



Matheus Ramos

E-SPORTS NO BRASIL COM FOCO EM LEAGUE OF LEGENDS

Rio de Janeiro

2021

Matheus Ramos

E-SPORTS NO BRASIL COM FOCO EM LEAGUE OF LEGENDS

Projeto de monografia apresentado à Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio – Fundação Oswaldo Cruz (EPSJV-Fiocruz) como requisito parcial para aprovação no Curso Técnico em Biotecnologia em Saúde.

Orientador (a): Cynthia Macedo Dias

Co-orientador (a): Simone Ribeiro

Rio de Janeiro

2021

RESUMO

O termo E-Sport foi utilizado, primeiramente, no final da década de 1990 e descreve as competições profissionais dentro dos jogos eletrônicos. Nos dias de hoje, as competições eletrônicas, sobretudo de League of Legends (LoL) já ultrapassou o patamar de audiência de grandes modalidades esportivas, como por exemplo a National Basketball Association (NBA). Este trabalho busca compreender o cenário competitivo de LoL no Brasil e a importância das plataformas de *streaming* nesse cenário. Essa escolha se deu em função deste ser um esporte diretamente ligado ao público jovem, inclusive de jovens adultos, em crescente popularização – sobretudo na mídia. A pesquisa se deu através da revisão da literatura por meio da busca nas bases de dados dos Anais do SBGAMES, utilizando palavras-chave como: "E-Sports", "Esporte Eletrônico", "Facebook", "League of Legends", "MOBA", "*Streamer*", "*Streaming*", "Twitch" para refinar a busca.

Palavras-chave: E-Sports, League of Legends, Twitch.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Como atacar as tropas(minions).....	15
Figura 2: Experimentação de campeões.....	15
Figura 3: Importância do cuidado com as torres.....	16
Figura 4: Nexus e suas duas torres.....	16
Figura 5: Partes do tutorial.....	17
Figura 6: Principal mapa do LoL, o Summoner's Rift, com as divisões de funções de cada jogador.....	18
Figura 7: Um dos mapas de League of Legends, o Howling Abyss.....	19
Figura 8: Modos de jogo disponíveis no LoL e as filas atualmente.....	20
Figura 9: Logo da Twitch.....	26
Figura 10: Ícone da Twitch.....	27
Figura 11: Canal de e-Sports na Twitch.....	28

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Número total dos artigos em relação aos anos, sendo eles encontrados com base nas palavras-chave.....	10
Quadro 2: Número total de artigos em relação aos anos.....	11
Quadro 3: Artigos selecionados com base nos objetivos específicos.....	11
Quadro 4: Estrutura de desenvolvimento dos capítulos.....	12

SUMÁRIO

1. Introdução	07
1.1. Objetivo Geral	09
1.2. Objetivos Específicos	09
1.3. Justificativa	09
1.4. Metodologia	10
1.5. Estrutura dos Capítulos	12
2. Cenário Competitivo do LOL e a Relação com o Esporte Tradicional	13
2.1. As Jornadas de Trabalho e Suas Semelhanças	13
2.2. Um Pouco da Dinâmica de League Of Legends	15
2.3. Campeonatos no Brasil e no Mundo	24
3. O Live Streaming e Suas Características	25
3.1. O Contexto por Trás das Transmissões	25
3.2. A Plataforma Twitch	27
3.3. O Gamer e a Relação com o Streaming	30
Conclusão	32
Referências	34

1. INTRODUÇÃO

Antes mesmo do termo E-sport ter sido originado, muitos jogadores da época dos videogames de arcade já disputavam por uma certa rivalidade e competitividade (Almeida, 2018). A ascensão do e-sport se iniciou nos arcades (Kazuo, 2014). Um jogo que marcou as plataformas de videogames arcade foi o Pong, esse jogo repercutiu tanto na época que fez com que fossem criadas várias casas de jogos em todo o território dos Estados Unidos. O crescimento dessas casas foi tão grande, que foi alcançado o marco de 13 mil lojas revendedoras dessas plataformas de videogames no ano de 1982 (Kazuo, 2014).

Outro jogo que também foi responsável por esse processo de popularização foi o *Space Invaders*, esse que foi criado por uma empresa japonesa chamada Taito (Pereira, 2014). Chegando ao auge dos anos dos *video arcades*, videogames destinados às plataformas arcades, este ultrapassou o lucro de 1 bilhão de dólares (Glinert, 1990 apud Pereira, 2014). Pac Man além de ser um jogo icônico da época dos videogames arcades, foi também o jogo mais próspero e notável de todos os tempos (June, 2013 apud Pereira, 2014). O sucesso foi tanto que a música do jogo, chamada “Pac Man Fever” resultou em mais de 1 milhão de cópias vendidas, sendo elas mais da metade do número de cópias da música mais vendida de 1982, que foi a chamada “Eye of the Tiger” (Pereira, 2014).

Jogos como Pac Man, Donkey Kong e Centipede mostravam algo em comum, uma função que permitia a competição dentro do jogo, o placar. Esse que gravava as melhores pontuações dos jogadores, criando-se um espírito competitivo (Pereira, 2014). Por consequência, os americanos acabaram adotando a experiência de jogar competitivamente como parte da sua cultura, o que resultou na apresentação de programas de televisão, como o Starcade, que reunia jogadores para competirem ao vivo, incluindo sempre novos jogos.

A chamada Época de Ouro do Arcade - período onde a plataforma de jogos eletrônicos ganhou maior visibilidade, dada no início da década de 1980 - foi beneficiada pela proporção de reconhecimento das competições dos videogames. Como exemplo disso, em 1983, houve o primeiro “Campeonato Mundial de Videogames” na cidade de Dallas, EUA (Kennedy, 1983 apud Pereira, 2014). Os recordes dos videogames foram tão notórios que foram publicados no Guinness Book. Ainda em 1983, a organização denominada Twin Galaxies formou a Equipe Nacional de Videogames dos Estados Unidos, que participou e disputou a primeira competição de videogames

que de fato foi internacional, composta também por jogadores britânicos (Pereira, 2014). Assim como os torneios eram importantes, os jogadores também são, sobretudo no seu destaque de status como celebridade: em janeiro de 1983 foi publicado pela revista Times uma edição de fotos com relação às retrospectivas do ano de 1982. Em uma das fotos estão 18 jovens recordistas dos videogames de arcades (Classic Arcade Gaming, 1998 apud Pereira, 2014).

O termo *E-Sport* foi utilizado primeiramente no final da década de 1990 (Pereira, 2014) e descreve as competições profissionais dentro dos jogos eletrônicos, dentre elas as categorias como o Multiplayer Online Battle Arena¹(MOBA), Role-Playing Game (RPG), First Person Shooter² (FPS); entre muitos outros.

E-sport acabou tornando-se um termo muito utilizado por conta da visibilidade que os jogos e suas competições estavam recebendo, seus investimentos aumentavam, havendo a criação de times e, por consequência, as suas premiações e seu público cresciam também (Almeida, 2018). Nos dias de hoje, as competições eletrônicas, sobretudo no League of Legends (LoL), jogo que está presente na lista dos mais jogados atualmente no mundo, já ultrapassou o patamar de audiência de grandes modalidades esportivas, como por exemplo a National Basketball Association (NBA). Houve uma diferença notória de espectadores entre essas duas competições que aconteceram no mundo. Uma na Europa, que foi uma partida da final de 2015 do campeonato mundial de LoL, contando aproximadamente com a presença de 36 milhões de telespectadores, e a outra nos Estados Unidos, que foi o sexto jogo das finais da NBA, contando com cerca de 20 milhões de espectadores (Almeida, 2018). Dados como esses mostram o quão grande esse cenário já é e tende a crescer a cada ano, não só no mundo, mas também no Brasil.

Tendo em vista que esta modalidade consegue alcançar grandes marcos nas visualizações, times de futebol como por exemplo o Flamengo, quiseram aderir a essa nova modalidade esportiva, investindo em uma infraestrutura e em jogadores reconhecidos por outros times dentro do cenário (Chandy; Jodar, 2018). A mudança começa logo no local de trabalho, onde o Flamengo decide adotar o modelo de *gaming office* em vez de *gaming house* (adotado pela maioria das equipes), sendo o *gaming office* um sistema onde os jogadores vão para o centro de treinamento apenas a trabalho e depois voltam para as suas residências. Já no modelo de *gaming house* os jogadores permanecem no mesmo espaço para treinarem e se hospedarem (Chandy; Jodar, 2018).

¹ Em tradução livre: Arena de batalha multijogador online

² Em tradução livre: Tiro em Primeira Pessoa

1.1. *Objetivo Geral:*

- O objetivo geral deste trabalho é compreender o cenário competitivo de LoL no Brasil e a importância das plataformas de *streaming* nesse cenário

1.2. *Objetivos Específicos:*

- Debater a relação entre o esporte tradicional e o esporte eletrônico;
- Descrever a origem do LoL;
- Descrever a origem do cenário competitivo do LoL no mundo e no Brasil;
- Descrever como é hoje o cenário competitivo do LoL no mundo e no Brasil;
- Caracterizar as principais plataformas de *streaming* e o impacto delas no cenário competitivo de LoL;
- Descrever o papel e a importância das plataformas de *streaming* no LoL;

1.3. *Justificativa*

A escolha desse tema foi devido à minha inserção como o público jovem/adulto de jogos eletrônicos e ao meu interesse em buscar entender as diferenciações existentes em ser um jogador profissional de um jogo eletrônico e por ser um tema que vem se popularizando, sobretudo na mídia.

Outro questionamento que me levou a escolha desse tema é buscar entender como as plataformas de streaming ganharam tanto destaque no cenário competitivo de LoL e por que um jogo como o LoL conseguiu ser tão relevante ao ponto de ser transmitido na TV. Com os avanços da tecnologia e com a chegada do streaming, achei interessante debater sobre as plataformas que trabalham com esse serviço de transmissão de dados e o seu impacto nos jogos, por se tratar de um tema pouco explorado e por haver questões relacionadas às plataformas, como por exemplo: a monetização das pessoas que ingressam nas plataformas, a apresentação destas plataformas para que mais pessoas as conheçam e possam desfrutar dos conteúdos existentes nelas, que não são apenas jogos.

1.4. Metodologia

O projeto se baseia na abordagem qualitativa. Usará como estratégias de pesquisa a revisão da literatura por meio da busca nos Anais do SBGAMES, utilizando palavras chave como: “League of Legends”, “E-Sports”, “Streamer”, “Streaming”, “Twitch”, “Facebook”, “Esporte Eletrônico”, “MOBA” para refinar a busca. Por conta do lançamento do jogo League of Legends ter sido em 2009, foi feito um recorte temporal, optei por iniciar a busca do material no ano seguinte, devido à recente chegada do jogo. O quadro a seguir mostra a quantidade de artigos em cada ano com as seguintes palavras-chave.

Ano	League of Legends	E-Sports	Streamer	Streaming	Twitch	Facebook	Esporte Eletrônico	MOBA
2010	0	0	0	0	0	9	8	0
2011	0	0	0	0	0	8	11	0
2012	0	1	0	3	0	12	7	0
2013	3	0	0	0	1	16	16	1
2014	4	1	0	4	1	17	15	4
2015	7	2	0	3	1	23	7	9
2016	11	7	0	5	2	24	22	11
2017	12	4	0	7	1	27	11	8
2018	11	11	2	9	5	25	10	8
2019	18	12	3	8	4	19	12	6
2020	14	8	5	7	4	12	4	10

Quadro 1: Número total dos artigos em relação aos anos, sendo eles encontrados com base nas palavras-chave. Fonte: o autor.

Dentre todos esses artigos encontrados foi feita uma nova filtragem com a leitura dos títulos e principalmente dos resumos e dos subitens, para que haja material significativo para o desenvolvimento do trabalho. O segundo quadro (abaixo) foi feito para mostrar como foi realizada a nova filtragem dos artigos a partir do primeiro, por conta de haver mais de 2 palavras-chave juntas em um mesmo artigo e por haver artigos que não condizem com o que pretendo abordar nos objetivos específicos do trabalho, achei melhor dividi-los por anos e não por palavras.

2010	0
2011	1
2012	0
2013	4
2014	2
2015	1
2016	3
2017	2
2018	5
2019	5
2020	7

Quadro 2: Número total de artigos em relação aos anos. Fonte: o autor.

Depois de analisar mais a fundo os artigos desta segunda tabela, foi levado mais em conta como critério de seleção final dos artigos os objetivos específicos.

Artigos	Objetivos específicos
Fragmentação no Mercado de Jogos Digitais Camila Schultz	<ul style="list-style-type: none"> • Debater a relação entre o esporte tradicional e o esporte eletrônico;

Mídia e e-Sports: o contexto midiático e a representação dos jogadores de esportes eletrônicos Fabia Ioscote	<ul style="list-style-type: none"> • Caracterizar as principais plataformas de streaming e o impacto delas no cenário competitivo de LoL
JOGANDO PARA VENCER E JOGANDO PARA ENTRETER: análise comparativa da performance do pro-player brTT de League of Legends em live streamings Roger Sandro Seula	<ul style="list-style-type: none"> • Caracterizar as principais plataformas de streaming e o impacto delas no cenário competitivo de LoL • Descrever o papel e a importância das plataformas de streaming no LoL;
Consumo digital como performance sociotécnica: Análise dos usos da plataforma de streaming de games Twitch Sandra Montardo Suely Fragoso Mariana Amaro Samyr Paz	<ul style="list-style-type: none"> • Caracterizar as principais plataformas de streaming e o impacto delas no cenário competitivo de LoL • Descrever o papel e a importância das plataformas de streaming no LoL;

Quadro 3: Artigos selecionados com base nos objetivos específicos.

Esses objetivos que levaram a buscar outros artigos além dos escolhidos nos Anais do SBGAMES. Houve a busca por trabalhos referenciados nos artigos do SBGAMES e também a busca no Google Acadêmico a fim de alcançar diretamente esses objetivos específicos, devido à falta deles nos artigos escolhidos na segunda tabela. Por conta de ser um tema recente, foi necessário buscar fontes em outras bases de dados.

1.5. Estrutura de Capítulos

Capítulo	Questões específicas	Objetivos específicos
Introdução	Por que o League of Legends é um dos jogos mais jogados e mais bem remunerados atualmente?	Contextualizar o tema; Apresentar os objetivos do trabalho; Descrever a metodologia

<p>Capítulo 2 - CENÁRIO COMPETITIVO DE LOL E A RELAÇÃO COM O ESPORTE TRADICIONAL</p>	<p>Por que o E-Sport muitas vezes é comparado aos esportes tradicionais, por exemplo o futebol? Quais são as semelhanças entre o esporte tradicional e o esporte eletrônico? Como as organizações lidam com os jogadores no cenário competitivo de LoL no Brasil?</p>	<p>Debater as relações entre o esporte tradicional e o esporte eletrônico Descrever a origem do LoL Descrever a origem do cenário competitivo do LoL no mundo e no Brasil Descrever como é hoje o cenário competitivo do LoL no mundo e no Brasil</p>
<p>Capítulo 3 - O streaming e suas características</p>	<p>Por que o <i>streaming</i> vem sendo uma tecnologia cada vez mais utilizada, sobretudo nos jogos? Por que as plataformas de <i>streaming</i> estão ganhando mais visibilidade no cenário competitivo de League of Legends? Como as plataformas de <i>streaming</i> influenciam a audiência do LoL no cenário competitivo?</p>	<p>Discutir o papel das plataformas de <i>streaming</i> no cenário competitivo de LoL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar as principais plataformas de <i>streaming</i> utilizadas pelos jogadores profissionais de LoL - Buscar entender as diferenças existentes entre as plataformas, sejam elas em relação ao espectador e ao transmissor - Função de streamer dentro dos times
<p>Conclusão</p>		

Quadro 4: Estrutura de desenvolvimento dos capítulos.

2. CENÁRIO COMPETITIVO DE LOL E A RELAÇÃO COM O ESPORTE TRADICIONAL

2.1 AS JORNADAS DE TRABALHO E SUAS SEMELHANÇAS

O esporte tradicional e o esporte eletrônico possuem similaridades, levando em consideração o Futebol como esporte tradicional, por exemplo, existem diversas analogias entre ambos os esportes, tais como: rotinas; cansaço físico e mental; supervisão de profissionais da saúde

como psicólogos, patrocinadores, premiações, entre outros. Dentre as inúmeras similaridades, estão os treinos, campeonatos e as premiações que estão inclusas na carreira competitiva. Essa fase tão importante na vida dos cyber-atletas pode parecer fácil a princípio, por conta dos profissionais terem como sua principal função a de jogar, porém, existem relatos de jogadores que passaram mais 8 horas por dia jogando, chegando até 16 horas segundo o jogador de StarCraft II Lee “MarineKing” Jung-hoon (Sutter, 2012 *apud* Pereira, 2014). Ou seja, a média de horas exercidas por um trabalhador comum (Pereira, 2014). Em comparação com uma modalidade de esporte, sendo ele o esporte americano, o tempo médio de um treino de um time de futebol americano conhecido como Denver Broncos leva em média 11 horas por dia, contando com as reuniões e os replays.

Uma questão bastante interessante, se já não for um dos pilares do E-Sports é a legitimação dos jogos eletrônicos, essa que se dá por conta de diversos fatores relacionados com a indústria cultural (Kerr, 2006 *apud* Schultz, 2014). Alguns destes fatores são: o alto risco; isso se dá por conta de haver a chance de todo aquele investimento feito no jogo ter sido em vão, para evitar isso, as empresas de jogos eletrônicos buscam realizar as famosas cinematics, que são as animações digitais criadas pelas mesmas para atraírem o público a quererem conhecer o jogo mais a fundo. Altos custos de produção, baixos custos de reprodução; os jogos digitais passam por um aperto no desenvolvimento, porque existe toda uma equipe responsável pela dinâmica, mecânica e estética do jogo e tudo isso envolve um grande recurso monetário, porém, dependendo de como o jogo for avaliado pelos usuários, no caso os jogadores, esse pode reverter o papel que foi imposto inicialmente (Kerr, 2006 *apud* Schultz, 2014). É aí que entra a parte dos baixos custos de reprodução, através da comercialização em massa, propagandas, anúncios, exibição em plataformas, com o avanço da tecnologia que pode quebrar barreiras jamais imagináveis, como é o caso do LoL, com diversos servidores ao redor do mundo, podendo ser transmitido em vários lugares ao mesmo tempo e com um público cada vez mais presente dentro do jogo. Por último vem a questão do caráter semi-público, onde as empresas de jogos digitais privam o seu produto de sofrerem alguma tentativa de roubo ou vazamento de dados (Kerr, 2006 *apud* Schultz, 2014). Diante disso elas optaram por utilizar algumas estratégias mais bem elaboradas como os modelos de sistemas de distribuição, pagamentos complexos e criptografia, além de outros métodos já utilizados como o copyright e as leis de propriedade intelectual (Kerr, 2006 *apud* Schultz, 2014). É importante destacar também que a legitimação dos jogos digitais como esporte traz benefícios a

ambos os lados, tanto o lado das empresas e desenvolvedoras como o dos jogadores e o público que acompanha o jogo. Usando o exemplo do LoL, já foi proporcionado bolsa de estudos em universidades, reconhecimento através de jogadores e campeonatos, e visando um pouco o lado da empresa, a avaliação do seu produto e como ele impactou o mercado, para que assim sejam feitos novos lançamentos ou ajustes diante a classificação do mesmo (Schultz, 2014).

Como no esporte tradicional existem os treinos, no esporte eletrônico não poderia ser diferente, entretanto, dentre esses treinos temos as scrims. As scrims são os treinos que os jogadores profissionais organizam para que possam aprimorar suas habilidades, na maioria das vezes jogando contra outros jogadores profissionais ou com o mesmo nível de habilidade. Nesses treinos eles buscam melhorar a sua mecânica, visão de jogo e principalmente a comunicação, que é essencial para futuros treinos ou até mesmo um campeonato. Uma parte muito importante também além de treinar com outros jogadores são os replays. Os replays são partidas gravadas onde o jogador pode analisar a sua jogada, rever os seus erros e posteriormente tentar corrigi-los. Através dessa ferramenta é possível rever jogadas de outros jogadores, analisar os erros e os acertos dos mesmos e ter uma noção do que o oponente poderá ou não fazer. Como no futebol, no esporte eletrônico também existe o treinador, ou coach, como chamam. Algumas funções do coach são: analisar o desempenho dos jogadores do time, tentar proporcionar uma visão objetiva dos jogos para os demais e evitar que os jogadores se estressem uns com os outros após uma derrota (Allen, 2014 apud Pereira, 2014).

2.2 UM POUCO DA DINÂMICA DE LEAGUE OF LEGENDS

O League of Legends (LoL) é um jogo eletrônico da categoria MOBA (Multiplayer Online Battle Arena) desenvolvido e publicado pela empresa Norte Americana Riot Games em 2009. O objetivo principal do jogo é destruir a base inimiga, mais conhecida como Nexus. O jogo funciona com 2 equipes, cada equipe é composta por 5 jogadores e cada jogador tem direito de escolher um campeão (personagem) para a batalha.

Antes de tudo é preciso saber como funciona a dinâmica do jogo, logo assim que a pessoa entra no jogo ela precisa passar por um tutorial onde é exibido alguns campeões e os objetivos. Ele explica, sucintamente, o que é necessário fazer para ganhar a partida: descreve apenas como farmar;

abater campeões; destruir torres; comprar itens. A maioria das dinâmicas mais aprimoradas do jogo o jogador precisa aprender por conta própria ou vendo outros jogadores.



Figura 1: Como atacar as tropas(minions). Fonte: O autor.

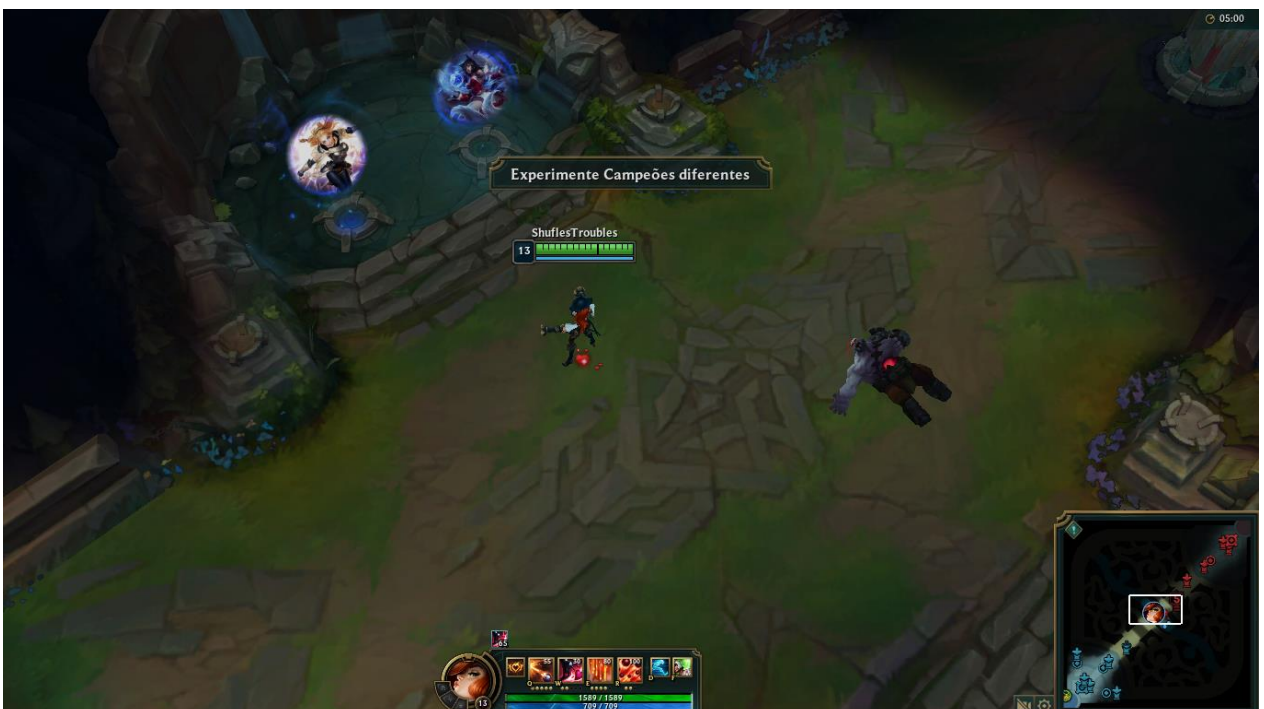


Figura 2: Experimentação de campeões. Fonte: O autor.

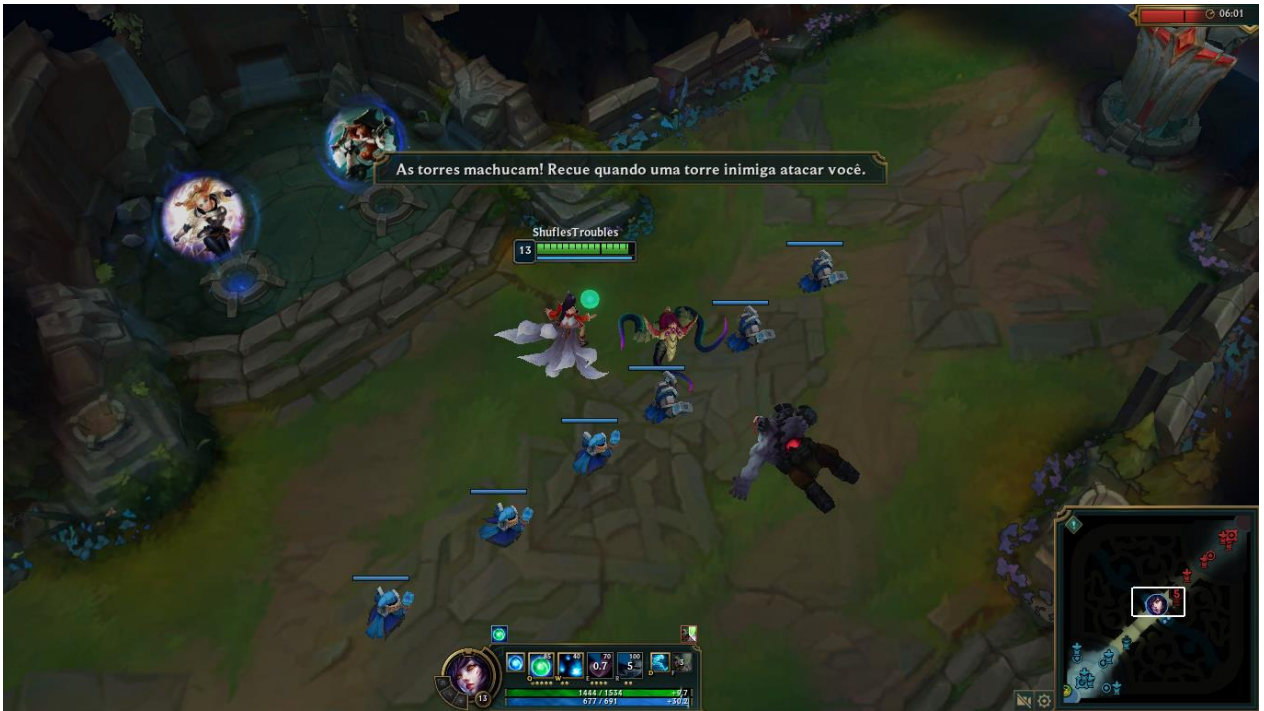


Figura 3: Importância do cuidado com as torres. Fonte: O autor.

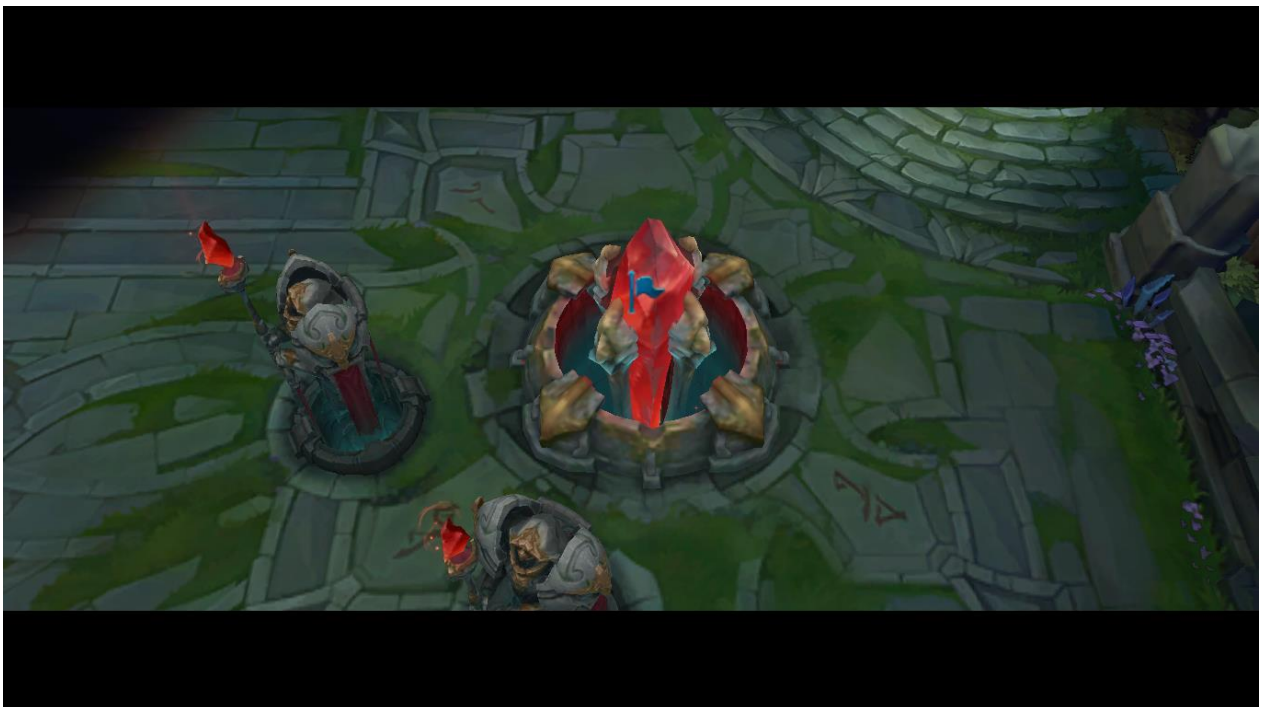


Figura 4: Nexus e suas duas torres. Fonte: O autor.

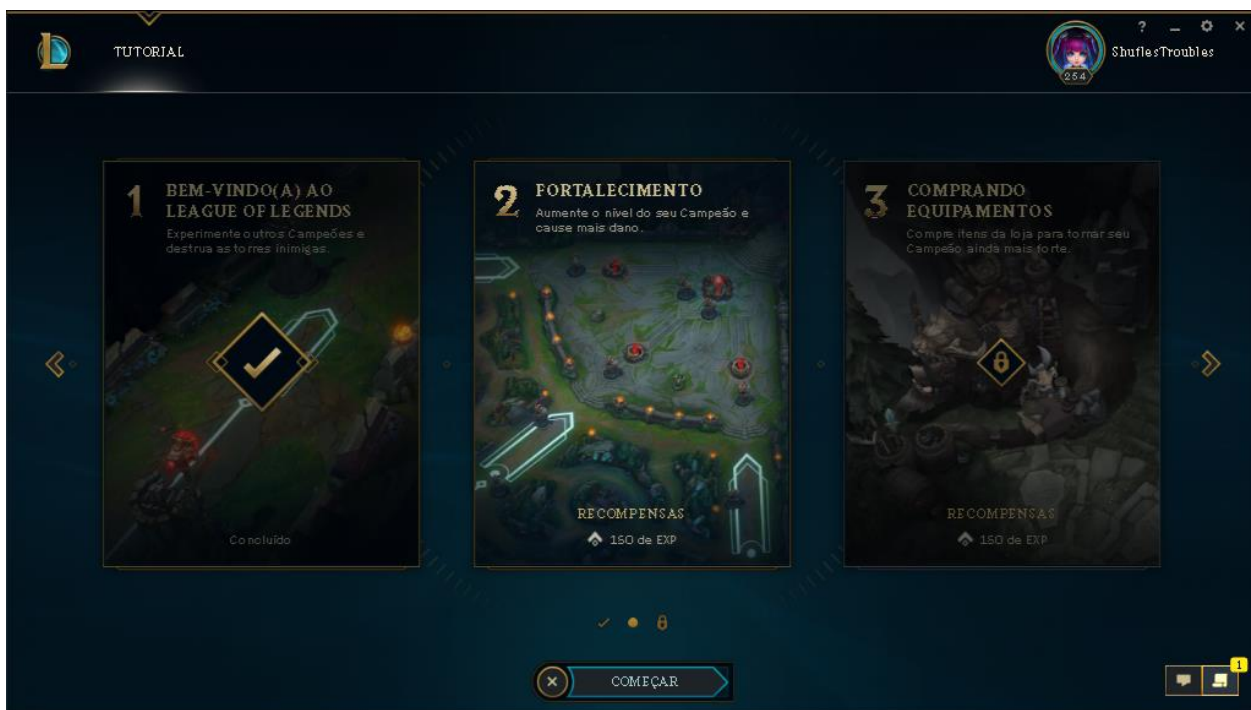


Figura 5: Partes do tutorial. Fonte: O autor.

O LoL possui dois modos de jogo principais, sendo eles o ranqueado e o normal. A grande diferença de um para o outro é que o modo ranqueado é para os jogadores que buscam uma colocação no sistema de ranking. No modo normal não existe esse sistema, portanto é considerado um modo mais entretido entre os jogadores.

O modo ranqueado como o próprio nome já diz, trabalha com o sistema de ranking, que serve para que ao final de cada partida seja creditado uma pontuação ao jogador. Essa pontuação é chamada de pontos de liga (PDL) no servidor brasileiro ou league points (LP) em outros servidores. Essa pontuação faz com que o jogador em questão se destaque dos demais jogadores, que são divididos por um sistema de colocações (Elo). Esse sistema segue uma ordem, começando do menor para o maior, sendo: Ferro, Bronze, Prata, Ouro, Platina, Diamante, Mestre, Grão-Mestre e Desafiante. O Desafiante é o maior elo do jogo, e nele estão os melhores jogadores da fila ranqueada. A partir dessa divisão é possível ser reconhecido por outros jogadores, times e até mesmo pela comunidade no geral. Isso se dá porque muitos jogadores profissionais frequentam essas filas todos os dias, o que acaba fazendo com que o jogador casual acabe caindo na mesma

partida com esses jogadores mais focados no jogo. O modo normal game é um modo onde não existe a cobrança de pontos de liga ao final da partida, o que acaba tornando-o menos competitivo, ou seja, ele acaba sendo um modo mais para se divertir (for fun). Por conta do foco do trabalho ser o e-sport, portanto, a parte competitiva do jogo, o modo normal game não será detalhado.

Atualmente existem 2 mapas de jogo permanentes, o Summoner's Rift e o Howling Abyss, existem outros modos rotativos que entram ao longo do ano que podem ou não vir com mapas diferentes desses que acabo de citar. Summoner's Rift é um mapa onde os jogadores precisam se dividir entre as 3 rotas, que são elas: Top, Mid, e o Bot. Sendo o Top a lane do topo do mapa, o Mid a do centro e o Bot a inferior, além das rotas todos os jogadores precisam exercer uma função no jogo, são elas: Top (Topo), Jungler (Caçador), Mid (Meio), Atirador e Suporte. Esse mapa pode ser usado nos dois modos de jogo, o ranqueado e o normal game, mas é o único utilizado por partidas competitivas (no modo ranqueado). Sempre foi o mais famoso, por se tratar do principal mapa do jogo e abranger a maior parte dos jogadores.



Figura 6: Principal mapa do LoL, o Summoner's Rift, com as divisões de funções de cada jogador.
Fonte: <http://reporterunesp.jor.br/2017/06/07/esport-e-coisa-seria-a-ascensao-dos-games-ao-nivel-profissional/mapa-lol/>

Por último, temos o modo ARAM (All Random All Mid - "todos aleatórios na rota do meio"), que é um modo de jogo onde o seu campeão é selecionado aleatoriamente e existe a opção de trocar por outro campeão aleatório até duas vezes usando os dados, esses dados você ganha conforme joga partidas nesse modo. Nesse modo o mapa muda, sendo ele agora o Howling Abyss. O mapa Howling Abyss conta apenas com uma rota na qual os jogadores precisam derrubar as torres inimigas dessa rota até chegar ao nexus para então destruí-lo e ganhar o jogo. Esse mapa não possui sistema de ranking, por isso nele não existe o modo ranqueado.



Figura 7: Um dos mapas de League of Legends, o Howling Abyss. Fonte: http://www.espn.com.br/noticia/731037_fim-da-gambiarra-league-of-legends-recebera-modo-oficial-para-lutas-de-1x1-e-2x2

As equipes podem ser formadas por jogadores que se reúnem previamente, ou jogadores que entram no jogo sozinhos ou em duplas para só depois completar sua equipe com outros jogadores disponíveis. Para definir sua inserção em uma equipe, o jogador precisa selecionar uma determinada fila. No jogo existem dois tipos de filas ranqueadas, que definem quantos jogadores serão colocados em cada time antes de encontrarem ou não seus companheiros de equipe, o nome de cada fila diz muito sobre cada uma delas, são elas: a ranqueada Solo/Duo e a ranqueada Flex. Na fila ranqueada Solo/Duo, como o nome sugere, o jogador pode jogar com até um companheiro

antes de chegar até a seleção de campeões, onde os jogadores se encontram para formar uma equipe. A seleção de campeões é o lugar onde os 5 jogadores se reúnem para escolherem seus campeões, debaterem sobre o que cada um irá jogar e conseqüentemente a maneira que irão fazer para ganhar a partida. Cada campeão tem uma determinada classificação, logo, exercerá uma ou até duas funções dentro do jogo, as classificações são: Assassino, Lutador, Tanque, Mago, Atirador e Suporte. Já na fila ranqueada Flex o jogador poderá convidar até 4 outros jogadores, formando assim um time com 5 jogadores, entretanto, grupos com 4 jogadores são impossibilitados de jogar por não ser justo apenas um jogador fazer parte de um grupo com outros 4 jogadores. Ambas as filas somam ou subtraem seus PDLs, pontos de liga. O LoL possui diversos servidores ao redor do mundo, dentre eles está o Brasil, América do Norte, Europa, Turquia, Coreia do Sul e muitos outros. Essa diversidade faz com que o LoL seja um jogo extremamente acessível para todas as regiões do mundo, e claro, tenha altíssima popularidade.

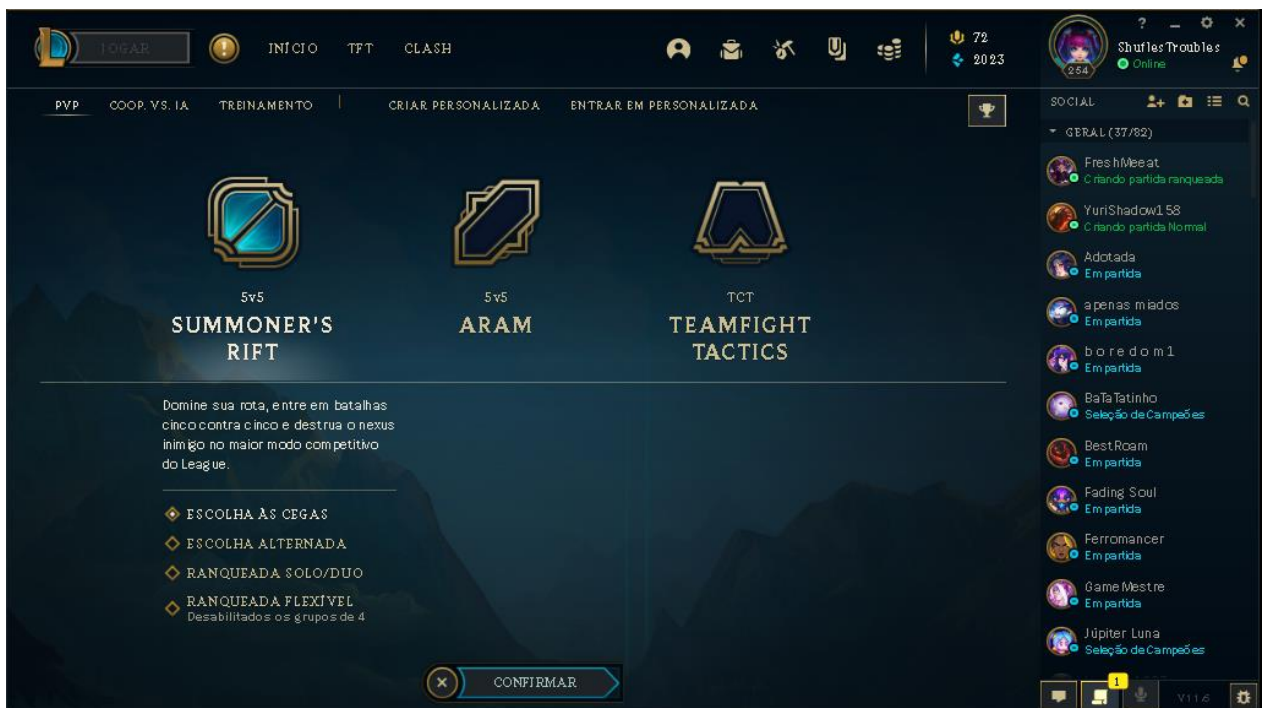


Figura 8: Modos de jogo disponíveis no LoL e as filas atualmente. Fonte: o autor.

O LoL funciona da seguinte forma, o jogador e a sua equipe precisam arrecadar os recursos que o jogo proporciona, que são os itens e o ouro. Porém, para conseguir esses recursos eles precisam primeiro do ouro - gold é a palavra mais utilizada entre os jogadores - que faz com que

eles possam comprar esses itens para assim poderem adquirir poderes extras para o campeão. No LoL temos os minions que são as tropas que atacam os campeões ou as torres. Os acampamentos da jungle(selva) onde ficam os monstros que devem ser abatidos também. E por fim, mas não menos importante os monstros épicos, que são o Baron Nashor e o Dragão. O Baron e o Dragão são considerados os mais importantes monstros para serem abatidos, devido a sua recompensa ao serem neutralizados, que são os buffs(aprimoramentos). Sendo o do Baron temporário e o do Dragão permanente ou temporário, pois a cada 4 dragões elementais - que dão o buff permanente durante a partida - abatidos pela mesma equipe, o próximo dará um buff temporário ao ser executado pela equipe aliada ou inimiga.

Tendo os itens em mão, é preciso adotar uma estratégia para a derrubada das torres, que são as defensoras do Nexus, assim que ele é destruído, a equipe que o destruiu vence a partida. Como por exemplo farmar, que é uma das maneiras de obter ouro (gold) através do abate de minions, que são nada mais nada menos que as tropas que ficam nas 3 rotas do jogo, lutando umas contra as outras em busca da destruição das torres, que são as estruturas que impedem que o seu Nexus seja atacado e logo em seguida destruído. Não só isso, ainda há outras maneiras de conseguir ouro no LoL, como a eliminação de campeões; destruição de torres; destruição de sentinelas, que são mais conhecidas como wards, elas dão visão dos locais em escuro do mapa, e por isso precisam e podem ser destruídas para assim o jogo ser o mais acirrado e decisivo possível por conta delas, participação nos abates; quando um player, no caso o jogador, ajuda o seu companheiro de equipe a eliminar alguém da equipe inimiga, esse também é beneficiado porque ajudou de alguma maneira naquele abate e assim recebe parte da quantia de ouro. Essas são algumas maneiras de obter ouro na partida para assim conseguir fechar itens, esses itens dão status ao campeão para que ele possa ficar mais forte, podendo ser superior ao seu oponente.

Além dessa dinâmica dentro das partidas, existe também outra que envolve a forma como a empresa acaba por monetizar através dos seus conteúdos no jogo. Apesar do jogo ser gratuito para jogar, nele existem alguns conteúdos exclusivos para se adquirir, que não afetarão na melhoria de jogabilidade do jogador, mas sim na sua estética dentro do jogo. Dentro do LoL existe um sistema de moedas onde o jogador pode comprar moedas do próprio jogo, que são chamados de RP (Riot Points), através do dinheiro vivo (Real) para que possa adquirir itens exclusivos. Há também as EA, que são as Essências Azuis, que são moedas que o jogador não precisa pagar com dinheiro vivo para obter, elas são distribuídas conforme o *player* - jogador - vai concluindo missões

dentro do jogo para adquirir conteúdos que todo jogador precisa ter (Schultz, 2017). A cada atualização a empresa vai adicionando novos conteúdos como *skins* - roupas personalizadas para os personagens -, ícones - que são demonstrados na lista de amigos -, passes - lista de missões que ao serem completadas vão fornecendo conteúdos além das missões comuns de cada evento -, entre outros conteúdos exclusivos através da compra com RPs. A empresa adotou uma estratégia muito inteligente por deixar o jogo gratuito para todos e por implementar conteúdos exclusivos a cada atualização, o que faz com que o jogo não fique estagnado em relação ao público e também a questão monetária, que depende bastante da venda e compra de RPs.

2.3 CAMPEONATOS NO BRASIL E NO MUNDO

Com a chegada de League of Legends ao mundo em 2009 e toda sua repercussão sobre o jogo, foi apenas uma questão de tempo até que o mesmo proporcionasse uma experiência mais competitiva aos jogadores além das filas ranqueadas, os campeonatos. Em 2011 aconteceu o primeiro campeonato internacional de LoL, o Mundial, esse que reúne as melhores equipes das regiões do mundo (Fontes, 2019).

Além do Mundial, existem outros campeonatos, os regionais, estes que são divididos por regiões do mundo para que apresentem diversos campeonatos, é importante deixar claro que uma equipe brasileira por exemplo pode permitir a entrada de um estrangeiro como um integrante do time, mesmo esse sendo de outra região, no entanto, há um limite de jogadores de outras regiões em um mesmo time. Um exemplo de um campeonato regional é o Campeonato Brasileiro de League of Legends, mais conhecido como CBLOL, esse campeonato faz com que as melhores equipes disputem o primeiro lugar da tabela de pontos para assim se classificarem para o Mundial, não bastando o CBLOL também há o Circuito Desafiante, uma categoria de segunda divisão do cenário competitivo brasileiro onde os menores times estão tentando subir para a tabela do CBLOL (Fontes, 2019). Esse modelo de “circuito fechado” onde existem campeonatos regionais e internacionais é bastante semelhante ao modelo futebolístico, que a partir de campeonatos regionais se cria oportunidades de entrar em campeonatos internacionais mais disputados e conseqüentemente mais valorizados que os demais.

Os campeonatos internacionais são os mais valorizados no quesito de monetização, premiação e reputação para a Riot Games e as demais equipes participantes, porém, sem os campeonatos regionais não haveria disputa entre os times de todas as regiões que almejam entrar

para a lista de equipes participantes do Mundial. As 13 regiões participantes dos campeonatos organizados pela Riot Games, empresa e desenvolvedora do LoL possuem suas ligas próprias, dentre elas está o Brasil (Fontes, 2019). Um fato interessante sobre a região brasileira é que por conta dessa região haver um servidor próprio e um grande número de jogadores ela é considerada uma região competitiva no LoL, não pelos jogadores jogarem bem, mas por existir um número considerável demais para que não houvesse participação dos melhores jogadores da região em um campeonato transmitido pela própria empresa (Fontes, 2019).

É importante falar também que a Riot Games não proporciona apenas o Mundial como evento internacional, existem também outros 3 eventos internacionais. O primeiro é o Mid-Season Invitational (MSI), um torneio entre os vencedores de cada região durante o 1º split (primeira etapa) logo atrás do campeonato mais importante, o Mundial (Fontes, 2019). Em seguida vem o Rift Rivals, que são os confrontos entre melhores equipes representantes das ligas, sendo entre regiões rivais (Fontes, 2019). Por último vem o All-Star, evento esse que reúne os jogadores mais votados pelo público do jogo de cada região para representar a mesma em duelos com jogadores de outras regiões em um time (5x5) ou até mesmo sozinho no confronto (1x1) (Fontes, 2019).

3 O *LIVE-STREAMING* E SUAS CARACTERÍSTICAS

3.1 O CONTEXTO POR TRÁS DAS TRANSMISSÕES

Com os avanços da tecnologia ao longo dos anos muitas empresas buscam facilitar a vida das pessoas, seja com aparelhos eletrônicos, utensílios domésticos ou até mesmo aplicativos que auxiliam nas tarefas do dia-a-dia. Por conta disso, foi se desenvolvendo uma tecnologia de transmissão de dados, onde duas ou mais pessoas podem interagir umas com as outras em tempo real. Essa tecnologia chama-se *live-streaming*, que nada mais é que a transmissão de dados digitais ao vivo via internet ou rede de computadores (Schultz, 2017). Sendo assim, os dados gravados passam a ser transmitidos em tempo real a todos os dispositivos conectados a ele.

O termo *live-streaming* pode ser facilmente traduzido como transmissão ao vivo, levando bem ao pé da letra a proposta que o site proporciona aos seus usuários, transmitir seu conteúdo *gamer* aos espectadores (Montardo, *et al*, 2017). Essas transmissões podem ser realizadas pelos usuários tanto pelos computadores como pelos videogames (consoles), porém ambos conectados à internet (Montardo, *et al*, 2017). Já na parte das visualizações, os espectadores possuem a

comodidade de assistir através de vários dispositivos conectados à internet, como por exemplo computadores, celulares, tablets entre outros (Montardo, *et al*, 2017).

Com isso, diversas plataformas adotaram essa tecnologia, dentre elas a Twitch. A Twitch é uma plataforma de *live-streaming* e *streaming* (transmissão, onde é possível ver o vídeo conforme vai sendo baixado) cujo foco são os jogos digitais. Existem outras plataformas de *live-streaming* e *streaming* como a Nimo TV, Youtube e Facebook, mas devido ao pouco conteúdo encontrado sobre as outras plataformas o foco do trabalho será apenas na plataforma Twitch. Assim, essa será a mais analisada diante as outras.

O *streamer* - pessoa que faz a transmissão - é responsável por se destacar entre os demais *streamers*, a fim de conseguir manter uma audiência interessada e entretida (Montardo, *et al*, 2017). Cada um adota uma maneira de realizar sua *stream*, desde a escolha do jogo até o modo que esse *streamer* vai interagir com o seus *viewers* - termo mais utilizado pelos *streamers*, que significa espectadores - no seu canal (Montardo, *et al*, 2017). Os *streamers* e os jogadores profissionais estão diretamente ligados com o videogame, pois ambos dedicam a sua vida/carreira aos jogos. Os jogadores profissionais participam de campeonatos, e os *gamers* (jogadores casuais) acabam conquistando sua fama decorrente do tempo dedicado ao *streaming* (Montardo, *et al*, 2017).

A experiência entre ser um *streamer* e ser um *viewer* é muito diferente, levando em conta que o *streamer* tem acesso a diferentes possibilidades sociotécnicas fornecidas pela própria Twitch, que os *viewers* acabam não tendo (Montardo, *et al*, 2017). Esse leque de possibilidades é utilizado a partir de *streamers* que possuem mais popularidade, dentre elas estão os sorteios, convites, promoções, entre outros. Essa prática faz com que seja mais fácil atrair o público e conseqüentemente ter uma audiência mais estável (Montardo, *et al*, 2017). Uma das características que mais distanciam os *streamers* dos *viewers* em relação às suas performances, é a clareza de que o *streamer* já deve ser um jogador, ou seja, um *gamer*. Mesmo não havendo uma transmissão, o *gamer* faz parte da construção sociocultural do próprio jogo digital (Sommerseth, 2007 apud Montardo, *et al*, 2017).

Os *viewers* ainda podem interagir diretamente de diversas maneiras com o *streamer* por meio do *chat*, essas interações podem ou não influenciar nas decisões/ações do *streamer* (Montardo, *et al*, 2017). Entretanto, o *streamer* é a única pessoa por trás do controle do personagem/avatar no jogo. Isso faz com que ele seja o protagonista de suas ações e também fica à mercê dos espectadores, que posteriormente podem vir a comentar o que ocorreu durante essas

(Montardo, *et al*, 2017). Esses comentários, críticas ou sugestões podem ser benéficas ou não para o *streamer*, porém, sempre deve ser prezado o respeito pelo mesmo para que não haja uma punição ao *viewer* logo em seguida (Montardo, *et al*, 2017).

O jogador ao se conectar com outra realidade dentro do jogo, sendo essa a virtual, passa a ter experiências diferentes daquela que o seu espectador está tendo. Saber que há a possibilidade de controlar os acontecimentos acarreta uma responsabilidade do jogador nas tomadas de decisão ao longo do jogo (Montardo, *et al*, 2017). Devido a isso, mesmo em uma plataforma onde existe a interação direta com o *streamer*, que poderá vir a mudar ou não sua jogabilidade depois da interação com seus espectadores, o ato de jogar e o de apenas interagir ou assistir continuam sendo muito diferentes (Montardo, *et al*, 2017). É preciso apenas ter em mente alguns questionamentos para saber o quão diferente essas ações são. Se o jogador não quiser agir durante o jogo, não haverá *gameplay* e muito menos jogo (Montardo, *et al*, 2017). Já na visão dos espectadores, eles podem: somente assistir - onde não há interação com o *chat* - ou assistir com o *chat*, para que haja influência na continuidade da partida (Montardo, *et al*, 2017).

Além de todos esses desafios que envolvem o psicológico do *streamer*, existem também os requerimentos para a realização de uma transmissão com boa qualidade técnica (Seula, 2017). Dentre eles estão: capacidade de processamento do computador ou console - essa capacidade deve ser suficiente para que haja a renderização do jogo e a captura de tela do computador ou console durante a transmissão, para não haver quedas de quadros (travamentos) (Seula, 2017). Para que o *viewer* possa desfrutar de uma experiência de *stream* em resolução HD, é necessário que o *streamer* tenha uma conexão com a internet com uma taxa de upload de no mínimo 3 Megabytes por segundo. Essa quantidade de velocidade de dados equivale no Brasil a uma internet de 50 Megabytes, levando em consideração a assimetria do download com o upload. Entretanto, os planos de internet com a velocidade superior a 30 Megabytes tendem a utilizar o sistema de cabeamento de fibra ótica, com base no ano de 2016 essa tecnologia representou apenas 6% do total de tráfego de banda larga (Seula, 2017). Não bastando isso, ainda há o investimento com os periféricos, tendo como destaque o microfone e a webcam que serão usados para a gravação da imagem e do som do *streamer*, também há jogos onde enfatiza essa produção de um canal de *streaming* (Seula, 2017).

3.2 A PLATAFORMA TWITCH

A Twitch foi lançada em junho de 2011, e é uma plataforma/site de vídeos ao vivo com o foco na transmissão de partidas de jogos eletrônicos, destinada ao público *gamer* (Montardo, *et al*, 2017). Sendo ela inicialmente um site de transmissões domésticas online, que acabou por atrair públicos de diversas áreas (Montardo, *et al*, 2017), o que resultou na sua compra pela Amazon em 2014 devido a sua gigantesca audiência (Ioscote, 2018). Atualmente no site da plataforma são divulgados alguns marcos que a própria já conseguiu atingir, são eles: média de 2,5 milhões de espectadores a qualquer momento; 7 milhões de criadores únicos transmitindo o seu conteúdo todo mês; média de 30 milhões de visitantes diários; um total de 1800 funcionários da plataforma trabalhando em todo o mundo; 1 trilhão de minutos assistidos em 2020 (Twitch, 2021). Por conta desses números exorbitantes, a Twitch é considerada a principal plataforma de *streaming* de jogos, sobretudo nos e-Sports (Ioscote, 2018).



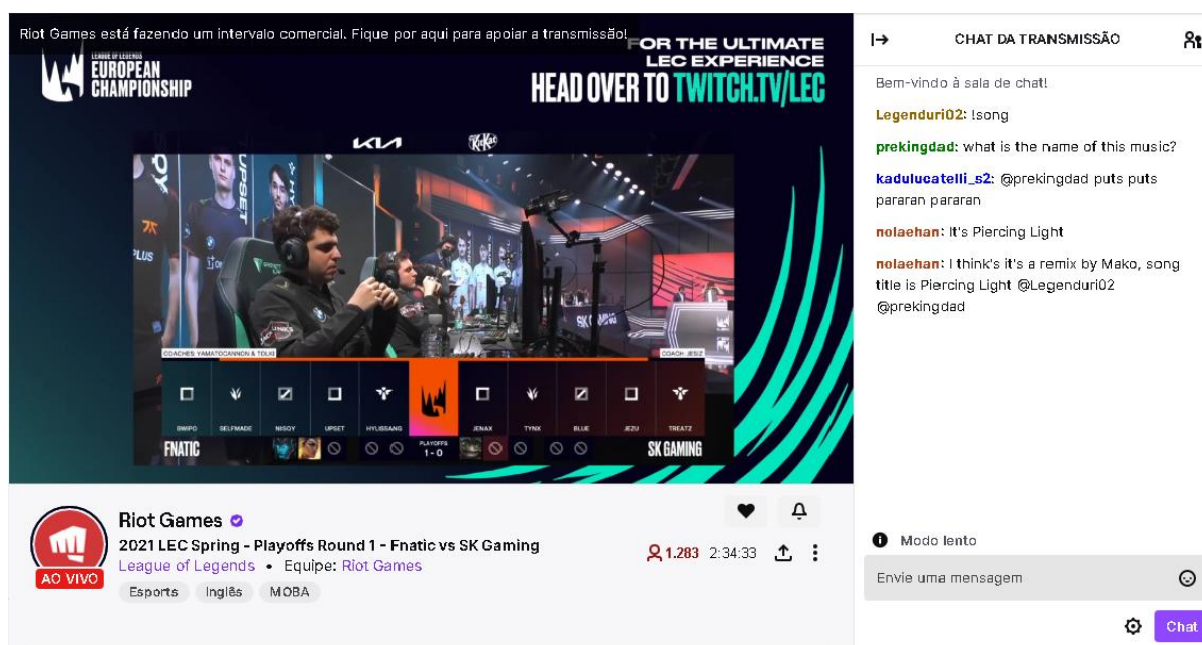
Figura 9: Logo da Twitch. Fonte: <https://www.twitch.tv/p/press-center/>



Figura 10: Ícone da Twitch. Fonte: <https://www.twitch.tv/p/press-center/>

Para assistir as transmissões nos diversos canais não é necessário realizar o cadastro na Twitch, entretanto, para poder aproveitar todas as ferramentas que a plataforma disponibiliza, como recompensas, possibilidade de realizar *streaming*, é necessário realizar o cadastro (Montardo, *et al*, 2017). Além disso, com o cadastro realizado o *viewer* pode também apoiar o *streamer*, seguindo o seu canal ou até mesmo se inscrevendo (Schultz, 2018). A inscrição faz com que o *streamer* ganhe parte do valor da mesma e o *viewer* acabe recebendo *emotes*, que é uma espécie de caractere animado para poder usá-los no *chat* (Schultz, 2018). Existe também a opção da doação, onde o *viewer*(doador) não terá os *emotes* porém estará ajudando e apoiando o trabalho do *streamer* da mesma forma (Schultz, 2018).

Na Twitch existem diversos tipos de canais, há os especializados na transmissão de campeonatos e competições de videogames (e-Sports) como o canal da Riot Games, que transmite os campeonatos de League of Legends ao redor do mundo (Montardo, *et al*, 2017). E também existem outros, onde o foco não é em campeonatos ou competições, mas sim em *gameplays* - sessões de jogo - dos *streamers*. Por conta da Twitch ter essa ampla plataforma tanto para o usuário quanto para o espectador, ela acaba tornando-se parte do interesse da indústria de *games* (Montardo, *et al*, 2017). É importante deixar claro que os espectadores são considerados as pessoas que assistem ou interagem com o jogo/*streamer* por meio do *chat* (escrito) da plataforma.



The image shows a Twitch broadcast interface. The main video area displays a League of Legends match between Fnatic and SK Gaming during the 2021 LEC Spring Playoffs Round 1. The streamer is Riot Games. The chat on the right shows several messages from viewers, including a welcome message and questions about music. The interface includes a top banner for the LEC experience, a video player with a control bar, and a chat window with a 'Chat' button at the bottom right.

Figura 11: Canal de e-Sports na Twitch. Fonte: O autor.

É importante falar também que a Twitch serve como engrenagem para a divulgação do próprio League of Legends. Esse papel que a plataforma também exerce se dá pelo alto número de telespectadores que estão presentes na transmissão e acaba refletindo nos números de um dos canais mais assistidos da plataforma. A partir desses números, o canal onde estão sendo transmitidas as partidas competitivas acaba sendo recomendado para outros telespectadores que usufruem da plataforma Twitch, e isso faz com que mais pessoas possam conhecer o jogo e o próprio canal. Essa é mais uma forma de chamar outros públicos que não conhecem a categoria MOBA ou o jogo. Esse processo faz com que o jogo acabe sendo mais divulgado e conseqüentemente mais visto, resultando em novos jogadores e também em novos lucros para a empresa, a partir das visualizações e também da aquisição das moedas pagas do próprio jogo (RPs). Logo, é compreensível o valor da premiação dos campeonatos ser alta, pois esse valor advém de várias fontes de renda que a própria empresa acaba recebendo, e a própria divulgação gerada pelos campeonatos contribui para mantê-la sempre em um patamar elevado de lucro.

3.3 O GAMER E SUA RELAÇÃO COM O *STREAMING*

Além de carregar o peso e a responsabilidade de ser um jogador profissional, esse jogador pode vir a querer transmitir um pouco do seu conhecimento e da sua pessoa pelo jogo através do *streaming*. Esse é o caso do jogador Felipe “brTT” Gonçalves, nascido em 1991 e no Rio de Janeiro, é um dos principais pioneiros do cenário competitivo de League of Legends, além de já ter jogado competitivamente em outros jogos, dentre eles o Counter-Strike e o Dota (Seula, 2017). Além de ser uma referência como *pro-player* (jogador profissional), brTT é único jogador brasileiro pentacampeão do Campeonato Brasileiro de League of Legends (CBLOL) (Techo, 2019). Não só isso, por ser um grande ADCarry (função no LoL) seu reconhecimento foi além das fronteiras do Brasil. Em 2015 foi convidado a participar de uma minissérie chamada *Legends Rising*, criada pela própria Riot Games onde ela descreve a história dos melhores jogadores de League of Legends do mundo. Mesmo sendo considerado um excelente jogador, ele demonstra uma conduta diferente no jogo, em relação à participação de campeonatos e ao ato de *streamar* para seu público no seu canal da Twitch (Seula, 2017). Enquanto participa de campeonatos, brTT busca sempre manter a postura de foco, não fazendo caretas diante de situações que possam deixar ele frustrado

durante os jogos, e sua jogabilidade também é superior à das suas *streams*. Já nas *streams* o seu comportamento acaba sendo mais extrovertido e relaxado. Por se tratar de uma forma de se comunicar mais com o seu público/*chat* e também por ser uma forma do jogador achar mais entretenimento para o espectador, além de demonstrar o seu *gameplay* em si (Seula, 2017).

Existe também uma pessoa bastante conhecida no cenário *streaming*, não tanto quanto brTT, porém, que já alcançou grandes marcos como *streamer* e seu apelido é Jukes. Flávio “Jukes” Fernandes, 22 anos, é conhecido por ser um *streamer* da plataforma Twitch, lugar onde decidiu começar a *streamar* (Notargiacomo, 2019). Seu início de carreira aconteceu em meados de 2014, época onde se destacou pelo seu elevado *ranking* (colocação) entre os jogadores da fila ranqueada do LoL (Notargiacomo, 2019). Por atrair o público com o seu carisma e sua jogabilidade em suas *livestreams*, no ano de 2016 acabou sendo contratado pela Keyd Stars, uma das organizações brasileiras que fazem parte do E-Sports, sobretudo do League of Legends (Notargiacomo, 2019). Keyd Stars sendo um dos times profissionais, Jukes ficou encarregado de ser um dos reservas da equipe, atuou divulgando a marca da equipe seja em suas transmissões na Twitch ou em eventos oficiais (Notargiacomo, 2019). Flávio buscava deixar claro em alguns momentos que o seu foco não era se tornar um jogador profissional, e sim em crescer no cenário de *streaming* alvejando se tornar um dos melhores e maiores *streamers* do Brasil (Notargiacomo, 2019).

Já no ano de 2017, Jukes e mais 4 companheiros *streamers* fizeram parte de uma equipe, mas não era qualquer equipe, se tratava de um time novo (Notargiacomo, 2019). A Submarino Stars, time criado pelo próprio site de vendas online Submarino, a equipe foi montada com o intuito de entrar no cenário competitivo de League of Legends no Brasil (Notargiacomo, 2019). Além da sua ingressão em dois times, Jukes participou também de eventos promovidos pela Riot Games, empresa responsável pelo LoL (Notargiacomo, 2019). Um desses eventos ocorreu em 2018, o All-Star, neste evento estão presentes os maiores jogadores profissionais e *streamers* de cada região, dentre os convidados brasileiros a participar estavam Felipe “brTT” Gonçalves, Felipe “Yoda” Noronha, Jukes e Rafael “Rakin” Knittel (Notargiacomo, 2019). Devido a sua participação neste evento, houve uma proposta de contrato para Jukes fazer parte da organização americana de E-Sports, chamada Cloud9, onde passaria a fazer parte da equipe “academy”, que é a equipe secundária do time destinada a categoria base, onde também disputa campeonatos. Depois da sua junção ao time e logo em seguida, aos campeonatos, as transmissões dos jogos da equipe passaram a alcançar marcos importantes para a organização (Notargiacomo, 2019). Segundo Notargiacomo,

houve uma média de espectadores que multiplicou em até 11 vezes o seu número normal de transmissões de jogos, saindo de 5 mil espectadores para 56 mil, apenas pela presença do jogador brasileiro (Notargiacomo, 2019). Depois do seu período morando fora do Brasil por conta dos campeonatos, Jukes acabou voltando para o seu país de origem como *streamer* da Cloud9, fazendo ainda a divulgação do seu time com uso da camiseta do próprio e o símbolo da organização na tela de suas transmissões (Notargiacomo, 2019).

Além dos jogadores, é importante destacar também o Campeonato Brasileiro de League of Legends, sendo o maior campeonato regional de League of Legends do Brasil. Esse campeonato mais conhecido como CBLOL teve início em 2012, época em que o cenário competitivo se concretizou no país (Dallegrave, 2018). Ele é o campeonato em que estão presentes os melhores jogadores de cada região do Brasil, com exceção de outros jogadores do exterior que podem vir a completar ou não alguma equipe daqui (Dallegrave, 2018).

Com a expansão das mídias digitais, sobretudo as plataformas de *streaming*, acabou sendo criado um canal para a transmissão dos jogos do campeonato na plataforma Twitch, que por sinal também chama-se CBLOL. Atualmente conta com 1,2 milhões de seguidores no canal e realiza a transmissão de times tanto do academy - que é uma categoria inferior a do time normal, categoria base - e os times clássicos, que são compostos pelos jogadores mais experientes no cenário competitivo (Twitch, 2021). Neste canal não são permitidos tipos de discriminação, insultos ou qualquer ato que deixe outro espectador constrangido, também é proibido o spam - envio de muitas mensagens em um curto período de tempo - seja ele por palavras ou *emotes*. E por fim também é proibido a divulgação de *links* ou informações pessoais, dentre elas, contas, promoções, entre outros (Twitch, 2021). Todas essas regras do canal buscam promover uma maior segurança e conforto para o espectador para que ele possa desfrutar dos jogos sem ter que ficar incomodado com alguma atitude de outro espectador no *chat*.

CONCLUSÃO

A diversidade do mundo dos E-Sports é muito grande, todo esse trabalho não é o bastante para poder especificar o tanto de detalhes que eu queria expôr. Entretanto, é o suficiente para mostrar um pouco do cenário competitivo e a importância da plataforma de *live-streaming* que está por dentro dele, a Twitch.

O cenário competitivo brasileiro de LoL vai muito além do fato do jogador estar dedicando seu tempo ao jogo. Os jogadores precisam ter muita disciplina para poderem se destacar entre os melhores, precisam ter conhecimento sobre o jogo e aonde eles pretendem chegar jogando. Por se tratar de ser uma das maiores plataformas de *streaming* de jogos, senão a maior, foi possível destacar bastante elementos em relação a Twitch, como o acesso, comunicação, canais e interações entre *streamers* e *viewers*.

Uma das partes mais difíceis foi a busca por artigos que condizem com os objetivos específicos que eu pretendi apontar no trabalho, por se tratarem de temáticas muito recentes. Dentre os artigos, em específico os ligados a área de *streaming*. Conclui que o impacto que a plataforma *streaming* Twitch está diretamente ligada ao cenário de *games*, por se tratar de uma plataforma destinada a essa área. Devido a isso, ela acaba se aliando ao E-Sport, por conta das competições envolvidas dentro desses jogos. Pude concluir também que os jogadores acabam sendo influenciados por essas plataformas para que a sua imagem ou sua jogabilidade seja exibida para outras pessoas, a fim de crescer tanto na plataforma ou como jogador.

Este trabalho pode me proporcionar conhecimentos que eu jamais saberia se não buscasse a fundo sobre os temas descritos nele, como os termos mais comumente usados, datas e números de competições e audiência entre outros. Espero que também ajude outras pessoas de alguma forma, seja com fontes, citações ou com o próprio depoimento feito por mim. Levando em conta a expansão desse tema conforme o decorrer dos anos, o trabalho apresentado acima não atingiu os diversos pontos que não pude descrever, como outras plataformas de *streaming* além da Twitch ou até mesmo todos os campeonatos existentes no LoL. Minha perspectiva é que esse trabalho sirva de motivação para que outras pessoas busquem mais sobre o que são os E-Sports e como funciona esse cenário tão abrangente, tendo como parte desse cenário as plataformas de *streaming* e seus jogadores.

Referências

- ALMEIDA, A.V. E-SPORTS: A vida dos Cyber-atletas e suas relações de trabalho. 2018. Trabalho de conclusão de curso (Curso Técnico em Análises Clínicas) - Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio, Rio de Janeiro.
- DALLEGRAVE, Leticia. As performances no streaming de jogos. *In: SBGAMES*, 198092., 2019, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2019. p. 686 - 692. Disponível em:
<<https://www.sbgames.org/sbgames2019/files/papers/CulturaFull/198092.pdf>> Acesso em: 13 abr. 2021.
- IOSCOTE, Fabia. Mídia e e-Sports: o contexto midiático e a representação dos jogadores de esportes eletrônicos. 188266., 2018, Foz do Iguaçu. **Anais eletrônicos...** Foz do Iguaçu: Sociedade Brasileira de Computação, 2018. p. 968 - 971. Disponível em:
<<http://www.sbgames.org/sbgames2018/files/papers/CulturaShort/188266.pdf>> Acesso em: 13 abr. 2021.
- FONTES, Mário. League of Legends: como funciona o cenário competitivo do jogo. SporTV, 2019. Disponível em:
<https://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/league-of-legends-como-funciona-o-cenario-competitivo-do-jogo.ghtml> Acesso em: 27 jan, 2021.
- MONTARDO, S. *et al.* Consumo digital como performance sociotécnica: Análise dos usos da plataforma de streaming de games Twitch. **COMUN. MÍDIA CONSUMO**, São Paulo, v. 14, n. 40, p. 46-69, mai/abr. 2017.
<<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/1301>>
- NOTARGIACOMO, A. S. **Profissão Streamer: uma análise do comunicador Flávio “Jukes” Fernandes**. 2019. 68 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Relações Públicas) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015. Disponível em:
<<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/211975#:~:text=Por%20fim%2C%20Fl%3%A1vio%20%20E2%80%9CJukes%20%80%9D,defini%C3%A7%C3%B5es%20a%20wrespeito%20de%20consumo>> Acesso em 9 jan, 2021.

PEREIRA; S.K. O videogame como esporte: Uma comparação entre esportes eletrônicos e esportes tradicionais. 2014. Trabalho de conclusão (Bacharel em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília.

SCHULTZ, A. C. **PROJETADO PARA A TRANSMISSÃO COMO O JOGO LEAGUE OF LEGENDS É CONSTRUÍDO PARA SER JOGADO E TAMBÉM TRANSMITIDO**. 2017. 177 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social no Programa de Pós-graduação em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2017.

SCHULTZ, Camila. Fragmentação no Mercado de Jogos. *In*: SBGAMES, 2014, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2014. p. 1111 - 1118. <<https://www.sbgames.org/sbgames2014/papers/industry/full/303-industryfullpages.pdf>> Acesso em: 13 abr. 2021.

SEULA, R, S. **JOGANDO PARA VENCER E JOGANDO PARA ENTRETER: análise comparativa da performance do pro-player brTT de League of Legends em live streamings**. 2017. 87 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/177742#:~:text=A%20an%C3%A1lise%20comparativa%20se%20deu,e%20qualitativas%20de%20suas%20a%C3%A7%C3%B5es>>

TEIXEIRA,C ; JODAR,A. Conheça o “e-Ninho do Urubu” , o CT digital do time de e-sport do Flamengo. SporTV, 2018. Disponível em: <<https://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/conheca-o-e-ninho-do-urubu-o-ct-digital-do-time-de-e-sport-do-flamengo.ghtml>> Acesso em: 8 nov, 2019.

TWITCH. Twitch.tv, c2021. Página Centro de Imprensa. Disponível em: <<https://www.twitch.tv/p/press-center/>>

TWITCH. Twitch.tv, c2021. Página “Sobre”. Disponível em: <<https://www.twitch.tv/cblol/about>> Acesso em: 13 abr. 2021.

