

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

ANA BEATRIZ GUIMARÃES RAMOS

**O DIFERENCIAL DA TWITCH EM RELAÇÃO AO YOUTUBE: ANÁLISE DA
COMUNICAÇÃO EM *LIVES* DE JOGOS ELETRÔNICOS**

VOLTA REDONDA

2022

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

**O DIFERENCIAL DA TWITCH EM RELAÇÃO AO YOUTUBE: ANÁLISE DA
COMUNICAÇÃO EM *LIVES* DE JOGOS ELETRÔNICOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Universidade Fundação Oswaldo Aranha como um dos pré-requisitos para a obtenção de grau bacharel em Jornalismo.

Aluno: Ana Beatriz Guimarães Ramos.

Professor/Orientador: Professor Doutor Rogério Martins de Souza.

VOLTA REDONDA

2022

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado O diferencial da Twitch em relação ao Youtube: análise de comunicação em lives de jogos eletrônicos elaborado por Ana Beatriz Guimarães Ramos apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Jornalismo.

Aprovado em 22 de 11 de 2022.

Banca Avaliadora:

Regem Alcantara de Souza

Professor(a) Orientador(a)

Nome, titulação e IES à qual está vinculado(a)

R. Schaves

Professor(a) Avaliador(a)

Nome, titulação e IES à qual está vinculado(a)

Rafael de L. de L.

Professor(a) Avaliador(a)

Nome, titulação e IES à qual está vinculado(a)

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho primeiramente a minha Mãe que sempre esteve ao meu lado me apoiando durante toda a vida e foi crucial para que concluísse o curso. Também agradeço imensamente ao meu Orientador, que me guiou durante todo o processo deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, a Deus, o qual fez com que meus objetivos fossem alcançados, durante todos os meus anos de estudos e sequência aos meus familiares e pessoas próximas, principalmente à minha Mãe que me apoiou durante toda a vida, me ajudando para com que meus estudos sempre continuassem. Aos meus Professores que puderam compartilhar toda a sabedoria durante o curso e em especial ao meu Orientador que me guiou durante todo o processo deste trabalho.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo principal mostrar quais os diferenciais que a plataforma *Twitch* possui em relação ao *YouTube*, sendo analisada a cobertura de transmissão de jogos eletrônicos por meio de dois jogos específicos: *Valorant* e *CS:GO*. A pesquisa começou pela história da *internet*, já que essa tecnologia teve um papel fundamental para que a evolução dos *games* chegasse aos dias atuais. Na sequência, passou pelo recurso do *streaming* e *live streaming* para, por fim, iniciar-se o estudo de caso, indicando todos os recursos que as plataformas obtêm a favor do público fã de jogos eletrônicos e usando como exemplo prático a cobertura dos dois jogos citados acima, para descobrir esses diferenciais atrelados à comunicação. A partir da análise, foi comprovado que a comunicação de fato se transformou bastante ao longo dos anos, principalmente devido à tecnologia da *web*, que contribuiu fortemente para que esse fator mudasse aspectos da narrativa da cobertura de jogos eletrônicos. Também foi visto que, enquanto os jogos eletrônicos têm crescido no mercado nos últimos anos, a cobertura de competições ligadas aos *e-sports* se interliga diretamente com a narrativa exposta.

Palavras-chave: *Twitch*, *YouTube*, jornalismo, *games*, *live streaming*.

ABSTRACT

This work has as main objective the two specific games: Valorant and CS: GO. The correction of the history of the internet, since this technology had a fundamental role to reach the present day, in sequence by the streaming and live streaming resource, finally, to start the study of, indicating all the Two resources that were mentioned obtained a public favor from the electronic game fan and using as an example the coverage of the games mentioned above, to discover these differentials linked to communication. From the analysis, this narrative has changed a lot from the actual communication over the years, mainly to technology, specifically to the internet, which must be detailed for changes in aspects of video game coverage. There is no such thing, they can also carry out communication only with the exposed narrative, so Seeing the need for an experience for the field of communication

Keywords: e-sports, Twitch, YouTube, journalism, coverage, games, live streaming

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Panfleto <i>SpaceWar</i>	32
Figura 2 – <i>Nintendo World Champions</i> 1990.....	33
Figura 3 - Gráfico de Telespectadores (<i>Streamlabs</i>)	43
Figura 4 - Gráfico de visualizações por mês 2020 (Site <i>Twitch Stats</i>)	45
Figura 5 - Gráfico de total de horas assistidos (<i>Streamlabs</i> e site <i>Adrenaline</i>).....	47
Figura 6 – Captura de Tela interface <i>Twitch</i>	49
Figura 7 - Captura de tela <i>chat Twitch</i>	50
Figura 8 – Captura de interações.....	51
Figura 8 - Captura de tela <i>subs</i> de presente <i>Twitch</i>	52
Figura 9 - Imagem retirada do site Tecnoblog.....	53
Figura 10 - Imagem retirada do site MKT Esports - Ilustração de Gemas tradicionais.....	54
Figura 11 - Imagem retirada do site MKT Esports - Ilustração de Gemas Personalizadas.....	54
Figura 12 Captura de tela – interface <i>YouTube</i> (Live de estreia).....	55
Figura 13 – Captura de tela <i>live</i> armazenada.....	56
Figura 14 – <i>Chat YouTube</i>	57
Figura 15 - Imagem A – captura de tela <i>Super Sticker</i>	58
Figura 16 - Imagem B – captura de tela <i>Super Chat</i>	59
Figura 17 - Imagem C – captura de tela de Assinatura/Membro do Canal.....	59
Figuras 18 e 19 - Capturas de tela modelo mobile – <i>Card</i> e <i>Spray</i> adquiridos....	62
Figura 20 - Captura de tela retirada do <i>Prime Gaming - Valorant</i>	63
Figura 21 - Captura de tela tirada da página de <i>Valorant</i> no Instagram.....	65

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO 1 - A EVOLUÇÃO DA <i>INTERNET</i> E AS PRIMEIRAS COMPETIÇÕES DE JOGOS ELETRÔNICOS	15
1.1 Surgimento da <i>internet</i> na Guerra Fria.....	15
1.2 ARPANET.....	18
1.3 A <i>internet</i> - <i>World Wide Web</i> (WWW).....	20
1.4 Evolução da <i>Web</i>	21
1.5 A história dos jogos eletrônicos.....	22
1.6 Primeiras competições de jogos eletrônicos.....	26
CAPÍTULO 2 - A TRANSMISSÃO DE JOGOS ELETRÔNICOS COM O PASSAR DOS ANOS	31
2.1 Primeiras competições de jogos transmitidas no mundo.....	31
2.2 Os primeiros e principais canais de tv de para competição de jogos eletrônicos – cobertura jornalística.....	33
2.3 <i>Counter- Strike</i> e <i>Streaming</i> : o surgimento do jogo em interseção com as primeiras plataformas de <i>streaming</i>	39
2.4 Live Streaming dos dias atuais.....	42
CAPÍTULO 3 - ESTUDO DE CASO DA ANÁLISE DO DIFERENCIAL DA <i>TWITCHE</i> EM RELAÇÃO AO <i>YOUTUBE</i>	49
3.1 <i>Twitch</i>	50
3.1.1 O “ <i>chat</i> ”.....	50
3.1.2 <i>Drops</i>	52
3.1.3 O diferencial da <i>Twitch</i> , <i>Prime Gaming</i>	52
3.1.4 Monetização da <i>Twitch</i>	53
3.2 <i>YouTube</i>	55
3.2.1 O <i>YouTube</i> ao vivo (<i>Live</i>).....	55
3.2.2 O “ <i>chat</i> ”.....	56

3.2.3 Monetização da <i>live</i> no <i>YouTube</i>	57
3.3 Estudo de caso entre <i>Twitch</i> e <i>YouTube</i> com base na cobertura dos jogos <i>Valorant</i> e <i>CS:GO</i>	60
3.3.1 <i>Valorant</i>	60
3.3.2 Cobertura de transmissões competitivas – <i>Valorant</i>	61
3.3.3 A cobertura de transmissões competitivas de <i>Valorant</i> na <i>Twitch</i> e no <i>YouTube</i>	61
3.3.4 <i>CS:GO</i>	65
3.3.5 Cobertura de transmissões competitivas <i>CS:GO</i> – <i>Twitch</i> e <i>YouTube</i>	65
CONSIDERAÇÕES FINAIS	70
REFERÊNCIAS	71

INTRODUÇÃO

Hoje em dia, percebe-se que devido aos avanços tecnológicos, a comunicação está evoluindo cada vez mais. Enquanto anteriormente à *internet*, os veículos de massa ainda não tinham uma relação em tempo real com o seu público, hoje, com o ciberespaço existente, as alternativas disponíveis ao usuário permitem que ele tenha voz ativa, alguém que o escute - ainda que isso signifique uma única pessoa - e um lugar para obter informação relevante do seu ponto de vista (QUADROS, 2005).

Outro ponto importante, é que nos dias atuais, os jogos eletrônicos têm dominado cada vez mais o mercado relacionado ao entretenimento. Eles estão estabelecidos como fenômeno sociocultural e como “meios de comunicação multidimensionais” (GOSCIOLA, 2004). Ou seja, os jogos estão cada vez mais enraizados na sociedade, deixando de ser caracterizados apenas como brinquedos infantis. De acordo com o site Forbes (2022), o mercado de games ultrapassará US\$ 200 bilhões até 2023, visto que em 2021, a indústria global de games já movimentara US\$ 175,8 bilhões, segundo os últimos dados consolidados e preliminares da consultoria Newzoo. Perante os dados divulgados, percebe-se o quão relevante os jogos eletrônicos estão contribuindo com o crescimento do setor de entretenimento na economia, devido a sua necessidade de tecnologias mais avançadas, pois sua produção exige técnicas criativas e inovação que são responsáveis pela atualização frequente da tecnologia, gerando novos produtos, serviços e contribuindo para a economia (ALTOMANI, 2018), merecendo assim, atenção.

Ainda sobre a *internet*, é certo que ela foi um dos principais fatores a possibilitar diversos avanços para o jornalismo em sua comunicação. Com relação ao mundo *gamer*, não foi diferente: se antes os *youtubers*¹ postavam seus vídeos de forma estática, em que seu público poderia apenas comentar nele ou compartilhá-lo, agora a tecnologia conseguiu ser aprimorada de tal forma que existem transmissões em tempo real, denominadas *lives*². Com esse novo

¹ Youtubers: pessoas as quais possuem canal e fazem vídeos para a plataforma YouTube de forma ativa.

²Live/ Live straming: transmissão em tempo real (ao vivo).

recurso, surgiu também o conceito de “*chat*”³, uma sala virtual de *chat* em que as pessoas podem participar das *lives* conversando entre si e com o *streamer*⁴ de forma interativa.

Também se notou que a pandemia ocasionada pela Covid -19 foi um fator externo crucial que impulsionou o *live streaming*⁵ de games, fazendo as plataformas *Twitch* (2011)⁶ e *YouTube* (2005)⁷ se destacarem no mercado. A *Twitch*, mesmo obtendo menos tempo no mercado perante o *YouTube*, conseguiu se consolidar e destacar no ramo. Nesse cenário, a *Twitch* obteve recordes de audiência: o relatório feito pelos sites especializados *Rainmaker* e *Stream Elements* (2022), afirma que plataforma líder do mercado, atingiu no primeiro semestre deste ano o recorde de 12,2 bilhões de horas de jogos assistido. O número representa um aumento de mais de 50% em relação ao mesmo período de 2020. Já em reação ao *YouTube*, segundo a Pesquisa *ComScore VideoMetrix*, que comparou os acessos em julho do ano passado e julho deste ano, 91% afirmam ter aumentado seu tempo de uso na plataforma. A média global de visualizações diárias de vídeos também aumentou mais de 40%, de acordo com uma pesquisa da *Talkshoppe* encomendada pelo *Google*. (TILT, 2020).

Dessa forma, notando que os meios tecnológicos se atualizaram e os *games* estão movimentando a indústria global, viu-se a importância de analisar os meios atuais de *live streaming* relacionado à cobertura jornalística - a *Twitch*, e o *YouTube* que são duas plataformas das maiores empresas do mundo, *Amazon* e *Google*. Através dessa análise, são apresentados os recursos de *live stream* que ambas possuem, visando compreender o diferencial da *Twitch* em relação ao *YouTube* que favorece o público fã de jogos eletrônicos.

Logo, de forma específica, foi escolhida a análise da cobertura em *lives* dos jogos eletrônicos nas duas plataformas, pois estima-se que a cobertura dos

³Chat: nesse contexto, o chat representará um bate-papo em tempo real entre a pessoa que faz live e àqueles seus seguidores.

⁴ Streamer: pessoal responsável que está promovendo a live.

⁵ Lives/ Live straming ⁵: transmissão em tempo real (ao vivo).

⁶Twitch: plataforma de live streaming concentrada nos jogos eletrônicos, mas que possui outros tipos de transmissão.

⁷ YouTube: plataforma de compartilhamento de vídeos.

jogos tenha mudado conforme os anos, principalmente com os novos meios de *live streaming*, interferindo nos meios de comunicação.

Assim, chega-se ao objetivo desta pesquisa: analisar o diferencial das plataformas *Twitch* e o *Youtube* relacionados ao contexto de *lives* para jogos eletrônicos. Para a pesquisa ficar ainda mais objetiva, foi selecionada a cobertura dos jogos específicos, *Valorant* e *Counter-Strike: Global Ofense (SC:GO)*, os quais serão analisados em ambos meios.

Sendo assim, algumas questões se apresentam: quais seriam e como são disponibilizadas as estratégias de comunicação às quais as plataformas *Twitch* e o *Youtube* utilizam para alcançar o público *gamer* via *streaming*? Se atualmente a *Twitch* tem crescido tanto conforme os dados, quais são seus diferenciais que tem chamado atenção desse público? De que forma esses recursos alteram o meio de comunicação no momento da cobertura de jogos eletrônicos?

A fim de buscar responder à primeira questão, estipula-se que a parte estratégica de comunicação de ambas as plataformas são utilizadas através do *marketing* (anúncios) e os próprios recursos que cada uma possui com suas diferentes funções e finalidades. Como exemplo, temos os recursos como “*chat*”, o qual possui diversas opções para o público interagir além dos tradicionais textos como *emojis*, bem como realizar inscrições para apoiar o canal, enviar e receber de presentes de pessoas ou até mesmo o acúmulo de pontos para o regate de interações divertidas com o *streamer*. Lembrando que cada plataforma tem diferentes recursos e benefícios – dentre esses mencionados, outros também foram analisados durante a pesquisa.

Para a segunda questão, estima-se que esses recursos encontrados e analisados são os motivos pelos quais favorecem ao público *gamer* a se manterem na plataforma *Twitch*. Já para a terceira questão, tem-se como hipótese que a comunicação da cobertura dos jogos eletrônicos apresenta novas particularidades, que abrangem tanto a comunicação entre público e apresentador quanto à forma apresentar a cobertura - devidos aos meios tecnológicos e recursos de ambas as plataformas.

O trabalho tem como proposta temática avaliar de forma exploratória, todos os diferenciais da *Twitch* em relação ao *YouTube*, analisando a cobertura em *lives* dos jogos eletrônicos *Valorant* e *CS:GO*. Dessa forma, a pesquisa escolhida tratará de um estudo de caso de análise tanto qualitativa quanto quantitativa, visto que serão feitas várias observações e hipóteses entre as duas plataformas, no intuito de responder as questões sinalizadas anteriormente.

Por isso, para projeção dos capítulos, inicialmente, é necessário abordar sobre o contexto histórico da *internet*, mostrando também a evolução dos jogos eletrônicos. Posteriormente, no capítulo dois, descreve-se como ocorreram as primeiras transmissões dos jogos eletrônicos, entrando nos aspectos de *streaming* e *live streaming*. Por fim, a pesquisa analisa quais são os diferenciais da *Twitch* em relação ao *YouTube*, e apresenta um estudo de caso da cobertura de jogos eletrônicos *Valorant* e *CS:GO* em ambas as plataformas.

CAPÍTULO 1 - EVOLUÇÃO DA INTERNET E AS PRIMEIRAS COMPETIÇÕES DE JOGOS ELETRÔNICOS

No primeiro capítulo desta monografia serão abordados os principais contextos históricos da *internet*, bem como foram realizadas as primeiras transmissões por meios audiovisuais do jogo *Counter-Strike* (2019), pois ele foi importante para a evolução do FPS⁸ no Brasil, já que cresceu no período em que a *internet* comercial estava se consolidando (início dos anos 2000) e, ainda esteve presente nas primeiras plataformas de *streaming* de vídeos. Em sequência, será descrito como se deram essas transmissões antes e após a *internet*, com ênfase na sua evolução.

1.1 SURGIMENTO DA INTERNET NA GUERRA FRIA

Para conhecermos a evolução da *internet* que chegou até o momento comercial, é importante conhecer seu surgimento em seu contexto histórico. Logo, importante saber que foi durante a Segunda Guerra Mundial, no período da denominada “Guerra Fria”, que surgia a tecnologia que chamamos de *internet*, no entanto, ela ainda estava distante do conceito que conhecemos nos dias atuais.

Para a criação e evolução da *internet*, três grupos foram responsáveis pelo seu avanço: Forças Armadas, universidades e empresas privadas. O principal responsável pela criação dessa união, foi Vannevar Bush, professor do MIT que em 1931, criou o Analisador Diferencial, o primeiro computador analógico. Vannevar atuava nos três campos: era diretor da escola de engenharia do MIT, fundador da empresa de eletrônicos Raytheon e principal administrador científico militar durante a Segunda Guerra Mundial. (ISAACSON, 2013, p. 228)

Em 4 de outubro de 1957 a Rússia lançou para o espaço exterior à Terra o primeiro satélite artificial na história da humanidade: *Sputnik*. (completava uma órbita em volta da Terra em cada 90 minutos - 1H 30 m - e emitia sinais rádio nas frequências de 20 MHZ e 40 MHZ que eram audíveis por qualquer pessoa

⁸ FPS: jogo de tiro em primeira pessoa.

que utilizasse um rádio receptor). Devido a este avanço tecnológico russo, o presidente dos USA, *Eisenhower*, criou, em outubro de 1957, a ARPA (*Advanced Research Project Agency*). O objetivo principal da ARPA era o desenvolvimento de programas respeitantes aos satélites e ao espaço.⁹

Com a criação da NASA (*National Aeronautics & Space Administration*), no verão de 1958, parecia retirar da ARPA a razão para a sua existência, pois a NASA teria diversos recursos avançados e pesquisadores para analisar e realizar os avanços necessários. No entanto, em 1961 a Universidade da Califórnia (UCLA) em Santa Bárbara herdou da Força Aérea um enorme computador IBM, o Q-32. Através dele foi que a ARPA orientou sua investigação para a área da recém-nascida, informática. Mas para dirigir e coordenar o *Command and Control Research* (CCR), foi contratado o psicólogo Joseph Licklider que era um especialista em computadores já com reputação internacional.¹⁰

No CCR o trabalho baseava-se na utilização do “*batch processing*” – processamento de dados por lotes e em tempo diferido. Este processo que satisfazia a maioria das necessidades de cálculo não se adequava à comunicação interativa com computadores nem à transmissão de dados entre eles. Assim, Licklider criou então o IPTO (*Information Processing Techniques Office*) orientado para essa comunicação interativa e transmissão de dados. Para a comunicação rápida entre as equipes de investigadores, era necessária a construção de uma rede, NET, logo no âmbito da ARPA, foi orientada para a construção desse processo. Em 1965 Licklider deixou a ARPA, mas a sua orientação foi continuada pelo seu sucessor Robert Taylor, também psicólogo.¹¹

Aproximadamente com um orçamento de 19 milhões de dólares Taylor iniciou o financiamento da primeira rede de computadores. Não foi uma tarefa fácil, pois já existiam redes de computadores desenvolvidas pelos fabricantes, mas cada uma com suas normas e linguagens de comunicação incompatíveis

⁹ ALMEIDA, JMV. Breve história da Internet. 2005. Disponível em:<<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/3396/1/INTERNET.pdf>

¹⁰ ALMEIDA, JMV. Breve história da Internet. 2005. Disponível em:<<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/3396/1/INTERNET.pdf>

¹¹ ALMEIDA, JMV. Breve história da Internet. 2005. Disponível em:<<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/3396/1/INTERNET.pdf>

com as dos restantes. Dessa forma, para resolver o problema das normas e linguagens incompatíveis entre os computadores, a seguinte solução foi proposta:

A solução proposta para o problema compreendia por um lado a utilização de redes do tipo distribuído nas quais era possível conectar um receptor e um emissor utilizando vários percursos. Se um nó da rede avariasse a mensagem deveria continuar o seu percurso utilizando outro caminho disponível. (ALMEIDA, 2005, p. 2)

Esse problema já fora imaginado anos antes pelo norte americano Paul Baran e o inglês Donald Davies, portanto, essas seriam suas soluções:

Uma mensagem nunca circularia completa na rede; seria “cortada” previamente em “bocados” que seriam enviados por caminhos distintos. Cada “bocado”, “encapsulado” num pacote conteria o endereço do emissor, o endereço do receptor, o número de ordem do “bocado” e, evidentemente, o conteúdo do “bocado”. Deste modo o computador receptor poderia reconstituir, localmente, para o receptor a mensagem original. (ALMEIDA, 2005, p. 2)

Para prosseguir e tornar o trabalho de emissão e recepção dos computadores mais fácil. Com o denominado “*host*”, foi decidido construir computadores intermediários que processassem o trabalho de “*routing*”. Assim, cada computador seria assim conectado à rede por meio de um computador intermediário denominado IMP (*Interface Message Processor*). Mas ainda, para que todos eles pudessem comunicar, era necessário criar um protocolo de comunicações que regulasse o intercâmbio de mensagens. Portanto, os primeiros protocolos criados e utilizados eram: o Telnet - ligação interativa de um terminal com um computador remoto; e o FTP (*File Transfer Protocol*) que seria a transferência de ficheiros entre dois computadores. Além disso, as denominações originais dos protocolos eram DEL (*Decode – Encode - Language*; linguagem de codificação-descodificação) e NIL (*Network Interchange Language*; linguagem de intercâmbio na rede). (ALMEIDA, 2005)

Posteriormente, a primeira rede de computadores foi construída, a Universidade de Utah e Universidade da Califórnia, em Santa Bárbara. Deste modo, no dia 1 de dezembro de 1969 “nascia” a ARPANET.

1.2 ARPANET

Sobre o início da ARPANET, pode-se dizer que quatro estudantes das Universidades de Utah e da Califórnia, em Santa Bárbara (ditas anteriormente), criaram um grupo de trabalho e o denominaram de *Network Working Group* – NWG.

Com isso, grupo NWG desenvolveu um *Network Control Protocol* (NCP) que podia ser instalado em cada um dos diversos “*hosts*” que estabeleciam as conexões, as interrompia, as comutava e controlava o fluxo das mensagens, já que o protocolo de informações anteriormente instalado no “*host*”, era insuficiente para gerir este novo tipo de comunicações. Após a criação pelo grupo, a primeira rede passou a ter a sua linguagem própria independente do “hardware” que a suportava.

Nesse início da ARPANET, sua atividade principal se assemelha com o que atualmente chamamos de e-mail. Com isso, outros termos também circulavam, como o “on-line” e várias mensagens pessoais circulavam entre os membros da comunidade, acelerando o desenvolvimento de programas utilitários que simplificavam a utilização deste instrumento nunca antes utilizado. A importância da ARPANET estava sendo tão importante, que:

Em 1972, foi rebatizada DARPANET em que, o D significava Defense e lembrava que a rede dependia do Pentágono o qual financiava os investimentos para a ligação entre computadores geograficamente afastados de modo a ser permitido o seu acesso remoto e a partilha de fontes de dados. (ALMEIDA, 2005, p. 3)

A partir do avanço, houve uma outra criação, a “*International Network*” (rede internacional) e a “*Interconnected Networks*” (conexão de redes regionais e nacionais nos USA que não comunicavam entre elas). Foram a partir dessas expressões que a futura denominação “*internet*” se estava originando.

Dando segmento, entre 1973 e 1978 uma equipe de investigadores coordenada por Vinton Cerf no SRI (Stanford) e Robert Kahn na DARPA desenvolveram um protocolo responsável pela interoperacionalidade e interconexão de redes diversas de computadores. Este protocolo denominou-se TCP/IP (*Transmission Control Protocol e Internet Protocol*), e substituiu totalmente o NCP em 1983.

Em 1 de Julho de 1975, a APARNET foi transferida para a US *Defense Communications Agency* conhecida pela sigla DISA (*Defense Information Systems Agency*), com a operacionalidade e controle executados pela Secretaria de Estado da Defesa dos USA. A DARPA também:

Financiou projetos que permitissem a utilização da técnica de comutação de pacotes para navios em navegação e unidades móveis terrestres que dispusessem de meios rádio. Este financiamento deu origem à construção da rede local Ethernet que para além da utilização do rádio também suportava a transmissão por cabos coaxiais. (ALMEIDA, 2005, p. 4)

No princípio dos anos de 1980, a ARPANET foi dividida em duas redes: a MILNET que servia as necessidades militares e a ARPANET que suportava a investigação, sendo que o Departamento de Defesa coordenava, controlava e financiava o desenvolvimento em ambas as redes.

A NSF (*National Science Foundation*), criada em 1975, não via com bons olhos o domínio dos militares sobre as redes de comunicação de dados e decidiu construir a sua própria rede denominada CSNET - *Computer Science Network*, na qual tinha o objetivo de conectar todos os laboratórios de Informática dos USA. Assim, entre 1975 e 1985 foram criadas várias redes de comunicação de dados utilizando fontes de financiamento diferente, como por exemplo UUCP, USENET e BITNET.

Em julho de 1977, Vinton Cerf e Robert Kahn realizaram uma demonstração do protocolo TCP/IP utilizando três redes ARPANET – RPNET – STATNET. Essa demonstração foi considerada o nascimento da *internet*.

Quando se analisa essa rede hoje, a partir de um olhar retrospectivo, sua tecnologia estava pronta. No entanto, enquanto a ARPANET conquistava seu espaço, o olhar da comunidade contemporânea, em consonância com o olhar sociotécnico, enxergava-a como uma tecnologia em construção (CARVALHO, 2006; p. 20).

É possível dizer que a partir do momento em que a ARPANET foi avançando, a mudança estaria ocorrendo não apenas a tecnologia, mas também na comunicação das pessoas, que futuramente, conseguiriam se comunicar de forma global, independente da distância e de forma mais rápida se comparada aos meios mais antigos.

1.3 A INTERNET - World Wide Web (WWW)

Em 1990, o Departamento de Defesa dos USA encerrou com a ARPANET, sendo substituída pela rede da NSF, rebatizada por NSFNET, que apenas se popularizou em todo o mundo com a criação do *World Wide Web* (WWW), por dois engenheiros do *Centre Européen pour la Recherche Nucléaire* (CERN): Robert Cailliau e Tim Berners-Lee, do HTML, *HyperText Markup Language* e dos *Browsers*.

Em 1980, o físico inglês Tim Berners-Lee recebeu uma encomenda da Organização Europeia para a Pesquisa Nuclear (CERN) que consistia na criação de um banco de dados com os recursos humanos e modelos de *softwares* da CERN. Foi através desses projetos, que o cientista experimentou o conceito ainda pouco conhecido de hipertexto (quando uma página leva a outra e direciona a pessoa para uma nova informação). Com essa novidade, ele foi convidado para fazer parte da equipe em 1984 e, no ano seguinte criou o HTTP (protocolo de transferência de hipertexto, a linguagem HTML, ou seja, a linguagem que cria as páginas, o identificador uniforme de recursos, atualmente conhecido como URL, o primeiro navegador e servidor e as primeiras páginas web).

Dessa forma, em 1989, os cientistas já poderiam compartilhar informações internacionalmente com páginas informativas dentro da *internet*, em que as pessoas pudessem ter acesso, expandindo a troca de conhecimento e informação. Um pouco depois, de 1994 em diante, a *internet* era disponibilizada ao grande público. Qualquer pessoa, desde que obtivesse um computador, poderia realizar suas pesquisas e publicar informações.

Qualquer pessoa pode publicar na Web, talvez seja por esse motivo, ela tem crescido tanto e de tudo pode se encontrar. Diversidade e qualidade (com qualidade e sem qualidade) são duas características da informação disponível na web. A diversidade pode ir desde a informação criteriosa, bem como documentada a informação distorcida; sites divertidos com anedotas; jogos; grupos de discussão; postais; informações meteorológicas; músicas, canções, filmes; jornais; reserva e compra de bilhetes de avião; resultados dos concursos do ministério da educação; entre outros. A partilha é interessante e facilita a o acesso à informação; para todos os efeitos, estamos à distância de “um clique” desta miríade temática. (BARCA, 2004; p. 235)

Se relacionarmos ao campo comunicacional, esse era o início da expansão da comunicação digital, pois as pessoas já poderiam compartilhar

informações e colocá-las em um “local” em que o mundo todo poderia acessar. Logo, se tornara mais fácil a forma de compartilhar informações.

1.4 EVOLUÇÃO DA WEB

Agora que viu-se o contexto histórico da *internet* até o surgimento do *World Wide Web* (WWW), abordaremos sobre seus três principais períodos até chegarmos à *internet* comercial que utilizamos nos dias atuais para os jogos eletrônicos que são o foco dessa pesquisa. São eles: *Web 1.0*, *Web 2.0* e *Web 3.0*.

A *Web 1.0*, de acordo com Pinheiro (2015), pode ser definida como a primeira fase da *Web*, que se estende durante a década de 90. Nesse período, predominavam-se sites de conteúdo estático com pouca interatividade dos usuários e diversos diretórios de *links*, utilizados apenas nas universidades e laboratórios científicos. A utilização das Novas Tecnologias da Informação (NTI) era vista como um trabalho “solitário” em que a pessoa ficava num ambiente *off-line* sem contato com o mundo a sua volta. Segundo Graham:

No começo, a Internet conectava computadores apenas em universidade e laboratórios científicos, e era muito difícil de ser utilizada”. Para encontrar uma informação, o usuário deveria saber onde ela estava, e também saber exatamente quais instruções corretas usar do computador para enviar a informação ao seu computador. (GRAHAM, 2009, p 28).

Já na *Web 2.0*, ou *web* participativa, representa a segunda década da *Web* (2000-2009). É nela que se consistia na revolução dos *blogs* e *chats*, das mídias sociais colaborativas, das redes sociais e do conteúdo produzido pelos próprios usuários. Com isso, um novo momento surgia, em que dados e informações eram compartilhados nas redes sociais digitais, visualizando uma espécie de canal preferencial, onde os blogues e o *Twitter* são tidos como local de debates e discussões referente a temáticas sociais, econômicas e políticas. Para Blattmann:

Se antes a web era estruturada por meio de sites que colocavam todo o conteúdo on-line, de maneira estática, sem oferecer a possibilidade de interação aos internautas, agora é possível criar uma conexão por meio das comunidades de usuários com interesses em comum”, resultado do uso da plataforma mais aberta e dinâmica. (BLATTMANN 2007, p.199)

E ainda, a *Web 3.0* é a *web* contemporânea, o momento atual que estamos vivenciando. Ela se encontra em fase de desenvolvimento e ainda dependente de mecanismos e agentes para organizá-la e assim obter informações de forma mais fácil. Também se caracteriza por um período de evolução da *web* com a criação de ambientes informacionais especializados.

Portanto, com o avanço da internet, foi possível vários fatores como a possibilidade de Streaming e Downloads. A grande diferença entre ambos, é o tipo de servidores e protocolos que utilizam, por outro lado o ficheiro visualizado não fica guardado e armazenado numa pasta como num download. A qualidade da visualização difere consoante a qualidade da ligação do cliente e o ritmo de transmissão que consegue alcançar. (GOMES; LOURENÇO, 2014 - 2015).

1.5 A HISTÓRIA DOS JOGOS ELETRÔNICOS

Muitos historiadores discutiram ao que poderia ser considerado o primeiro jogo eletrônico da história e, após um consenso, o jogo criado por Willy Higinbotham, lançado em 1958, *Tennis Programming* (conhecido como *Tennis for Two*, foi o escolhido, sendo jogado da seguinte forma:

Nesse jogo a bola é rebatida em uma linha horizontal na parte inferior da tela de um osciloscópio. Existe também uma linha vertical no centro que representa a rede. Há duas caixas com um potenciômetro e um botão para que o jogador controle o jogo. Os potenciômetros afetam o ângulo da bola e o botão rebate a bola de volta para o outro lado da tela. Caso o jogador erre o ângulo, a bola cai na rede. Existe um botão de reset que permite ao jogador reiniciar o jogo, fazendo com que a bola reapareça do outro lado da tela. Nesse jogo não há placar e a tela é o cinescópio de fósforo verde monocromático de um osciloscópio (MACHADO, 2007, p. 3)

Em 1961, no *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), os pesquisadores criaram o jogo *Spacewar!*, o qual era um jogo de guerra espacial em que o jogador com o controle de uma nave, enfrentava naves inimigas. Esse foi um grande marco para a competição de jogos eletrônicos, e veremos esse assunto em detalhes ao longo do trabalho.

Para a continuidade, foram lançadas as máquinas de fliperama em 1970. Em 1971, um ano antes do lançamento do *Odyssey 100*, o primeiro console da história, Nolan Bushbell desenvolveu uma nova versão de *Spacewar!*. Este não

poderia ser jogado no que atualmente consideramos como console, mas sim em uma máquina que recebeu o nome de *Computer Space*, conhecida como o primeiro fliperama da história. Esse arcade vinha com um monitor acoplado e controles analógicos fixos para dois jogadores (SOUZA e ROCHA, 2005).

Em 1972, temos outro marco, o primeiro jogo criado pela Atari, o *Pong*, no qual apresentou grande sucesso devido a sua simplicidade e sua “jogabilidade” por utilizar dois retângulos brancos sobre um fundo preto que rebatiam um pequeno quadrado branco. No entanto, ele foi acusado de plágio por copiar a jogabilidade do *Table Tennis do Odyssey 100*.

Em 1981, Shigeru Miyamoto – Nintendo – lançou o Donkey Kong, em que o famoso *Jumpman* e futuro Mario, deveria salvar sua namorada Pauline das “garras de um gorila raivoso”. Posteriormente a década de 90, foi lançado os jogos *Street Fighter I*, o *Capcom Street Fighter II*, *Mortal Kombat*, *Night Trap* que faziam grande sucesso nos fliperamas. Também é importante destacar a empresa SEGA, que em 1993 lançou o *Virtua Fighter*, algo que foi uma revolução para os jogos por utilizar um modelo de animação por objetos tridimensionais.

Após o sucesso dos fliperamas, iniciava-se uma nova geração, a que marcava os consoles. De acordo com Bresciani (2001) os consoles são que chamamos de videogames, sendo para uso doméstico os quais são conectados à televisão exibindo um jogo armazenado em um cartucho ou *CD – ROM* que o jogador interage. Hoje em dia, vemos que os jogos estão um pouco além dessa definição devido à tecnologia, já que existem consoles que não necessitam de mídia física (cartucho, *CD – ROM*, etc.) mas sim, onde tudo é feito com o auxílio da *internet*.

Retornando à 1972, esse era o período em que o primeiro console da história foi lançado, o *Odyssey 100*, por Raph Baer, em que era oferecido 12 jogos em seu armazenamento interno para o jogador escolher e se divertir, sendo a maioria deles sobre esporte. No entanto, para realizar essa troca de jogo apresentava-se dificuldades, já que eram necessárias operações mecânicas, como remover placas de circuito impresso. Como complemento, vendido de forma separada, também tinha-se um rifle comercial para ser usado em jogos de tiro.

Devido a sua complexibilidade, *Odyssey 100* não ficou muito tempo no mercado e o console *FairChild Channel F* (1976) foi o primeiro da história a ser considerado programável, ou seja, era preciso apenas trocar de cartucho.

Logo em 1977, o grande console de sucesso que marcava a geração e o mundo dos jogos eletrônicos era lançado, o Atari 2600.

Nesse contexto, a Warner lançou em 1977, o console Atari 2600 (Figura 11). Esse console se tornou um dos maiores sucessos na área de entretenimento eletrônico, vendendo cerca de 25 milhões de unidades em cinco anos; atingindo a marca de 5 bilhões de dólares; fazendo, assim, com que a empresa Atari dominasse o mercado de jogos entre final dos anos 70 e o início dos anos 80 (MACHADO, 2007).

No ano seguinte (1978), *Odyssey 2* foi lançado para tentar competir novamente no mercado. Porém ainda sim seu processador era lento e imagens “pixeladas”¹², sendo inferior ao Atari.

Em 1984, outro marco se iniciava. Era lançado pela *Nintendo* no Japão, o *Famicon* (Family Computer). Esse console chegou aos Estados Unidos com o nome *Nintendo Entertainment System* (NES). O NES fez muito sucesso e de acordo com o Nintendoblast, vendeu 32,93 milhões. Sem concorrentes na época, a *Nintendo* investiu nesse novo mercado, entrando em parceria com empresas como (*Konami, Capcom, Enix, Sunsoft, Taito e Square*), as quais foram responsáveis por grandes franquias como *Mario Bros 3, Zelda, Megaman e Metroid*.

A insatisfação chegou rápida por parte de outras empresas, dentre elas a SEGA, que em 1988 lançou o primeiro console 16 Bits da história (o NES era 8 Bits), o *Mega Drive* (chamado no Japão e Brasil) ou *Sega Gênesis* (Estados Unidos). Este console era muito superior ao da *Nintendo* e durante dois anos a SEGA dominou o mercado, invertendo a posição de liderança de sua concorrente. (CLUA e BITTENCOURT, 2005).

Como dito, foi durante dois anos que a SEGA dominou o mercado e logo, a *Nintendo* insatisfeita com a situação, quis reverter o caso, lançando em 1990

¹² Pixeladas/Pixels: pixel é o menor ponto que forma uma imagem digital, sendo que um conjunto de pixels com várias cores formam a imagem inteira. Como na época havia imagens com poucos pixels, era comum ver animações ou personagens quadriculados.

o *Super Famicon*, também conhecido como SNES (*Super Nintendo Entertainment System*), ou apenas *Super Nintendo*.

No início da década de 90, a tecnologia dos computadores já estava avançada o suficiente para aceitar o *CD-ROM* e, aproveitando esse momento, as empresas começaram a inserir esse recurso nos consoles, sendo o primeiro deles, o *SEGA CD*, um acessório do *Mega Drive* que permitia o uso de *CD-ROM*. Em sequência, a mesma empresa lançou em 1994, o console *Saturn*.

Em 1994, a *Sony* lançou o tão famoso *Playstation*, sendo o primeiro console que de fato sua mídia era em *CD* com gráficos 3D de qualidade. O *Playstation* tinha diversos jogos com uma biblioteca devasta. Também foram criados vários periféricos para ele como o *Memory Card* (dispositivo de armazenamento que funciona como memória adicional para os consoles de videogames) e o controle *Dual Shock* (controle com vibrador). (SOUZA e ROCHA, 2005).

Após o sucesso do *Playstation*, no ano seguinte a *Nintendo* lançou o console *Nintendo 64*, que chamou muita atenção devido ao seu processador gráfico que possibilitou gráficos de alta qualidade com uma profundidade de cor de até 32 bits, mas que não fez muito sucesso porque necessitava de cartuchos, considerado “não atual” para a época, visto que já existiam os *CDs* no console *Playstation*. Mesmo não apresentando sucesso com o console, alguns jogos marcaram esse período, como *Mario 64* e *Zelda: Ocarina of time*. Nos anos 2000, outro marco para a vida dos consoles surgia, o *Playstation 2*, trazendo a novidade de compatibilidade total aos jogos do *Playstation*. Outra novidade desse console, é que era possível assistir filmes pelo fato dele aceitar os *DVDs*.

Em 2001 a *Nintendo* também tentou competir com a *Sony* através do *GameCube* e, no mesmo ano, a *Microsoft* entrou para o mercado com *XBOX*, com a inovação da primeira rede dedicada aos jogos *on-line*, a *XBOX LIVE*, com uma rede organizada, na qual possuía vários recursos como *chat* e campeonatos. Para utilizar essa rede era necessário pagar uma mensalidade (SOUZA e ROCHA, 2005). Por fim, em 2005 chegou seu sucessor, o *XBOX 360* com vários aprimoramentos na inteligência artificial, física dos jogos e precisão.

Em 2006, a *Nintendo* propôs uma revolução dos jogos ao lançar o *Nintendo Wii*, já que esse console tinha diversos jogos de movimento, que fazia o usuário vivenciar a realidade. No mesmo ano, também foi lançado o *Playstation 3* também compatível com o 1 e 2, dessa vez, com conexão à *internet*.

A partir dos anos seguintes foram lançados os consoles mais próximos aos atuais, sendo por ano: *Nintendo Wii U* (2012); *Playstation 4* (2013); *Xbox One* (2013); *Xbox One S*, *Playstation 4 Slim* e *Playstation Pro* (2016); *Xbox One X* e *Nintendo Switch* (2017) *Xbox Series X/S* e *Playstation 5* (2020). Cada console se atualizava com o tempo, com gráficos melhores, áudios inovadores, conexão à *internet* cada vez mais rápida e controles sem fios. Como a tecnologia fora avançando juntamente ao *streaming* e posteriormente *live streaming*, os jogadores começaram a tanto publicar seus vídeos na *internet*, quanto realizar transmissões jogando.

Nos dias atuais, devido a esses avanços tecnológicos, jogar se tornou algo também profissional, o que, por consequência, podemos chamar de gameificação (ou ludificação), definido por ser o emprego de técnicas comuns aos games em situações de não jogo. Na prática, temos tarefas consideradas não prazerosas (como, por exemplo, um ambiente de trabalho), as quais para se tornarem divertidas e motivar as pessoas, são adaptadas em formas de jogos ou premiações. Este conceito será visto mais adiante ao longo da pesquisa.

1.6 PRIMEIRAS COMPETIÇÕES DE JOGOS ELETRÔNICOS NO BRASIL, COM FOCO NO COUNTER STRIKE

Com o avanço da *internet* até o período comercial, a LAN (*Local Area Networks*) foi grande responsável pelo início das competições de jogos eletrônicos no Brasil.

Embora a tecnologia de redes locais (LAN – Local Area Networks) remonte ao início dos anos 70, com os desenvolvimentos da Xerox no lendário PARC – Palo Alto Research Center, ela só começou a se firmar como uma tecnologia central para a infra-estrutura de Tecnologia da Informação (TI) nas empresas na década de 1990. No ambiente acadêmico podemos recuar ao início dos anos 1980, com a introdução dos microcomputadores genéricos de baixo custo, da linha PC-compatíveis, que tornou a combinação PC + LAN como uma alternativa

viável e econômica para minicomputadores e redes de terminais e, mais tarde, para os próprios mainframes (CARVALHO, 2010).

Portanto, foi em meados anos 2000 que o setor de jogos eletrônicos também se expandiu. No entanto, nesta época, várias pessoas ainda não tinham condições para obter seu próprio computador em casa e por esse motivo, a *Lan House* (estabelecimento comercial no qual os usuários podem pagar para utilizar um computador com acesso à *internet* e a uma rede local) teve um papel crucial para o desenvolvimento dessa área: foi através dela que os *gamers* se reuniam em grupos de amigos para jogar nos computadores de uma forma mais acessível. Logo pode-se entender que as primeiras competições se deram em *lan houses*, entre amigos e colegas que frequentavam o local.

Entretanto, não foi apenas pelo ato jogar que o setor expandiu. O ser humano por si, tem sua essência de competir e foi por essa característica natural que as competições entre amigos e colegas surgiram.

Historicamente, relacionando às competições transmitidas, a primeira delas foi registrada em 1972, a partir de uma disputa entre estudantes da Universidade Stanford nos Estados Unidos, com o jogo *Spacewar*, na qual sua premiação consistia em ano de assinatura da revista *Rolling Stone*. Já em 1980, a primeira competição com grandes proporções aconteceu com aproximadamente 10 mil participantes, em um campeonato organizado pela Atari. Mas foi só a partir da década de 2000 que o esporte eletrônico atingiu maior crescimento. (MATSUMOTO; MOON; ROSSI, 2018)

Dessa forma, no mesmo período do crescimento da *internet* e *lan louse*, o jogo *Counter-Strike* (jogo eletrônico de tiro em primeira pessoa (*FPS - First Person Shooter*), popularmente conhecido como CS, foi criado em 1999, a partir de um *mod* (termo usado para se referir a uma modificação de um jogo) do jogo *Half-Life* (jogo de tiro em primeira pessoa, de ficção científica), da desenvolvedora *Valve Corporation*, pelos programadores Minh "Gooseman" Le e Jess "Cliffe" Cliffe.

Segundo Jenkins (2009, p. 228) "...os fãs mais dedicados são mais propensos a serem atraídos por empresas e produtos que apoiam os modders¹³, pois sabem que poderão obter conteúdo gratuito que estende a duração dos

¹³ Modders: pessoas que criam modificações nos jogos, os chamados "mods"

games adquiridos”. De acordo com esta afirmação, pode-se dizer que por meio do *mod*, os fãs do jogo conseguiram, através de sua criatividade, modificar o jogo *Half-Life*, editando-o e adaptando-o para melhor agrado dos usuários. A empresa *Valve*, ao invés de corromper essa ação, apoiou, fato que se estipula que tenha favorecido para que a saga CS permanecesse tanto tempo no mercado, já que a empresa “escutava” seu público e o atendia. A única ação por parte da empresa foi posteriormente adquirir os direitos desse novo “*mod*”, nomeando-o como *Counter-Strike*, mas sempre mantendo os mesmos princípios que os fãs realizavam.

Quando *Half-Life* foi lançado, o jogo foi bem avaliado pela crítica, conquistando mais de cinquenta prêmios de "Jogo do Ano" para computadores. Com esse surgimento, pode-se dizer que seu modo de jogo revolucionou os jogos, já que foi devido a ele que outros jogos de tiro em primeira pessoa se basearam durante anos, também sendo classificado como o maior jogo de tiro em primeira pessoa de todos os tempos. (MATSUMOTO; MOON; ROSSI, 2018)

Em 2000, a *Valve Corporation* desenvolvedora do *Half-Life*, adquiriu tanto os desenvolvedores, quanto os direitos de propriedade intelectual do *Counter-Strike* e, com essa ação, o jogo obteve várias atualizações ao passar dos anos e versões remasterizadas, como o *Counter-Strike 1.5*, o *Counter-Strike: Condition Zero*, o *Counter-Strike: Source*, até chegar em sua versão mais recente, o *CounterStrike: Global Offensive (CS:GO)*, em 2012.

As versões 1.5, 1.6 e *Condition Zero* foram as grandes responsáveis pela popularização do jogo em "*Lan Houses*" pelo país. Assim, não demorou para que os pequenos campeonatos amadores se tornassem um dos maiores eventos com grandes premiações em dinheiro. Nesse meio, o *e-sport*¹⁴ começava a ser visto como algo lucrativo, sendo o início das primeiras equipes competitivas e seus torneios oficiais: em dezembro de 2000, era o início da primeira competição de CS conhecida no meio dos *e-sports* dos dias atuais, a *Cyberathlete Professional League (CPL)*, uma competição que reunia equipes de diversas regiões do mundo e que seguiu na ativa até 2007. (ABREU, 2020)

¹⁴ E-sport(s): competições de jogos eletrônicos

O *Counter-Strike*, além de jogos como *Starcraft* e *Warcraft*, foram os grandes responsáveis pela grande ascensão das *lan houses* pelo Brasil, principalmente por serem *multiplayer*. Essa plataforma atraiu muitos adolescentes interessados em jogar entre amigos, simultaneamente, o que resultou posteriormente em uma grande competitividade.

Com o computador sendo mais acessível à população, as *lan houses* começaram a perder seu espaço para os jogadores “domésticos”:

Com o grande crescimento das LANs pelo Brasil, entre 1999 a 2008 vieram as organizações de jogos eletrônicos que disputavam torneios de CS e outros jogos nas próprias LANs. Dessa forma o jogo foi caindo nas graças do público cada vez mais, tanto de jogadores, quanto espectadores. A partir das atualizações dos jogos multiplayer on-line e o barateamento dos planos de internet em redes domésticas pelo Brasil, as LANs foram perdendo força e conseqüentemente fechando as portas. Nos tempos atuais, em 2018, ainda existem algumas LANs, mas o entretenimento deixou de ser sua aposta principal. (MATSUMOTO; MOON; ROSSI, 2018)

Os avanços tecnológicos foram responsáveis por esse cenário, visto que eles melhoravam as questões de capacidade e rapidez, fazendo com que computadores mais potentes começassem a surgir. Por isso, não se pode deixar de notar que o crescimento da *internet* está em parte associado ao aumento das ofertas de largura de banda que permitiu aos utilizadores altas velocidade durante seu acesso, possibilitando ascender a *streamings* de vídeo com elevada qualidade (MANSY; AMMAR, 2011).

Poucos anos depois, com o lançamento da plataforma *YouTube* (2005), os jogadores utilizaram esses recursos para realizarem vídeos deles mesmos jogando em seu canal e publicarem. Era nesse período que o *streaming* de jogos eletrônicos se iniciava.

Se nos dias atuais, conhecemos o *live streaming*, responsável por coberturas ao vivo de *lives*, antes dele temos o surgimento do *streaming*. Elas têm como característica criar um fluxo próprio ao entrar nas *timelines*¹⁵ das redes sociais dos usuários, promovendo diferentes camadas de engajamento (EVANS, 2015) e permitindo, assim, ao usuário assistir, compartilhar o conteúdo para

¹⁵ Timelines: linha do tempo

outros e/ou criar um diálogo imediato com outros usuários e com quem está realizando a transmissão. A partir desses fatores que o capítulo dois seguirá.

CAPÍTULO 2 - A TRANSMISSÃO DE JOGOS ELETRÔNICOS COM O PASSAR DOS ANOS

Hoje em dia, sabe-se que a maioria das competições de jogos eletrônicos são realizadas por meio de *live streaming*, no entanto, não foi sempre dessa forma. Logo, o objetivo desde capítulo é mostrar, desde o início, de que maneira as competições de jogos eletrônicos eram transmitidas. Portanto, veremos como foram transmitidas as primeiras competições de jogos eletrônicos, desde competições presenciais, passando pelas transmissões da TV até os canais de streaming e *live streaming*, com foco no *Counter-Strike* a partir dos anos 2000.

2.1 PRIMEIRAS COMPETIÇÕES DE JOGOS TRANSMITIDAS NO MUNDO

A primeira competição de jogos eletrônicos foi registrada em 1972, nos Estados Unidos, a “*Intergalactic Spacewar Olympics*”, com o jogo *Spacewar*, por meio de uma disputa entre estudantes da Universidade Stanford.

Após essa primeira competição, em 1980 acontece, a “*Space Invaders Championship*”, competição oficialmente organizada pela Atari, a qual contou com mais de 10 mil participantes pelas cidades dos Estados Unidos: Los Angeles, San Francisco, Fort Worth, Chicago e Nova York. Em um panfleto distribuído na própria universidade de *Stanford*, a mensagem circulava:

“As primeiras ‘Intergalactic spacewar olympics’ serão realizadas aqui, quarta-feira, 19 de outubro de 2000 horas. O primeiro prêmio será uma assinatura de um ano da “Rolling Stone”. O evento de gala será relatado pelo repórter da Stone Sports, Stewart Brand, e fotografado por Annie Liebowitz. Cerveja grátis!”

Figura 1 – Panfleto SpaceWar



(Fonte: Esporte News Mundo)

No próximo ano, em 1981, foi fundada a *Twin Galaxies*, uma organização criada com objetivo de catalogar recordes de jogos eletrônicos. Essa fundação possibilitou que na década de 1980 as pessoas pudessem incluir vários recordes de competições no livro *Guinness World Records*, sendo que algumas dessas competições foram transmitidas pelos programas televisivos “*Starcade*” e “*That’s Incredible!*”. Já a década de 1990 foi marcada pela evolução da indústria de games promovida pela empresa *Nintendo*. Nessa época, foi criado o “*Nintendo World Championships*”, na qual ocorreram várias etapas em 29 cidades dos Estados Unidos, com a disputa final na Califórnia, em que console utilizado foi o *Nintendo Entertainment System (NES)*. Posteriormente em 1994, foi criada a segunda edição, a “*Nintendo PowerFest '94*”.¹⁶

¹⁶ <https://esportenewsmundo.com.br/as-primeiras-competicoes-de-e-sports/>

Figura 2 – Nintendo World Champions 1990



(Fonte: Esporte News Mundo)

No final da década de 1990, com a evolução da *internet*, foi facilitado o processo de escolha/seleção dos participantes. Antes dela, as seleções eram realizadas de forma mais trabalhosa, sendo necessário que fossem feitas competições em todas as cidades, mas que, com sua chegada, e os computadores com acesso à *internet*, surgiam os primeiros jogos *on-line*, especificamente os jogáveis em computadores, já que consoles de mesa na época ainda não eram totalmente compatíveis com a rede.

Dessa forma, essas etapas do processo de filtragem de jogadores passaram a acontecer de maneira muito mais fluida e econômica para as empresas organizadoras. Sua importância foi tão grande, que pressupõe-se que jogos atualmente famosos como *Counter-Strike* e *WarCraft*, dificilmente seriam tão bem-sucedidos como são até hoje sem a *internet*.

2.2 OS PRIMEIROS E PRINCIPAIS CANAIS DE TV DE PARA COMPETIÇÃO DE JOGOS ELETRÔNICOS – A COBERTURA JORNALÍSTICA

Quando abordamos sobre as primeiras competições de jogos eletrônicos no início da *internet*, é comum que as pessoas que possuem afinidade com o ramo *gamer*, tenham ouvido falar em nomes como *Counter-Striker* e *Quake*, já que eram jogos multiplayer on-line¹⁷. Logo, com acesso à *internet*, as primeiras competições começaram a aparecer. Nesse meio, surgiram as ligas profissionais, as quais são eventos oficiais competitivos de *e-sports*.

Com foco em jogos de tiro em primeira pessoa, foi criada em 1997, a Liga Profissional de *Cyberatletas* (*Cyberathlete Professional League – CPL*) por Angel Munoz, sendo uma organização americana (em Dallas, Texas) que foca em eventos de competições de FPS, em que *Counter-Strike* e *Quake* eram suas principais atrações. Essa liga foi e é importante para o FPS até os dias atuais, visto que foi uma organização crucial para a aparição e notoriedade da modalidade.

Em 2005, o torneio da CPL premiou partidas de *Painkiller* (FPS lançado em 2004) com mais de 1 milhão de dólares. Sua Liga de *Cyber Atletas Amadores*, reúne em média 600 mil jogadores por ano. Além dessa, atualmente existem outras grandes organizações no mundo que realizam eventos de *e-sports* mas com outras modalidades de jogos, como por exemplo: *Evolution Championship Series* (EVO), fundada em 1996, visam aos fãs de jogos de luta com clássicos como *Street Fighter* e *Mortal Kombat*, atualmente possuindo mais de dois mil participantes e prêmios de até 20 mil dólares; *Major League Gaming* (MLG), fundado em 2002, seus campeonatos têm como principais games *Call Of Duty*, *League of Legends* e *Mortal Kombat*, sendo transmitido ao vivo pela ESPN devido ao seu grande sucesso; *Electronic Sports World Convention* (ESWC), fundado em 2003, famosa por reunir as melhores equipes de *games* do mundo, enviando os jogadores vitoriosos para a França, onde é realizado o campeonato mundial todos os anos, competindo jogando *Counter-Strike*, *Warcraft*, *Trackmania* e *Quake*, concorrendo 550 mil reais; *The International*, fundado em 2013, com campeonatos de *Dota 2*, cada ano aumenta a quantia paga aos

¹⁷ Multiplayer on-line: jogos com acesso à internet em que os jogadores podem jogar juntos por meio desta.

finalistas, como por exemplo, em 2016, premiou os 16 finalistas com mais de 20 milhões de dólares.

Ao serem comparados com as estruturas de campeonatos é possível perceber indícios de que os e-sports estão com o porte estrutural e engajamento das audiências semelhante a várias competições esportivas tradicionais. Em ambos os casos é possível identificar grandes públicos e audiências (tanto presenciais quanto mediadas), boas estruturas de times, planejamentos, estratégias, emoção, competitividade, entre inúmeras outros atributos compartilhados. Além disso, a narrativa midiática dos campeonatos conta com apresentadores, narradores, comentaristas e analistas de partida.” (CAMPEDELLI, GABRIEL, p.3, 2018).

Segundo o autor de *Game Studies*, Taylor (2012),

O surgimento dos jogos de tiro em primeira pessoa (First Person Shooters – FPS), baseados em batalha entre dois times rivais e sua aceitação no público, abriu as portas para o surgimento de competições mais diretas, de jogadores contra jogadores. Não mais se disputaria pelas maiores pontuações ou menores tempos, pois, nesses novos formatos, os jogadores se enfrentariam diretamente em um grande local físico organizado especialmente para a disputa desses jogos, lembrando a tradição antiga da Space Invaders Championship, promovida pela Atari (CELSO, 2021).

De fato, se antes as pessoas competiam pelas pontuações nos jogos, após o surgimento do FPS, as pessoas começaram a competir entre si, principalmente com jogos *multiplayer* e posteriormente *multiplayer on-line*. Portanto, é importante considerar que esse foi um marco do impulso para as competições de jogos eletrônicos.

Quando abordamos sobre as coberturas jornalísticas, de acordo com o portal da Confederação Brasileira de eSports (CBeS), as primeiras transmissões foram realizadas na Coreia do Sul. Os jogos Starcraft e Warcraft III foram os primeiros os quais obtiveram campeonatos transmitidos pelo *Ongamenet* e o *MBCGame* (ambos canais especializados para transmissão de jogos eletrônicos da Coreia). A Coreia do Sul foi o primeiro país a popularizar totalmente o *e-sports* e trazê-lo para a cultura *mainstream*.

Segundo o site Hawkon Gaming, os países asiáticos foram uns dos primeiros a criarem federações para cadastrar os *cybers* atletas¹⁸ para participarem de competições. Para perceber o nível de importância do *e-sport*, para eles um jogador é considerado atleta e tem os mesmos benefícios de jogadores de outras modalidades como futebol, por exemplo, recendo o bolsa-atleta fornecida pelo governo Sul-Coreano.

Nos Estados Unidos, a ESPN tinha um programa chamado *Madden Nation* que transmitia competições do jogo da NFL em conjunto entre a EA Sports e a ESPN *Original Entertainment*.

Em outros lugares do mundo, também existiam outros principais canais de transmissões de competições, como a GIGA Television na Alemanha, a XLEAGUE.TV no Reino Unido, Game One na França.

Já no Brasil, os principais canais responsáveis pela cobertura são: ESPN Brasil, SporTV e BandSports. Foi apenas nos últimos anos que os canais brasileiros começaram a notar a importância do *e-sport*, realizando a cobertura especialmente entre 2016 e 2019 (no próximo ano começaria a pandemia da Covid-19, logo as competições deixaram de ser presenciais)

Nesse início (2016), a final do CBLLOL (Campeonato Brasileiro de League of Legends) no ano de 2016, foi exibida ao vivo por dois canais de TV, a ESPN e a SporTV. Já em 2015, ESPN conseguiu promover a cobertura através de sua especialização ESPN Games. Por meio do ESPN Extra, também passara a organizar programas de *e-sports* como *Match Making* e *Multiplayer*, conjuntamente organizando ainda o torneio ESPN HearthStone Challenge.

Outro canal importante foi o SporTV, o qual também deu notoriedade ao ramo de *e-sports* investindo em transmissões ao vivo e torneios como o Campeonato Brasileiro de *League of Legends*.

É importante ressaltar que todos os canais tentam promover estratégias durante sua transmissão para conseguir sua própria audiência, como é o exemplo da ESPN que começou a investir em programas específicos para este

¹⁸ Cyber atleta: pessoa que joga profissionalmente, ou seja, ela é contratada por um clube e recebe uma remuneração por isso.

público. Contudo, no geral, pode-se dizer as transmissões realizadas pela TV não se distanciam das coberturas compostas por narradores e comentaristas que têm finalidade com o ramo, promovendo bate-papo sobre o cenário além da tradicional narração.

Portanto, após todos os dados mencionados, competições citadas e movimentações no mercado, uns dos grandes pontos a serem questionados para a época e que pessoas ainda se questionam hoje são: seria mesmo “apenas” um jogo? O videogame não dá dinheiro? Jornalismo de games ou esporte?

Segundo o professor do Departamento de Cinesiologia da Faculdade de Ciências da Saúde da Universidade de Ontário Ocidental (Canadá), Klaus V. Meier, pode-se relacionar seu pensamento quando voltamos ao primeiro questionamento mencionado acima, afirmando sua concepção sobre a diferença entre diferença entre esporte, jogos e brincadeiras:

Todos os esportes são jogos; nem todos os jogos são esportes; Esportes e jogos podem ser ou não brincadeiras; Esportes e jogos podem ser brincadeiras se buscados voluntariamente para o ganho de recompensas intrínsecas; Esportes e jogos não são brincadeiras quando involuntários ou quando a participação é pautada por recompensas extrínsecas; A brincadeira pode assumir formas outras dos jogos e dos esportes. (MEIER, K.V, 1981, p. 96)

O segundo ponto que o faz não considerar ser “apenas um jogo”, é o fato do *e-sport* movimentar grandes quantias na indústria global através das organizações competitivas, envolvendo diversas empresas que investem nesse ramo, as quais acreditam e veem o futuro dos jogos eletrônicos como um negócio, investindo no cenário afim de gerar cada vez mais audiência.

Ao serem comparados com as estruturas de campeonatos é possível perceber indícios de que os e-sports estão com o porte estrutural e engajamento das audiências semelhante a várias competições esportivas tradicionais. Em ambos os casos é possível identificar grandes públicos e audiências (tanto presenciais quanto mediadas), boas estruturas de times, planejamentos, estratégias, emoção, competitividade, entre inúmeras outros atributos compartilhados. Além disso, a narrativa midiática dos campeonatos conta com apresentadores, narradores, comentaristas e analistas de partida. (CAMPEDELLI, GABRIEL, p.3, 2018)

Dessa forma, o modo de pensar que os jogos “não têm futuro ou não dão dinheiro” pode ser desconsiderado atualmente. Apenas no Brasil, os jogos eletrônicos movimentam US\$ 2,5 bilhões por ano (EXTRA, 2022). É importante mencionar que esses dados são apenas em nosso país e divulgado de acordo com o número de compras dos usuários, em que as empresas realizam relatórios e os publicam. Deve-se considerar que a indústria de jogos eletrônicos movimenta mais se acrescentarmos outros países e ainda plataformas as quais também são responsáveis pelo lucro.

De acordo com Campos e Frange (2019) os *e-sports* são práticas pertinentes ao mundo esportivo. Isso pois apesar de todo *e-sport* ser um *game*, nem todo *game* é um *e-sport*. O *e-sport* só acontece quando envolve um cenário competitivo desse jogo. Portanto:

Para uma prática ser considerada *e-sports* é preciso existir um cenário profissional com rentabilidade financeira para os organizadores, patrocinadores e, principalmente, para as equipes e jogadores. Os *e-sports* criam universos competitivos dos games (CAMPOS, FRANGE, 2019, p, 61).

Em relação à imprensa ligada aos *games* e *e-sports*, o jornalismo esportivo vem experimentando suas transmissões. “Os canais de televisão e portais *on-line* transmitem as principais competições, possuem reportagens exclusivas e programas para debater as partidas de *e-sports*” (CAMPOS, FRANGE, 2019, p, 67). Isso pois é possível perceber (no Brasil) que o jornalismo tem investido nessa especialização em canais tanto na TV (ESPN ou Sportv), quanto na *web* com a chegada do *webjornalismo*, a qual já se possui diversos sites especializados, como Omelete, Jovem Nerd, IGN, os quais possuem jornalistas trabalhando exclusivamente no ramo do *e-sport*. A Globo, por exemplo, apesar de não ter um site para o especializado na área, possui uma sessão dos *e-sports* voltada para as notícias dos jogos eletrônicos e suas competições. E ainda:

Da mesma forma que a TV, o rádio, os jornais impressos e até a internet priorizam o futebol e seus atletas por possuírem maior apelo, isto é, serem de maior interesse para o público, o jornalismo prioriza um esporte específico, o League of Legends, por sua popularidade no país, o que, por vezes, encobre os acontecimentos em outros *e-sports* nos quais o Brasil é até mais bem-sucedido e conhecido, como o Counter-Strike. (WILBERT, 2018, p, 4)

De fato, ao realizar a comparação do jornalismo esportivo, é importante notar que eles têm foco maior nos esportes mais aclamados pela população brasileira - futebol, no caso do Brasil – mas que cada país possui o seu foco. Logo, no cenário do *e-sport* o mesmo ocorre, visto que aqui no país os jogos *League of Legends* e *Counter Strike* se destacam no competitivo.

Como a monografia é focada para os jogos de FPS, CS:GO e *Valorant*, o próximo tópico será voltado para o início do *streaming* do jogo CS, visto que é de grande importância para o cenário competitivo no Brasil.

2.3 COUNTER STRIKE E STREAMING: O SURGIMENTO DO JOGO EM INTERSEÇÃO COM AS PRIMEIRAS PLATAFORMAS DE STREAMING

Durante o início dos anos 2000, o jogo *Counter-Strike* foi o início da grande competitividade para o Brasil em relação ao FPS em plataformas de *streaming*, pois com a chegada da *internet* comercial, através das *lan houses*, os jogadores conseguiam se reunir e fazer competições entre amigos e grupos. As versões 1.5, 1.6 e *Condition Zero* foram as grandes responsáveis pela popularização do jogo em *lan houses* pelo país. No mesmo ano de seu lançamento, em dezembro, ocorreu a primeira competição de CS, o *Cyberathlete Professional League* (CPL) de *Counter-Strike*, uma competição que reunia equipes de diversas regiões do mundo e que seguiu na ativa até 2007.

Na época, uma das competições fora realizada em São Paulo organizada pela *Cyberathlete Professional League* (CPL) e de acordo com a matéria divulgada pelo The Enemy em maio de 2001, 51 times confirmaram a inscrição e começaram a duelar, sendo nacionais e internacionais, de forma presencial e transmitida em um telão para que todo o público pudesse assistir (espelhamento da tela do computador para o telão). O evento foi tão notório que despertou a atenção de emissoras de TV como a Globo e o SBT. Era o início da competitividade de jogos eletrônicos no país.

Além desses, outros torneios foram realizados da mesma forma, bem como o *World Cyber Games* (WCG), evento conhecido como "Olimpíadas dos

Games", e a *Electronic Sports World Cup (ESWC)*, que foi considerada Major do *Counter-Strike 1.6* de 2003 até 2011.

Com o passar dos anos, a popularidade e audiência das competições de jogos eletrônicos foi se expandindo, tanto que veículos de comunicação também deram mais atenção a esse cenário, passando a investir mais em coberturas ou até mesmo criando canais especializados para sua transmissão. No Brasil, esses são alguns dos principais canais pagos que já obtiveram em sua transmissão competições de *e-sports*: Sportv, Bandsports, ESPN Brasil, Fox Sports Brasil e Esporte Interativo.

Essa parceria só reforça o crescimento que o e-sports vem apresentando no Brasil, acompanhando uma tendência mundial. Cada vez mais estamos conquistando não só os aficionados pelos jogos, mas ampliando nosso público em geral. (IERVOLINO, 2016).

Atualmente, o *Counter-Strike* ainda é o oitavo jogo que mais distribuiu prêmios na história dos *e-sports*, visto que posteriormente seu sucessor *Counter-Strike:Global Ofense (CS:GO)* tomou grande lugar no mercado até os dias atuais.

Estes foram seus cinco campeonatos com premiações mais altas, de acordo com o site *Esports Earning: IEM III – Global Finals, WSVG ISC 2006 – Grapevine, CPL World Championship 2001e ESWC 2006*.

O avanço da *internet* contribuiu para que as competições de jogos eletrônicos fossem transmitidas não apenas de forma presencial ou pela TV, mas também depositada em veículos digitais como é o caso principal do *YouTube*.

O lançamento do *YouTube* (2005), foi primordial para isso, já que qualquer pessoa poderia fazer um vídeo e postar na *internet*. Segundo Burgess e Green,

O YouTube era um entre os vários serviços concorrentes que tentavam eliminar as barreiras técnicas para maior compartilhamento de vídeos na internet. Esse site disponibilizava uma interface bastante simples e integrada, dentro da qual o usuário podia fazer o upload, publicar e assistir vídeos em streaming sem necessidade de altos níveis de conhecimento técnico e dentro das restrições tecnológicas dos programas de navegação padrão e da relativamente modesta largura de banda. (BURGESS, GREEN, p-17, 2009)

Certamente, a plataforma não estabelecia limites para o número de vídeos que cada usuário poderia colocar *on-line* via *upload*, ainda oferecia funções inovadoras para a época como conexão e interatividade entre usuários, gerar códigos URLS e HTML, sendo um diferencial e de fácil uso para a maioria das pessoas.

Nesse contexto, os próprios jogadores começaram a postar seus vídeos jogando e logo, surgia o início de uma cobertura por parte de pessoas que gostavam de narrar o jogo e publicar. Como exemplo de pessoas que começaram a depositar seu conteúdo na época, temos o grande narrador com um devasto histórico no mundo do *e-sport*: ele é o atual narrador oficial do jogo *Valorant* em *@valesports_br*, Bernardo Moura (conhecido como Bida), que através de seu canal do *YouTube*, começou no ano de 2013 a publicar alguns plays de CS:GO por conta própria. Apesar de Bernardo Moura (Bida) ser hoje um narrador consagrado, seu primeiro campeonato em que participou no CS:GO foi como jogador. A estreia aconteceu em um torneio em sua faculdade, quando ele cursava Engenharia Elétrica na Universidade Federal de Santa Catarina. Não se identificando como jogador, preferiu seguir seu rumo com narrações. Com o passar do tempo e carreira iniciando, percebe-se que BiDa focou em conteúdos específicos de narrações. Atualmente, o narrador raramente usa seu canal do *YouTube*, pois como trabalha de forma oficial para a empresa Riot Games. Seu foco está em realizar *lives* na plataforma *Twitch* e na maioria das vezes jogando *Valorant*. Suas narrações de torneios oficiais de *Valorant* não são expostas em sua página pessoal, mas sim, diretamente transmitidas ao vivo pela VALORANT_BR na *Twitch*.

O CS por exemplo, nunca obteve apoio de sua desenvolvedora oficial que organizasse seus torneios, diferente de *Valorant* que possui a Riot Games, então qualquer empresa está livre para realizá-los, desde que apresente garantias para tal.

Posteriormente, com a chegada da plataforma de vídeos dedicado à transmissão de partida de jogos eletrônicos, *Twitch* (2011), alguns jogadores começaram a explorá-la, visto que era uma novidade realizar *lives*. Dentre eles, Alan Ferreira, popularmente conhecido como “Alanzoka”, o qual iniciou realizando conteúdos no *YouTube*. Atualmente, seu foco está na *Twitch*,

realizando *lives* de segunda a sexta-feira. Ele obteve tanto êxito na plataforma, que deixou seu canal original e criou outro chamado "*Lives do Alanzoka*", em que são feitos cortes das *lives* e depositados no *YouTube*. Mas, por que essa troca? No capítulo 3 será deslanchado os diferenciais que a *Twitch* tem mostrado.

Também é importante ressaltar que uma nova versão do jogo CS foi lançada em 2012, o CS:GO, justamente no período em que o *Twitch* tomava seu lugar no mercado. A chegada do jogo nesse período, fez com que as pessoas começassem a fazer *live* dele diretamente da plataforma e, não apenas "*lives* de pessoas comuns jogando", mas suas próprias coberturas de competições com equipes oficiais eram realizadas por este meio.

Logo, se por um lado temos uma plataforma que estava crescendo pela inovação da transmissão, por outro temos jogos lançados que contribuíram para esse processo de expansão, já que tanto emissor, quanto expectador querem ver determinado conteúdo atual.

2.4 LIVE STREAMING DOS DIAS ATUAIS

Com a *internet* se consolidando a partir dos anos 2000, foram surgindo plataformas de *live streaming* para que as pessoas pudessem fazer vídeos ao vivo. No entanto, com a geração de *games* crescendo, muitas pessoas começaram a utilizar essas plataformas para produzirem conteúdos de jogos eletrônicos para seus perfis. Dentre essas plataformas de *live streaming*, vamos citar as três mais famosas que têm ganhado destaque no ano de 2022: *Twitch*, *YouTube* e *Facebook Gaming*.

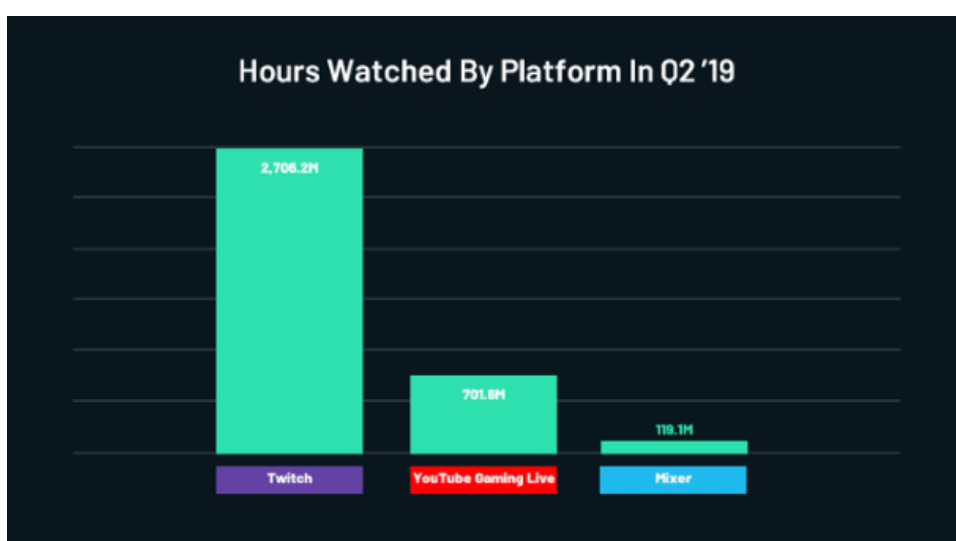
A *Twitch* foi lançada em 2011, como um *spin-off*¹⁹ da plataforma *Justin TV*. Seu principal foco é a transmissão de conteúdos voltados para jogos eletrônicos, os quais também são transmitidas grandes competições do mundo do *e-sport*. Um fator muito interessante que contribuiu de fato para a plataforma

¹⁹ Spin-off: uma obra derivada de outra, no caso desse trabalho, plataformas derivadas.

crescer, foi que uma das maiores empresas do mundo, a *Amazon*, a adquiriu em 2014, por US\$ 970 milhões (R\$ 3,7 bilhões em conversão direta).

Desde então a plataforma tem se expandido cada vez mais pelo mundo, sendo uma grande concorrente de outro grande site de compartilhamento de vídeos, o *YouTube*. De acordo com uma pesquisa publicada pelo site MKT e-Sports, o *Twitch* conta com altíssimos números de telespectadores se comparado aos serviços de *live streaming* do *YouTube Gaming Live* e *Mixer* (outra plataforma de streaming, lançada em 2016).

Figura 3 - Gráfico de Telespectadores



(Fonte: Streamlabs)

Apesar do crescimento ao longo dos anos da *Twitch*, existe um fator que gerou esse impulso: segundo a 8ª edição da Pesquisa Game Brasil (2021), foi o isolamento social provocado pela pandemia de COVID-19, que impactou o consumo de jogos eletrônicos em 75,8% dos gamers brasileiros, os quais afirmaram ter jogado mais durante o período. De acordo com o site *Twitch Tracker* (2021), a profissão de *streamer* na plataforma se tornou uma realidade para os jovens depois que o trabalho em *home office* se fez obrigatório, saindo do número de 1.638.049 espectadores em para 2.931.862 no mesmo período após um ano de quarentena, obtendo um crescimento de aproximadamente 79% no número de espectadores simultâneos.

Com isso, outro ponto importante a ser destacado é a nova profissão que surgiu com o avanço da *internet*, meios de *streaming* e crescimento dos jogos

eletrônicos: o “ser *streamer*”. Entende-se como um profissional de *streaming* as pessoas que têm a transmissão de *lives* como principal fonte de renda. O que anteriormente era visto como apenas um jogo, já se tornou uma profissão agora.

A espetacularização dos games é uma das principais responsáveis por trazer a visibilidade necessária para que eles começassem a serem notados pelos veículos mainstream de mídia. Os games sofreram significativas modificações com o passar dos anos. Em um primeiro momento, tinham como objetivo o entretenimento, mas, dados recentes mostram que esses vêm reconfigurando-se. Isto é, com o surgimento dos e-Sports novas discussões foram formuladas no campo acadêmico, para principalmente tratar desse processo de profissionalização e espetacularização dos games. (JENSEN, 2017, p. 17).

Ao abordar sobre o termo da profissionalização de *streamers* correlatados à área dos jogos eletrônicos, fica em questão a gamificação: estariam os *streamers* fazendo dos games uma tarefa mais prazerosa em relação ao âmbito profissional?

Como dito anteriormente, o conceito de gamificação está relacionado, ao emprego de técnicas comuns aos games em situações de não jogo. Na prática temos tarefas não prazerosas como por exemplo em um ambiente de trabalho, mas que, para se tornar divertida e motivar as pessoas, ela é adaptada em formas de jogos ou premiações. Segundo Huizinga (1980), os jogos são caracterizados por aparecerem em diferentes áreas da sociedade, misturando conceitos como arte, poesia, lei e justiça, guerra e filosofia. Uma das situações em que essa interseção entre jogos e vida humana se torna evidente é no ambiente empresarial, por meio da competição empresarial:

A técnica, a publicidade e a propaganda contribuem em toda a parte para promover o espírito de competição, oferecendo em escala nunca igualada os meios necessários para satisfazê-lo. É claro que a competição comercial não faz parte das imemoriais formas sagradas do jogo. Ela surge apenas a partir do momento em que o comércio passa a criar campos de atividade em que cada um precisa esforçar-se por ultrapassar o próximo. A rivalidade comercial torna imediatamente necessária a adoção de regras limitativas [...] É claro que já numa fase anterior se havia introduzido na competição comercial um certo elemento lúdico, o qual veio ser estimulado pela estatística com uma ideia originária da vida esportiva, a do recorde comercial. Os negócios se transformam em jogo. Esse processo vai ao ponto de algumas das grandes companhias procurarem deliberadamente incutir em seus operários o espírito lúdico, a fim de acelerar a produção. Aqui a tendência se inverte: o jogo se transforma em negócio (HUIZINGA, 1980, p. 222).

Toda essa visão apresentada por Huizinga, se encontra relacionada diretamente à teoria de Charles Coonradt (2008) e em *O jogo do trabalho*, em que é visto o poder de transformar a profissão no esporte favorito do indivíduo, fazendo referência às empresas que obtiveram sucesso ao adotar a abordagem lúdica da competição e da superação com os funcionários, em meados dos anos 1960 e 1970. Dessa forma, com base no pensamento dos dois teóricos, é possível relacionar de fato a gameficação com a profissionalização dos *streamers* independentemente da plataforma que escolhida de *live streaming*, pois eles encontraram um meio de tornar sua profissão prazerosa relacionando o que gostam, no caso os jogos eletrônicos.

Ainda em relação ao crescimento das plataformas devido à pandemia, de acordo com o site *Twitch Stats*, os produtores de *streamers*, repararam em um significativo crescimento no número de espectadores durante suas sessões nas atuais principais plataformas de *streaming*. A título de exemplo, o *streamer* português zorlaKOKA, que costuma transmitir suas partidas de CS:GO (*Counter-Strike: Global Offensive*) na *Twitch TV*, registrou um aumento de 175,78% em visualizações médias no segundo trimestre de 2020. Ao utilizar a plataforma de mensuração *Twitch Stats* verificou-se que, no período referente à adoção da quarentena como medida de contenção ao avanço da pandemia em Portugal, o canal de zorlaKOKA conseguiu ter um grande aumento em seus números de *views*²⁰ em 2020. Veja no gráfico a seguir:

²⁰ Views: número de visualizações de determinado conteúdo (vídeo, páginas, imagem, etc.)

Figura 4 - Gráfico de visualizações por mês 2020



(Site Twitch Stats)

Já o *YouTube* é uma plataforma da empresa *Google*, lançada em 2005 em que qualquer pessoa poderia publicar vídeos na *internet*. Apesar disso, o meio de transmissões ao vivo da plataforma foi lançado apenas 2008. Como sabemos, a plataforma *Twitch* foi lançada em 2011, mas em 2015, o *Google* resolveu criar sessão no *YouTube* que competisse com ela, no caso o *YouTube Gaming*. Ele é um "portal" de jogos, que tem como objetivo trazer informações, gameplays em *live stream* e outros assuntos relacionados aos jogos eletrônicos. O *YouTube Gaming* também não deixa a desejar, visto que no terceiro semestre de 2019, atingiu 1,6 bilhões de horas assistidas. Uma pesquisa mais recente realizada em 2022 pelo site de tecnologia Tech Tudo, também afirma que 25 milhões de usuários brasileiros consomem conteúdos de *games* diariamente no *YouTube Gaming* e o principal fato é que os canais de jogos que faturaram a partir de US\$ 10 mil, cresceram mais de 50% entre 2020 e 2021.

Também é possível notar que o crescimento da plataforma se deu, assim como o *Twitch*, justamente no período da pandemia da Covid-19. O Gerente de Parcerias Estratégicas do *YouTube Gaming* relata sobre em uma entrevista publicada no Tech Tudo: "Eu acho que a pandemia acelerou a transformação de grandes marcas em entender que existe aqui um grupo de pessoas relevantes". (Tech Tudo, 2022)

Das três plataformas citadas acima, temos a mais recente lançada em 2018, o *Facebook Gaming*. De acordo com o site TecMasters, o surgimento desse conteúdo extra do *Facebook* surgiu para competir com as duas plataformas citadas nesse trabalho (*Twitch* e *YouTube*):

A plataforma é, essencialmente, a resposta do Facebook ao crescimento da Twitch e do YouTube, oferecendo acordos exclusivos com diversos influenciadores de jogos para agregar peso à marca (ARBULU. 2022).

Por mais que o *Facebook Gaming* tenha poucos anos de vida, ele já se tornou um importante concorrente aos demais, pois de acordo com uma pesquisa realizada pela *Streamlabs* e publicada pelo site *Adrenaline*, ele conseguiu ultrapassar o *YouTube Gaming* em quantidade de horas assistidas, mas não a *Twitch*. Os resultados analisados durante o terceiro trimestre de 2021 (julho a setembro) confirmaram o número total de horas assistidas na *Twitch* nesse período foi de 5.79 bilhões de horas. O *Facebook Gaming* em segundo lugar teve 1.29 bilhões e o *YouTube Gaming* em último teve 1.13 bilhões de horas assistidas.

Figura 5 - Gráfico de total de horas assistidas



(Fonte: Streamlabs e site Adrenaline)

Em relação à quantidade de horas investidas também nesse mesmo período, consta-se a mesma colocação entre as três plataformas: *Twitch* investiram 222.9 milhões de horas, *Facebook Gaming* com 17.1 milhões e *YouTube Gaming* com 8.4 milhões. Outro levantamento pelo *Streamlabs* relatou que o *Twitch* teve um grande crescimento no momento do início da pandemia do

COVID-19, mas decresceu em números de horas assistidas do segundo trimestre (2021) para o terceiro em 11%. Em um desempenho ano a ano, a plataforma registrou crescimento de 22% em horas assistidas. Nesse quesito, a *Twitch* detém 70% da fatia do mercado.

Referente a esses dados de 2021, também temos outros mais recentes que continuam com as mesmas tendências: segundo o site Olhar Digital (2022), o *Facebook Gaming* cresceu em junho desse ano e *Twitch* voltou a decrescer. Mesmo com o crescimento, uma notícia inesperada, publicada pelo TecMasters, ressalta que o Meta vai descontinuar o app do *Facebook Gaming* em outubro de 2022 para as versões iOS e Android, buscando integrar a plataforma ao *Facebook*. A empresa não explicou como isso será compensado dentro da experiência para desktop, visto que as mobiles deixarão de existir, mas relatou que:

Apesar da notícia” – disse a Meta – “a nossa missão de conectar jogadores, fãs e criadores com os jogos que eles amam não mudou, e você continuará a acessar seus jogos, criadores e grupos quando visitar [a aba] Gaming no aplicativo oficial do Facebook. (META, 2022)

Portanto, nota-se que existem várias plataformas de *live streaming* que podem ser utilizadas para jogos eletrônicos, no entanto, o foco maior deste trabalho apresenta-se nas duas grandes empresas que estão no topo do mundo, *Youtube* (Google) e *Twitch* (Amazon).

No próximo capítulo, será decorrido a análise do diferencial da *Twitch* em relação ao *YouTube*. Com esses diferenciais, a cobertura em *lives* dos jogos eletrônicos *Valorant* e *CS: GO* também serão verificadas, tendo em base as duas plataformas.

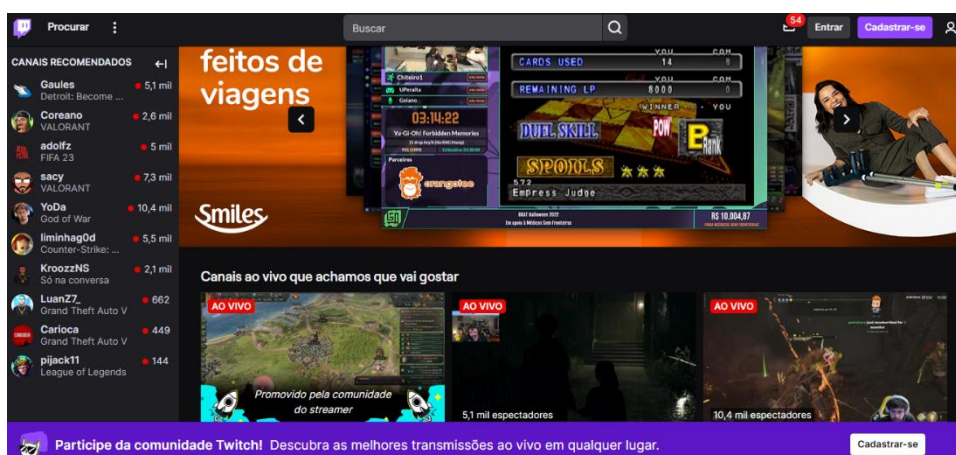
CAPÍTULO 3 - ESTUDO DE CASO DA ANÁLISE DO DIFERENCIAL DA TWITCH E EM RELAÇÃO AO YOUTUBE

Nesse capítulo, será realizado o estudo de caso e demonstrando através da pesquisa, quais são as estratégias e recursos que fazem a plataforma *Twitch* se destacar no mercado em relação ao *YouTube* para atrair o público fã de jogos eletrônicos durante suas transmissões ao vivo. Após essa análise, também será verificado de que forma esses recursos e estratégias interferem na cobertura em *lives* das competições dos jogos eletrônicos *Valorant* e *CS:GO*.

3.1 TWITCH

A *Twitch*, lançada em 2011, é uma plataforma/site de *live streaming* dedicada ao conteúdo de *videogames* e seus derivados, a qual inclui transmissões de competições de *e-sports*. Nela, também tem-se transmissões de música, conteúdo criativo e até mesmo *streams* "na vida real". O usuário pode acessar através de seu site www.twitch.tv ou baixando o aplicativo em seu celular.

Figura 6 - Captura de Tela interface Twitch



(Twitch, 2022)

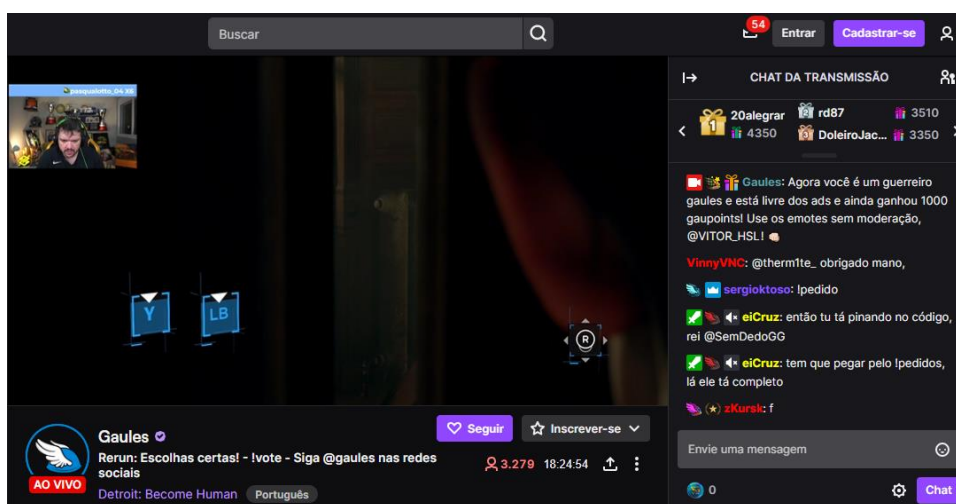
Seu site é intuitivo, possuindo diversos recursos de interação para o usuário e nesse capítulo veremos cada um deles.

3.1.1 O “CHAT”

Ao acessar a *Twitch*, o usuário tem acesso às diversas *lives* que estão acontecendo no momento, então ele pode buscar alguma específica que prefira através da barra de busca, ou apenas selecionar alguma sugestão que a própria plataforma indica.

Ao escolher um conteúdo, automaticamente o usuário é encaminhado para a transmissão e é aberta uma sala de “*chat*”, na qual várias outras pessoas também podem estar participando e mandando mensagens tanto para o emissor, quanto para outros espectadores, podendo interagir entre si. É importante ressaltar que cada canal pode criar suas regras, por exemplo, alguns deixam apenas seguidores ou inscritos mandar sua mensagem de texto. Podemos ver a seguinte interface ao acessar uma sala de *chat*.

Figura 7 - Captura de tela chat Twitch

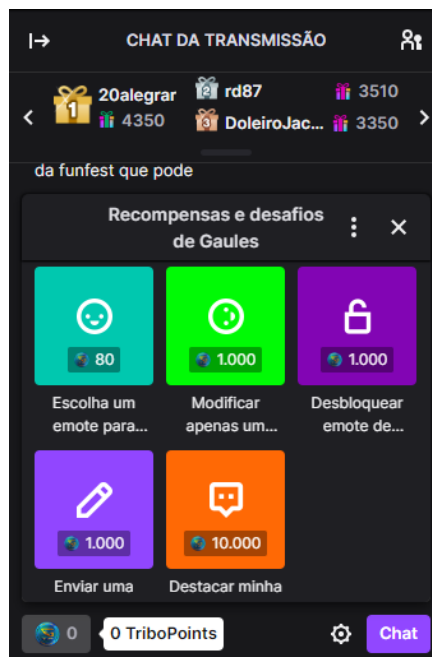


(Twitch, 2022)

Cada canal pode personalizar seu *chat* para que sua relação com o telespectador fique mais interativa, funcionando da seguinte forma: a cada

determinando tempo assistindo a *live*, o usuário consegue adquirir pontos e com isso, pode gastá-los com as opções que tiver disponíveis naquele canal. Veja o exemplo da *Live* do Gaules:

Figura 7 - Captura de tela interações Twitch



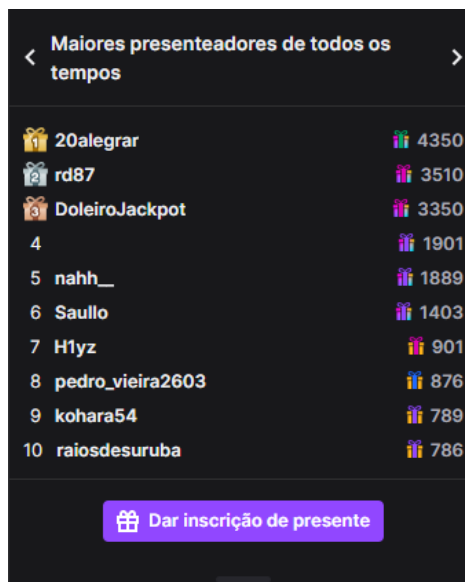
(Twitch, 2022)

Existem dois recursos atrelados ao canal que por consequência interferem no *chat*, o “Seguir” e o “Inscrever-se”. O “seguir”, é uma forma gratuita de literalmente seguir e acompanhar seu canal. Já o “Inscrever-se” é um recurso pago que abre um leque de oportunidades, em que o usuário tem acesso a mais funcionalidades e preferências no *chat*, como por exemplo mandar uma mensagem destacada que aparece na tela do emissor, ou até mesmo ganhar pontos a mais na questão do acúmulo de pontos para resgatar a interatividade (os benefícios mudarão de canal para canal, então sempre é importante lê-los antes de se inscrever).

Se repararmos ao canto superior do *chat*, também tem-se “inscrições de presente” em que o usuário pode comprar inscrições e presentear os colegas

que estão na sala do *chat*. Aqueles que mais enviam presentes ficam em um determinado “Top 3” com seu nome destacado.

Figura 8 - Captura de tela subs de presente Twitch



A captura de tela mostra uma interface de usuário com o título "Maiores presenteadores de todos os tempos". Abaixo do título, há uma lista de usuários com seus respectivos ícones de presente e o número de presentes enviados. No final da lista, há um botão azul com o texto "Dar inscrição de presente".

Rank	Usuário	Presentes
1	20alegrar	4350
2	rd87	3510
3	DoleiroJackpot	3350
4	4	1901
5	nahh_	1889
6	Saullo	1403
7	H1yz	901
8	pedro_vieira2603	876
9	kohara54	789
10	raiosdesuruba	786

(Twitch, 2022)

3.1.2 DROPS

Os *Drops* são recompensas *in-game*²¹ que a plataforma disponibiliza em *streams* especiais de determinados jogos. Os *drops* precisam estar ativos em uma *live* para que o usuário esteja concorrendo a ganhar determinado jogo, ou algum recurso para ele. Para conseguir resgatar o *drop* depois de adquirido, é necessário que o jogador conecte sua conta à *Twitch*, logo aparecerá automaticamente quando ele for aberto.

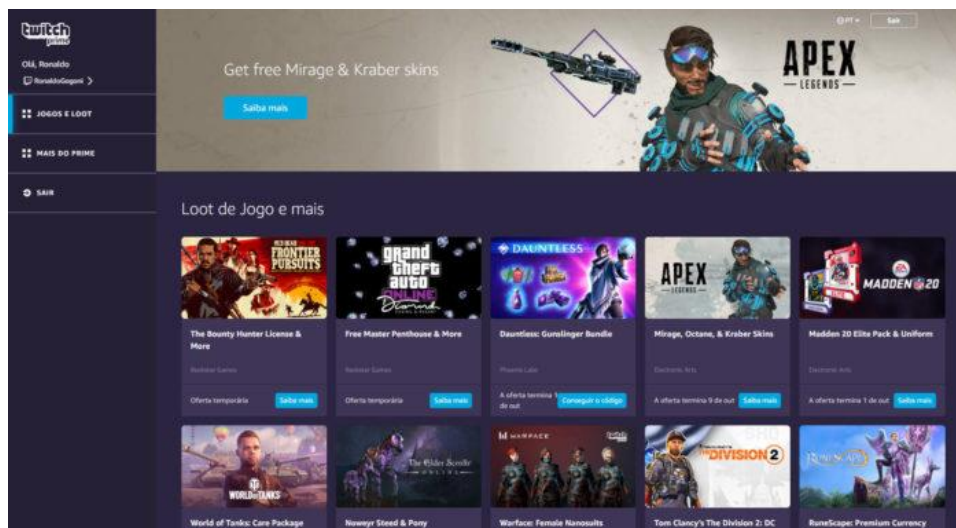
3.1.3 O DIFERENCIAL DA TWITCH, PRIME GAMING

Como dito, *Amazon* é a atual dona da plataforma *Twitch* e, para deixar a experiência *gamer* de seus usuários mais atrativa, oferece um recurso pago chamado *Prime Gaming*. Esse serviço oferece diversas vantagens aos assinantes, bem como jogos e DLCs gratuitos que mudam todo mês (alguns são

²¹ In-game: dentro do jogo, no caso, recompensas resgatadas para o jogo.

exclusivos do serviço) e uma inscrição gratuita em um canal da *Twitch* a cada 30 dias, que permite apoiar um criador de conteúdo sem custos para o assinante.

Figura 9 – Área do Prime Gaming



(Fonte: Tecnoblog)

O mais interessante é que, pelo fato de sua dona ser a *Amazon*, a empresa investiu no *marketing*, visto que o plano é oferecido com a assinatura da *Amazon Prime*, atualmente pelo o atual valor de R\$14,90. No lançamento do *Prime Gaming* no Brasil em 2017, o serviço ainda se chamava *Twitch Prime* e devido estratégias da empresa, assumiu o nome de *Prime Gaming* em agosto de 2020.

Em relação aos seus benefícios, são eles: todo mês o *Prime Gaming* todo atualiza a lista de jogos gratuitos, DLCs (alguns exclusivos da *Twitch*) e outros produtos, como assinaturas de serviços *online*; acesso à personalização de *emoticons*, opções de cor de *chat* e distintivo exclusivos; armazenamento de transmissões (diferente de um usuário gratuito da *Twitch*, que só pode hospedar transmissões passadas por 14 dias, assinantes podem mantê-las no ar por 60 dias); e ainda presentes em que o assinante pode receber até três cópias adicionais de um conteúdo elegível nos jogos para presentear outros membros com o Baú de presentes.

3.1.4 MONETIZAÇÃO DA TWITCH

Na *Twitch*, seus *streamers* são recompensados por meio dos programas “afiliados” e “parceiros”. No “afiliados” tem-se o que chamamos de “*Bits*”, uma mercadoria virtual que pode ser convertida em dinheiro. Na prática tem-se um pacote de *emoticons* (os *cheermotes*) em que as pessoas podem comprar ou conseguir de graça assistindo anúncio e assim apoiar financeiramente seus canais de *streaming* favoritos. Os *Cheermotes* são os *emoticons* animados que os usuários adquirem com os *Bits*. Eles podem ser tanto como as clássicas gemas quanto personalizados de cada canal:

Figura 10 - Ilustração de Gemas tradicionais



(Fonte: MKT Esports)

Figura 11 - Ilustração de Gemas Personalizadas



(Fonte: MKT Esports)

Dessa forma, todas as compras e recibos de *emoticons* no final se trata de uma “ajuda” para o *streamer*, um incentivo que os usuários realizam para que ele continue fazendo mais conteúdo.

Além dessa forma de monetização, o *streamer* também consegue receber parte do dinheiro que as pessoas pagam ao inscreverem-se em seu canal ou pela quantidade de visualizações da seguinte forma: em relação às assinaturas, a *Twitch* para 50% aos criadores de conteúdo, em que a taxa pode subir para

70% para os canais de melhor desempenho; agora abordando sobre as visualizações, há uma taxa de US\$ 3,5 a US\$ 5 pagas a cada 1.000 visualizações de anúncios durante a transmissão.

3.2 YOUTUBE

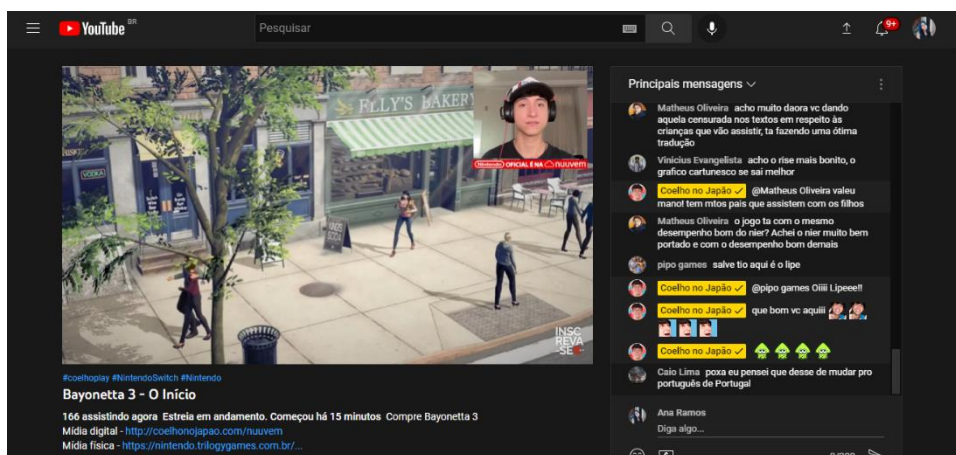
O *YouTube*, lançado em 2005, é uma plataforma *on-line* a qual permite que as pessoas possam consumir e criar de conteúdos de vídeos. Dessa forma, a plataforma em si tem diversos recursos como: vídeos; interação entre usuários através dos comentários no vídeo; compartilhar conteúdo; salvar vídeos e criar lista; e ainda, inscrições e notificações. Além desses recursos, o *YouTube* oferece serviços adicionais como: *YouTube ao vivo (Live)*, *YouTube Premium*, *YouTube Music Premium* e *YouTube Gaming*. Como este trabalho está focado nas transmissões de jogos eletrônicos, dentre os serviços adicionais mencionados, o objetivo será abordar sobre *YouTube ao vivo (Live)*, já que será analisada a cobertura em *lives* de jogos eletrônicos *Valorant* e *CS:GO*.

3.2.1 O YOUTUBE AO VIVO (LIVE)

O *YouTube ao vivo* ou *YouTube Live*, é um serviço adicional da plataforma lançado em 2008, em que se permite realizar eventos ao vivo e transmiti-los em tempo real aos assinantes de um determinado canal nessa rede social.

Ao entrar no *YouTube*, o usuário pode pesquisar as *lives* de preferência que estão acontecendo e entrar para acompanhar. Ao realizar esta ação, essa será sua tela como telespectador:

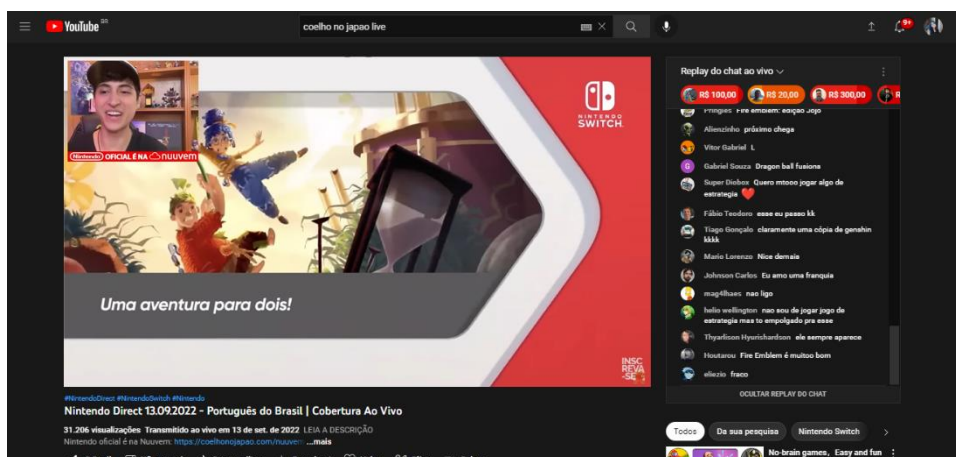
Figura 12 Captura de tela – interface YouTube



(YouTube, 2022)

Também é possível reassistir as *lives* que foram transmitidas, pois elas ficam armazenadas no canal do *streamer*:

Figura 13 – Captura de tela live armazenada

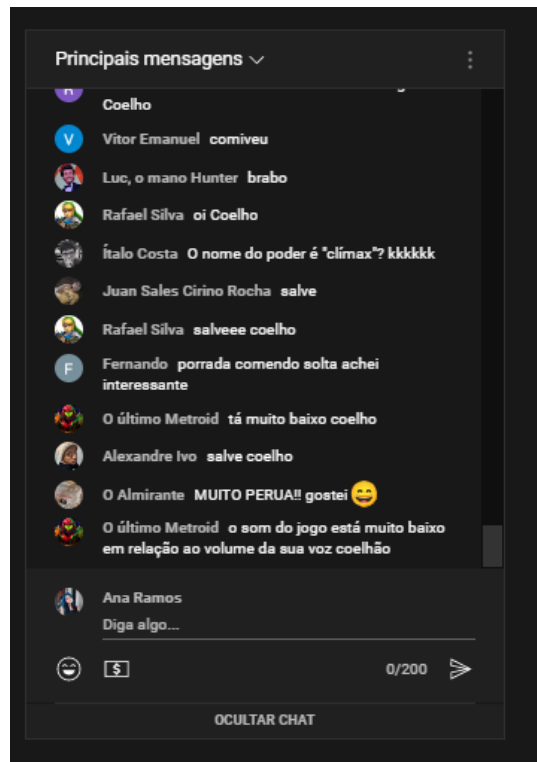


(YouTube, 2022)

3.2.2 O “CHAT”

Durante a transmissão, o *chat* é semelhante ao da *Twitch*, pois nele também tem-se um espaço para que os usuários possam expor suas mensagens conversando entre si e com o *streamer*, através de textos ou até mesmo *emojis* personalizados do canal ou normais.

Figura 14 – Chat YouTube



(YouTube, 2022)

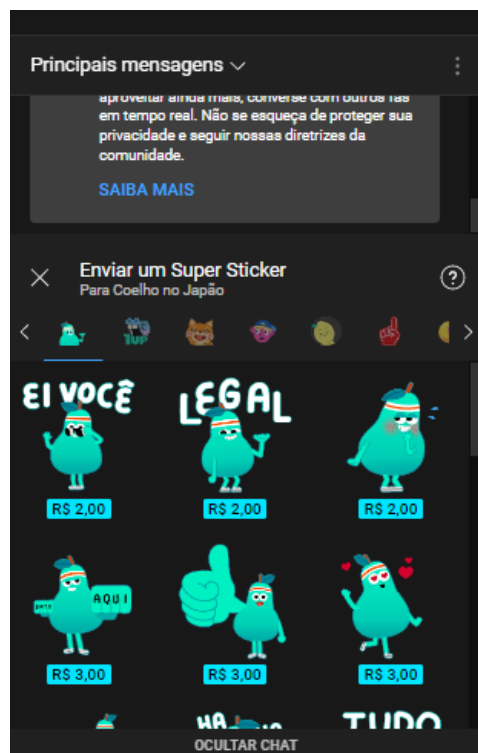
3.2.3 MONETIZAÇÃO DE LIVE NO YOUTUBE

Sua monetização ocorre através do número de visualizações e dos cliques em anúncios veiculados nos vídeos. O pagamento é realizado a cada mil visualizações, porém com as restrições do canal ter mil inscritos ou mais, além de contar com 4 mil horas de exibição públicas nos últimos 12 meses.

Bem como a *Twitch*, também é possível apoiar o canal de forma monetária adquirindo o *Super Sticker*, *Super Chat* ou ser Assinante. Com o *Super Sticker* (veja na imagem A), o usuário poderá enviar um Gif no *chat*, logo, ao comprar esse recurso, ele estará ajudando o canal. O *Super Chat* (veja na imagem B) é

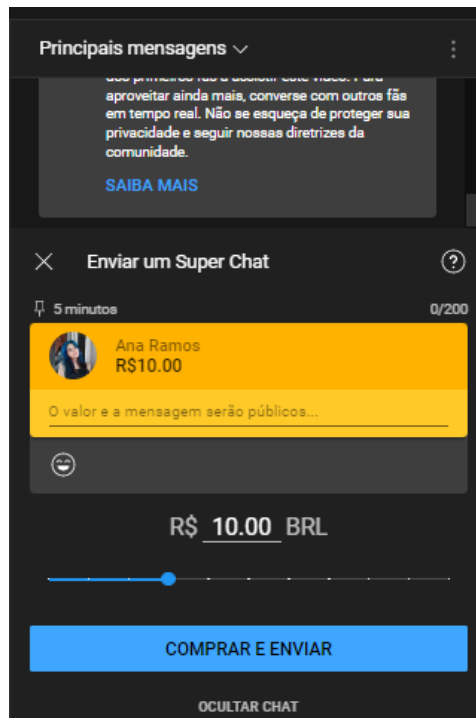
uma mensagem de texto que fica em destaque durante determinado tempo, por exemplo: quando o usuário adquire um *Super Chat* de R\$10,00, sua mensagem fica em destaque por 5 minutos, tanto para o *streamer*, quanto para os telespectadores – quanto maior o valor pago, mais tempo a mensagem fica destacada. Já a Assinatura (veja na imagem C), ela consiste no apoio de um usuário para o *streamer* sendo Membro do canal, fazendo-o ter acesso a alguns benefícios exclusivos (é importante ressaltar que os benefícios de variam de canal para canal – no Coelho do Japão por exemplo, o assinante tem direito a selos de fidelidade ao lado do seu nome em comentários e no chat ao vivo; *Emoji* personalizado para usar em comentários e chat ao vivo; Desconto de até R\$65 (2%) em CONSOLES, GAMES novos; Chat do discord exclusivo / Videos exclusivos; além de Conversar / jogar com sua comunidade VIP).

Figura 15 - Imagem A – captura de tela Super Sticker



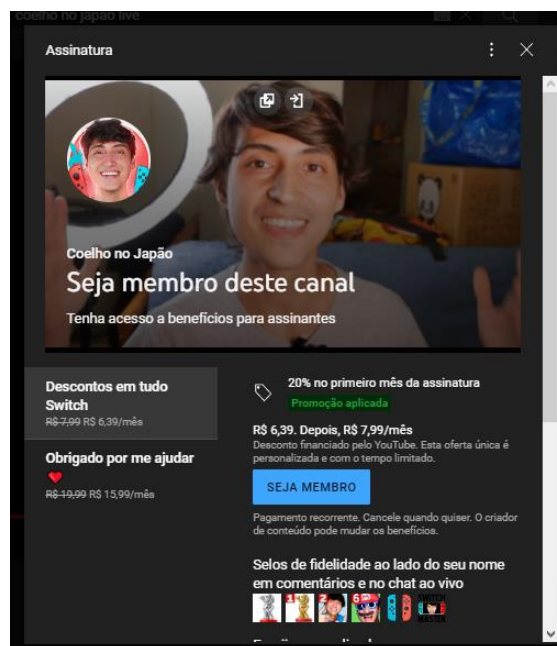
(YouTube, 2022)

Figura 16 - Imagem B – captura de tela Super Chat



(YouTube, 2022)

Figura 17 - Imagem C – captura de tela de Assinatura/Membro do Canal



(YouTube, 2022)

3.3 ESTUDO DE CASO ENTRE TWITCH E YOUTUBE COM BASE NA COBERTURA DOS JOGOS VALORANT E CS:GO

Agora que foram vistos quais os recursos e as diferenças que cada plataforma obtém, será realizado o estudo de caso entre *Twitch* e *Youtube* com base na cobertura de jogos eletrônicos *Valorant* e *CS:GO*.

3.3.1 VALORANT

Valorant é um jogo de tiro *on-line* em primeira pessoa (FPS) tático, desenvolvido pela Riot Games (mesma desenvolvedora do popular *League of Legends*) e lançado em 2022. Esse é um jogo que “nasceu na modernidade” já que primeiramente foi lançado em um Beta fechado, ou seja, apenas jogadores que tinham a chave de acesso ao jogo poderiam acessá-lo. Desde esse início, a desenvolvedora procurou manter o hype²² do jogo, já que, a procura da chave deixava os *gamers* ansiosos para consegui-lo. Na época, para adquirir essa chave, era necessário assistir transmissões na *Twitch* que estavam com “*drops* habilitados”. Não se sabia quando o usuário receberia, variava de conta para conta, sendo que alguns recebiam em menos de 1 hora e outros em uma semana.

Apesar do jogo recente (atualmente tem pouco mais de 2 anos), em seu 1º ano de vida, criou-se um cenário competitivo e se consolidou entre os principais jogos de tiro, já que a Riot Games procurou investir fortemente no nos torneios de *e-sports*, semelhante ao seu jogo *League of Legends*, que também possui um cenário famoso no Brasil e diversos outros países. No início dessa competitividade, a empresa incentivou os campeonatos de comunidade ao redor do mundo e oferecendo oportunidade para que os organizadores pudessem criar seu próprio circuito para ajudar o cenário competitivo a crescer (GERARDI, 2021).

Atualmente de forma oficial, cada ano o jogo possui uma temporada com três principais torneios no cenário dos *e-sports*: o *Valorant Champions Tour* (VCT): *Challengers* em que são realizadas competições regionais pelo Brasil,

²² Hype: o assunto que está "dando o que falar" ou algo sobre o qual todos falam e comentam.

América Latina, América do Norte, Europa, Coreia do Sul, Japão e Sudeste Asiático; *Masters* em que é um campeonato internacional onde as melhores equipes de cada região competem entre si em pontos corridos; e ainda *Champions*, o principal campeonato *Valorant* no cenário mundial, com a disputa entre as 16 equipes que melhor se saíram durante o *Masters*.

3.3.2 COBERTURA DE TRANSMISSÕES COMPETITIVAS - VALORANT

Abordando sobre suas coberturas, elas são realizadas de forma oficial pela própria empresa Riot Games em seus canais oficiais da *Twitch* e *Youtube*, sendo que no Brasil, disponível em português brasileiro, temos o @valorant_br na *Twitch* e @valorantesportsbr no *YouTube*.

Como as coberturas são realizadas de forma oficial, também tem-se os narradores contratados pela empresa, que no caso *Champions* de 2022: Barbara Passos (Babi), Pablo Oliveira (XRM) e Bernardo Moura (BiDa). No entanto, também fazem parte da equipe nomes como: Guilherme Cheida (Tixinha), Gustavo Ruzza (Melão), Letícia Motta (Let), Guilherme Spacca (Spacca) e Evelyn Mackus (Evelynn).

3.3.3 COBERTURA DE TRANSMISSÕES COMPETITIVAS VALORANT – TWITCH e YOUTUBE

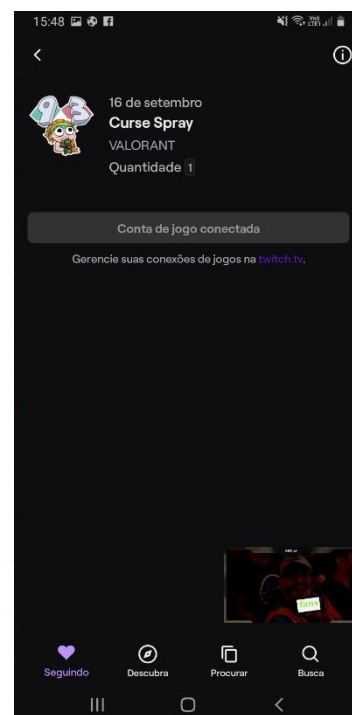
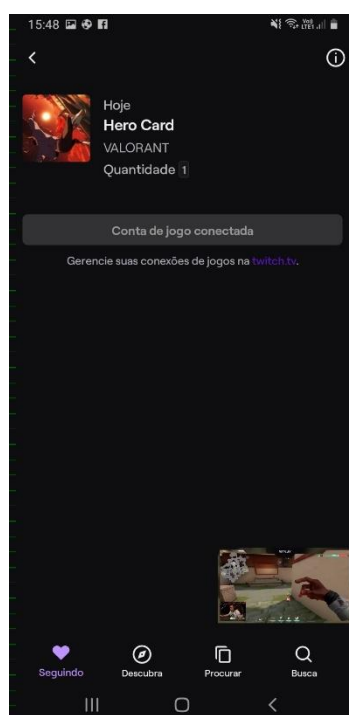
O fato de a cobertura competitiva ser realizada por plataformas como *Twitch* e *YouTube* é uma grande evolução e diferença se comparado às TVs, isso porque a empresa usufrui dos recursos tecnológicos investindo nas estratégias que elas obtêm. Os meios atuais de transmissão proporcionam interatividade entre usuários e possibilidade de ganhar “presentes”, dependendo da plataforma transmitida, aspectos que com a televisão não existiam, já que a transmissão toda era unilateral - os telespectadores apenas recebiam a mensagem e não poderiam se expressar ou se comunicar com pessoas de outros lugares do mundo.

Na *Twitch*, a cobertura oficial de *Valorant* têm narradores oficiais em seus canais do próprio jogo. Cada região do mundo em que o torneio está

acontecendo, possui o canal devido às diferenças de idiomas - no Brasil, temos o @valorant_br. Com relação às características de cobertura, *Valorant* na *Twitch* tem seus narradores e comentaristas oficiais que agem de acordo com o roteiro, semelhante a uma cobertura na TV, por exemplo. Não há interação direta dos apresentadores lendo comentários do *chat*, mas são realizadas enquetes para os jogadores adivinharem qual time irá vencer.

Enquanto isso, os usuários podem interagir no *chat* uns com os outros, apoiando o canal com doações de Bits, se inscrevendo e respondendo essas enquetes apostando seus pontos ganhados durante à transmissão em qual time que irá vencer.

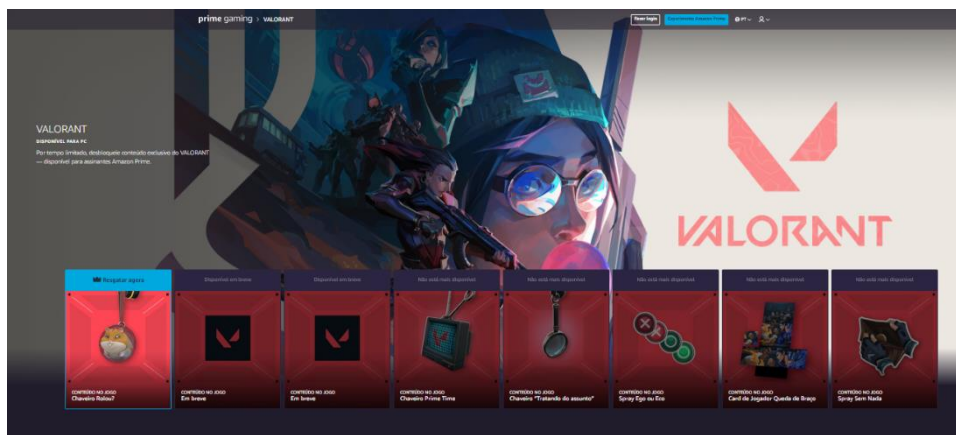
No entanto o diferencial que a empresa realiza nessa plataforma é que conteúdos exclusivos do *game* são disponibilizados para aqueles que assistem determinado dia e tempo. No último Torneio do *Champions* de 2022, a equipe de *Valorant* disponibilizou itens exclusivos como chaveiro, *cards*, títulos e *sprays*, do Torneio usufruindo o recurso “*drop*” na *Twitch*. Para isso o usuário teria que assistir a transmissão na data e tempo pedido para que recebesse em seu *game*, logo sendo uma estratégia para manter seu público ativo e presente durante as competições. Exemplos:



Figuras 18 e 19 - Capturas de tela modelo mobile – Card e Spray adquiridos (Twitch, 2022)

Além desse recurso, outro vinculado ao jogo *Valorant* em relação à *Twitch* é o *Prime Gaming*. Ao fazer assinatura desse recurso da *Amazon*, itens mensais ficam disponíveis para que o usuário consiga resgatar para ter em seu jogo. Essa modalidade também ocorre com outros jogos que tem vínculos com o *Prime Gaming*.

Figura 20 - Captura de tela retirada do Prime Gaming - Valorant



(Fonte: Prime Gaming)

Voltando a abordar sobre as coberturas de *Valorant*, percebe-se que a plataforma e recursos disponibilizados durante a cobertura são inovadores se compararmos a outros *e-sports* que ocorrem por meio da TV, isso porque a *Twitch* possui salas de *chat* com diversos recursos interativos com os quais o telespectador pode interagir com os outros que estão acompanhando a transmissão e ainda com o *streamer*, além de também receberem presentes para seus jogos.

No entanto, um ponto a se observar é que, embora existem esses aspectos que a tornam inovadores, em relação ao seu modo de transmissão na plataforma, a cobertura do jogo *Valorant* ainda é semelhante à TV, já que os narradores e comentaristas estão presentes narrando e comentando o jogo, não havendo respostas diretas respondidas por eles ao público, fato que lembra da cobertura jornalística tradicional esportiva, em que há jornalistas no estúdio, em

uma sala especial do estádio narrando a cobertura e ainda os em campo, para coleta de entrevistas. Dessa forma, o mesmo ocorre em *Valorant*: o que se assiste durante a transmissão são os narradores e comentaristas no estúdio narrando e comentando o jogo, o qual, após o seu término, passa para os jornalistas locais (que estão presencialmente no torneio) a fim de coletarem entrevistas e mostrá-las para o público da *Twitch*.

No caso da transmissão do jogo no *YouTube*, não há itens exclusivos semelhantes à plataforma *Twitch* em que os usuários conectam suas contas e recebem. Se lembrarmos, as transmissões da *Twitch* somem a partir de 14 dias para quem não é assinante e 60 dias para quem possui assinatura. Logo, pelo fato de a transmissão sumir, estipula-se que a empresa do jogo, além de tentar conseguir audiência do *YouTube*, use essa plataforma “eternizar” suas competições, usando-a como um depósito de *lives*.

Dessa forma, se compararmos as duas plataformas, a *Twitch* é mais vantajosa para os *players* assistirem, pois conseguem ganhar itens, diferente do *YouTube* que apenas se comunicam na sala de *chat*. O interessante é que a Riot Games, provavelmente querendo usar as estratégias da *Twitch* para se promover, tem seu foco total na cobertura e fazem anúncios voltados para a *Twitch*, como no caso o *Prime Gaming*:

Figura 21 - Captura de tela tirada da página de Valorant no Instagram



(Instagram, 2022)

3.3.4 CS:GO

Counter-Strike Global: Ofense ou CS:GO, é um jogo de tiro em primeira pessoa (FPS) desenvolvida pelo estúdio *Valve Corporation*, lançado em 2012. A franquia de CS tem um grande histórico, visto que seu primeiro jogo foi lançado em 1999, o *Counter-Strike*. Com o passar dos anos, outros surgiram, como *Counter-Strike: Condition Zero*, *Counter-Strike: Source* e o atual *Counter-Strike: Global Offensive*. No entanto, também obtiveram *spin-offs*²³ como *Counter-Strike Neo*, *Counter-Strike: Online 2* e *Counter-Strike Nexon: Zombies*.

Ao contrário do jogo *Valorant*, CS:GO não tem competições oficiais por parte de sua própria empresa, mas sim, é descentralizado. Isso significa que qualquer empresa está livre para organizar torneios, desde que apresente garantias para tal. Dessa forma, essas são algumas das principais organizadoras: *Epic Esports Events (Rússia)*, *RFRSH (Dinamarca)*, *ESL*

²³ Spin-off²³ é tudo aquilo que é derivado de determinado objeto.

(Alemanha), FACEIT (Inglaterra), StarLadder (Ucrânia), DreamHack (Suécia), PGL (Romênia), Valve (Estados Unidos). E ainda, seus principais campeonatos do mundo: Major de CS:GO, ESL One, ESL Pro League, Intel Extreme Masters, DreamHack Masters, BLAST Pro Series, Esports Championship Series, StarSeries & i-League, EPICENTER (SITE ESPORTLANDIA).

Logo, sem página oficial da empresa para narrar ou apresentar as competições, esses fatores deixam em aberto para que muitos dos jogadores profissionais ou *ex-players* narrem o jogo, como é o exemplo do Alexandre Borba Chiqueta, Gaules (é um *streamer*, *youtuber*, filantropo e ex-jogador profissional de Counter-Strike brasileiro) que, em sua página da *Twitch* faz seus comentários em contato direto com o *chat*.

3.3.5 COBERTURA DE TRANSMISSÕES COMPETITIVAS CS:GO – TWITCH e YOUTUBE

Como foi visto, CS:GO não possui suas competições oficiais, mas sim de organizadoras que as adotam e patrocinam, ou seja, a desenvolvedora do jogo, Valve, não organiza as competições oficiais de seu jogo, mas sim, deixa disponível para qualquer empresa que deseja organizar um evento, desde que apresente suas garantias. Quando abordamos sobre CS:GO, no Brasil um dos principais fenômenos é o Alexandre Borba Chiqueta, popularmente conhecido como Gaules, já que em sua página da *Twitch* @gaules, ele transmite as competições do jogo que está ocorrendo, as narrando e comentando para o público brasileiro. Ao realizar esta ação, todos os recursos do sistema de *chat*, inscrições e formas monetárias vistas anteriormente, fazem parte do processo.

Em relação ao *YouTube* atualmente a plataforma é pouco utilizada para transmissões ao vivo de competições de CS:GO, mas sim, para depósitos seus depósitos dos torneios que aconteceram ou melhores momentos. De acordo com o site Liga dos Games, a *Twitch* é o principal canal de CS:GO, com a ESL sendo a maior organizadora de campeonatos de *e-sports* no mundo estando on-line 24 horas por dia.

Ao contrário do jogo *Valorant*, *CS:GO* está aberto a diversos comentários e interações que os usuários têm com o narrador, isso pois nesse meio, o horizonte de linguagem se expande, já que os comentários e narrações ficam à caráter e estilo de pessoas não formadas em jornalismo, mas sim ex-profissionais do jogo ou outros que tenham maior finalidade com a área, podendo em sua transmissão discutir e abordar quaisquer assuntos. Esse aspecto é outra mudança para o campo da comunicação, porque de acordo com Aguiar, 2018:

Durante uma transmissão, o streamer permite capturar, para então exibir, suas expressões faciais, além de simular um diálogo com sua audiência, que pode acontecer por meio de chats e conversas por voz. Mais de que jogar, streaming no jogo implica em assumir certas características performáticas encenadas nas quais as ações do streamer buscam agradar e fidelizar a audiência (AGUIAR, 2018).

Enquanto na cobertura jornalística tradicional há um roteiro a ser seguido e linguagem mais culta se comparada aos *streamers*, através do *live streaming* as transmissões têm como característica criar um fluxo próprio ao entrar nas *timelines* das redes sociais dos usuários, promovendo diferentes camadas de engajamento (EVANS, 2015) e permitindo, assim, ao usuário assistir, compartilhar o conteúdo para outros e/ou criar um diálogo imediato com outros usuários e com quem está realizando a transmissão.

Portanto, podemos trazer o ponto da ludologia relacionada à narrativa que, desde anos 1980 em diante, com o desenvolvimento tecnológico, ocorreram várias mudanças nos formatos de linguagem e processos de produção. O conceito de narrativa pode ser definido como uma sucessão de eventos em que seus elementos básicos seriam a história, se manifestando como a ordem cronológica dos eventos, o texto, que é a representação visual ou verbal da narrativa e, por último, a narração, que trata da ação de contar ou escrever essa história (NIELSEN; SMITH; TOSCA, 2008, p.172).

Para Janet Murray “a narrativa é como um de nossos mecanismos cognitivos primários para a interpretação e compreensão do mundo e vê o computador como mais num meio de contar histórias.” Deste modo, a narrativa que inicialmente na década de 80 estava sendo criada na história do jogo, hoje com a tecnologia e transmissão através dos dispositivos inteligentes, as

sensações do telespectador mudam por causa do *streamer*, já que além do usuário assistir a história do jogo, outras experiências são inseridas através da comunicação quando elas são narradas pelos emissores.

Logo, com base no que foi visto em relação aos recursos apresentados no trabalho, estima-se que, devido aos avanços tecnológicos, a *internet* chegou revolucionando e criando novos meios de coberturas, como é o caso do *live streaming*. Com a chegada deste último, foi possível compreender que houve uma mudança nos meios das coberturas e *e-sports*, que antes, em sua maioria eram realizadas nos canais de TV, sendo que hoje temos plataformas de *live streams* focadas no público *gamer*. Com todas essas transformações, a comunicação da cobertura se transformou, visto que a plataforma *Twitch* possui diversos recursos e estratégias que mudam a comunicação entre apresentador e telespectador, possibilitando agora interações em tempo real e vários outros recursos citados ao longo da pesquisa.

Esse último conceito da participação ligada à interatividade com a expressão participativa pode relacionar-se com Jenkins (2006a;2006), o qual aborda que a convergência da mídia, com suas mudanças tecnológicas e midiáticas, é a principal responsável pelas mudanças de comportamento do público, os quais estão se apropriando das redes digitais para buscar novas formas de entretenimento através da interatividade. Logo:

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2009, p. 30)

Ou seja, as pessoas, em determinados momentos, desejam mais do que apenas assistir à televisão e seus programas: eles anseiam sua participação, querem ter o direito de opinar, interagir e conversar com a emissora de TV. Fato que todos esses recursos são disponíveis quando tratamos de *live streaming*, dessa forma, seus recursos contribuem para seu sucesso, especificamente quando abordamos do assunto jogos eletrônicos com os serviços que a *Twitch* proporciona.

Outro grande fator que muda o campo comunicacional é a linguagem na forma de narrar ou comentar durante essas coberturas, pois hoje pessoas não profissionais na área do jornalismo são atuantes, mudando o aspecto tradicional da narrativa da cobertura que se tinha antigamente na televisão. Para a visão de Brockmeier e Harré (2003), as possibilidades de interação geradas através de narrativas em um ambiente virtual são possíveis, porque a própria narrativa em si constitui-se de um modelo flexível, que possibilita a interpretação de uma série de fenômenos que envolvem um determinado conhecimento generalizado. Permitem que certas analogias pareçam plausíveis e inteligíveis, operando como forma de mediação mutável entre a realidade de cada indivíduo e o padrão cultural generalizado. (BUSARELLO; BIEGING; ULBRICHT, 2010)

Todos esses aspectos também podem ser relacionados à gameificação que, através das coberturas de *lives*, os *streamers* conseguiram se profissionalizar fazendo o que gostam, no caso, jogar jogos eletrônicos. Em meio à pandemia da Covid-19, esse fator se superou, já que a profissionalização se expandiu, visto que as pessoas começaram a conhecer mais os canais *live streaming* no período de isolamento, o que permitiu que, aquelas que obtivessem condições, comesçassem a realizar *lives*.

Logo, podemos concluir que as transmissões das coberturas de jogos eletrônicos têm diversos fatores que nos fazem repensar na nova era da comunicação, seja nos novos recursos disponíveis que são oferecidos aos usuários até as novas formas de narrar, que são ligadas ao campo da comunicação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo analisar as estratégias de comunicação de *Twitch* e *YouTube* interligadas à cobertura dos jogos eletrônicos *Valorant* e *CS:GO*. Portanto, foi analisado desde o histórico da *internet* e *videogames*, para após conhecer como se deram as primeiras competições de jogos eletrônicos para assim mostrar o diferencial que a *Twitch* trouxe para o público gamer em relação ao *YouTube*.

Em sequência, no estudo de caso é realizada a análise e amostra de todos os recursos disponíveis na *Twitch*, já que é de fato a plataforma que se sobressai para o público fã de gamer em relação ao *YouTube*, isso por obter vários fatores diferentes que interferem na comunicação do emissor e receptor (o receptor que atualmente tem voz, diferente de como era anteriormente na televisão) como resgate de prêmios e meios de interações diferentes do segundo aplicativo mencionado.

Através dessa análise, a conclusão retirada foi que, primeiramente, a *internet* de fato tem feito a comunicação mudar, visto que foi por meio de sua evolução que os meios de *live streaming* surgiram. Por consequência, a cobertura de *lives* promoveu também uma mudança na comunicação, tanto na interatividade dos usuários por meio de novas plataformas, que agora possuem diversos recursos de interatividade que não seriam possíveis sem a evolução da *internet*, quanto à forma de linguagem e apresentação, visto que os meios tecnológicos possibilitaram a abertura de não profissionais exercendo a função, mudando completamente a forma da narrativa.

Além disso, após a pesquisa foi possível perceber que a plataforma *Twitch* tem potencial para crescer nos próximos anos, pois ela possui diversos recursos que atraem o público fã de jogos eletrônicos.

Ademais, é importante estar atualizado nos próximos anos em relação às novas plataformas e estratégias de transmissão de jogos eletrônicos, pois este é um tema recente que tem crescido e mudado a forma de interação com o público. Estipula-se que a comunicação tende mudar cada vez mais, exigindo atualizações e acompanhamento do cenário.

REFERÊNCIAS

ABREU, Victor de. **20 anos de Counter-Strike: relembre marcos do jogo que é sucesso até hoje.** Novembro de 2020. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/11/20-anos-de-counter-strike-relembre-marcos-do-jogo-que-e-sucesso-ate-hoje-esports.ghtml> >.

ALMEIDA, JMV. **Breve história da Internet.** 2005. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/3396/1/INTERNET.pdf> >

ALTOMANI, Ana Carolina. **Como os Jogos Eletrônicos mudaram o mundo.** Junho 2018. Disponível em: <<https://idocode.com.br/blog/tecnologia/jogoseletronicos-mudaram-o-mundo/>>. Acesso em: 18 abril de 2022

ARBULU, Rafael. **Meta vai descontinuar app do Facebook Gaming em outubro.** Disponível em: < <https://tecmasters.com.br/facebook-gaming-sera-desligado/#:~:text=O%20Facebook%20Gaming%20foi%20originalmente,para%20agregar%20peso%20à%20marca> >.

BARCA, Isabel. **Para uma educação Histórica de Qualidade.** 2004. Disponível em: <[https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/4003/1/A%20World%20Wide%20Web%20e%20o%20Ensino%20da%20História%20\(Actas%20das%20IV%20Jornadas%20Internacionais%20de%20Educação%20Histórica\)%20-%20\(pp.233-251\).pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/4003/1/A%20World%20Wide%20Web%20e%20o%20Ensino%20da%20História%20(Actas%20das%20IV%20Jornadas%20Internacionais%20de%20Educação%20Histórica)%20-%20(pp.233-251).pdf)>.

BICALHO, Davi. **Quem é Alanzoka? Conheça um dos principais streamers do Brasil na Twitch.** Janeiro de 2022. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2022/01/quem-e-alanzoka-conheca-um-dos-principais-streamers-do-brasil-na-twitch-esports.ghtml> >.

BROCKMEIER, Jens; HARRÉ, Rom. **Narrativa: Problemas e Promessas de um Paradigma Alternativo.** Psicologia: Reflexão e Crítica, 2003, 16(3), pp. 525-535.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital.** Editora ALEPH PUBLICAÇÕES E ASSESSORIA PEDAGÓGICA LTDA, 2009.

TUNHOLI, Murilo. **Cinco curiosidades sobre BiDa, narrador de CS:GO e streamer na Twitch.** Abril de 2019. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/04/cinco-curiosidades-sobre-bida-narrador-de-cs-go-e-streamer-na-twitch-esports.ghtml> >.

CANCELIER, Mariela. **Youtube Gaming atingiu 1,6 bilhões de horas assistidas no terceiro semestre.** Novembro de 2020. Disponível em: <

<https://mundoconectado.com.br/noticias/v/16111/youtube-gaming-atingiu-16-bilhoes-de-horas-assistidas-no-terceiro-semester> >.

CAMPOS, Anderson Gurgel; FRANGE, Marcelo Bechara. **Jornalismo no mundo dos esportes: reflexões sobre os desafios para a cobertura dos esportes eletrônicos na prática jornalística.** Revista Comunicare, [s. l.], v. 19, ed. 1, p. 56-59, 2019. Disponível em: < <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2019/06/3-Jornalismo-no-mundo-dos-esportsreflex%C3%B5es-sobre-os-desafios-para-a-cobertura-dos-esportes-eletr%C3%B4nicos-napr%C3%A1tica-jornal%C3%ADstica.pdf>. >.

CARLSON, Nicholas. **Justin.tv Signs Deal With Fox, Gets Serious About Copyright Problems.** Business Insider, 21 agosto 2009. Disponível em: <http://www.businessinsider.com/justintv-signs-deal-with-fox-gets-serious-about-copyright-problems2009-8>. >

CARVALHO, Marcelo Sávio Revoredo Menezes de. **A Trajetória da Internet no Brasil: do Surgimento das Redes de Computadores à Instituição dos Mecanismos de Governança.** 2006. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Marcelo-Carvalho-13/publication/268809917_A_TRAJETORIA_DA_INTERNET_NO_BRASIL_DO_SURGIMENTO_DAS_REDES_DE_COMPUTADORES_A_INSTITUICAO_DO_S_MECANISMOS_DE_GOVERNANCA/links/54774a430cf2a961e4825bd4/A-TRAJETORIA-DA-INTERNET-NO-BRASIL-DO-SURGIMENTO-DAS-REDES-DE-COMPUTADORES-A-INSTITUICAO-DOS-MECANISMOS-DE-GOVERNANCA.pdf.

CARVALHO, Rodney Ferreira de. **O surgimento das redes locais no Brasil.** Maio de 2010. Disponível em: <https://www.cos.ufrj.br/shialc/2012/content/docs/1.3_14SHIALCRodneyCarvalho_Paper.pdf>.

CELSO, Igor. **Cultura Gamer: Conheça as primeiras competições de e-Sports da história.** Abril de 2021. Disponível em: < <https://esportenewsmundo.com.br/as-primeiras-competicoes-de-e-sports/> >

CAMPADELLI, Gabriel. E-sports: uma análise sobre a sua legitimação e as novas configurações dos esportes-espetáculo. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – SC, 2018. Disponível em: < <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0872-1.pdf>>

CUSTODIO, André Luis Dias. **Pesquisa indica que média de idade de gamers está aumentando.** Abril de 2021. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/voxel/215772-pesquisa-indica-media-idade-gamers-aumentando.htm>>.

CONDRADT, Charles A; NELSON, Lee. **O jogo do trabalho**. Editora Sextante, 2008.

DUARTE, Nathalia. **Canais de games no YouTube crescem mais de 50% nos últimos dois anos**. Agosto de 2022. Disponível em: < <https://www.techtudo.com.br/noticias/2022/08/canais-de-games-no-youtube-crescem-mais-de-50percent-nos-ultimos-dois-anos-esports.ghtml> >.

EVANS, E. **Layering Engagement: The Temporal Dynamics of Transmedia Television**. In: Storyworlds: A Journal of Narrative Studies, v. 7, n. 2, Transmedial Worlds in Convergent Media Culture, 2015.

FABRI, Roberto; BORGIO, Érico. **Como foi o torneio da CPL em São Paulo**. Maio de 2001. Disponível em: < <https://www.theenemy.com.br/games/como-foi-o-torneio-da-cpl-em-sao-paulo>>.

FIGUEIREDO, Ana. **Facebook Gaming cresce em junho, Twitch volta a cair**. Julho de 2022. Disponível em: < <https://olhardigital.com.br/2022/07/29/games-e-consoles/facebook-gaming-cresce-em-junho-twitch-volta-a-cair/> >.

GERARDI, Lucas. **Em seu 1º ano de vida, Valorant criou um cenário competitivo e se consolidou entre os principais jogos de tiro**. Junho de 2021. Disponível em: < https://www.espn.com.br/esports/artigo/_/id/8728928/em-seu-1º-ano-de-vida-valorant-criou-um-cenario-competitivo-e-se-consolidou-entre-os-principais-jogos-de-tiro >.

GIANNOTTI, Raphael. **Facebook Gaming ultrapassa YouTube Gaming em quantidade de horas assistidas**. Disponível em: < <https://adrenaline.com.br/noticias/v/71752/facebook-gaming-ultrapassa-youtube-gaming-em-quantidade-de-horas-assistidas> >.

GOMES; Ana; LOURENÇO, Rodrigo. **Internet Live Streaming**. Disponível em: http://www.img.lx.it.pt/~fp/cav/ano2014_2015/Trabalhos_MEEC_2014_2015/Artigo11/SiteCAVFinal_68370_69924/SiteCAVFinal/artigo.pdf >.

HJARVARD, S. **A Mídiação da Cultura e da Sociedade**. 1. ed. São Leopoldo: Unisinos, 2014.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura**. São Paulo: Perspectiva, 1980.

IGNACIO, Bruno. **Twitch considera incentivar anúncios, mas pode diminuir renda de streamers**. Disponível em: < <https://tecnoblog.net/noticias/2022/04/27/twitch-considera-incentivar-anuncios-mas-pode-diminuir-renda-de-streamers/#:~:text=Dessa%20renda%20gerada%20pelas%20assinaturas,de%20anúncios%20durante%20as%20transmissões.> >.

ISAACSON, Walter. **Os Inovadores**. 2014. Disponível em: <os-inovadores-walter-isaacson.pdf>.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

_____. **Convergence culture: where old and new media collide**. New York: New York University, 2006a.

_____. **Fans, bloggers and gamers: exploring participatory culture**. New York: New York University, 2006b.

JENSEN, L. **E-Sports : profissionalização e espetacularização em competições eletrônicas**. Dissertação (Pós Graduação em Educação Física) - Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 114. 2017. Disponível em: <https://www.acervodigital.ufpr.br/handle/1884/47321>

LINS, Bernardo Felipe Estellita. **A evolução da Internet: uma perspectiva histórica**. Janeiro/Abril de 2013. Disponível em: <http://www.belins.eng.br/ac01/papers/aslegis48_art01_hist_internet.pdf>.

LOPES, Kawan. **YouTube: saiba tudo sobre a maior plataforma de vídeos do mundo**. Agosto de 2022. Disponível em: <<https://www.nuvemshop.com.br/blog/o-que-e-youtube/#:~:text=YouTube%20é%20uma%20plataforma%20online,basta%20estar%20conectado%20à%20internet.>>.

MACHADO, Ronney. **UM ESTUDO SOBRE A HISTÓRIA DOS JOGOS ELETRÔNICOS**. Julho/Dezembro 2007. Disponível em: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60207130/Artigo_-_Um_estudo_sobre20190805-80467-mtavau-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1663630573&Signature=MTgXm5ZdnRV85GWOVYhjVnR7zG~PxI9Xc6AVINnyFaDe0H-vOzdtSw~7F7U~xw574-aiLdzG8aGZ5eOJRJL~18L72vPRVcljBkjtXSAYkK53kkyZngyTzhLhXDtKps70c oX0HgU2O7iFn3iE3Tc9s-YADTJlThjKHDZGi9BE5ORbUjn2OqV3X0h8joFM6qIxNUfxEmPni1tJDnyfbyoZr8t1fWPYDmoMDqWY9ywlCJGqRtXLTr4abksiXstEWuYUU7bYYkyN6jh81nkrYVoJDKatP3Z2iuy9tZCffFujQOLdY8TYUiYfmUao2zViylokITzvllRNmNWQggSpVm8n1w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA>.

MAGALHÃES, Williane. **Como fazer uma live no YouTube? Dicas para iniciantes**. Fevereiro de 2022. Disponível em: <<https://www.remessaonline.com.br/blog/como-fazer-uma-live-no-youtube/#:~:text=A%20monetização%20é%20derivada%20da,públicas%20nos%20últimos%2012%20meses.>>.

MANSY, A.; AMMAR, M. "**Analysis of adaptive streaming for hybrid CDN/P2P live video systems**," Network Protocols (ICNP), 2011 19th IEEE International Conference on , vol., no., pp.276-285, 17-20 Oct. 2011.

MARQUES, André; BETTENCOURT, Raquel; FALCÃO, Joana. **Internet Live Streaming**. 2011. Disponível em: <http://www.img.lx.it.pt/~fp/cav/ano2011_2012/Trabalhos_MEEC_2012/Artigo23/WebSite/files/Artigo-Divulgacao-CAV.pdf>

MATSUMOTO, Marcos; MOON, Rodrigo; ROSSI, Dorival. **Transmissão de Campeonatos Competitivos do Jogo Eletrônico CS: GO**. Agosto de 2018. Disponível em: < <https://doity.com.br/media/doity/submissoes/artigo-05d2634392a097a17b7cec10859253a5d2de0f19-arquivo.pdf> >.

MAY, Ethan. **Streamlabs Q2 2019 Live Streaming Industry Report**. Julho de 2019. Disponível em: < <https://blog.streamlabs.com/q2-2019-7e8039277b11> >.

MEIER K. V. **On the Inadequacies of Sociological Definitions of Sport** *International Review for the Sociology of Sport*. Junho de 1981. 16: 79-102, doi:10.1177/101269028101600206

MORBI, Daniel. **Nintendo Switch chega à marca de 111,08 milhões de unidades vendidas em todo o mundo**. Agosto de 2022. Disponível em: < <https://www.nintendoblast.com.br/2022/08/nintendo-switch-chega-a-marca-de-111-08-milhoes-de-unidades-vendidas-em-todo-o-mundo.html> >.

Oliveira, Felipe Rodrigues de; Mazieiro, Ronaldo Colucci; Araújo, Liriane Soares de. **UM ESTUDO SOBREA WEB3.0: evolução, conceitos, princípios, benefícios e impactos**. Sem data. Disponível em: <<https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/492/299>>

PACETE, Luis Gustavo. **2022 promissor: mercado de games ultrapassará US\$ 200 bi até 2023**. Janeiro de 2022. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/01/com-2022-decisivo-mercado-de-games-ultrapassara-us-200-bi-ate-2023/>>

POPPER, Ben. **Justin.tv, the live video pioneer that birthed Twitch, officially shuts down**. The Verge, 5 agosto 2014. Disponível em: <<http://www.theverge.com/2014/8/5/5971939/justin-tv-the-live-videopioneer-that-birthed-twitch-officially-shuts> >

PUIATI, Julio. **Relembre os torneios de CS 1.6 com os prêmios mais altos da história**. Janeiro de 2019. Disponível em: < <https://www.techtudo.com.br/listas/2019/01/relembre-os-torneios-de-cs-16-com-os-premios-mais-altos-da-historia-esports.ghtml> >

PULCIDES, André Luis; NODARI, Sandra. **eSPORTS: NARRATIVAS EM HIPERMÍDIA COMO COMPETIÇÕES**. Janeiro/Julho de 2015. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20170922231158id_/https://periodicos.utfpr.edu.br/de/article/viewFile/3184/2546>.

QUADROS, Claudia Irene de. **A participação do público no webjornalismo**. Dezembro de 2005. Disponível em:<<https://e-compos.emnuvens.com.br/e-compos/article/view/56/56>>. Acesso em: 18 abril de 2022

RAPHAEL, Pablo. **75,8% dos gamers brasileiros jogaram mais durante a pandemia**. Abril de 2021. Disponível em:<<https://www.theenemy.com.br/mobile/pgb-2021-gamers-brasileiros-pandemia>>.

SALVANY, Matheus Velasco. **História do e-sport: como jogos eletrônicos se tornam esporte**. Outubro de 2021. Disponível em:<<https://administradores.com.br/artigos/hist%C3%B3ria-do-e-sport-come-jogos-eletr%C3%B4nicos-se-tornam-esporte>>.

Site CBeSports. **História do eSports**. Disponível em:<<https://cbesports.com.br/esports/historia-do-esports/>>.

Site Cyberathlete. Seção "Sobre". Disponível em:<<https://www.cyberathlete.com/cpl/>>.

Site Digitais.Net. **Pandemia aumenta o número de streamers como profissão**. Disponível em:<<https://digitais.net.br/2021/12/pandemia-aumenta-o-numero-de-streamers-como-profissao/#:~:text=Com%20um%20crescimento%20de%20aproximadamente,médio%20de%201.638.049%20espectadores.>>.

Site Esportelândia. **Principais campeonatos de CS:GO do mundo: Conheça todos!**. Disponível em:<<https://www.esportelandia.com.br/esports/campeonatos-de-csgo/>>.

Site Extra. **Jogos eletrônicos movimentam US\$ 2,5 bilhões por ano no Brasil; veja os produtos mais vendidos**. Setembro de 2022. Disponível em:<<https://extra.globo.com/noticias/jogos-eletronicos-movimentam-us-25-bilhoes-por-ano-no-brasil-veja-os-produtos-mais-vendidos-25576667.html>>.

Site Globo. **Cerca de 40% da população mundial joga videogames, aponta estudo**. Agosto de 2020. Disponível em:<<https://gq.globo.com/Noticias/Tecnologia/noticia/2020/08/cerca-de-40-da-populacao-mundial-joga-videogames-aponta-estudo.html>>

Site Globo. **Veja os campeonatos de esports já anunciados para 2022**. Globo Esporte. Janeiro de 2022. Disponível em:<<https://ge.globo.com/esports/noticia/veja-os-campeonatos-de-esports-ja-anunciados-para-2022.ghtml>>

Site Isto é Dinheiro. **Pandemia impulsiona streaming de games, e Twitch bate recorde de audiência.** Agosto de 2021. Disponível em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/pandemia-impulsiona-streaming-de-games-e-twitch-bate-recorde-de-audiencia/#:~:text=Segundo%20relat%C3%B3rio%20feito%20pelos%20sites,a%20mesmo%20per%C3%ADodo%20de%202020>>

Site Netion Telecom. **Dia do internauta: conheça a história do WWW.** 21 de Agosto de 2020. Disponível em: < <https://www.netiontelecom.com.br/dia-internauta>>.

Site MKT Esports. **Campeonato Valorant: como funciona, estrutura e premiação.** Disponível em: < <https://mktesports.com.br/blog/valorant/campeonato-valorant/> >.

Site MKT Esports. **[TOP] Melhores plataformas para streamar em 2020.** 2020. Disponível em: < <https://mktesports.com.br/blog/stream/melhores-plataformas-para-streamar/> >.

Site People. **CONHEÇA OS 6 MAIORES CAMPEONATOS DE GAMES DO MUNDO.** Abril de 2022. Disponível em: < <https://www.people.com.br/noticias/entretenimento/conheca-os-6-maiores-campeonatos-de-games-do-mundo> >.

Site Serasa. **Twitch leak: entenda quais os dados foram vazados da Twitch e como se proteger.** Sem data. Disponível em: <<https://www.serasa.com.br/premium/blog/twitch-leak-entenda-quais-os-dados-foram-vazados-da-twitch/>>.

Site Tudo Celular. **Empresas americanas dominam ranking de marcas mais valiosas do mundo, mas China avança.** Junho de 2021. Disponível em: <<https://www.tudocelular.com/mercado/noticias/n176094/empresas-americanas-dominam-ranking.html>>.

Site Twitch Stats. **Monthly Views 2020 Growth for zorlakoka.** Disponível em: < <https://twitchstats.net/growth/zorlakoka/monthly/views/2020> >.

SOUZA, M. V. O., ROCHA, V. M. Um estudo sobre o desenvolvimento de jogos eletrônicos. Unipê, João Pessoa. Dezembro/2005. 123 páginas.

TILT, Renata Baptista de. **Pandemia aumenta em 91% tempo de usuário brasileiro no YouTube.** Novembro de 2020. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/11/09/pandemia-aumenta-em-91-tempo-de-usuario-brasileiro-no-youtube.htm>>.

