os únicos capazes de sobreviver sem alterações nesse cenário, pelo menos, de acordo com aquela parcela da imprensa especializada que se concentra sobre o fato de que as partidas são disputadas *online* (MACEDO; FRAGOSO, 2021). Sob outro ponto de vista, o caráter de espetacularização dos *eSports* está associado à convergência de pessoas para um espaço físico comum, através da viabilidade de eventos presenciais, em uma economia centrada na experiência, ou seja, enquanto um fenômeno global e de multidão, os *eSports* dependem diretamente da espetacularização (MACEDO; FRAGOSO, 2021).

## Aproximações entre a cultura do espetáculo e os *eSports*

Influenciado pelos estudos críticos, o cineasta francês Guy Debord (2003) vincula os estudos de economia política da informação com o que nomeia de Sociedade do Espetáculo. Debord afirma que o espetáculo é “o resultado e o projeto do modo de produção existente”, o “coração da irrealidade da sociedade real”. A espetacularização está ligada ao consumo, à projeção da realidade na irrealidade e vice-versa e à vinculação da vida à imagem. São características dessa sociedade o fetichismo pela imagem e o desejo.

Na atualidade, mídias e vida se misturam criando novos vínculos relacionais mediados pelas tecnologias e telas. Isso fica evidente na influência das redes sociais digitais nas relações afetivas, educacionais, políticas, sexuais, recreativas, laborais e esportivas. Não se pode separar a vida deste espaço. Embora o espaço digital comporte a fantasia, é nele também que a realidade se desdobra contemporaneamente. Negar essa verdade é negar também as possibilidades positivas e negativas do uso dos meios digitais.

No trabalho de Oliveira e Machado (2018) é abordada a questão de como adolescentes têm profunda influência oriunda das mídias e como cada vez mais suas necessidades lúdicas e mesmo afetivas têm sido

transferidas para esse meio, afastando-se do ato convivial físico. Nessa esteira e seguindo a questão da influência através de meios tecnológicos, César (2022, p. 1) aponta que no meio educacional, cada vez mais se faz necessário o repensar dos métodos educacionais para as gerações que cresceram imersas nesta sociedade do espetáculo que transborda e se estabelece também no meio digital e tecnológico. Os educadores deveriam fazer mais uso da tecnologia, destacando ainda a premente importância de “(...) construir uma prática pedagógica mais criativa, crítica e transformadora”.

Assim, é necessário considerar que as tecnologias comunicacionais chegam a determinar “os perfis e as trajetórias das sociedades e culturas contemporâneas, pelo menos nos países capitalistas avançados, ao mesmo tempo em que o espetáculo também se torna um fato marcante da globalização” (KELLNER, 2003, p. 5). É através do meio digital, que por sua vez encurta distâncias, que é possível a interação de pessoas mesmo entre países distantes. Assistimos, maravilhados, a colaboração laboral e acadêmica entre pessoas sediadas em polos opostos do globo. A colaboração na construção de soluções para problemas locais também tem atravessado fronteiras através dos cabos ópticos submarinos.

Se o trabalho pode ser feito remotamente e continuar caracterizando trabalho, se a cooperação de pesquisas se dá, faz tempo, atravessando espaços, se a educação e até a formação profissional pode ser feita virtualmente, por que o *eSport* ainda enfrenta preconceitos?

O fenômeno do esporte está associado à ideia de espetáculo desde sua origem: devido à sua própria natureza agonística, a espetacularização do jogo que precede a ideia de espetáculo midiático (MACEDO; FRAGOSO, 2021). Como posto anteriormente, é quase natural que em uma sociedade midiaticizada e digitalizada a espetacularização dos esportes se transportem para os ambientes digitais, gerando a categoria de *eSports*. Kellner (2004) apresenta premissas que podem ser, por sua vez, relacionadas à cultura dos *eSports*. Inicialmente, o autor esclarece que a compleição da sociedade do espetáculo se estrutura em uma produção, exibição e consumo contínuos e quase que incessantes de imagens espetaculosas. Por esta perspectiva, pode-se afirmar de maneira insofismável que o desporto se apresenta como um ícone quase ímpar e singular nesse âmbito. A prática do desporto é estruturada pelo primor e graciosidade da estética, ou seja, na superação da dor, da adversidade, da qualidade dos adversários, do refino das capacidades, enfim, na busca da perfeição (HERRERO, 1988). Para Cunha e Silva (2004), é da natureza do desporto ser carente de olhos espectadores, pois ele invoca a visibilidade por meio de suas ações fantásticas. Assim, o desporto, como o fenômeno que é, realiza diversas ações:

[...]chama, atrai, cativa, une, surpreende, apaixona, encanta. Indo além, pode-se dizer que é através desse despertar de emoções advindas dos admiradores que ele perpetua sua magnitude, pois isso alimenta sua celebração e mesmo seu imaginário, transfigurando a humanidade em miríades de bardos que narram os feitos ali presenciados e registrados na história humana (MOCARZEL, 2020, p. 33).

Para fins elucidativos, entende-se aqui o *eSport* como um desporto, acolhendo a defesa de Anastácio *et al.* (2022) que expõem tal questão, detalhando o objetivo competitivo com alta seriedade, tempo de treinamento, atuações de cunho profissional, a necessidade de desenvolvimento de valências físicas, articulações estratégicas técnico-táticas, dentre outros pontos relevantes, perfazendo apenas o meio digital como seu palco de atuação para os personagens ali controlados magistralmente pelos cyber atletas (ou ciberatleta) – termo como são chamados os reconhecidos atletas *deeSports* em diversos países (GAMA, 2005).

Ao se conceber os *eSports* como fruto de uma genealogia de espetacularização histórica dos esportes, é possível recuperar um entendimento desta dimensão espetacular dos *games* (em geral) e dos *eSports* (em particular) (MACEDO; FRAGOSO, 2021). Para Borowy e Jin (2013), os *eSports* são uma combinação entre esporte, mídia e tecnologia. E isso o coloca como um caso ideal do espetáculo virtualizado. Assim, as condições de espetacularidade na produção de jogos digitais voltados para a prática do *eSport* se tornam

visíveis quando definida a espetacularidade de um fenômeno em termos de seu potencial para vir a ser um espetáculo (REQUENA, 1988). Entendido como uma extensão do espetáculo esportivo mediado dentro da economia de mercado digital, os eventos de *eSports* oferecem uma oportunidade importante para o *marketing* e para promoção das indústrias digitais (BOROWY; JIN, 2013).

A dinâmica de espetacularização dos esportes – isto é, o processo em que elementos, formas, dispositivos e recursos são usados para o acionamento do espetáculo – não é recente: as raízes dos jogos, exemplares do entretenimento popular, estão fundadas na natureza do espetáculo (KELLNER, 2003). Assim como no contexto dos esportes tradicionais, com os *eSports* a espetacularização também acontece e resulta na conquista de um grande público. As competições eletrônicas são praticadas em um cenário espetacularizado, com público espectador, transmissões em diferentes mídias e tendo como protagonistas *gamers* e/ou equipes profissionais que participam da competição para atingir alta *performance* nos *eSports* (SILVA, 2019).

Nesse sentido, o trabalho desenvolvido por Vera (2016) buscou levantar particularidades que definem a espetacularização dos *eSports* a partir dos pilares basais do esporte de espetáculo tradicional, estabelecendo algumas relações pertinentes:

**Tabela 1. Espetacularização dos *eSports* a partir dos pilares do esporte espetáculo**

	<b>Esportes Tradicionais</b>	<b><i>ESports</i></b>
<b>Organização formal</b>	Organização estrutural: atletas, equipes e entidades esportivas. Envolvimento de associações, federações e organizações de gestão dos profissionais e das competições. Competições locais, regionais, nacionais e internacionais.	Organização estrutural: ciberatletas, equipes, patrocinadores. Articulação em competições nacionais, regionais, locais ou organizados por associações menores.
<b>Regulamento</b>	Aceitação das regras do jogo. Enquadramento da competição.	As regras do jogo são marcadas, desde o início, pelo próprio desenho do jogo.
<b>Espaço de Jogo</b>	Existe o espaço físico em que os jogadores se encontram durante o confronto.	A internet permite que este espaço seja a própria casa, locais acondicionados para a competição, como locais que sediam pequenos torneios ou as instalações de eventos de <i>eSports</i> .
<b>Capital investidor</b>	Investimento de grandes capitais que financiam as competições e as promovem para obter retorno do investimento através das receitas dos direitos de imagem, publicidade e patrocínio de times, competições e jogadores.	A indústria e os investimentos se movimentavam graças aos organizadores dos eventos, seja por meio de prêmios para os vencedores ou por meio do patrocínio que recebem de algumas empresas especializadas no setor.
<b>Tratamento da mídia</b>	Gerador de conteúdo para todos os tipos de mídia, especialmente para a mídia digital. Canais de televisão, jornais, <i>sites</i> e plataformas temáticas, voltados para a veiculação de conteúdos esportivos como conteúdo único.	A maior parte do conteúdo se encontra na internet, local virtual de concentração da maior audiência desse fenômeno. Desenvolvimento de ferramentas que proporcionam o espetáculo: o <i>streaming</i> como principal método de divulgação e as plataformas.

Fonte. elaboração dos autores.

Os grandes públicos dos *eSports* se multiplicam através dessa espetacularização dos eventos competitivos que acontecem em ginásios e estádios no Brasil e no mundo, movendo multidões para acompanharem seus times e jogadores favoritos em suas disputas (JENSEN, 2017). Tais eventos envolvem habitualmente jogadores profissionais, narradores, comentaristas, treinadores, torcedores, dentre outros. Dessa forma, concomitantemente à ampliação das tecnologias digitais, a modalidade ganhou imensa difusão e visibilidade, sendo comentada nos ambientes virtuais, difundida através das redes e sendo transmitida por mídias diversas (SILVA, 2019).

Sob uma ótica estatística, os dados quantitativos são significativos. De acordo com pesquisa da *Newzoo, Global Esports & Live Streaming Market Report 2022*<sup>1</sup>, a audiência dos *eSports* cresceu 8,7% atingindo 532 milhões de pessoas. Destes, 261 milhões são considerados entusiastas. Até o final de 2022, a expectativa de receita global ultrapassava U\$1,3 bilhão. Neste ano, o Brasil teve 21,2 milhões de pessoas assistindo aos campeonatos de jogos eletrônicos, ficando atrás apenas da China e EUA.

Como mais um exemplo significativo em relação ao espetáculo, o Campeonato Mundial de LoL realizado na Coreia do Sul no ano de 2018 traz dados impressionantes publicados pelo próprio *site* do respectivo jogo (2018). Ali, foram mais de 23 mil pessoas presentes no estádio, 99,6 milhões de espectadores únicos, 44 milhões conectados simultaneamente e uma média de audiência por minuto de 19,6 milhões e ainda, revelam que a disputa foi transmitida em 19 idiomas, por mais de 30 plataformas e canais de televisão (HERMES, 2020). Dados e evidências como estes relevam a grandiosidade da modalidade. Desse modo, a indústria de *eSports* gira em torno de fatores, como: as competições se distinguem em função dos seus organizadores ou da própria natureza dos eventos e torneios em particular; a sua regulamentação tem as próprias regras do jogo e determinadas particularidades que leva à espetacularização do esporte (VERA, 2016).

Para Borowy e Jin (2013) as competições de *eSports* reposicionaram os jogadores e fãs e promoveram sinergia entre os jogos competitivos, eventos públicos, espectadores, *marketing* e estratégia de negócios. Historicamente, isso tornou os eventos esportivos convencionais uma mercadoria líder no mercado mediado. Examinar tais convergências revela importantes sinergias quando se trata do *marketing* de jogos como uma experiência altamente competitiva (BOROWY; JIN, 2013). Além disso, há a inserção de marcas dentro do jogo, divulgação das marcas através de patrocínios, experiências para jogadores no evento, criação de times pertencentes a uma marca, comerciais e criação de produtos envolvendo o contexto (HERMES, 2020).

Essas competições possuem premiações com altos valores monetários, como por exemplo, a premiação do Campeonato *Dota The Internacional* de 2021 em que o prêmio chegou a 40 milhões de dólares (ANASTÁCIO *et al.*, 2022).

## Considerações finais

Os *eSports* trazem consigo muitas características dos esportes tradicionais e ganharam espaço das discussões, devido sua grandiosidade. Diante disso, destaca-se o fenômeno dos *eSports* na consolidação de um novo mercado profissional e uma indústria ancorada à essa modalidade, cercada de atletas, jogadores, treinadores, patrocinadores, fãs e campeonatos que se transformaram ao longo do tempo e grandiosos espetáculos.

Assim, o objetivo maior desse estudo foi de trazer possíveis aproximações entre os aspectos socioculturais dos *eSports* com a cultura do espetáculo. Por meio de dados socioeconômico-culturais foi possível notar aspectos intrínsecos da cultura do espetáculo na difusão dos *eSports* no Brasil e no mundo.

1 Disponível em: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoo-global-esports-live-streaming-market-report-2022-free-version>. Acesso em: 23 nov. 2022.

As peculiaridades da referida modalidade desportiva se apresentam de forma consoante às características do fenômeno da cultura do espetáculo. Todavia, entende-se também que os *eSports* ainda se fazem extremamente recentes na cultura e sociedade humana, necessitando de múltiplas reflexões e pesquisas que busquem atingir e analisar toda sua amplitude.

## Agradecimentos

Este estudo contou com o apoio do programa de incentivo à pesquisa da Universidade de Vassouras (campus Maricá).

## Referências

- ALBUQUERQUE, Ellber Rodrigo Santos; RODRIGUES, Cae; BASTOS, A. de A. Coisa de criança ou sonho de atleta? Uma análise qualitativa sobre características significantes dos esports. **Coleção Pesquisa Em Educação Física**, v. 19, n. 3, p. 51-59, 2020. <https://fontouraeditora.com.br/periodico/public/storage/articles/9d5f68c1c36ca9c1206133fb7743232a.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2022.
- ALMEIDA, Bárbara Schausteck de Almeida; MICALISKI, Emerson Liomar; SILVA, Marcos Ruiz da. E-sports: jogos eletrônicos são mesmo esportes? In: **Esportes Complementares**. Curitiba: Intersaberes, 2019.
- ANASTÁCIO, Bruna Santana *et al.* Jogos Eletrônicos, E-Sports e Educação Física: Aproximações e Distanciamentos. **LICERE – Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer**, [S. l.], v. 25, n. 1, p. 459–486, 2022. DOI: <https://doi.org/10.35699/2447-6218.2022.39115>. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/licere/article/view/39115>. Acesso em: 27 out. 2022.
- BOROWY, Michael; JIN, Dal Yong. Pioneering eSport: The Experience Economy and the Marketing of Early 1980s Arcade Gaming Contests. **International Journal of Communication**, v. 7, p. 1-21, 2013. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2296/999>. Acesso em: 23 nov. 2022.
- BORSATO, Matheus; BRASIL, Marcos Roberto; MATTES, Veronica Volski; OLIVEIRA, Vinicius Machado; SOUZA, Juliana. Aspectos sobre a esportivização, mercantilização e espetacularização dos jogos eletrônicos. **Pensar a Prática**, v. 23, 2020. <https://doi.org/10.5216/rpp.v23.57704>. Acesso em: 27 out. 2022.
- CÉZAR, N. EDUCAR EM UMA CULTURA DO ESPETÁCULO: REFLEXÕES SOBRE ALGUNS DESAFIOS. **Educação em Foco**, [S. l.], v. 26, n. 1, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/edufoco/article/view/19720>. Acesso em: 23 nov. 2022.
- CUNHA E SILVA, Paulo. Prefácio. In: ROCHA, Carla Cristina, MARQUES, Bárbara Costa. **Desporto 3: olhares, emoções, sensualidade, lugares**. Lisboa: Instituto do Desporto de Portugal, 2004.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Guy Debord (1931-1994). eBooksBrasil.com, 2003.
- GAMA, D.R. Ciberatletas, cibercultura e jogos digitais: considerações epistemológicas. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Brasília, v. 26, n. 2, p. 163-177, 2005. Disponível em: <http://revista.cbce.org.br/index.php/RBCE/article/view/154/163>. Acesso em: 11 ago. 2019.
- GANNAM, Beatriz. **Efeitos do treinamento físico-cognitivo no desempenho dos atletas de eSport: atuação do profissional de educação física**. São Paulo, SP. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Estadual Paulista Julio Mesquita Filho, 2022.
- GARCÍA-NAVEIRA, Alejo. MAD Lions Esports Club: Experiencia profesional del psicólogo del deporte. **Revista de Psicología Aplicada al Deporte y al Ejercicio Físico**, Madrid, v. 4, n. 1, p. 1-11, 2019. <https://doi.org/10.5093/rpadef2019a6>. Acesso em: 23 nov. 2022.
- HERMES, Patricia. **A relevância dos esports para a publicidade: uma compreensão a partir das finais dos**



- Campeonatos Mundiais de League of Legends de 2018 e 2019.** Santa Cruz do Sul, RS. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade de Santa Cruz do Sul, 2020.
- HERRERO, David Estrada. **Estética.** Barcelona: Editorial Herder, 1988.
- JONASSON, Kalle; THIBORG, Jesper. Electronic sport and its impact on future sport. **Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics**, London, v. 13, n. 2, p. 287-299, 2010. <https://doi.org/10.1080/17430430903522996>. Acesso em: 23 nov. 2022.
- KELLNER, Douglas. A Cultura da Mídia e Triunfo do Espetáculo. Tradução de Rosemary Duarte. **Líbero**, Ano VI, v. 6, n. 11, 2004.
- LANEIRO, Tito; RIBEIRO, Luísa; CIRINO, Graziela. ESports, trabalho ou diversão? Uma perspectiva luso-brasileira. In LOPES, Paula; REIS, Bruno. **Comunicação Digital: media, práticas e consumos.** Lisboa: NIP-C@M & UAL. (pp. 157-181), 2019. <https://doi.org/10.26619/978-989-8191-87-8.7>. Acesso em: 23 nov. 2022.
- MACEDO, Tarcízio; FRAGOSO, Suely. Esports, espetáculo e materialidade: reflexões sobre a prática profissional durante a pandemia de covid-19. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. **XXX Encontro Anual da Compós**, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo - SP, 27 a 30 de julho de 2021.
- MAGALHÃES, Pedro. **E-sport: a ascensão do esporte eletrônico no Brasil.** Disponível em: <https://www.pensecomigo.com.br/livro-e-sport-a-ascensao-do-esporte-eletronico-no-brasil-pdf-pedro-magalhaes/>. Acesso em 28 de setembro de 2023.
- MENTI, Daniela Cristina; ARAUJO, Denise Castilhos. Violência de gênero contra mulheres no cenário dos *esports*. **Conexão – Comunicação e Cultura**, v. 16, n.31, p. 73-88, UCS, 2017. Disponível em: <http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/4948>. Acesso em: 23 nov. 2022.
- MIGUEL, Ricardo Georges Affonso. **O reconhecimento dos eSports como desporto olímpico e seus efeitos desportivo-trabalhistas no cenário luso brasileiro.** Dissertação de Mestrado, Universidade Autônoma de Lisboa, 2021.
- MOCARZEL, Rafael Carvalho da Silva. **Valor Ético e Estético do Kung-Fu:** em busca das suas potencialidades educativas. Trabalho apresentado como requisito parcial para a avaliação do curso de Doutorado em Ciências do Desporto, Universidade do Porto, Porto, 2020.
- MOCARZEL, Rafael Carvalho da Silva *et al.* Violência e fair-play no meio esportivo: o caso do kung-fu. **Corpus et Scientia**, v. 8, n. 2, p. 109-124, 2012. Disponível em: <http://apl.unisiam.edu.br/revistas/index.php/corpusetscientia/article/view/30/27>. Acesso em: 27 out. 2022.
- MORIN, Edgar. **O método V: a humanidade da humanidade – a identidade humana.** Mem Martins: Europa-América, 2003.
- MURAD, Mauricio. **A violência e o futebol:** dos estudos clássicos aos dias de hoje. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
- MURAD, Mauricio. **Sociologia e educação física:** diálogos, linguagens do corpo, esportes. Rio de Janeiro: FGV, 2009.
- OLIVEIRA, Adriano Machado; MACHADO, Márcia. Adolescência, cultura e sociedade do espetáculo. **Revista Observatório**, v. 4, n. 2, p. 458-479, 2018. Disponível em: <https://betas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/5122>. Acesso em: 23 nov. 2022.
- PESQUISA GAME BRASIL. 9 ed. 2022. Disponível em: <https://www.pesquisagamebrasil.com.br/pt/e-books/>. Acesso em: 23 nov. 2022.
- PLUSS, Matthew; BENNETT, Kyle; NOVAK, Andrew; PANCHUK, Derek; COUTTS, Aaron; FRANSEN, Job. Esports: The Chess of the 21st Century. **Frontiers in Psychology**, v. 10, n. 156, p. 1-5, 2019.
- REQUENA, Jesús González. **El discurso televisivo:** espectáculo de la posmodernidad. Madrid: Catedra, 1988.
- ROSELL-LLORENS, Mariona. ESport gaming: the rise of a new practice. **Sport, Ethics and Philosophy**, Swansea, v. 11, n. 4, p. 464-476, 2017. <https://doi.org/10.1080/17511321.2017.1318947>. Acesso em: 23 nov. 2022.
- VERA, José Agustín Carrilo. De jugadores a espectadores: la construcción del espectáculo mediático en el contexto de los e-sports. **Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura**, n. 55, p. 0001-16, 2016. <https://doi.org/10.7238/a.v0i55.2893>. Acesso em: 11 dez. 2022.