

O CENÁRIO DOS ESPORTES ELETRÔNICOS NO SUDESTE DO BRASIL COMO UM INVESTIMENTO EM POTENCIAL

THE ELECTRONIC SPORTS SCENARIO IN THE SOUTHEAST OF BRAZIL AS A POTENCIAL BUSINESS

Andre Shirai Rocha Prates*
Helena Brandão Viana**
Alexandro Landim***

RESUMO

Este trabalho irá abordar a cultura dos *e-sports*, precisamente no Sudeste do Brasil, enfatizando o lado financeiro, mostrando os investimentos realizados pelo mercado de jogos eletrônicos, como também esclarecendo algumas características do perfil dos jogadores brasileiros. Logo, o presente estudo teve como objetivo analisar a comunidade dos *e-sports* como um fenômeno cultural no Sudeste do Brasil, investigar quanto tempo é investido pelo público em questão em jogos online, analisar a visibilidade do cenário de *e-sports* no Brasil, e descobrir se vale a pena o investimento em *e-sports* no cenário Brasileiro. Para isso, foram utilizados dois processos metodológicos: o primeiro foi uma pesquisa bibliográfica com o intuito de coletar o máximo de informações possíveis sobre o tema. O segundo foi uma pesquisa de campo qualitativa em que foi desenvolvido e aplicado um questionário para o público alvo, contendo 14 perguntas, aplicadas através do Google Formulários. Através deste trabalho, descobriu-se que o público brasileiro é um consumidor promissor de esportes eletrônicos, percebeu-se que há uma cultura crescente para o mercado de esportes eletrônicos na região sudeste do Brasil, uma vez que o público pertencente a geração mais atual (Y, X e Z) considera os esportes eletrônicos como uma carreira profissional e investe tempo e dinheiro nesta atividade.

Palavras-chave: *E-sports*. Investimento. Jogos eletrônicos. Sudeste do Brasil.

ABSTRACT

This work will address the e-sports culture, precisely in Southeastern Brazil, emphasizing the financial side, showing the investments made by the electronic games market, as well as clarifying some characteristics of the Brazilian players' profile. Therefore, the present study aimed to analyze the e-sports community as a cultural phenomenon in Southeastern Brazil, to investigate how much time is spent by the public in question in online games, to analyze the visibility of the e-sports scenario in Brazil, and find out if it's worth the investment in e-sports in the Brazilian scenario. For this, two methodological processes were used: the first one was a bibliographical research with the intention of collecting as much information as possible on electronic games. The second was a survey in which a

* Graduado em Publicidade e Propaganda, MBA em Gestão de Negócios. andre_shirai@hotmail.com

** Doutora Docente nos cursos de MBA do UNASP-HT e do Mestrado em Educação no UNASP-EC. helena.viana@ucb.org.br

*** Doutor coordenador dos cursos de MBA do UNASP-HT. alex.a.landim@gmail.com

questionnaire was developed and applied to the target audience, containing 14 questions, applied through Google Forms. Through this work, it was discovered that the Brazilian public is a promising consumer of electronic sports, it was noticed that there is a growing culture for the electronic sports market in the southeastern region of Brazil, since the public belongs to the most current generation (Y, X and Z) considers electronic sports as a professional career and invests time and money in this activity.

Keywords: *E-sports*. Investment. Digital Games. Southeast of Brazil.

Introdução

O presente artigo tem o intuito de analisar o cenário de *e-sports* na região sudeste do Brasil. Entretanto há necessidade de pesquisar e aprofundar o estudo na história do surgimento do *e-sports* que iniciou-se no estado do Texas nos Estados Unidos, até os desdobramentos mundiais alcançados com sua expansão. Como essa cultura ainda é pouco conhecida e pouco explorada no Brasil por meio de empreendedores, cria-se a necessidade de pesquisar sobre o mercado de trabalho e averiguar se há uma abertura para que haja um investimento em *e-sports* no país. O Brasil está entre os cinco países com a maior quantidade de jogadores online, mostrando que é um terreno fértil para um cenário competitivo e por isso merece a atenção de investidores em potencial (LUPATINI, 2014). Porém, antes de abordar o cenário brasileiro, é indispensável falar sobre a definição de *e-sports* e como este novo esporte funciona.

E-sports podem ser definidos como esportes eletrônicos, que consistem em diferentes modalidades, com diferentes aspectos técnicos e jogabilidade (termo para indicar a maneira de operar um jogo). De acordo com Saraiva (2013), essa forma de jogar surgiu durante a década de 90, dentro do ambiente dos jogos digitais. De acordo com o autor, considera-se que foi em 1999, que o termo *e-sports* foi utilizado pela primeira vez, durante um comunicado de imprensa da *Online Gamers Association*, em que comparava os esportes eletrônicos com os demais esportes. Logo, pode-se comparar os diferentes tipos de modalidade competitiva de jogos eletrônicos, com as distintas modalidades existentes em uma Olimpíada. Por exemplo, há jogos que pertencem a modalidade chamada *MOBA (Multiplayer Online Battle Arena)*, em que o jogador faz parte de uma ação estratégica em tempo real, controlando habilidades, a moeda específica pertencente ao jogo, outras unidades e o tempo, além de, em alguns casos, organizar a sincronia com o resto do time, já que é uma modalidade em que muitos jogos são jogados por cinco jogadores em um time. Um exemplo de jogo pertencente ao *MOBA*, é o popular *DOTA*

(*Defense of The Ancients*), em que cinco jogadores de cada time jogam online simultaneamente.

Além da modalidade *MOBA*, há outra modalidade muito popular no universo dos *e-sports*, denominada *Fighting Games* (jogos de luta), em que o foco do jogador é unicamente o oponente e a forma com ele utilizará o sistema de ataque e defesa para punir qualquer falha técnica e ganhar o jogo (punir é o termo utilizado no meio para se referir quando o jogador oponente comete um erro e possibilita o outro jogador a canalizar o máximo de dano que conseguir e manter grande distância entre os níveis de vida dos personagens).

Dentro da definição de *e-sports* está um aspecto muito importante que é a profissionalização de jogadores e os eventos desenvolvidos para a competição formal das diferentes modalidades. De acordo com o Rox (2015), hoje, no cenário esportivo, os jogos mais populares que ganharam campeonatos específicos são: *League of Legends*, *DOTA*, *Counter-Strike*, *Street Fighter*, entre outros. Já dentre os campeonatos mundialmente reconhecidos e famosos, estão: *The International*, com prêmio total de mais de dez milhões de dólares em 2015; *Major League Gaming*, com prêmio total de um milhão de dólares.

Há times profissionais de cada modalidade. Hoje, eles são reconhecidos, patrocinados e vivem de uma renda fruto do trabalho como jogadores de *e-sports*. Contudo, nem sempre foi assim. No início os jogos eletrônicos não eram valorizados como um esporte e os jogadores não eram bem remunerados. Logo, é necessário traçar uma rápida cronologia histórica, para entender como deu-se o desenvolvimento e a expansão dos *e-sports* no mundo, até este tornar-se um fenômeno mundial.

Em 1996 foi criado a *Quakecon*, uma *lan party* (vários computadores acessando a mesma rede simultaneamente, com jogadores competindo entre si) que foi o início de competições no meio dos jogos eletrônicos, contando com mais de 60 jogadores. A *Quakecon* ocorreu no Texas, Estados Unidos (TAYLOR, 2012). Segundo Saraiva (2013), a empresa criadora das séries *Doom* e *Quake*, *id Software*, influenciou o cenário competitivo dos *e-sports*, ao organizar em 1997, o torneio *Red Annihilation* durante a feira de entretenimento eletrônico *E3*. Saraiva afirma que este torneio se tornou um marco na história e referência para os *e-sports* como o primeiro torneio profissional organizado, uma vez que o vencedor do torneio do jogo *Quake* recebeu de prêmio a Ferrari de um dos fundadores da empresa *id Software*, o que gerou grande visibilidade para o esporte e os patrocinadores que estavam envolvidos, além da estrutura do evento.

Logo após em 1997, foi criada a *Cyberathlete Professional League (CPL)*, para que os jogadores profissionais ganhassem reconhecimento da mídia, como atletas de outros esportes reconhecidos pela sociedade. Foi a partir deste momento que a mídia começou a dar cobertura para os esportes eletrônicos como qualquer outro esporte. Os países pioneiros no ramo de *e-sports* foram Estados Unidos, Coréia do Sul (focada mais nos tipos de *real-time strategy games*, como *Star Craft*, que é extremamente popular neste país) e a Europa, em especial a Alemanha (responsável por desenvolver uma competição no ano 2000, chamada *Electronic Sports League*) (TAYLOR, 2012).

Saraiva (2013) afirma que durante os anos de 2004 até 2008, os *e-sports* estavam em crescimento em relação a divulgação midiática. De acordo com o Rox (2015), em 2011, foi fundado o *TwitchTv*, um canal que transmite jogos e competições e que é acompanhado por milhares de espectadores diários, movimentando uma grande quantia em dinheiro.

Esse foi o início dos *e-sports* no mundo. Todos esses eventos culminaram para que os esportes eletrônicos, mesmo que timidamente, passassem a fazer parte das pautas midiáticas, começassem a ser valorizados e a serem respeitados como esporte profissional.

O mundo já sabe que o Brasil é um ótimo produtor de ciberatletas, pois estes já tiveram excelente resultados em competições no exterior. Porém, a dificuldade de conexão de internet e toda infraestrutura que envolve a jogabilidade plena é comprometida pela falta de estrutura do país e a falta de conhecimento e investimentos na área (LUPATINI, 2014).

No cenário brasileiro temos poucos exemplos de atletas remunerados de forma justa, não só nos esportes regulares como Tênis, Futebol, Basquete, Vôlei, como também nos jogos eletrônicos e suas diversas modalidades. Essa afirmação pode ser confirmada, quando observamos que os melhores jogadores de *e-sports* no Brasil são melhores remunerados e mais valorizados quando jogam e trabalham em solo estrangeiro, como é o caso do time de de *Counter-Strike* chamado *Luminosity*, em que os cinco integrantes do time são brasileiros, incluindo o técnico, e o capitão do time, Gabriel Toledo, famoso no Brasil e agora popular no mundo, com mais de 180 mil seguidores no *Facebook*. Atualmente, o *Luminosity* carrega o título de melhor time de *Counter-Strike* no mundo, desbancando seus oponentes antecessores, como o *Fnatic* da Suécia e ganhando mais de 500 mil dólares em premiações em menos de um ano.

Outro fato importante para ser analisado é a crescente presença de mulheres nos esportes eletrônicos. De acordo com Taylor e Witkowski (2010), o evento *DreamHack* mostra que a cultura dos *games* não é específica do gênero masculino, pois durante esse evento esteve presente um grande público feminino não só na parte de produção, como também a presença feminina no elenco de jogadoras profissionais. Assim, é importante destacar que o *e-sports* são uma modalidade democrática, que cada dia conquista mais fãs e profissionais de todos os gêneros, idades e lugares do mundo.

Segundo Moraes (2015), os investimentos na produção e comercialização de jogos eletrônicos geram um fenômeno crescente, que é o surgimento de novos hábitos e práticas de consumo, relacionados aos esportes eletrônicos, que atrai inúmeros fãs. Estes fãs estão presentes em eventos como Comic Con californiana, Tokyo Game Show e a Gamescom e são nesses eventos que observa-se a audiência com centenas de milhares de pessoas presentes. De acordo com uma pesquisa realizada pelo SuperData (2015) e divulgada pelo maior site de jogos do Brasil, TecMundo, 71 milhões de pessoas ao redor do mundo assistiram a jogos eletrônicos em 2013. Nos Estados Unidos, 31,4 milhões de fãs assistiram e/ou participaram de campeonatos. Dentre eles, 60% possuem idade entre 21 e 25 anos e dedicam em média pouco mais de duas horas assistindo a transmissões. O jogo *League of Legends* desencadeou uma grande repercussão na mídia, já que em 2013 mais de 32 milhões de pessoas acompanharam as finais do torneio mundial, patrocinado pela *Riot Game*. Este número surpreende, uma vez que superou a quantidade de espectadores das finais de NBA (liga profissional de Basquete nos Estados Unidos).

Ainda segundo o site SuperData (2016), no mesmo ano, a patrocinadora *Valve* (empresa do ramo de *games*, conhecida por desenvolver jogos e também, por ser distribuidora digital), ofereceu o maior prêmio da história dos *e-sports* para o jogo *DOTA*, em que as premiações somavam 2,8 milhões de dólares.

No meio dos *e-sports* há uma plataforma e comunidade mundial, conhecida como Raptr, que fornece otimização de configurações de jogos, baseados nas especificações de *hardware* de cada jogador, mantendo *drives* atualizados, viabilizando o contato e o relacionamento social entre os membros dessa comunidade e concedendo descontos em jogos de *hardware*. Essa plataforma, periodicamente, realiza uma pesquisa para identificar os jogos mais jogados pelos integrantes de sua comunidade. Segundo Dimaranan (2015), são em média 23 milhões de membros, e de acordo com o levantamento de dados do mês de maio de 2015, os cinco jogos mais jogados foram:

League of Legens (20,79%), *Counter-Strike: Global Offensive* (6,47%), *DOTA 2* (5,73%), *Grand Theft Auto V* (5,31%) e *World of Warcraft* (5,25%).

Pensando na parte de investimento em *e-sports*, deve-se mencionar a WCG (*The World Cyber Games*), que é um campeonato muito influente não só na Coreia do Sul, onde ele é sediado permanentemente, mas conta também com pessoas de mais de 60 países diferentes. O WCG possui essa visibilidade, pois é patrocinado por grandes companhias, tais como: Microsoft, Coca-Cola e a Samsung, que patrocina o evento através de mais da metade da quantia total necessária para o desenvolvimento deste (TAYLOR, 2012).

Para o primeiro semestre do ano de 2016, de acordo com uma pesquisa realizada pelo SuperData (2016), o mercado de *e-sports* irá movimentar aproximadamente um total de 892.8 milhões dólares, em que 275 milhões serão na América do Norte, 269 milhões na Europa, 328 milhões na Ásia e 19 milhões no restante do mundo. A pesquisa ainda mostra projeções para o ano de 2018, em que afirma que o mercado irá movimentar em torno de 1 bilhão de dólares com *e-sports*.

Com a abordagem ampla sobre o que são *e-sports*, os principais fatos históricos, o cenário de jogos eletrônicos no Brasil e dados sobre o tema, este trabalho tem como objetivo analisar a comunidade dos *e-sports* como um fenômeno cultural no Sudeste do Brasil, investigar quanto tempo é investido pelo público em questão em jogos online, analisar a visibilidade do cenário de *e-sports* no Brasil, e descobrir se vale a pena o investimento de *e-sports* no cenário do Brasil.

Metodologia

Como instrumentos metodológicos para alcançar os resultados dos objetivos propostos pelo trabalho presente, foram utilizados dois tipos principais de ferramentas. A primeira delas foi uma pesquisa de cunho bibliográfico, em que foram selecionados artigos e livros sobre o tema, e através de uma leitura, foram levantados dados e conteúdos relevantes para o desenvolvimento do artigo em questão. Após a utilização do conteúdo destes livros e artigos e a descrição deste, a segunda ferramenta utilizada foi a pesquisa de campo de cunho qualitativo, em que foi formulado um questionário com 14 perguntas direcionadas para o público-alvo residente na Região Sudeste do Brasil. As perguntas dissertativas abordadas pelo formulário foram as seguintes: Idade; Profissão; "Há

quantos anos você joga?” Já as perguntas múltipla escolha e suas respectivas opções, podem ser conferidas no quadro abaixo:

Quadro 1 - Perguntas Múltipla escolha

Perguntas	Opções de Respostas
Quantas horas por dia você gasta com jogos eletrônicos?	Menos de uma hora; 1 à 2 horas; Mais de quatro horas; Mais de seis horas; Jogo esporadicamente
Qual (ais) plataforma (s) você utiliza para jogar?	PC; Playstation; Xbox; Nintendo; Mac;
Você assiste campeonatos ou algum jogador profissional?	Sim; Não;
Quais jogos você assiste?	League of Legends; Dota; Counter Strike; Street Fighter ou outros jogos de luta; Outros;
Em que plataforma você assiste?	Youtube; Twitch; Outra;
Você acompanha notícias sobre esportes eletrônicos?	Sim; Não;
Você se considera fã de algum jogador ou time profissional?	Sim; Não;
Você investe dinheiro em esportes eletrônicos?	Sim; Não;
Quanto você gasta regularmente com esportes eletrônicos?	Gasto demos de R\$ 20,00; Gasto entre R\$ 20,00 e R\$ 50,00; Gasto mais de R\$ 50,00; Gasto mais de R\$ 100,00; Não gasto nada;
Você participa ou já participou de algum time de esportes eletrônicos?	Sim; Não;
Você considera e-sports como uma carreira profissional?	Sim; Não;

O questionário foi desenvolvido através da plataforma Google Formulários. Assim, foi enviado um e-mail para os entrevistados, o qual gerava acesso direto a plataforma Google Formulários. Ao acessar o link, e ser redirecionado para a plataforma, o entrevistado, então, deveria clicar nas respostas múltipla escolha, quanto as perguntas dissertativas, os entrevistados deveriam escrever as respostas nos respectivos campos. No total, 74 pessoas, com média de 23 anos de idade, responderam a pesquisa.

Resultados

Através do questionário realizado e aplicado por meio da plataforma Google Formulários, alguns resultados foram obtidos. A respeito das perguntas dissertativas, pode-se consultar o quadro abaixo:

Quadro 2 - Perguntas e Respostas Dissertativas

Perguntas	Respostas
Idade	Entre 17 e 35 anos
Profissão	Maioria estudante universitário, entretanto, outra parcela dos entrevistados possuem ensino superior completo, construindo carreira, principalmente, nas áreas de administração, comunicação, acadêmica, engenharia e TI.
Há quantos anos você joga?	As respostas obtidas variaram entre no mínimo três anos até 27 anos, ou seja, a maioria dos entrevistados cresceram jogando esportes eletrônicos.

Já a respeito das perguntas de múltipla escolha, foram obtidos os seguintes resultados, que podem ser constatados através dos gráficos representados nas figuras abaixo:

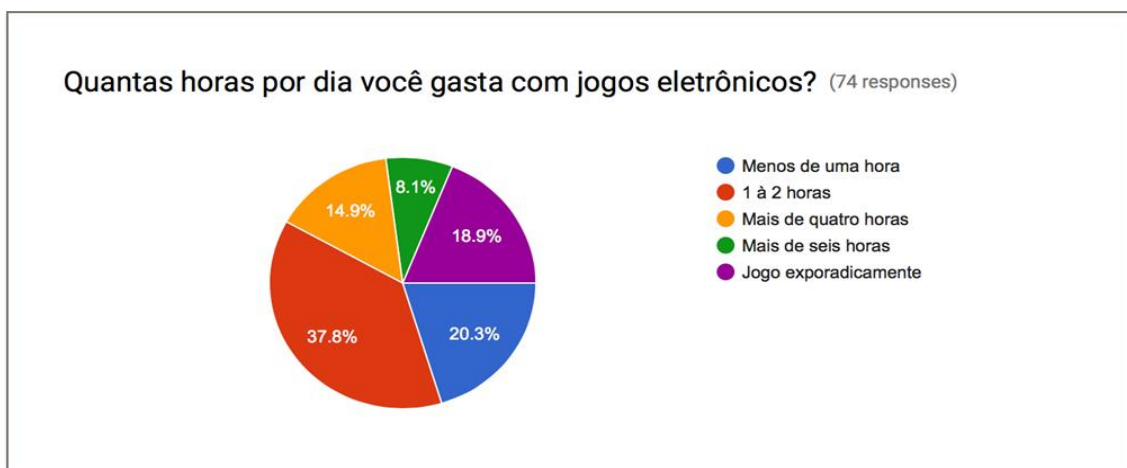


Figura 1 - Quantas horas por dia você gasta com jogos eletrônicos?

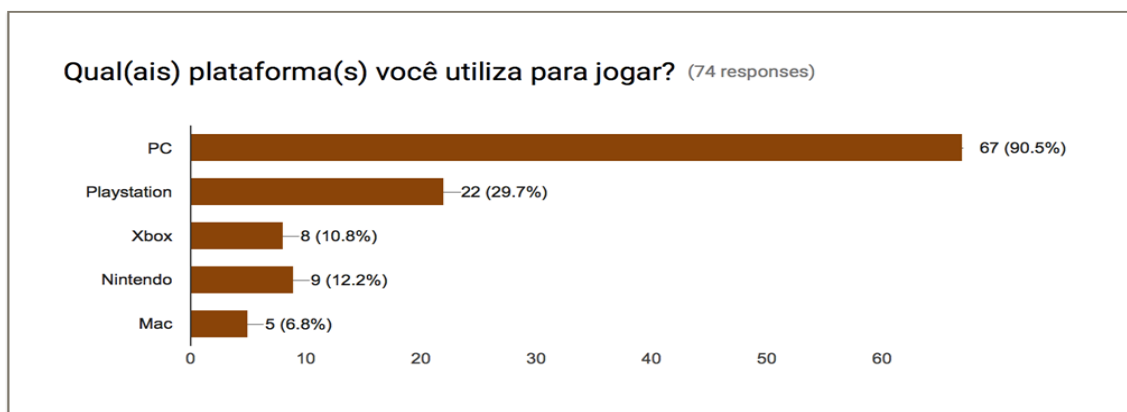


Figura 2 - Qual (ais) plataforma (s) você utiliza para jogar?

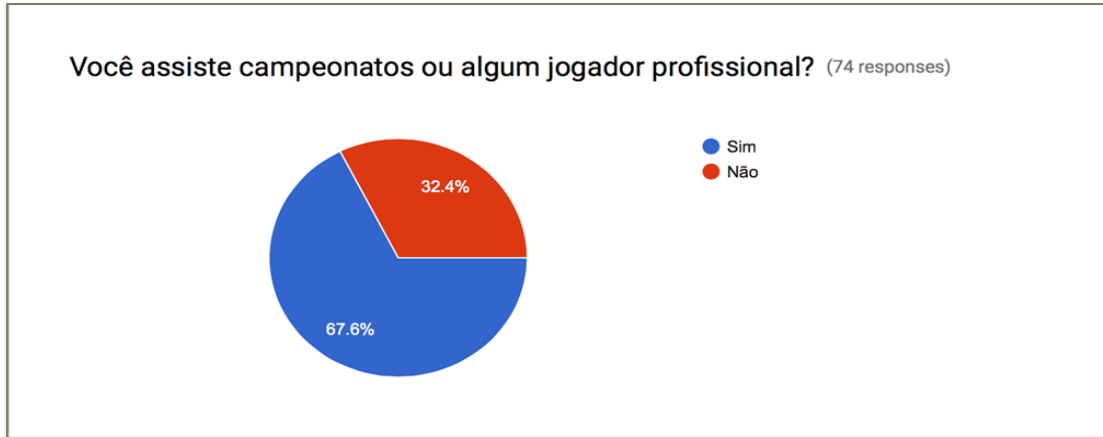


Figura 3 - Você assiste campeonatos ou algum jogador profissional?

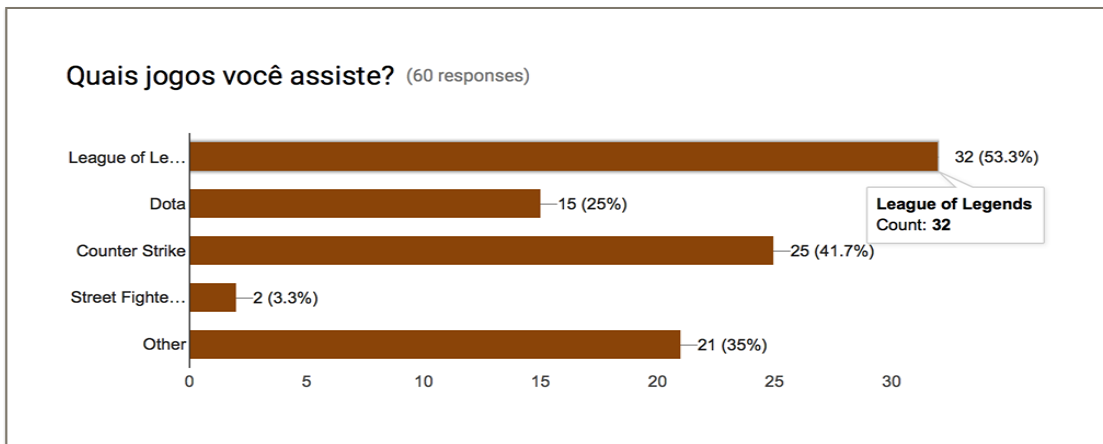


Figura 4 - Quais jogos você assiste?

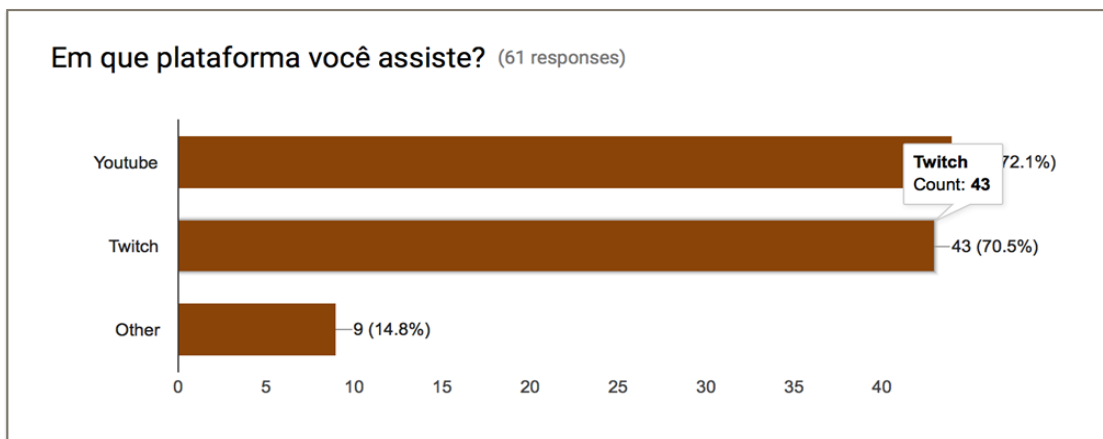


Figura 5 - Em qual plataforma você assiste?

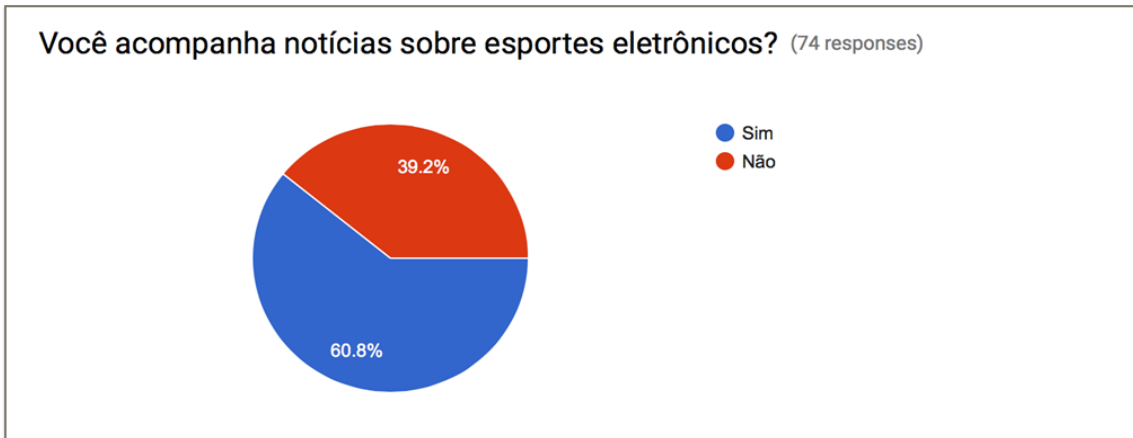


Figura 6 - Você acompanha notícias sobre esportes eletrônicos?

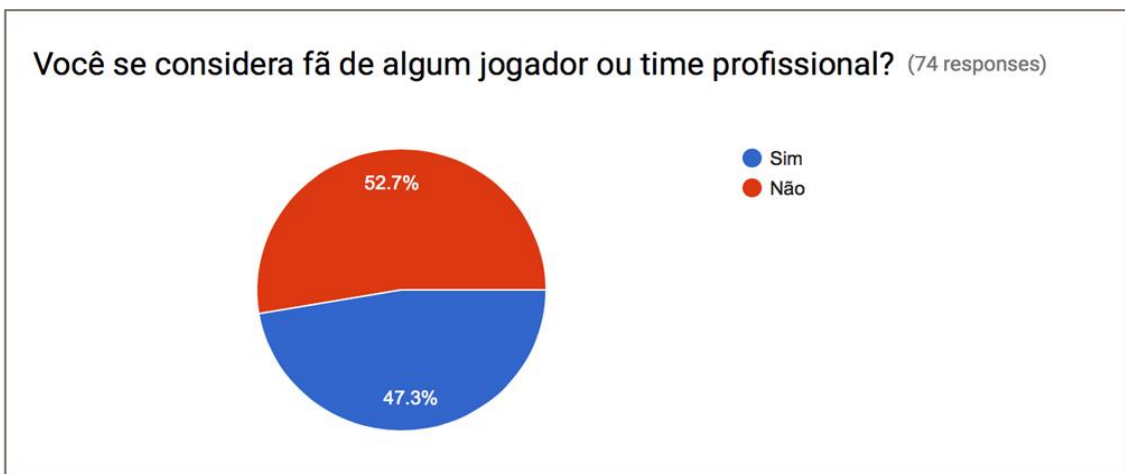


Figura 7 - Você se considera fã de algum jogador ou time profissional?

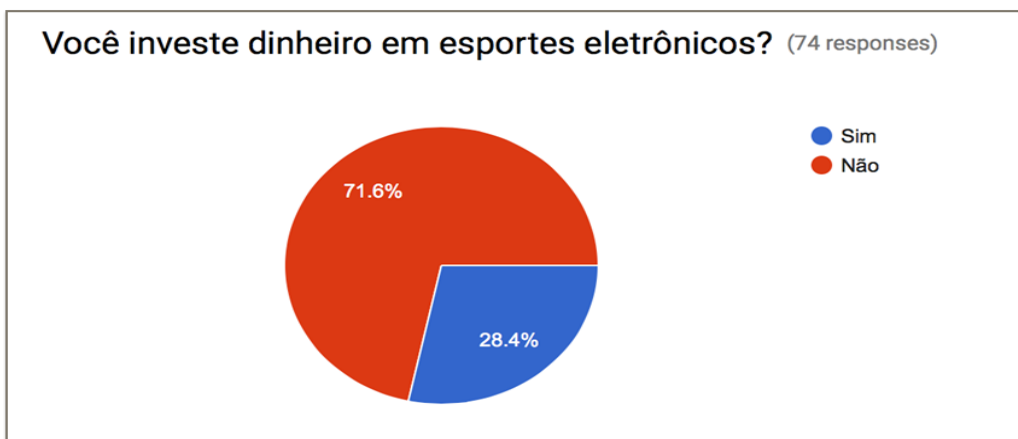


Figura 8 - Você investe dinheiro em esportes eletrônicos?

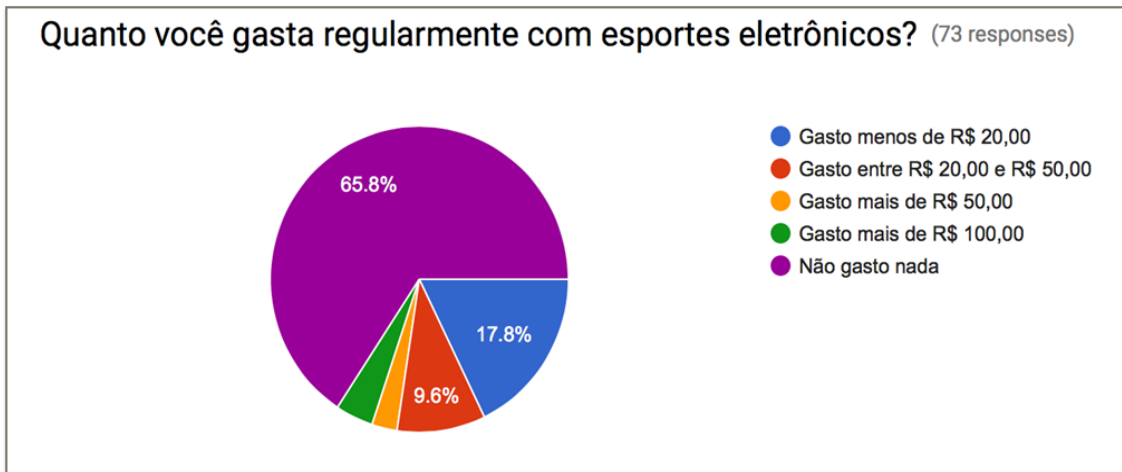


Figura 9 - Quanto você gasta regularmente com esportes eletrônicos?

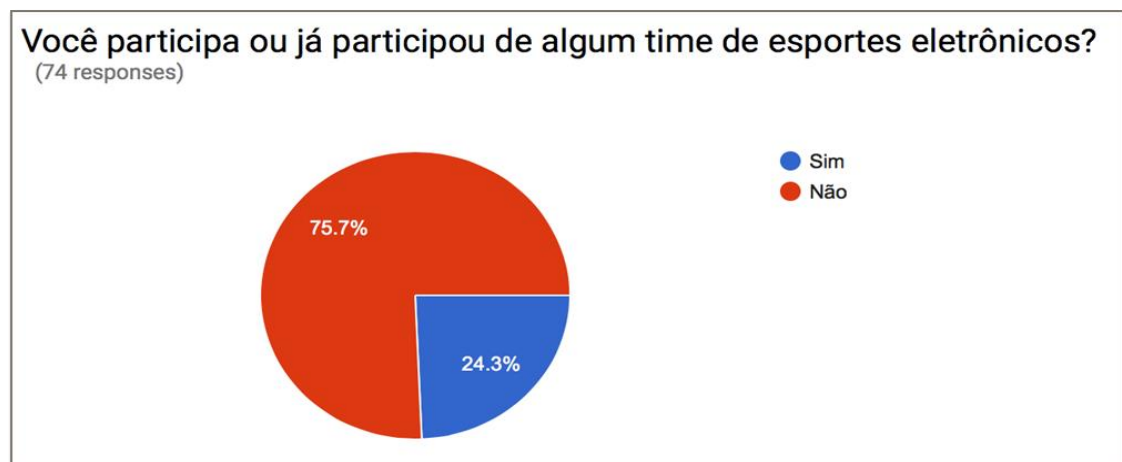


Figura 10 - Você participa ou já participou de algum time de esportes eletrônicos?

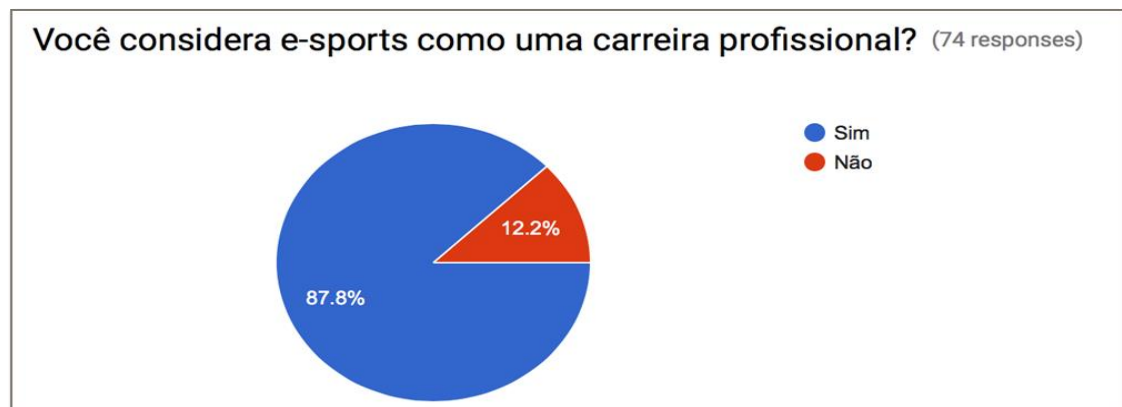


Figura 11 - Você considera *e-sports* como uma carreira profissional?

Discussão

A pesquisa bibliográfica, e a pesquisa de cunho qualitativo, permite que algumas discussões sejam feitas, em relação aos resultados obtidos através deste trabalho.

Por meio dos resultados alcançados através desta pesquisa, pode-se notar, que conforme Lupatini (2014) afirmou, apesar do Brasil ter uma grande capacidade de produzir ciberatletas, o país não possui a infraestrutura adequada, nem patrocinadores e empresas investidoras deste mercado, para ajudar a criação e desenvolvimento de times, eventos, ou uma cobertura midiática adequada, a respeito dos esportes eletrônicos. Porém, como o SuperData (2016) mostra em suas pesquisas, este é um mercado que movimenta muito capital, como pode ser observado nas projeções feitas para o ano de 2018, em que afirma-se que o mercado irá movimentar em torno de 1 bilhão de dólares com *e-sports*. Já em outra pesquisa, o SuperData (2015) afirma que a audiência global em relação aos *e-sports* está crescendo ficando cada dia mais forte, e hoje, soma-se 134 milhões de consumidores desse entretenimento esportivo, ao redor do mundo.

Taylor (2012) mostra que em países como os Estados Unidos, Coréia do Sul, e alguns países europeus, como a Alemanha, os esportes eletrônicos são valorizados e recebem um grande investimento, além disso, recebem também grande cobertura midiática e são patrocinados por grandes empresas, como Microsoft, Coca-Cola e a Samsung. Isso ocorre desde 1997, quando foi criada a *Cyberathlete Professional League (CPL)*. E uma das perguntas principais deste artigo é por que este investimento não ocorre no Brasil da mesma forma? Baseada na pesquisa realizada por este trabalho, dá para concluir que existe um mercado em potencial, que já está pronto para ser explorado e investido.

Desse forma, conforme Lupatini (2014) afirma, o Brasil está entre os cinco países com maior quantidade de jogadores online, mostrando-se um terreno fértil para o investimento e desenvolvimento dos esportes eletrônicos.

Considerações finais

De acordo com os resultados obtidos pode-se fazer algumas conclusões: uma delas é o quanto as pessoas estão dispendo do seu tempo para o entretenimento obtido através dos esportes eletrônicos. Os dados referentes as perguntas: “Você assiste campeonatos ou algum jogador profissional?” e “Você acompanha notícias sobre esportes eletrônicos?”

mostram que 67,6% assistem campeonatos ou jogador profissional e 60,8% acompanham notícias sobre esportes eletrônicos. Isso mostra que as pessoas do sudeste do Brasil estão investindo parte do seu tempo de lazer em entretenimento relacionados aos esportes eletrônicos.

Outro ponto que deve ser observado é sobre o quanto as pessoas estão dispostas a investir de dinheiro em esportes eletrônicos. Baseado nas perguntas “Você investe dinheiro em esportes eletrônicos?” e “Quanto você gasta regularmente com esportes eletrônicos?”, percebe-se que, referente a primeira pergunta, 28,4% pessoas dizem investir dinheiro em esportes eletrônicos, ou seja, destinam dinheiro em eventos, jogos, ou qualquer outro tipo de produto que patrocine o cenário dos esportes eletrônicos. Em relação a segunda pergunta, 34,2% dos entrevistados disseram gastar regularmente algum dinheiro, 16,4% das pessoas gastam de R\$ 20,00 para cima. Através destes dados, percebe-se que há um mercado em potencial para o desenvolvimento nacional dos esportes eletrônicos.

Apesar de que a maioria tem consciência de que os esportes eletrônicos são uma carreira profissional, como mostrado através das respostas da pergunta “Você considera e-sports como uma carreira profissional?”, em que 87,8% responderam que sim, 75,7% responderam que nunca participaram de algum time de esportes eletrônicos, o que significa que é uma cultura em potencial não explorada como os outros esportes mais populares no Brasil.

Mesmo considerando o fato que 87,8% consideram que esportes eletrônicos seja uma carreira profissional, talvez não ela seja viável na situação atual, pois não há investimento econômico e cultural e nem ambiente que facilite o desenvolvimento nessa área de esportes.

Assim, através desta pesquisa, verificou-se que o público brasileiro é um consumidor promissor de esportes eletrônicos, já que por meio do questionário aplicado, percebe-se que há uma cultura crescente para o mercado de esportes eletrônicos na região sudeste do Brasil, uma vez que o público pertencente a geração mais atual (Y, X e Z) considera os esportes eletrônicos como uma carreira profissional e investe tempo e dinheiro nesta atividade.

Referências

- DIMARANAN, A. Most Played Games: May 2015 - The Witcher Debuts, World of Warcraft Stumbles. **Raptr**, Estados Unidos, 26 junho. 2015. Disponível em: <<http://caas.raptr.com/most-played-games-may-2015-the-witcher-debuts-world-of-warcraft-stumbles/>>. Acesso em: 12 maio. 2016.
- LUPATINI, L. **A cobertura midiática e a profissionalização dos e-sports no Brasil: uma contribuição do feature radiofônico**. 2014. 69 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/39494>>. Acesso em: 14 abr. 2018.
- MORAES, J. L. Os Jogos Vorazes: a economia política da comunicação e o ad-vento dos E-Sports. **Informativo FIPE. Temas de Economia Aplicada**, p. 16-19, 2015. Disponível em: <<http://downloads.fipe.org.br/content/downloads/publicacoes/bif/bif421-16-19.pdf>>. Acesso em: 18 abr. 2018.
- ROX, M. Veja os dados que mostram a força dos eSports, febre mundial entre gamers. **TecMundo**, Brasil, 7 abril. 2015. Disponível em: <http://games.tecmundo.com.br/noticias/veja-dados-mostram-forca-esports-febre-mundial-entre-gamers_774876.htm>. Acesso em: 9 maio 2016.
- SARAIVA, P. A. C. et al. **E-sports: um fenómeno da cultura digital contemporânea**. 2013. 41 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologia de Informação) - Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/7784>>. Acesso em: 18 abr. 2018.
- SUPERDATA. **Spring 2016 esports Report**. Estados Unidos, 2016. Disponível em: <www.superdataresearch.com/blog/spring-2016-esports-report/>. Acesso em: 12 maio 2016.
- _____. **The worldwide eSports market reaches 134 million viewers**. Estados Unidos, 2015. Disponível em: <<https://www.superdataresearch.com/esports-brief/>>. Acesso em: 25 abr. 2017.
- TAYLOR, T. L. **Rasing The Stakes: e-sports and The Professionalization of Computer Gaming**. Londres: MIT PRESS, 2012.
- TAYLOR, T. L.; WITKOWSKI, E. This is how we play it: what a mega-LAN can teach us about games. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON THE FOUNDATIONS OF DIGITAL GAMES, 5. **Proceedings...** ACM, 2010. p. 195-202.