



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - JORNALISMO

**Jornalismo e e-sports: uma análise da cobertura jornalística
aplicada a esportes eletrônicos no Brasil**

Christopher Sant'Anna Wilbert

Porto Alegre
2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

Jornalismo e e-sports:

uma análise da cobertura jornalística aplicada a esportes eletrônicos no Brasil

Christopher Sant'Anna Wilbert

Monografia apresentada à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Ruschel Träsel
Coorientadora: Prof. Me. Janaína Kalsing

Porto Alegre
2018

CIP - Catalogação na Publicação

Wilbert, Christopher Sant'Anna
Jornalismo e e-sports: uma análise da cobertura
jornalística aplicada a esportes eletrônicos no Brasil
/ Christopher Sant'Anna Wilbert. -- 2018.
66 f.
Orientador: Marcelo Ruschel Träsel.

Coorientadora: Janaína Kalsing.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Jornalismo,
Porto Alegre, BR-RS, 2018.

1. jornalismo. 2. e-sports. 3. ciberjornalismo. 4.
streaming. I. Träsel, Marcelo Ruschel, orient. II.
Kalsing, Janaína, coorient. III. Título.

AGRADECIMENTOS

À minha mãe, pelo eterno cuidado e amor que me deu força para continuar. À minha avó, pela orientação e carinho ímpares e inestimáveis de uma verdadeira mestra. Ao meu avô, pelas risadas, as broncas e os abraços dignos do melhor dos pais. Ao meu orientador Marcelo, por me aceitar e acreditar em mim nessa jornada. À Janaína, a melhor co-orientadora que eu poderia pedir. À Luciana, pelas experiências e ensinamentos inesquecíveis. E a todos que contribuíram, muito ou só com uma palavra de apoio, para que eu chegasse até aqui.

RESUMO

A pesquisa tem como objetivo avaliar e discutir o jornalismo dedicado aos esportes eletrônicos (e-sports), que se popularizaram rapidamente ao longo da última década, sendo no Brasil os principais expoentes da modalidade o League of Legends e o Counter-Strike. Visto que a indústria jornalística ainda reserva pouco de seus profissionais e espaços à cobertura e transmissão de eventos e acontecimentos dos e-sports, especialmente quando comparados a qualquer outra modalidade esportiva atualmente, se faz necessário, para o crescimento de ambos, leia-se o jornalismo e o cenário de e-sports brasileiro, uma caracterização do papel dos comunicadores e o estudo do mesmo, tendo em foco a produção de informações e programas mais adequados e criteriosos em um cenário ainda com profissionalização comunicacional mínima no país. Por meio da comparação entre o jornalismo esportivo tradicional e o jornalismo emergente de e-sports, bem como a segmentação do objeto e análise das características do ciberjornalismo (meio em que os e-sports possuem maior influência e recebem maior atenção midiática por meio de streaming e sites especializados), esta monografia busca elucidar os pormenores, desafios e possibilidades do uso de princípios e conhecimentos jornalísticos para a evolução da comunicação jornalística nos e-sports. Os resultados mostram que há muito em termos de interatividade e utilização das ferramentas disponíveis no meio virtual a ser explorado nos e-sports pelos profissionais de jornalismo, e que o cenário precisa do estudo e profissionalismo dos jornalistas para que tal potencial seja transformado em novos modelos e conhecimentos para a profissão e a audiência.

Palavras-chave: e-sports, ciberjornalismo, jornalismo esportivo, streaming.

ABSTRACT

The purpose of this research is to evaluate and debate the journalism dedicated to electronic sports (e-sports) which became rapidly popular in the last decade, having in Brazil as main exponents of this genre League of Legends and Counter-Strike. Due to the few professionals and little attention given to coverage and broadcasting of events and activities related to e-sports, especially when compared to any other sports category, it becomes necessary both for Brazilian journalism and for Brazilian e-sports, a characterization of the communicators role and a study of it, focusing on production of information and more suitable programs in a scenario with a minimal communication professionalization in the country. Comparing traditional journalism and the emerging e-sports journalism, as well as the segmentation of the object and analysis of cyberjournalism's characteristics (means where e-sports have more influence and receive more media attention through streaming and specialized Internet sites), this paper seeks to elucidate the details, challenges and possibilities of using journalistic principles and knowledge to develop the journalistic communication in e-sports. Results show a lot of interactivity and usage of virtual tools to be exploited in e-sports by journalism professionals, and the scenery needs studying and professionalism from journalists so that such potential be transformed in new models and knowledge for both professionals and audience.

Keyowrds: e-sports, cyber journalism, sports journalism, streaming.

LISTA DE IMAGENS

| | |
|---|----|
| Imagem 1: Página de notícias de e-sports da ESPN em 19/11/2018 | 5 |
| Imagem 2: Página inicial do site Mais E-sports em 19/11/2018 | 5 |
| Imagem 3: Partida de Warcraft III em andamento | 18 |
| Imagem 4: Partida de Defense of the Ancients (DotA) em andamento | 19 |
| Imagem 5: Mapa atual de Summoner's Rift em 2018 | 21 |
| Imagem 6: Disputa entre ComPlexity e OpTic bo3 - Campeonato CS Summit, quartas de final | 25 |
| Imagem 7: Quartas de final do Campeonato Mundial de League of Legends | 31 |
| Imagem 8: Estatísticas de partida - Campeonato Mundial de League of Legends | 40 |
| Imagem 9: Ken aparando um dos 15 chutes de Chun-li durante o Momento 37 | 49 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1: Proporção de domicílios com internet por velocidade em 2012 | |
| 11 | |
| Gráfico 2: Proporção de domicílios com internet por velocidade em 2017 | 12 |
| Gráfico 3: Proporção de domicílios com internet de 3Mbps ou mais 2017 | 14 |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 1 |
| 2 DE GAMES A E-SPORTS | 8 |
| 2.1 BANDA LARGA NO BRASIL | 10 |
| 2.2 STREAMING - DIRETO DA INTERNET | 13 |
| 2.3 INFORMAÇÕES ON-DEMAND | 15 |
| 2.4 MOBA – ARENAS VIRTUAIS | 17 |
| 2.4 ESPORTES ELETRÔNICOS | 20 |
| 2.4.1 LEAGUE OF LEGENDS | 20 |
| 2.4.2 COUNTER-STRIKE: GLOBAL OFFENSIVE | 22 |
| 3 OS E-SPORTS E O JORNALISMO PROFISSIONAL | 26 |
| 3.1 JORNALISMO PARA UM NOVO ESPORTE | 28 |
| 3.2 PLATAFORMA: ONDE O JORNALISMO ATUA | 29 |
| 3.2.1 PAPEANDO COM A AUDIÊNCIA | 30 |
| 3.2.2 NOVOS NÍVEIS DE INTERAÇÃO | 34 |
| 3.3 FORMA: COMO FAZER JORNALISMO PARA E-SPORTS | 37 |
| 3.3.1 CIBERJORNALISMO EM EVOLUÇÃO | 37 |
| 3.3.2 O CIBERJORNALISMO NAS TRANSMISSÕES DE E-SPORTS | 39 |
| 3.4 CONTEÚDO: O QUE OS E-SPORTS EXIGEM DO JORNALISMO | 44 |
| 3.4.1 TRADUZINDO AÇÕES NOS ESPORTS | 46 |
| 3.4.2 A IMPORTÂNCIA DE COMPREENDER A AÇÃO VIRTUAL: DAIGO PARRY | 48 |
| 3.4.3 NOMENCLATURA E MAESTRIA DO ESPORTE ELETRÔNICO | 50 |
| 4 CONCLUSÃO | 53 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 55 |
| GLOSSÁRIO | 57 |

1 INTRODUÇÃO

Desde 1993, o canal americano ESPN transmite campeonatos de TCGs (jogos de cartas de fantasia) e vídeo-games como Street Fighter e Tekken nos Estados Unidos e na Europa. Porém, foi apenas em 2012, com a popularização da banda larga e do streaming de conteúdo, especialmente via Twitch (plataforma online de transmissão multimídia ao vivo), que os esportes eletrônicos, mais conhecidos como e-sports, ganharam popularidade mundial e atraíram a atenção de diversas pessoas e empresas de TV, nacionais e internacionais. É o caso, no Brasil, de emissoras como a SporTV, que desde 2017 transmite os campeonatos nacionais e internacionais de League of Legends e Counter-Strike. No início de fevereiro de 2018, o ex-jogador Ronaldo Nazário anunciou a entrada na sociedade do CNB, tradicional time de e-sports, juntamente com os sócios André Akkari e Igor Trafane Federal. Na ocasião, Ronaldo ressaltou que “os jogos eletrônicos são tendência no mundo inteiro e, no Brasil, são uma febre.”

Com este cenário em rápida expansão comercial, o jornalismo esportivo logo se viu compelido a aceitar a existência e influência dos e-sports, com análises, páginas dedicadas ao assunto em seus sites e transmissões esporádicas com foco no cenário eletrônico. Porém, até hoje, pouco se avalia no Brasil o que é necessário para a cobertura dos eventos e partidas desta modalidade, cujos principais exemplos são jogos velozes e focados em estratégia e simulação de batalhas entre times adversários. Aliado a isso, pouco se sabe sobre o que de fato diferencia, do ponto de vista jornalístico, a transmissão de um esporte tradicional para um virtual. Um dos principais exemplos disso é a escassa quantidade de trabalhos e artigos abordando essa modalidade esportiva, com um olhar jornalístico, e o número ínfimo de profissionais do ramo no Brasil, especialmente em funções como narração e comentários durante transmissões.

Conforme a internet se popularizou, mais e mais pessoas se voltaram para o âmbito virtual para obter informações, realizar tarefas e buscar entretenimento. Com sites como Netflix popularizando a transmissão ao vivo de conteúdo (*streaming*), não é surpresa que logo emissoras de TV e outros sites de streaming comesçassem a diversificar as opções e categorias dos conteúdos transmitidos, e poucos fizeram

tanto sucesso com o público jovem quanto o streaming de jogos eletrônicos competitivos.

Porém, a rápida popularização do *streaming* de games deu lugar a um vácuo no âmbito profissional: muitos campeonatos e embates a nível profissional ocorriam e eram transmitidos principalmente via Twitch TV (site dedicado ao *streaming* de jogos eletrônicos), mas quase nada além das informações na tela e um tímido narrador era levado aos espectadores. Num cenário inexplorado e expansivo como este, entendemos que seria natural uma rápida resposta por meio da comunidade jornalística em profissionalizar o mesmo. No entanto, como é o caso dos objetos de estudo deste trabalho, os locais de trabalho raramente são ocupados por jornalistas brasileiros, com âncoras e comentaristas oriundos de canais no YouTube e blogs pessoais, e poucos programas de TV e sites dedicam espaço e jornalistas ao assunto. Isto, se dedicam. Na nossa avaliação, o jornalismo brasileiro ainda não aborda os e-sports como modalidade esportiva tanto quanto poderia.

Assim sendo, o propósito desta pesquisa é buscar uma maior compreensão sobre o jornalismo de e-sports, a fim de elucidar as principais características atuais do jornalismo de e-sports online sob forma de análise de cobertura, bem como os principais desafios de abordar o assunto com a elaboração de possíveis mudanças, sugestões e soluções provindas desta análise. O objetivo secundário, portanto, é elucidar como e por que o jornalismo esportivo poderia mudar para se adaptar melhor aos e-sports e dedicar profissionais aos desafios de se transmitir e informar sobre essa modalidade inovadora, versátil e única de esportes: os virtuais.

Com base nisso, o trabalho se inicia a partir do estabelecimento de um estado da arte dos esportes virtuais, com o estabelecimento de aspectos técnicos que possibilitaram sua ascensão de entretenimento pessoal a esportes eletrônicos, e da abordagem jornalística para com os mesmos. Os e-sports utilizados como padrão para a primeira etapa da análise foram escolhidos por sua popularidade no país e pela influência dos atletas brasileiros no âmbito internacional, respectivamente, sendo eles o League of Legends e o Counter-Strike: Global Offensive. Para contrastar e estabelecer características e paralelos com o que é conhecido do jornalismo esportivo no país, serão observadas características de transmissões e conteúdo jornalístico esportivo de futebol.

Não é novidade que o Brasil é conhecido há tempos como o país do futebol. Pentacampeão, lar do Rei do Futebol, Pelé, e um dos maiores exportadores de jogadores profissionais, o país é um local no qual falar sobre jornalismo esportivo é quase sinônimo de discutir jogos e notícias de futebol. A tal ponto que, por vezes, nos esquecemos que o Brasil também é um nome respeitado internacionalmente em outros esportes, como, por exemplo, o vôlei.

Entretanto, o mercado esportivo brasileiro (e, por consequência, a mídia brasileira) se volta regularmente para o futebol, tanto por sua popularidade quanto por sua lucratividade: falar de futebol é interessante para o público e, portanto, prende sua atenção. Atesta a isso a quantidade de divisões, campeonatos e times profissionais, semi-profissionais e amadores do país: em 2017, segundo o site Terra, o Brasil registrou 662 times de futebol entre 26 campeonatos estaduais, e houve até um debate com a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) para a criação de uma Série E do Campeonato Brasileiro. É tão interessante para o povo brasileiro (e lucrativo para as empresas jornalísticas) que grande parte dos telejornais incluem notícias sobre o futebol em seu bloco de reportagens esportivas como reportagem fixa e adicionam notícias esporádicas de outros esportes. É o caso, por exemplo, do *Jornal do Almoço*, da **RBS TV**¹, que diariamente apresenta reportagens sobre os times de Porto Alegre (Internacional e Grêmio), invariavelmente. A fagocitose futebolística na programação jornalística é um fenômeno constante. E, enquanto o jornalismo esportivo tradicional foca no esporte de maior influência midiática, os atletas brasileiros de outras modalidades recebem menos atenção e renome em sua grande maioria.

Um dos principais indicadores deste fenômeno é a quantidade de programas de debate sobre o esporte nos canais dedicados ao jornalismo esportivo, como SporTV, Band Sports e ESPN. O formato “mesa redonda”, criado por Luiz Mendes e Walter Clark em 1963 na TV Rio, se tornou uma constante com programas como Troca de Passes, Encontro de Craques e Bate-Bola. Como diz Bretones (2017, pág. 22), o formato:

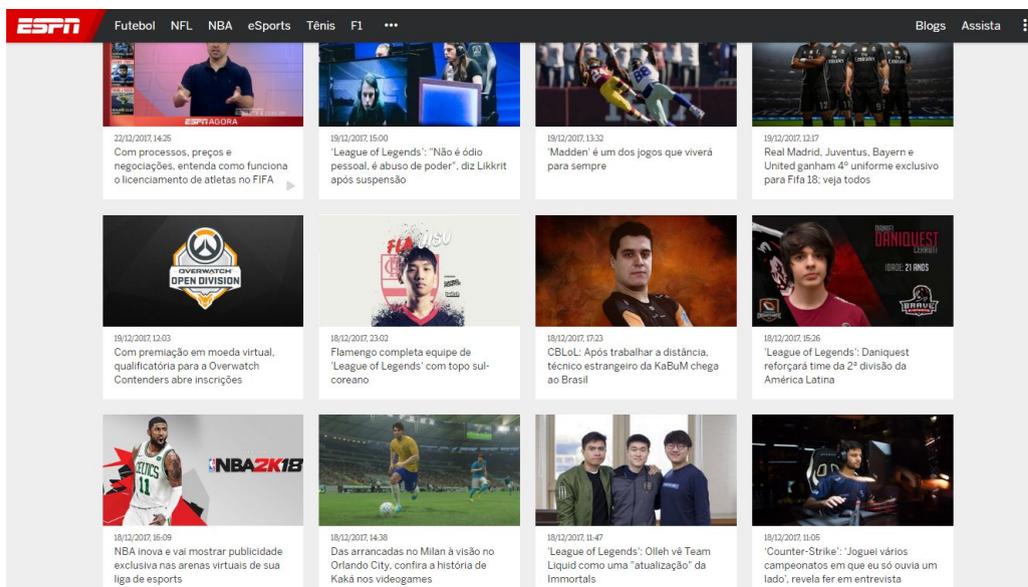
¹ <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/>

(...) se assemelha àquele estilo de jornalismo clássico, em que os jogos de futebol não eram narrados como mecânicos, e sim como espetáculo e show. Os jogadores também não eram vistos como peças de um tabuleiro, mas sim como heróis e reis (como o rei Pelé). O que se pode afirmar hoje em dia, sem julgar estas mudanças como positivas ou negativas, é que as mesas-redondas passaram a ser programação quase que obrigatória em emissoras que fazem cobertura esportiva.

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 e-sport em 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. O time profissional do e-sport nominado SK Gaming já foi composto inteiramente por brasileiros que até hoje competem no cenário mundial, como Gabriel “FalleN” Toledo, Fernando “fer” Alvarenga e o ganhador do prêmio Melhor Atleta de E-sports 2016, Marcelo “coldzera” David.

Apesar de possuírem renome internacional desde os campeonatos de CS 1.6, os atletas de CS:GO raramente são foco de notícias no Brasil, especialmente comparado à atenção midiática que os sites de notícias esportivas dão ao cenário de LoL. Observando as imagens abaixo, a desproporção é aparente: o League of Legends domina até mesmo sites especializados em e-sports.

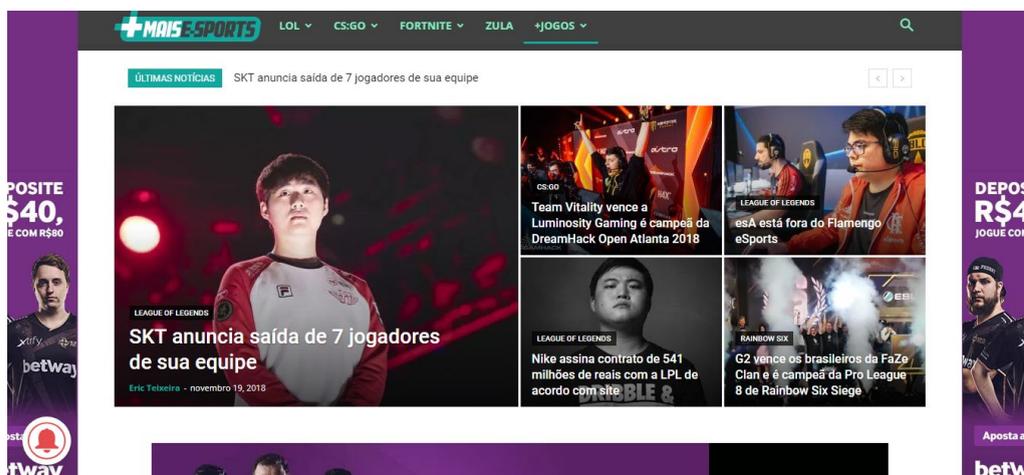
Imagem 1: Página de notícias de e-sports da ESPN em 19/11/2018.



Fonte: Captura de tela do site.

O mesmo fenômeno é observado em sites dedicados ao tema, onde o League of Legends sempre figura diariamente entre as manchetes. Em geral, similar aos esportes, não só eventos esportivos mas também reportagens e entrevistas sobre e com atletas de e-sports são realizadas e publicadas em tais sites. Vale notar que a quantidade de reportagens sobre o Counter-Strike é muito menor, o que evidencia a abordagem da mídia atual com relação aos e-sports: o foco é tão grande no League of Legends que ofusca os acontecimentos e notícias de outros e-sports.

Imagem 2: Página inicial do site Mais E-sports em 19/11/2018.



Fonte: Captura de tela do site.

Recentemente, por exemplo, a Gillette anunciou o Gillette Ult, um programa estilo reality show focado em jogadores de LoL em um espaço de treinamento com monitoramento 24 horas, em estilo “reality show” Big Brother Brasil, o que é mais um fato que evidencia a influência e o alcance do jogo no país, e como a mídia está inovando e explorando este novo modelo de esporte e a popularidade entre o público brasileiro para atrair a audiência. A questão que suscita, porém, é se isto não seria um prejuízo, a longo prazo, para o cenário brasileiro de e-sports. Afinal, com a ampla predominância, o League se torna o maior expoente do mercado e diminui o espaço de outros jogos, e, conseqüentemente, sua relevância para os espectadores e mercado doméstico.

Além disso, apesar de ser um mercado em expansão e notavelmente lucrativo, as transmissões de e-sports no Brasil ainda são realizadas por profissionais de outras áreas, o que, independente da qualidade de seu trabalho, evidencia que, por alguma razão, os jornalistas ainda não ocupam o espaço de narradores e comentaristas nesta modalidade, diferente de praticamente todos os outros esportes onde pelo menos o narrador é um profissional da comunicação.

Paulo Vinicius Coelho (2004, contracapa), falando sobre o jornalismo esportivo brasileiro, elabora que:

Talvez não haja área do jornalismo tão sujeita a intempéries quanto a cobertura de esportes. O profissional enfrenta o preconceito dos próprios colegas, que consideram uma editoria menos importante, e também do público, que costuma tratar o comentarista ou repórter esportivo como ‘mero palpiteiro’.

O e-sport, sendo um esporte virtual, sofre de uma situação similar, mas combinada ao fato de que o e-sport é, em primeiro lugar, um jogo eletrônico; competitivo, sistematizado e, agora, profissionalizado, sim, mas continua sendo um jogo eletrônico. Pereira (2014, pág. 20) define que:

De maneira geral, esportes eletrônicos são videogames que podem ser jogados competitivamente. Não se restringem somente a jogos eletrônicos de esporte, como a série FIFA de futebol ou a Madden de futebol

americano. Abarcam gêneros de tiro (FPS), estratégia (RTS) e arenas de batalha (MOBA).

Esta variedade gera, entre outras consequências, uma barreira para o entendimento de o que são os e-sports para aqueles que não os acompanham ou não se interessam inicialmente por jogos de videogame, e isto, aliado às intempéries do jornalismo esportivo de Coelho, origina um obstáculo ainda maior para o surgimento de jornalistas brasileiros especializados no meio.

Entretanto, para melhor compreendermos o funcionamento da mídia e do jornalismo esportivo com relação aos mencionados esportes tradicionais (como futebol e vôlei) e os emergentes virtuais (LoL e CS:GO), de forma a avaliar as abordagens do jornalismo brasileiro para com o cenário de e-sports no país e construir hipóteses que auxiliem na sua evolução, é necessário observá-las sob critérios similares e partindo de pontos semelhantes. Portanto, a TV será comparada ao *streaming*, pois ambos são mídias primariamente audiovisuais, ainda que o *streaming* possua o texto de uma forma única devido à multimidialidade da internet, como será visto mais adiante. Como foco principal, porém, estará o mesmo *streaming*, já que se trata de uma mídia ainda pouco explorada pelos jornalistas e emissoras.

Será, então, elaborado um panorama dos e-sports no Brasil, seguido de uma análise das coberturas jornalísticas atuais e dos profissionais atuantes no meio e, por fim, seguirão a análise segmentada deste mesmo cenário, onde serão utilizados conceitos definidos por Carlos Schinner (2004) e Antônio Alcoba (1979) para a elucidação das características combinadas do jornalismo esportivo e webjornalismo, onde serão encontrados também autores como Henry Jenkins (2009), João Canavilhas (2014) e Luciana Mielniczuk (2001).

2 DE GAMES A E-SPORTS

À medida que a indústria de jogos eletrônicos se desenvolveu, os *games*² deixaram de ser limitados aos simples modelos e mecânicas de Tetris (onde o jogador deve empilhar e encaixar peças que caem pelo maior tempo possível) ou Pong (onde dois jogadores sobem ou descem blocos para simular raquetes em uma partida de ping pong), e adquiriam profundidade que hoje inspiram livros, filmes e séries em diferentes meios e plataformas. Negroponte (1995) dizia que “à medida que os jogos foram se instalando em PCs pessoais mais poderosos, assistiremos ao surgimento de mais ferramentas de simulação (...), e de jogos mais ricos em informação.” (pág. 195). Com a evolução das plataformas e da tecnologia, os jogos se tornaram mais complexos, seja ao exigirem maior entendimento do seu universo e funcionamento, seja ao criarem uma imersão mais crível e compreensível ou em necessitarem de mais dedicação para obter um nível avançado de controle sobre suas mecânicas e jogabilidade.

Neste âmbito, a combinação de complexidade, percepção, exigência motora e conhecimento de mecânicas dá origem a um solo fértil para a criação de estratégias e jogadas dentro destes ambientes virtuais, e uma das categorias que se provou muito capaz de explorar este cenário de forma comercial foram os e-sports. No Brasil, os dois mais influentes e-sports atuais representam bem as características do meio: League of Legends e Counter Strike:Global Offensive.

Visto que esses jogos são atuais e possuem não apenas características singulares como também provém e pertencem a estilos diferentes de jogos, uma explicação mínima de ambos se faz relevante para possibilitar futuras análises de seus impactos, influências e exigências.

O League of Legends (conhecido popularmente como LoL) é um jogo competitivo do gênero MOBA,³ lançado em 2009 para sistemas Windows e Mac pela empresa inglesa Riot Games. O jogo surgiu inspirado em uma versão modificada de um jogo anterior, Warcraft III, e desde então foi responsável por popularizar o gênero

² Expressão em inglês que significa “jogos”, mas é muito usada, mesmo no Brasil, como gíria para “jogos virtuais”.

³ Ver capítulo “MOBA - Arenas Virtuais”

e grande parte da comunidade de e-sports pelo mundo. Em 2016, a final do campeonato mundial de League of Legends chegou a ter 43 milhões de espectadores únicos simultâneos, superando em 12 milhões o número de espectadores da final da NBA do mesmo ano, e concedendo 6,7 milhões de dólares ao time vencedor⁴. No mesmo ano, a final do Campeonato Brasileiro de League of Legends (CBLOL) contabilizou 10 mil espectadores no Ginásio do Ibirapuera, em São Paulo, com ingressos esgotados, e mais de 1 milhão de espectadores acompanharam os jogos em fan fests, salas de cinema ou mesmo o estádio Arena das Dunas, em Natal⁵.

O Counter-Strike (CS) é velho conhecido dos brasileiros: lançado comercialmente em 2000, o jogo rapidamente cresceu em popularidade, sendo considerado um dos mais influentes jogos por sites especializados como IGN e Metacritic. No Brasil, o jogo é lembrado pela popularidade na época das lan houses, e foi um dos e-sports pioneiros no país e no Ocidente, o que é uma das razões para tantos atletas de CS no Brasil possuírem experiência e renome dentro e fora do país. Entretanto, o jogo possui pouco espaço na mídia e será referido menos vezes do que o League of Legends durante esta monografia.

Para melhor avaliar como o jornalismo de e-sports chegou ao momento atual, é importante compreendermos um pouco como e por que jogos como League of Legends e Counter-Strike atingiram este patamar que os diferencia de jogos eletrônicos casuais, como Super Mario e Legend of Zelda. Se considerarmos o período de 2012 até 2018 no Brasil, momento em que e-sports mais se popularizaram no país, podemos elucidar alguns pontos que, em primeiro lugar, justificaram e possibilitaram esta repentina popularização dos e-sports, que, por sua vez, atraíram a atenção da grande mídia. Como o futebol na década de 1950, quando Getúlio Vargas percebeu sua popularidade e o utilizou como forma de

⁴ Informações:

<https://jogos.uol.com.br/ultimas-noticias/2016/12/07/audiencia-da-final-mundial-de-lol-supera-numeros-da-decisao-da-nba-2016.htm>

⁵ Informações:

<http://mycnb.uol.com.br/noticias/4475-final-do-cblol-2016-teve-mais-audiencia-na-tv-do-que-em-streams>

incentivar o patriotismo, os e-sports permearam o público de forma sutil, ao ponto de serem patrocinados e levados ao patamar profissional que se encontram hoje.

Equipes como KaBuM! E-sports e Flamengo eSports, durante o evento da final do Campeonato Brasileiro de League of Legends subiram ao palco ao som de “É só um joguinho”, música original do rapper Emicida para a final do e-sport, no Auditório Araújo Vianna, em Porto Alegre. Tal fato demonstra o quanto foi investido e aprimorado no cenário dos esportes digitais no Brasil, ao ponto de uma equipe de futebol investir e criar seu próprio time de e-sports, e um músico de renome no país ser contratado para criar uma música específica para as partidas finais do campeonato.

Porém, nada disso teria acontecido sem o cenário propício, desenvolvido ao longo de vários anos. Mesmo realizando um recorte de seis anos, é aparente que determinados fatores contribuíram para o crescimento do cenário, sendo eles, principalmente: a **popularização da conexão banda larga**, o **surgimento de plataformas próprias para a transmissão de entretenimento virtual ao vivo (streaming)**, o **surgimento do gênero MOBA** e a **criação do modelo de consumo de informações *on demand* (sob demanda)**. Esta pesquisa inicia-se, portanto, com uma breve retrospectiva e análise de cada um destes fatores, na tentativa de explicar por que são relevantes para o cenário e o modelo de jornalismo de e-sports atuais.

2.1 BANDA LARGA NO BRASIL

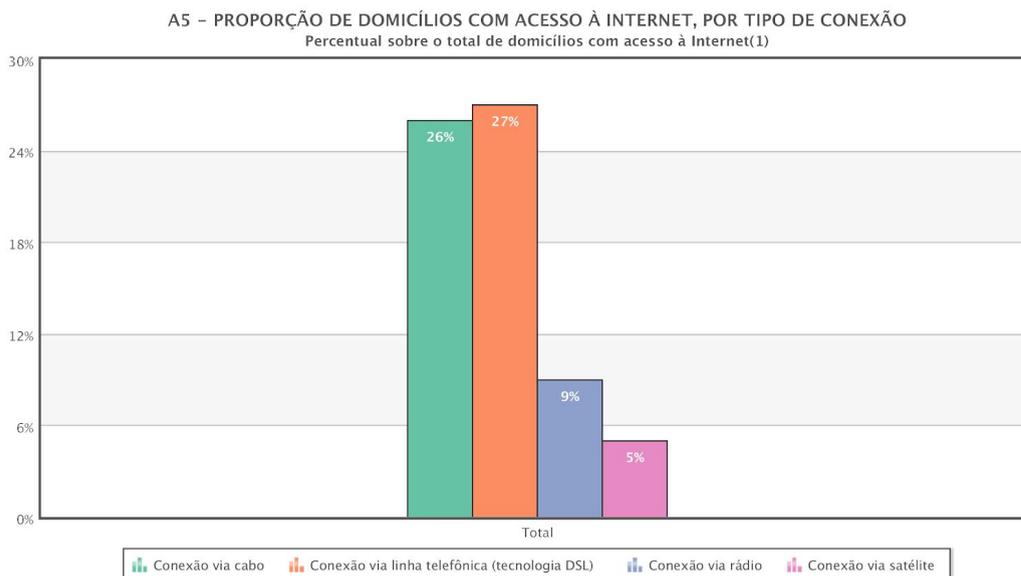
A internet banda larga possui definições variadas de acordo com as regras dos países. No Brasil, é comum utilizarmos o termo para definir conexões de alta velocidade, isto é, que permitem maior tráfego de dados em um espaço curto de tempo, medido em kilobytes por segundo (Kbps). Porém, também implica uma conexão constante 24 horas, diferentemente das discadas, que, por utilizarem sistemas como o popular Digital Subscriber Line (DSL), dependiam de linhas telefônicas e necessitavam de uma solicitação manual feita pelo usuário cada vez que este quisesse se conectar à web.

Canavilhas (2014, pág. 3), ao abordar o *webjornalismo*, comenta sobre a evolução das conexões no Brasil:

Com as ligações dial-up iniciais de 14.4k, por exemplo, aceder a uma imagem demorava demasiado tempo. Apesar da gradual melhoria das velocidades na internet, só com a banda larga se tornou viável oferecer conteúdos mais exigentes, nomeadamente o vídeo.

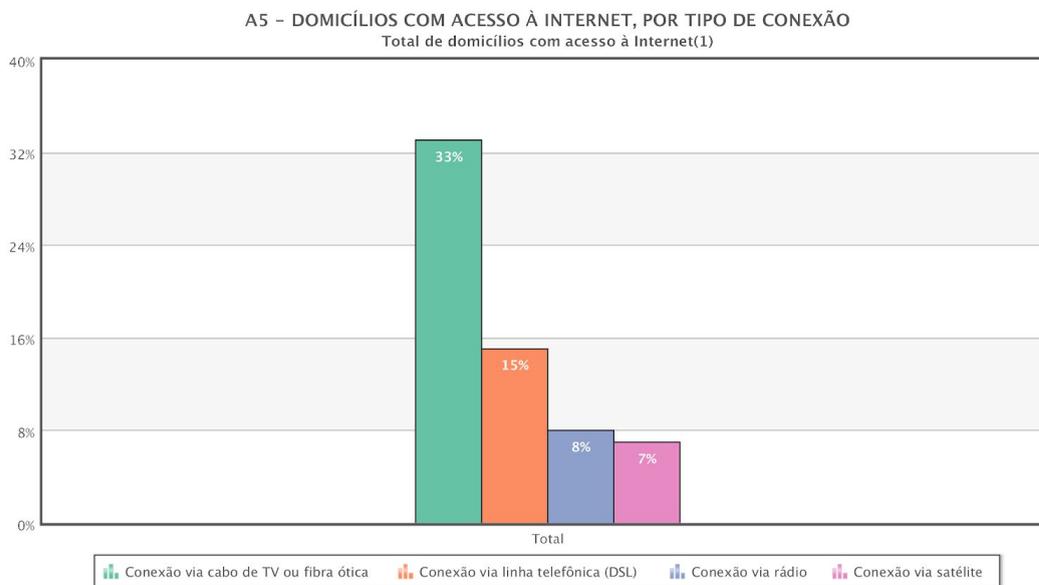
Por se comunicarem por satélites e cabos dedicados, conexões banda larga permanecem ativas indefinidamente, e permitem tráfego de dados acima do limite de 56Kbps das conexões DSL. Segundo dados do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC, 2012), as conexões por cabo, mais estáveis e com maior capacidade de transmissão de dados, cresceram gradualmente desde o início da segunda década dos anos 2000, tornando-se o modelo preferido de conexão no país até o ano de 2017, como mostram os gráficos abaixo:

Gráfico 1:proporção de domicílios com internet.



Ano: 2012. Fonte: CETIC

Gráfico 2: proporção de domicílios com internet



Ano: 2017. Fonte: CETIC

Como mostra o gráfico 1, a internet por linha telefônica (DSL) ainda predominava, mas ao longo dos 5 anos seguintes, como demonstra o gráfico 2, a internet por cabo superou rapidamente os números das antigas conexões DSL. Com esta popularização, mais pessoas conseguiram acessar a internet de forma mais estável e consistente, já que a possibilidade de conexão é imediata contanto que se consiga comunicação com o aparelho de comunicação da rede (e.g.: roteador, modem).

Com esta estabilidade, baixar arquivos grandes, como, por exemplo, multimídia, tornou-se mais fácil e comum, já que a conexão se tornou menos propensa a falhar e gerar cancelamentos ou erros nos *downloads*⁶. Com efeito, a possibilidade de *download* constante de dados gerou a popularização do *streaming*, que abre a possibilidade de assistir a vídeos e transmissões ao vivo utilizando a internet.

⁶ Palavra em inglês que significa copiar um conteúdo da internet para um dispositivo.

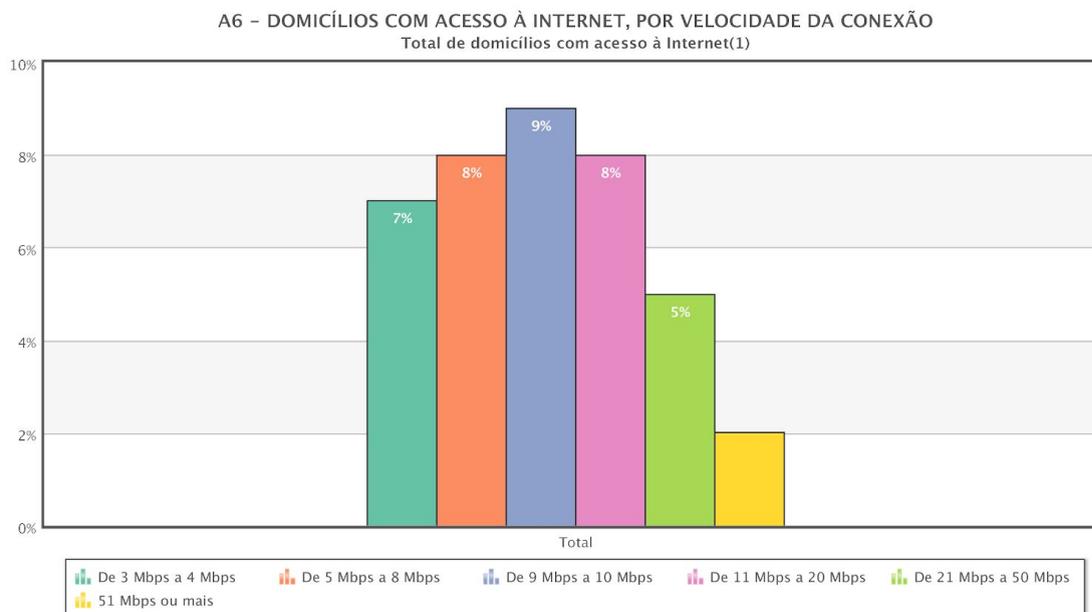
2.2 STREAMING - DIRETO DA INTERNET

Antes de avançarmos, é importante definir o que é *streaming*. Trata-se de uma flexão verbal do substantivo *stream* (córrego, riacho), que significa “transmissão/fluxo de dados”. Tomou forma com a chegada da banda larga, pois refere-se, como implica o nome, a um envio e recebimento constante de dados entre um ponto e outro, seja ele “ao vivo” ou provindo de um servidor de armazenamento de dados. Quando se trata de uma transmissão ao vivo, isto é, a captação, codificação, envio, recebimento, decodificação e, finalmente, consumo por parte do público em um intervalo de tempo curto ou desprezível (similar ao rádio e à TV), o processo é denominado “*live streaming*”; entretanto, comumente, ambos o *live streaming* e o *streaming* são utilizados para se referir à transmissão de conteúdo ao vivo pela internet.

Segundo o site oficial da Netflix, uma das mais lembradas e influentes páginas de *streaming* no mundo atualmente, a velocidade mínima para se assistir a um vídeo por *streaming* em Standard Quality (ou Standard Definition, de sigla SD, a qualidade de definição comparável à imagem comum de TVs digitais) é de 3 megabytes por segundo (Mbps). Isto é: para se assistir a um filme, série, documentário ou qualquer conteúdo de vídeo direta e instantaneamente pelos servidores de uma empresa, é necessário que exista um volume constante de transmissão de dados entre o banco de dados original (por exemplo, os servidores da Netflix) e o computador do requerente de, ao menos, 3 megabytes a cada segundo. Notamos, aqui, que *streaming* nesta qualidade não seria possível com a velocidade limitada em 56Kbps de uma conexão discada.

A seguir, são apresentados os números de 2017, segundo o CETIC, para a porcentagem de domicílios brasileiros com acesso à internet de 3Mbps ou mais.

Gráfico 3: proporção de domicílios com internet de 3Mbps ou mais.



Total de domicílios com acesso à Internet

(1) Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros - TIC DOMICÍLIOS 2017.

Fonte: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br).

Ano: 2017. Fonte: CETIC

Como mostram os dados obtidos pelo órgão no gráfico 3, o número de domicílios com internet capaz de suportar um serviço de *streaming* soma 39% do total, sem contar aqueles que conseguiriam acessar os serviços do tipo abaixo da qualidade SD. Tal número indica que uma quantidade significativa da população é capaz de assistir vídeos, ouvir músicas ou compartilhar dados instantânea e constantemente, o que é comparável (ou até mesmo superior), em termos de qualidade e resolução, a TVs, rádios e até cinemas.

Outro fator que atrai consumidores para o serviço é no quesito econômico: enquanto empresas como NET e Sky cobram valores que flutuam entre R\$ 70 e R\$ 105 por mês por pacotes de TV, a Netflix, por exemplo, cobra cerca de R\$ 20 por um pacote básico que garante acesso a uma galeria constantemente atualizada de programas e filmes em Standard Definition ou superior. Isso sem contar sites como Twitch, Periscope, YouTube, Dailymotion, Spotify e até redes sociais como Instagram, Facebook e Twitter, que oferecem serviços de *streaming* de graça ao obterem seu lucro pela venda de anúncios (e muitos utilizando o modelo de “serviço

premium” para oferecer uma mensalidade baixa ao consumidor para obter vantagens e remover tais propagandas de seus usuários), um modelo comum, por exemplo, no rádio. Porém, enquanto o rádio é limitado ao áudio e por área de alcance do sinal transmitido, plataformas de *streaming* são livres para acesso de qualquer um com conexão à internet (preferencialmente de alta velocidade, para manter uma qualidade comparável no conteúdo consumido) e podem abordar qualquer aspecto do espectro de conteúdos multimídia.

Com isso, é possível afirmar que existe a possibilidade de uma parcela da população migrar de serviços de comunicação e entretenimento “tradicionais” (televisão, rádio, comunicação auditiva) para serviços online como principal forma de consumo de informações. Tanto que, atualmente, é comum conversas, apresentações e até aulas fazerem referência a plataformas como Netflix, YouTube e Spotify, pela facilidade de acesso às mesmas e a capacidade de armazenamento e propagação de conteúdo provindas da flexibilidade do meio.

2.3 INFORMAÇÕES ON-DEMAND

Com a chegada da internet móvel (3G), o acesso à web tornou-se não só fácil e rápido, mas constante. Hoje, é comum utilizarmos nossos celulares para mais do que apenas ligações telefônicas, variando de tarefas como ver horas, temperatura e previsão do tempo, a localização em tempo real, comunicação por chat instantâneo e acesso a redes sociais. Devido a essa praticidade, aliada ao já comentado *streaming*, aos poucos surgiu no mercado um modelo de negócios que tirava proveito especialmente deste novo *status quo* que a internet, agora também móvel, produziu: os serviços on demand.

O termo, em inglês, significa “sob demanda”, e hoje este modelo de serviços abrange diversas áreas, como transporte, hospedagem, entretenimento e até gerenciamento bancário. A ideia parte do princípio que a demanda por algo é cada vez mais pessoal e específica, e a oferta, em resposta, é diversificada, adaptável e constante. Isto é: quando um consumidor decide que determinado serviço deve ser realizado de uma maneira, o sistema deve estar o mais preparado e pronto possível para atender a esta demanda.

Negroponete (1995, pág. 163-164), ao pesquisar os primórdios da vida digital há mais de 20 anos, identificou esta tendência e concluiu:

A informação por encomenda dominará a vida digital. Nós solicitaremos, explícita ou implicitamente, tudo o que quisermos e quando o quisermos. (...) Os modelos econômicos da mídia atual baseiam-se quase exclusivamente em “empurrar” a informação e o entretenimento para o público. A mídia de amanhã terá tanto ou mais a ver com o ato de “puxar”: acessaremos a rede e conferiremos o que há nela, da mesma forma como hoje fazemos numa biblioteca ou videolocadora.

Exemplos contemporâneos surgem facilmente: pacotes on demand de TV, como Pay-Per-View, Telecine On Demand e SporTV Premiere, ou aplicativos, como Uber e AirBnb, para transporte e hospedagem, Netflix e Youtube para vídeos, filmes e séries e Spotify para músicas e podcasts. Ainda que o modelo de “empurrar” a informação resista (e.g: programas de música no rádio), ele agora coexiste e, muitas vezes, compete com o modelo de “puxar” do on demand (e.g: o Spotify e outros serviços de músicas online).

O que o modelo permite, por exemplo, é uma personalização dos serviços, que se adaptam aos consumidores. Antes de sua existência, a norma para, digamos, se assistir a um jogo de futebol, era o consumidor precisar escolher entre pagar a entrada no estádio ou ficar refém da decisão das empresas televisivas transmitirem a partida. Hoje, além de pacotes específicos para torcedores de determinados times e de variadas classes econômicas, os serviços disponibilizam canais dedicados a cada partida, dando mais escolha ao contratante do pacote.

Porém, enquanto o modelo on demand cria mais opções e delega maior poder de escolha aos consumidores, ele também cria uma espécie de “zona de conforto” (no que diz respeito ao jornalismo), que pode se tornar prejudicial, especialmente no caso do compartilhamento de notícias e informações. Ao conferir tanto poder ao consumidor de escolher o que ele deseja consumir, observando aqui o exemplo da televisão, é possível, se não provável, que ele busque apenas aquilo que lhe interessa, excluindo todo o resto. Esta é a principal virtude do modelo original midiático: ele, via de regra, dificulta o surgimento dessas “bolhas”

informativas, auxiliando no contato entre espectadores e fatos que os profissionais do jornalismo consideram importantes.

Porém, retornando à análise do modelo on demand, ele cria mais opções e delega maior poder de escolha aos consumidores, mas, ao fazer isso, se torna refém de sua própria premissa, pois é um modelo que exige muita diversificação e abrangência de temas, de forma a se adequar às mais pontuais requisições por parte dos consumidores. Desta forma, o modelo se tornou mais popular na internet, onde os contratantes podem obter os dados de seus serviços instantânea e diretamente (por meio do *streaming* e compartilhamento possibilitados pela banda larga), e as empresas possuem maior liberdade para se modificar e expandir dentro dos temas necessários. É o caso, por exemplo, de empresas que nasceram no meio e seguindo esta lógica, como a Netflix, Twitch TV e o Spotify, mas cada vez mais o próprio jornalismo se volta para este modelo, desde jornais impressos a empresas de TV e rádio, como uma forma, por exemplo, de se adaptar às mudanças do mercado, reflexo de uma era onde a informação é cada vez mais rápida e requisitada.

2.4 MOBA – ARENAS VIRTUAIS

Não é de hoje que os videogames vem ganhando popularidade e espaço na mídia como fonte de entretenimento massivo. Jogos como Fortnite geraram, segundo a desenvolvedora do jogo (Epic Games, ANO), mais de 1 bilhão de dólares em vendas dentro do jogo, e campeonatos como o “The International”, de DotA 2, chegaram a pagar mais de 25 milhões de dólares aos vencedores. Porém, para entender como chegamos a estes números, é crucial observarmos um ponto de grande mudança na indústria, que gerou interesse de consumidores e investidores devido ao surgimento de um novo modelo de e-sport, o MOBA. Este modelo acabaria por cimentar os e-sports como um entretenimento real e estabelecer a base para o surgimento de um cenário competitivo mundial.

MOBA é a sigla para Multiplayer Online Battle Arena, que significa algo como “Arena de Batalha Online para Múltiplos Jogadores”. O gênero primeiro surgiu, ainda sem nome próprio, como um “mod” (termo para “modificação” ou alteração de um

jogo pré-existente por um ou mais indivíduos independentes e sem fins lucrativos, normalmente fãs ou entusiastas) de Starcraft, um jogo de estratégia em tempo real onde o objetivo é controlar e desenvolver uma civilização de forma a poder conquistar as vizinhas, controladas por outros jogadores. O mod foi batizado de Aeon of Strife e, à época, o jogo fez algum sucesso, servindo de inspiração para outro mod de outro jogo, Warcraft III. O produto final desta linha foi o jogo Defense of the Ancients (DotA), mod de Warcraft III lançado em 2002, e que deu origem ao termo MOBA.

Imagem 3: Partida de Warcraft III em andamento.



Fonte: <https://www.instant-gaming.com/pt/52-comprar-key-battlenet-warcraft-3-reign-of-chaos/>

É interessante observar que as características de Warcraft III foram adaptadas em DotA para o modelo de jogo que os modificadores buscavam, mas o jogo se manteve visualmente (e mecanicamente) muito parecido ao original, como mostra a imagem 2.

Imagem 4: Partida de Defense of the Ancients (DotA) em andamento.



Fonte: <https://www.mmogames.com/game/defense-of-the-ancients-dota/>

O MOBA (imagem 2) e seu jogo de origem (imagem 1) possuem essa semelhança visual notável em diversos aspectos: o ângulo da câmera sobre os personagens, a existência de um mini-mapa no canto inferior esquerdo da tela, o inventário e ações disponíveis no canto inferior direito e um bloco informativo no centro, com a imagem do herói controlado. É importante ressaltar que esse gênero manteve sua estrutura básica até os dias atuais, reflexo de sua origem nos jogos de estratégia dos anos 1990 (os já citados Starcraft e Warcraft III), mas, é claro, evoluiu para se adequar ao desenvolvimento tecnológico e à modernização dos próprios e-sports. Porém, todos os MOBAs que surgiram posteriormente tiveram seu início, de uma forma ou outra, em Defense of the Ancients.

Conforme a indústria de videogames cresceu, novas empresas foram surgindo e tentando a sorte com seus próprios jogos, inclusive nesse estilo. Porém, em 2009, foi lançado o principal expoente atual do modelo, e um dos jogos mais influentes do novo milênio: League of Legends, da Riot Games, que será um foco no capítulo a seguir.

2.4 ESPORTES ELETRÔNICOS

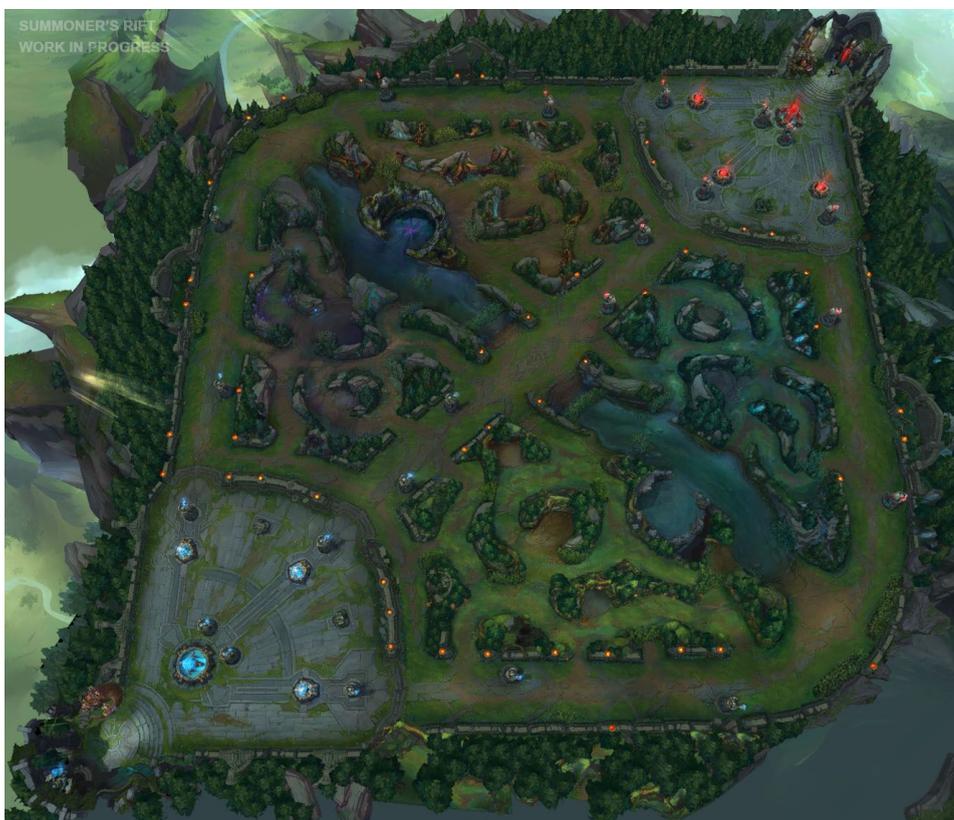
O que estes quatro fatores proporcionaram foi, enfim, um solo fértil para o crescimento do entretenimento dos esportes virtuais, mais conhecidos como e-sports. Por serem um gênero específico mesmo entre as categorias de jogos virtuais, caíram como uma luva no modelo on demand, pois atraem um público numeroso e interessado em aprender e se envolver no mundo imersivo dos jogos virtuais competitivos, como, por exemplo, os MOBAs. Além disso, o *streaming*, possível apenas pela existência da internet banda larga, contribui ainda mais para a popularização dos e-sports, ao não apenas prover plataformas para a transmissão de campeonatos e competições, mas também para criadores de conteúdo, profissionais ou amadores, na forma de sites como Twitch e YouTube (gratuito), expandindo as alternativas para os consumidores (conteúdo On Demand).

A proposta desta monografia, porém, é avaliar o jornalismo esportivo na web, e, por vezes, fora dela, com relação a dois expoentes do cenário de e-sports no Brasil, os já mencionados League of Legends e Counter-Strike, para correlacionar as dificuldades e particularidades de abordar os mesmos em comparação com os métodos e meios tradicionais. Convém, portanto, observar as principais características de ambos os *games*.

2.4.1 LEAGUE OF LEGENDS

Partidas de League of Legends consistem em uma disputa entre dois times no mapa mais conhecido e utilizado por padrão em campeonatos de LoL, chamado de Summoner's Rift. Cada time é composto por cinco jogadores, com cinco computadores por time. Cada atleta utiliza o seu próprio PC e seleciona um entre mais de cento e quarenta (até o momento) avatares virtuais, conhecidos no jogo como Campeões, com o objetivo final de destruir a base (chamada de Nexus) inimiga. Apesar da premissa simples, o jogo possui diversas mecânicas internas que tornam cada partida única, e as estratégias, diversas.

Imagem 5 - Mapa atual de Summoner's Rift em 2018.



Fonte: <http://www.surrenderat20.net/p/summoners-rift-update-preview.html>

Summoner's Rift é um terreno virtual quadrado (imagem), com três caminhos (chamados rotas) ligando as bases do time azul (canto esquerdo inferior) à do time vermelho (canto superior direito). Em intervalos regulares, ambas bases liberam pequenos personagens nas rotas conhecidos como tropas ou *minions*, que seguem em direção à base do oponente e servem, principalmente, para absorver golpes das estruturas defensivas que barram o caminho até a base.

Antes do início da partida, os jogadores de ambos os times podem escolher três Campeões e proibir seu uso naquela partida (em nível competitivo, este número sobe para cinco, totalizando dez Campeões banidos). Desta forma, os times buscam limitar possíveis estratégias fortes dos oponentes, ao custo de também dificultarem-nas para si mesmos.

Ao iniciar a partida, os Campeões ganham ouro e pontos de experiência por cada abate que conquistam, seja em avatares inimigos, estruturas de defesa ou tropas adversárias. Com estes recursos, os personagens adquirem habilidades

novas e aprimoramentos para as mesmas ao longo da partida, enquanto compram itens que os fortalecem em determinadas tarefas, como atacar, defender, se movimentar, curar, criar barreiras, entre outras. Em suma, conforme superam as defesas adversárias, obtêm vantagens e recursos para enfrentar as próximas.

Visto que o objetivo, o mapa e o sistema do jogo não variam, a maior complexidade do LoL vem do conhecimento prévio dos Campeões e suas capacidades e utilidades. Conforme o conhecimento dos mesmos cresce, pode-se fazer sentido daquilo que se joga ou assiste: qual projétil foi lançado por qual personagem e por quê, que efeito atingiu e qual o efeito visado, quais jogadores contam com mais vantagem e, portanto, são mais importantes em cada partida, entre outros indícios.

Analogamente, assistir ao League of Legends sem saber as funções de cada personagem seria o mesmo que assistir, por exemplo, futebol sem conhecer as funções de cada jogador: nos perguntaríamos por que havia alguém com uma camisa (normalmente) amarela que nunca encosta na bola, por que uma pessoa por time pode pegar a bola com as mãos, por que razão aquele jogador sempre cobrava escanteios, etc. Mas isso será melhor abordado mais adiante. O que importa é saber que é necessário se entender o que cada um pode fazer em um jogo para se avaliar suas possibilidades, e isso é imperativo em MOBAs como o LoL, onde cada Campeão é único, possuindo sua própria função e 4 habilidades que o limitam e caracterizam. A partir deste conhecimento, se constroem as noções e estratégias de jogo que tornam o League of Legends tão único e atrativo para sua legião crescente de fãs.

2.4.2 COUNTER-STRIKE: GLOBAL OFFENSIVE

Lançado originalmente como mais um mod de outro jogo, Half-Life, Counter-Strike tornou-se um ícone por si só após o sucesso da versão 1.6 do jogo, a mais comum e jogada até o lançamento de seu sucessor, Counter-Strike: Source. Posteriormente, Source foi seguido pelo atual e mais jogado Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO), que se tornou a versão do e-sport atual. Além de pequenas melhorias no departamento visual e na jogabilidade, os sucessores do CS original

eram basicamente o mesmo jogo, mas agora melhor adaptados para competições online e globais. O modelo, porém, permaneceu o mesmo, o que tornou fácil para os fãs a transição de seus conhecimentos e sua experiência do 1.6 para o Source e, então, CS:GO.

As partidas de Counter-Strike podem variar em objetivos, modelos de jogo e tamanhos de times, mas o mais comum (e o que será referido como norma durante este trabalho) é o modelo competitivo de CS:GO, que consiste em 30 rounds por partida entre dois times de 5 jogadores. Cada jogador, assim como no LoL, possui seu próprio PC e controla um personagem no jogo.

Diferentemente do LoL, que se ambienta em um mundo de fantasia, o CS retrata e simula embates entre terroristas e contra-terroristas, conhecidos, no jargão do jogo, como TR (terroristas) e CT (contra-terroristas). Esta mudança caracteriza dois fatores que facilitam aos espectadores o ato de assistir a uma partida de CS em relação aos e-sports de fantasia, como LoL e Starcraft: a conexão com o real e a compreensão do jogo.

A premissa original de vários jogos virtuais é simular algo: seja um mundo expansivo de fantasia, um labirinto com fantasmas ou mesmo duas raquetes e uma bola. De fato, existe toda uma vertente de estudos sobre a questão da simulação nos jogos, questão que autores como Clark Aldrich e Jean Baudrillard abordam em seus textos. Entretanto, para os propósitos desta análise, será considerado que alguns jogos se focam o suficiente em simular uma situação real que mesmo alguém que desconhece ou não está acostumado com jogos de videogame pode compreender o que se passa na tela em um instante. É o caso, por exemplo, com jogos de corrida como a série Forza, de futebol como a série Fifa ou até de luta com elementos surreais como Street Fighter. Counter-Strike se encaixa neste perfil de simular o real não só pela ambientação, com cenários baseados em locais como cidades, hangares e vilarejos, mas pela caracterização dos personagens e a visão em primeira pessoa.

Durante uma transmissão de CS, o espectador pode ver praticamente o mesmo que o jogador olha na sua tela, isto é, uma simulação da visão pelos olhos do avatar virtual, com suas mãos na parte inferior da tela e segurando algum tipo de arma. Alternativamente, pode ver as jogadas de algum ponto decidido pela

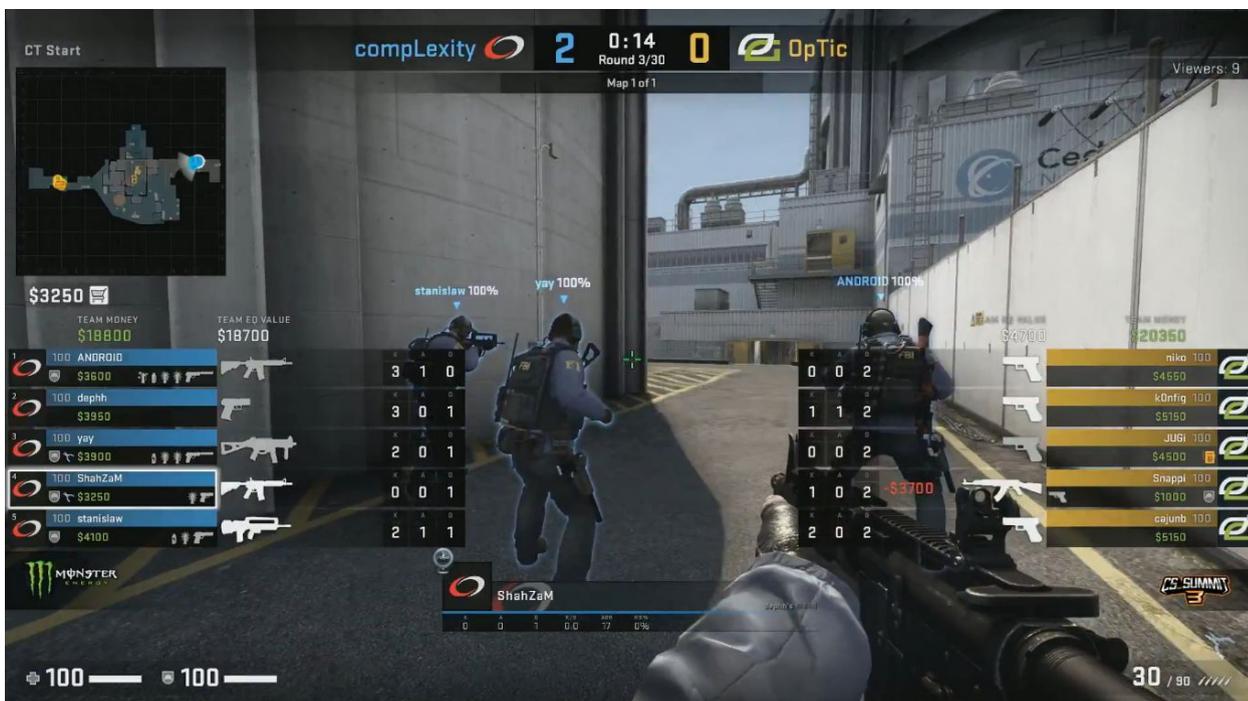
transmissão, como uma visão aérea ou lateral. De ambas as formas, o espectador consegue, observando os trajes dos personagens, seus adereços e o cenário onde estão, reconhecer o jogo como uma simulação de uma batalha entre policiais e civis. Isso facilita uma conexão entre o espectador e o conteúdo mostrado na tela, pois se trata de uma simulação de algo que compreendemos e observamos, seja no dia a dia ou pela TV ou internet.

Sendo assim, o espectador, seja ele um veterano do *game*, iniciante ou mesmo quem não conhece o jogo pode rapidamente ligar o que está se passando na tela com seu conhecimento do mundo real, e realizar a transcrição do conhecimento de algo real para o virtual.

Desta conexão, surge então a compreensão não só do que se passa na tela, mas do porque aquilo está acontecendo. Quando se assiste a um esporte como vôlei pela primeira vez, sem saber as regras, podem surgir inúmeras perguntas que não ocorreriam a quem já conhece o esporte: por que não seguram a bola? Por que um jogador está com uniforme diferente? Por que não escolhem quem saca? Por que apenas três toques para cada time?

Ainda que muitos não lembrem, todos que já assistiram a um esporte tiveram dúvidas similares até se familiarizarem com o sistema de cada jogo. Embora realizemos a conexão ao real, já que observamos a seres humanos interagindo e atingindo repetidamente uma bola, é difícil compreender as regras ou os objetivos sem assistir ao jogo e buscar aprender, sozinho ou com auxílio, como o vôlei funciona. Não é diferente no caso dos e-sports, mas o que diferencia Counter-Strike da maioria dos outros e-sports mais conhecidos é, justamente, sua simplicidade visual.

Imagem 6 - Disputa entre as equipes ComLexity e OpTic - Campeonato CS Summit, quartas de final.



Ano: 2018. Fonte: captura de tela durante transmissão na Twitch TV (twitch.tv)

Observando a imagem acima, fica aparente ao espectador que está assistindo a algo pela visão de alguém, tal como, por exemplo, uma câmera de vídeo portátil permitiria. Além disso, os trajes dos personagens não só os caracterizam como membros de um mesmo time, tal qual um uniforme no futebol, mas as armas demonstram seu caráter belicoso, deixando claro que estão preparados para combates.

Portanto, mesmo sem compreender as regras ou o sistema do jogo ainda, de imediato o jogador pode inferir que se trata de algo focado em combates modernos, e pode depreender que haverá troca de tiros entre adversários. Ainda que não tenhamos o conhecimento de por que estes times se enfrentarão ou com qual propósito, compreendemos o ambiente e podemos assumir, com alguma segurança, a base do funcionamento deste jogo.

3 OS E-SPORTS E O JORNALISMO PROFISSIONAL

Nos dias atuais, a combinação de uma geração com acesso a internet e jogos desde cedo aliada ao cenário caracterizado anteriormente – um terreno fértil para o desenvolvimento dos e-sports – deu origem a um novo mercado esportivo, engendrando a indústria dos e-sports. Jogadores com habilidade foram convocados para times com patrocinadores como Gillette, Red Bull, Vivo e até mesmo clubes de futebol como Flamengo e Santos criaram suas divisões de e-sports⁷. Além da profissionalização de jogadores, os jogos desta categoria também aumentaram em quantidade, ainda que o LoL e o CS:GO permaneçam relevantes entre eles.

Entretanto, a rápida expansão e profissionalização esportiva do meio não é acompanhada inteiramente pela profissionalização de jornalistas, especialmente em se tratando de narradores e comentaristas. Embora os narradores e comentaristas atuais sejam conhecidos nas transmissões de League por suas narrações e jargões, a falta de experiência prévia na área jornalística não só por vezes empobrece as transmissões como interfere no desenvolvimento do jornalismo esportivo no meio, ocupando um espaço que poderia ser preenchido com jornalistas especializados.

Ainda que o trabalho realizado pela equipe de transmissão brasileira seja similar ao realizado por jornalistas em transmissões esportivas de futebol ou vôlei (e por vezes possa até ser melhor), ele está sendo desempenhado por pessoas que não possuem um conhecimento e estudo da profissão, o que diretamente afeta o mercado jornalístico. Não há por que contratar um profissional da área da comunicação para fazer um trabalho que pessoas com diplomas em design e desenvolvimento de jogos podem fazer (como é o caso de alguns atuantes nas transmissões de LoL), visto que estes, aparentemente, conseguem realizar o mesmo trabalho que um jornalista. Porém, o profissional da comunicação, entre outras qualidades, possui um conhecimento voltado para a otimização do compartilhamento de conhecimento, por meio do que conhecemos por profissionalismo. Coelho (2009, em entrevista) aborda esta questão do profissionalismo jornalístico quando diz que “mais importante do que qualquer outra coisa é a qualidade da informação que chega ao leitor. (...) não vou fazer lobby por

⁷ <https://vejario.abril.com.br/cultura-lazer/flamengo-inoa-e-cria-time-proprio-de-league-of-legends/>

quem tem diploma. Por outro lado, não aceito que a profissão seja hobby para muita gente. E é.”

Isso é, primeiramente, uma falha dos próprios jornalistas: é necessário que os profissionais interessados neste mercado busquem estudá-lo e compreendê-lo a tal ponto que possam atuar nele com profissionalismo e objetividade ímpares ao se comparar, por exemplo, com o que é realizado no cenário atual de e-sports. Beth Costa (2009, pág. 31), presidente da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), argumenta que:

O principal argumento, entre os tantos que se pode levantar para a exigência do diploma de curso de graduação de nível superior para o exercício profissional do jornalismo, é o de que a sociedade precisa, tem direito à informação de qualidade, ética, democrática. Informação esta que depende, também, de uma prática profissional igualmente qualificada e baseada em preceitos éticos e democráticos. E uma das formas de se preparar, de se formar jornalistas capazes a desenvolver tal prática é através do curso superior de graduação em jornalismo.

Além disto, é necessário que o trabalho jornalístico realizado sobre os e-sports seja ao menos se equiparável ao de qualquer outro esporte tradicional, com conteúdo e propriedade provindas do conhecimento prévio e pesquisa do jornalista, de forma a contribuir para a informação do público. De nada adiantaria um profissional que procura comunicar aquilo que ele mesmo não compreende. A preparação é fundamental, o estudo e o conhecimento do assunto são essenciais para o bom desenvolvimento do trabalho jornalístico. A questão principal, portanto, é a preparação do profissional para o trabalho em questão (comunicação sobre e-sports), função que, atualmente, profissionais de outras áreas são mais aptos a exercer do que os jornalistas brasileiros. É necessário, portanto, preparação e investimento dos mesmos para adquirirem uma base de conhecimentos ao mesmo nível destes atuantes, de forma a desenvolver o trabalho jornalístico sobre este assunto.

3.1 JORNALISMO PARA UM NOVO ESPORTE

Com a chegada da banda larga das redes sociais e da internet móvel, além da informação tornar-se mais rápida e acessível, também transformou a cobertura jornalística, dando origem ao ciberjornalismo⁸. Este modelo, caracterizado, como estabelece Canavilhas (2014) principalmente pela hipermídia, multimídia e interatividade, exige velocidade acelerada na produção de conteúdo e proeminência de plataformas e sites para que os mesmos se mantenham relevantes e, portanto, em funcionamento.

Porém, ainda que o jornalismo web seja versátil e adaptável, o principal modelo abordado dentre os possíveis para este meio, para os propósitos deste trabalho, será o audiovisual. Não só por ser o meio ideal para a propagação de conteúdo relacionado a videogames (visto que estes, também, são uma mídia audiovisual) como também pela semelhança, proposital ou não, dos modelos de transmissão de campeonatos profissionais de e-sports e das competições televisionadas de esportes.

Ainda assim, o ciberjornalismo em si será um ponto crucial nesta monografia, pois o principal meio de transmissão de jogos e e-sports permanece sendo o *streaming* online: por estar sempre disponível e aberto a qualquer interessado em criar ou consumir conteúdo sobre o assunto, além de ser o principal meio onde as desenvolvedoras como Riot Games investem dinheiro e recursos para realizar transmissões, os sites de *streaming* se mantêm o meio mais relevante para interagir com os e-sports atualmente. Sendo assim, é necessário analisá-los e suas características, aliados ao jornalismo esportivo, para se buscar um melhor entendimento do meio e do objeto central, os e-sports. Sendo assim, serão abordadas questões que envolvem e pedem, por vezes, uma discussão mais elaborada dos fundamentos do jornalismo em si, que não são o foco deste trabalho.

A seguir, portanto, se iniciará a análise do objeto (o ciberjornalismo de e-sports) segmentado em três pontos-chave: a **plataforma**, a **forma** e o **conteúdo**.

⁸ Ver cap. 4

3.2 PLATAFORMA: ONDE O JORNALISMO ATUA

O jornalismo esportivo se altera em forma (e, por vezes, em conteúdo) de acordo com a plataforma (ou o meio) com o qual trabalha: se é impresso, tende a um caráter mais descritivo e especulativo após ou antes dos eventos esportivos, regularmente conjunto a conteúdos opinativos de jornalistas dedicados a tal função. Se é via TV ou rádio, adiciona a capacidade para um tom mais narrativo e interativo (ainda que possa adaptar sua forma para melhor comunicar o que cada partida ou programa aborda), devido à possibilidade de acompanhar as partidas e eventos instantânea e constantemente. Mas na internet, mais especificamente quando se trata de *streaming*, a conexão banda larga permite não só o contato dos jornalistas e comunicadores com os espectadores, mas também as capacidades do texto hipermídia, hipertexto e a interatividade (ver capítulo 3.4) sem precedentes dos chats de transmissão e redes sociais.

A transmissão por *streaming* vem se popularizando desde a criação da Justin TV em 2007⁹. Porém, apenas nos últimos anos o mercado jornalístico brasileiro tem explorado este meio, com a utilização das redes sociais como Facebook e Instagram na internet para transmissão de conteúdo e entradas ao vivo de repórteres utilizando internet móvel no celular, no caso da televisão. Logo, o potencial da internet vem crescendo conforme mais empresas percebem as características e pormenores de uma boa transmissão ao vivo online e refinam seus modelos, equipamentos e técnicas para tal.

Um dos pontos chave citados anteriormente são os chats durante uma transmissão. Tratam-se de salas de bate-papo abertas a todos que estiverem assistindo a uma transmissão. Porém, representam um nível de interatividade acima de qualquer plataforma atual, pois possibilitam o contato em tempo real não só entre espectadores, mas destes com os transmissores.

⁹ Website criado por Justin Kan, Emmett Shear, Michael Seibel e Kyle Vogt em 2007 para permitir que qualquer pessoa transmitisse vídeos online. As contas dos usuários da Justin.tv eram chamadas de "canais", como as do YouTube, e os usuários eram encorajados a transmitir uma grande variedade de conteúdo de vídeo ao vivo gerado pelo próprio usuário, chamada "transmissões" (broadcasts). <https://pt.wikipedia.org/wiki/Justin.tv>

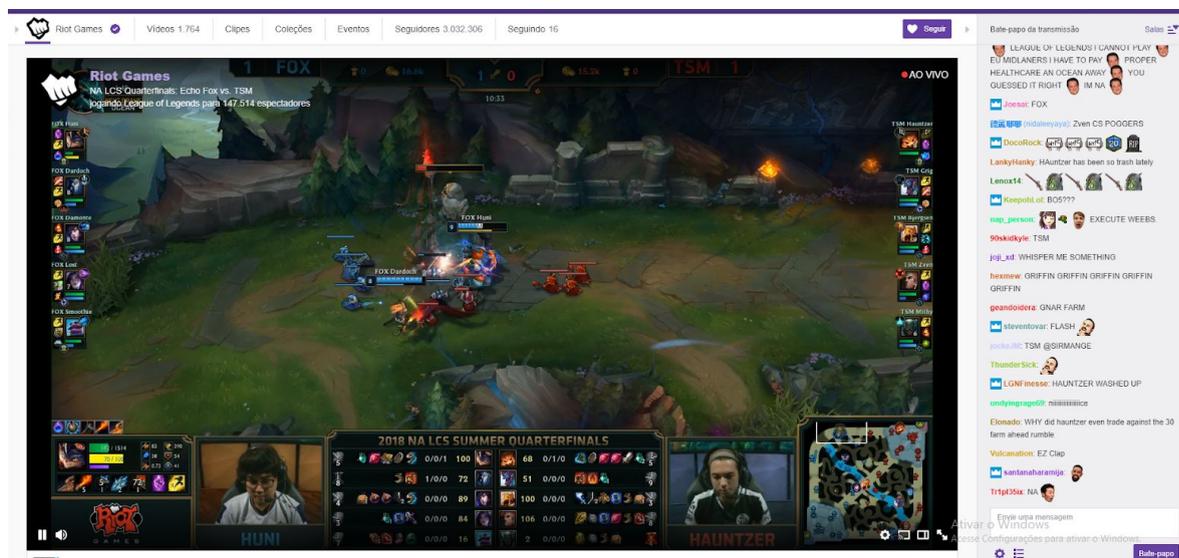
3.2.1 PAPEANDO COM A AUDIÊNCIA

Não é novidade que os meios jornalísticos buscam dar maior espaço à opinião de seu público. Desde cartas publicadas em jornais impressos a ligações de ouvintes durante programas de rádio, o jornalismo já se adaptou a essas participações esporádicas e as utiliza como forma de diversificar sua programação, oferecer novos pontos de vista e, em geral, enriquecer seu conteúdo. Mas nunca antes o jornalismo havia deparado com esse nível de interatividade possível no *streaming*.

Se antes os jornalistas podiam escolher um ou dois dentre vários *tweets*¹⁰ da audiência para usar durante uma partida televisionada, ou ler algumas entre várias mensagens por WhatsApp ao vivo como meio de integrar o espectador na programação, o chat de *streaming* exacerba essa influência do público ao colocá-lo diretamente em contato consigo mesmo e com os comunicadores simultaneamente, permitindo não só que os comunicadores escolham o que reproduzir dentre as declarações dos espectadores mas também o público converse e opine sobre a transmissão sem depender do intermédio de terceiros (os comunicadores). Isso não diminui a importância do contato comunicador-receptor, pelo contrário: ele o exacerba a um novo patamar, pois agora se coloca, ao menos no nível de conversa por texto, comunicador e receptor em um mesmo nível, de forma que poderíamos caracterizar esse contato como um canal em que ambos os lados são comunicadores e receptores, em se tratando de opiniões, questionamentos e comentários (os transmissores ainda mantêm um controle sobre o que está sendo transmitido no geral, isto é, a informação, ainda que isso esteja demonstrando sinais de mudança com o tempo - isso será mais explorado quando abordarmos a **forma**). A imagem abaixo é uma captura de tela de uma transmissão de League of Legends no site Twitch TV, um dos múltiplos canais de *streaming* disponíveis atualmente:

¹⁰ Mensagens de até 140 caracteres publicadas na rede social Twitter. Alguns programas jornalísticos, especialmente transmissões ao vivo de eventos, utilizam a rede ao ler postagens de espectadores sobre o evento durante a transmissão como forma de interagir com a audiência.

Imagem 7: Quartas de final do Campeonato Mundial de League of Legends, Echo Fox vs. TSM.



Ano: 2018. Fonte: Captura de tela do site Twitch TV (twitch.tv)

Devido a essa paridade comunicativa, os jornalistas que buscam explorar este meio (*streaming*), especialmente no caso de e-sports, devem estar atentos ao que a audiência cria tanto quanto ao que seus meios buscam transmitir para manter o chat como um canal de comunicação funcional entre todos, o que pode se provar ainda mais difícil devido a fatores como linguagem própria e volume de mensagens.

Devido à contínua e crescente criação de conteúdo, profissional ou amador, sobre os e-sports, o vocabulário referente a eles é volátil e variável a uma velocidade alta. A cada momento uma nova expressão, gíria ou grito de guerra pode estar sendo cunhada por um YouTuber influente, um vídeo engraçado ou uma conversa em um fórum, e tão logo se populariza (ou “viraliza”, como costuma-se caracterizar uma rápida popularização online) já está sendo utilizada em sites, conversas e chats de *streaming*. Isso exige uma constante atualização de ambos os lados, isto é, dos espectadores e dos jornalistas que abordam o assunto, já que uma disparidade entre os vocabulários gera uma falha na comunicação similar a falsos cognatos em conversas multilíngues (mais abordado adiante ao analisarmos o **conteúdo**). Essa necessidade constante de atualização de linguajar é algo que julgamos novo para o jornalismo tradicional.

Camargo (2005, pág.8) observa uma situação em que a comunicação transcorre apenas entre dois interessados em um esporte que é útil para exemplificar a magnitude de um chat:

(...) Tomemos como exemplo o esportista que, inter-relacionado com os seus pares, mantém um diálogo com outro desportista acerca do seu treinamento, suas expectativas. Trata-se de uma relação interpessoal que não necessita de muitos recursos para configurar o ato comunicativo. Este se realiza de maneira direta. Encontramos, neste estágio, denominações e conceituações próprias deste grupo, com um linguajar e gírias característicos.

Porém, quando encaramos esta mesma situação em um dos chats de transmissão de *streaming*, que estão sempre abertos a todos, aqueles que transmitem o conteúdo e aqueles que o consomem, e todos com suas próprias mensagens e variações de usos dos próprios termos e gírias simultaneamente, a situação se torna muito mais caótica. A conversa exemplificada por Camargo, se transposta para o ambiente de um chat de *streaming*, adquire o potencial de se tornar não apenas uma comunicação entre dois conhecedores do meio (seja esta a intenção ou não), mas um evento que envolve e reverbera a qualquer um que estiver na sala virtual.

As expressões características entre aqueles que se interessam pelo assunto (criadores e consumidores de conteúdo) como “gank”, “minion wave”, “power play”¹¹ e muitas outras são frequentes em chats de transmissões e conversas sobre MOBAs como League of Legends, e possuem a característica de que cada e-sport tem suas expressões e termos mais utilizados (que podem ou não ser transpostos para outros e-sports) e específicos (que se aplicam e são reconhecíveis apenas para os interessados naquele e-sport). Isso adiciona ainda mais uma camada de complexidade para o conhecimento e atualização de conteúdo e vocabulário dos comunicadores, que idealmente devem se manter atualizados para compreender as mensagens do chat. Como disse Alcoba (1979) a preparação de um jornalista esportivo deveria estar diretamente ligada ao estudo; isto o conhecimento e estudo

¹¹ Termos em inglês originados em MOBAs como DotA e LoL. Ver glossário.

dos termos não apenas técnicos, mas informais e contextuais de seu esporte, especialmente quando a plataforma possibilita uma comunicação constante entre espectadores e jornalistas.

Ainda assim, esse linguajar próprio, derivado especialmente de adaptações de termos em inglês combinados a gírias próprias dos jogos, pode facilmente se tornar uma dificuldade para qualquer comunicador despreparado. Entretanto, o volume de mensagens, que contribui para uma maior interação entre transmissores e audiência, pode soterrar o comunicador em opiniões e comentários. Não há um filtro que selecione entre as mensagens de um chat quais são apenas mensagens entre a audiência e aquelas que realmente tentam contribuir para a transmissão com informações, opiniões ou perguntas. O sistema pelo qual a grande maioria dos chats de *streaming* funciona é utilizando um sistema de marcação em hiperlink instantâneo e automático similar ao de redes sociais (e.g.: Facebook), em que a pessoa que escreve algo no chat pode ou não inserir um caractere especial, como o arroba (@), seguido do nome de alguém no também no chat, que então recebe uma notificação que a dirige para esta mensagem.

Para quem assiste a uma transmissão de um campeonato de LoL, torna-se difícil acompanhar as inúmeras conversas que acontecem entre milhares de pessoas de forma instantânea e contínua: no instante em que se busca ler uma frase, ela já está dando lugar a uma nova, e pausar este fluxo para saciar a curiosidade é possível, mas vem ao custo de perder possíveis mensagens futuras para readquirir o ritmo frenético das mensagens mais atuais. Entretanto, o chat é um ambiente altamente responsivo e veloz: basta uma ação, jogada ou acontecimento que a torrente constante de mensagens passa a se direcionar àquilo por meio de envios curtos ou *stickers*¹² característicos.

Essa responsividade é um ponto cada vez mais explorado não só por comunicadores solitários em durante transmissões particulares, com frases como “quem confia, digita 1”, mas também pelos desenvolvedores das próprias plataformas e jogos transmitidos. E isto é um ponto que poderia ser explorado mais

¹² Imagens especialmente formatadas em salas de chat para representar uma emoção, expressão ou termo de forma rápida e clara, geralmente associada a teclas ou atalhos para facilitar o compartilhamento.

a fundo por jornalistas que buscam aproveitar o máximo desta característica única do *streaming*.

3.2.2 NOVOS NÍVEIS DE INTERAÇÃO

Adotar uma plataforma, um meio de transmissão, exige uma compreensão de suas capacidades e limitações para um bom desempenho na mesma. Narrar um jogo de futebol pelo rádio exige um estilo de fala e detalhismo verbal que se torna redundante numa transmissão televisiva, por exemplo. E, mesmo que o *streaming* esteja há poucos anos no mercado quando comparado a outras mídias, já apresenta características próprias (como o chat interativo) e suas próprias limitações (como a necessidade de conexão banda larga abordada no capítulo 1), e, por ser um canal fundamentalmente audiovisual, seu conteúdo, em se tratando de *streaming* de e-sports profissionais, se assemelha muitas vezes com as transmissões televisivas de esportes.

Por exemplo, é comum em canais como SporTV e ESPN os narradores lerem mensagens dos telespectadores enviadas por redes sociais por meio de hiperlinks de postagens (sistema muito similar, lembremos, ao utilizado em tempo real em chats de *streaming*). Ainda que elevado a um novo patamar de velocidade e responsividade, o *streaming* de partidas de e-sport podem, com uma leve adaptação, utilizar o mesmo princípio em um novo ambiente. Santaella (2010, p.91) afirma que:

(...) quando uma nova mídia surge, ela imita a linguagem da mídia mais aparentada àquela que a precedeu, até encontrar sua própria linguagem. (...) Ao contrário, em vez de buscar uma linguagem particular, por meio dos *softwares*, o computador tem demonstrado que pode falar cada vez mais linguagens. As mídias computacionais fazem uso das mídias tradicionais apenas como tijolos de construção para criar estruturas informacionais e representacionais, ferramentas de pensamento e opções comunicativas antes inimagináveis. Isso não significa que o computador seja apenas uma mídia versátil. Ele é, isto sim, uma nova mídia cultural.

Se na TV uma pergunta de um espectador lida pelo narrador pode gerar um rápido debate opinativo entre comentaristas, uma pergunta lida durante uma transmissão de *streaming* pode gerar um mesmo debate entre todos os envolvidos, sejam estes dezenas, centenas ou centenas de milhares, e isto pode ser utilizado para integrar mais quem assiste a quem produz conteúdo deste tipo, e ao próprio conteúdo; uma das formas que muitos *streamers*¹³ interagem com o chat em geral é pedir respostas dos mesmos sobre questões que surgem durante a *stream*¹⁴, comumente na forma de duas ou três alternativas curtas e simples de digitar ou selecionar no sistema.

Em uma metáfora, poderíamos comparar a enxurrada de respostas do exemplo acima a uma multidão gritando e conversando constantemente. Se, em algum ponto, o comunicador (munido, digamos, de um megafone) iniciasse uma votação binária, cujas respostas seriam dadas por se erguer ou não a mão para votar, existiria a possibilidade de uma comunicação rápida e clara do que a maioria quer. Assim, também, funciona o chat de transmissão, podendo ser utilizado para comunicação entre transmissor e audiência de forma rápida, incessante e responsiva. Basta o *streamer* realizar a requisição.

Portanto, se é possível a um *streamer* interagir com o chat e receber uma enxurrada de respostas rápidas, que não necessitam de uma pausa ou leitura do mesmo para compreender e reagir a elas, também se poderia aplicar isto em transmissões jornalísticas no meio. Este método permite, por exemplo, uma veloz pesquisa de opinião ou votação; basta o transmissor perguntar a seus espectadores algo e requisitar que respondam com números (1 ou 2), palavras curtas (como sim ou não) ou *stickers*. Ainda que o volume fosse imenso, o comunicador seria capaz de identificar ao menos a tendência ou maioria de respostas do chat.

Talvez, futuramente, se alcance um patamar em que o próprio sistema englobe esta característica. Atualmente, certos jogos virtuais (e.g.: o jogo *Dead Cells*) permitem interações com sites de *streaming*, em que os espectadores controlam certos aspectos do que ocorre na tela diretamente por meio de comandos

¹³ Termo que designa pessoa que transmite conteúdo ao vivo online como profissão.

¹⁴ Termo que significa uma transmissão ao vivo de conteúdo multimídia (geralmente audiovisual) online.

de texto e um sistema simples que os computa em uma votação rápida. Se este princípio for utilizado em transmissões, não só auxiliará os comunicadores a interagir com o chat como também eliminará a necessidade de uma estimativa visual; quase como, elaborando sobre a metáfora, se desse a cada pessoa da multidão botões de alternativas (como “sim” ou “não”) que contassem automaticamente para o sistema do inquisidor a resposta majoritária em números precisos.

Entretanto, enquanto isso não é uma realidade, os comunicadores podem utilizar técnicas como respostas com duas (ou até mais) alternativas simples (palavras, números, imagens) e assim permitir uma leitura básica e rápida das respostas.

3.3 FORMA: COMO FAZER JORNALISMO PARA E-SPORTS

Agora que se tem estabelecido onde o jornalismo deve atuar, é necessário examinar como o jornalismo deve atuar quando se abordam os e-sports, levando em conta que a principal plataforma (o *streaming* online) possui as características apontadas anteriormente (interatividade e responsividade) ímpares, atualmente, no mercado.

Com a influência dos games e e-sports atuais, o jornalismo vem experimentando seu alcance e abrangência com reportagens e matérias, especialmente em texto online. Entretanto, no que se nota mais a falta de jornalistas e comunicadores profissionais é no espaço da transmissão em si. Enquanto em locais com Estados Unidos, Europa e grande parte da Ásia os e-sports possuem programas de TV ou *streaming* com jornalistas dedicados ao assunto, aqui no Brasil os jornalistas não exploram este ramo.

Sendo assim, devemos ressaltar alguns dos princípios de como não só atrair como profissionalizar o papel dos jornalistas como comunicadores nas transmissões ao vivo de partidas e competições de esportes virtuais. E, neste ponto, é importante lembrar os efeitos do jornalismo web na sociedade e no modo como fazemos jornalismo atualmente.

3.3.1 CIBERJORNALISMO EM EVOLUÇÃO

Como qualquer outro meio de comunicação, a internet evoluiu com o tempo e o jornalismo neste meio se tornou mais adequado às suas características. É neste ponto que a **plataforma** (internet) encontra a **forma** do fazer jornalístico: o método jornalístico, o modo como se pensa o material apurado e produzido durante todo o processo de elaboração de notícias, coberturas e transmissões.

Mielnickzuk (2001, pág 2) secciona o ciberjornalismo em três fases distintas:

Num primeiro momento, ao qual chama-se de transpositivo, os produtos oferecidos, em sua maioria, eram reproduções de partes dos grandes jornais impressos, que passavam a ocupar um espaço na Internet (...) o que

era chamado então de jornal online não passava da transposição de uma ou duas das principais matérias de algumas editorias. Este material era atualizado a cada 24 horas, de acordo com o fechamento das edições do impresso.

Neste primeiro momento, o método utilizado é apenas a transcrição de materiais impressos para o meio digital, sem se utilizar das características específicas do ambiente virtual para construir uma narrativa mais adequada às capacidades da web. Em um segundo momento, ainda que atrelado ao jornalismo impresso por questões financeiras, o jornalismo web começa a se diferenciar e inovar.

Nesta fase, mesmo ainda sendo meras cópias do impresso para a Web, começam a surgir links com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições; o e-mail passa a ser utilizado como uma possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor ou entre os leitores, através de fóruns de debates; a elaboração das notícias passa a explorar os recursos oferecidos pelo hipertexto. (MIELNICZUK, 2001, pág. 2)

Cabe aqui ressaltar o uso dos hiperlinks para criar a chamada hipertextualidade: um texto, uma informação, se liga a outra, que se liga a outra, que cria uma rede de informações disponíveis ao internauta e apenas a ele, já que o hiperlink é uma ferramenta exclusiva do meio digital.

Além disso, se começa a explorar a interatividade e velocidade proporcionadas pelo e-mail, o que hoje, durante a terceira fase do webjornalismo, são utilizadas a um nível muito mais integrado e presente no jornalismo. Seja em conteúdo ao vivo, com o advento dos aplicativos de conversa instantânea (como o WhatsApp), ou com os espaços para comentários nas páginas de notícias e redes sociais. Estas características “extrapolam a idéia de uma simples versão para a Web de um jornal impresso e passam a explorar de forma melhor as potencialidades oferecidas pela rede. Tem-se, então, o webjornalismo.” (Mielniczuk, 2001, pág.3)

3.3.2 O CIBERJORNALISMO NAS TRANSMISSÕES DE E-SPORTS

Então, com o ciberjornalismo estabelecido, examinemos como cada característica, conforme estabelecidas por Bardoel e Deuze (2000) e Palacios (1999) e estudadas por Mielniczuk (2001), se aplicam e caracterizam em transmissões de *streaming* jornalísticos de e-sports.

Interatividade: Como dito ao falarmos de plataforma, o chat online é uma das principais ferramentas disponíveis ao jornalista durante a transmissão de um e-sport. Não utilizá-lo é um desperdício do potencial do meio, já que, como estabelecem Bardoel e Deuze (2000), “a notícia online possui a capacidade de fazer com que o leitor/usuário sinta-se parte do processo. Isto pode acontecer de diversas maneiras, entre elas, (...) através de chats com jornalistas” (BARDOEL e DEUZE, 2000, apud MIELNICZUK, 2001 pág. 3).

Além de integrar o usuário, neste caso, o espectador no acontecimento, utilizar esta ferramenta de forma efetiva pode torná-la uma fonte de entretenimento por si só, já que possibilita ao jornalista interações inéditas na forma de pesquisas de opinião e votações em tempo real (como explorado no capítulo anterior).

Personalização: Quando abordamos o conteúdo On Demand, vimos que Negroponte (1995) previa a criação do modelo e a personalização do conteúdo disponível aos internautas. Hoje isto é tanto uma realidade que existem pesquisas e reportagens sobre como este modelo impacta nossas vidas por meio dos famigerados algoritmos¹⁵, mas, no que concerne os e-sports e sua transmissão jornalística, a personalização vem na forma, por exemplo, da adequação ao meio e suas capacidades.

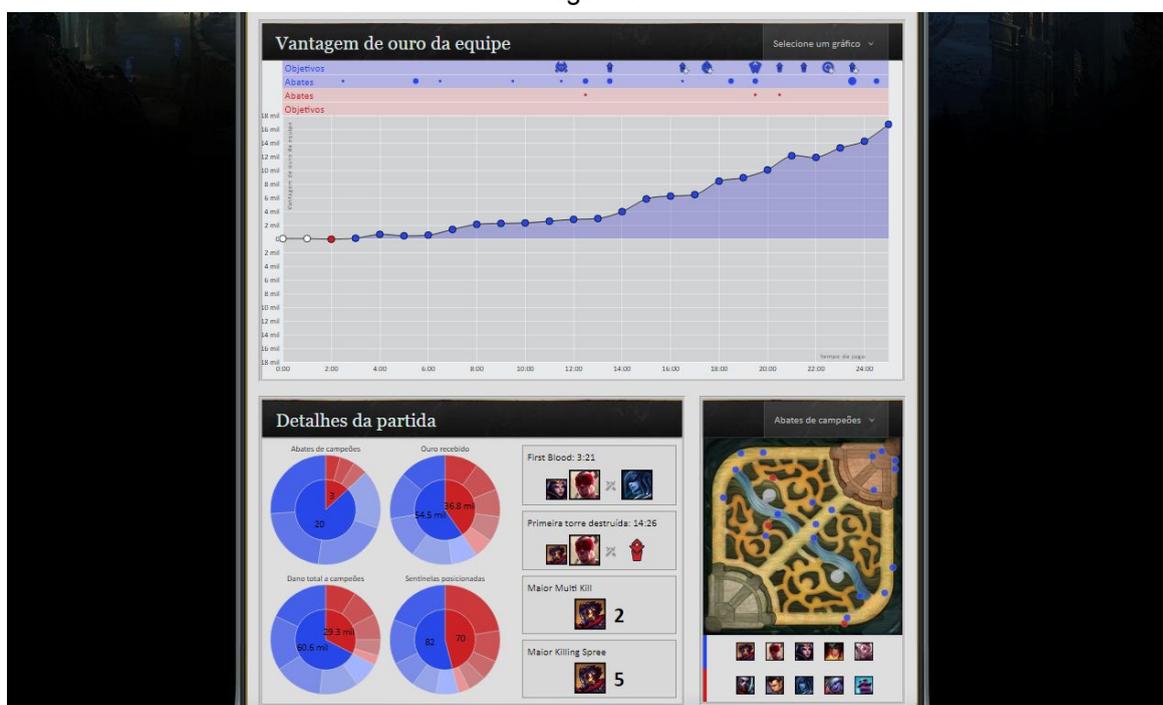
As transmissões atuais de e-sports copiam em muito o modelo de transmissão jornalística de jogos futebol e vôlei: narradores e comentaristas, análises de jogadas, comentários sobre o cenário atual e o jogo transmitido. Isto de forma alguma é uma característica ruim, pelo contrário, demonstra uma profissionalização do meio ao procurar inspiração e forma em seu meio mais similar; neste caso, a TV e os esportes. Porém, a internet possibilita uma personalização

¹⁵ Códigos de programação que viabilizam processos automáticos, muito utilizados na internet. Mais informações: <https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2017/09/o-que-sao-algoritmos.html>

interativa e pouco utilizada pela maioria dos sites de transmissão ao vivo: a escolha da informação disponível.

Durante uma transmissão televisiva, o espectador é obrigado a assistir àquilo que passa na TV, aquilo que os jornalistas repassam, as câmeras captam e os editores de vídeo adicionam às imagens. Durante uma transmissão de um esporte virtual, este conceito poderia se flexibilizar ao conceder maiores informações ao espectador e permitir aos mesmos o controle de quais informações extras gostariam de receber durante a transmissão.

Imagem 8: estatísticas da partida 1 de Fnatic vs Cloud9 pelo Campeonato Mundial de League of Legends.



Fonte: Captura de tela do site oficial da Riot Games.

Como mostra a imagem 7, uma partida de e-sport, justamente por sua característica virtual, gera dados a cada momento. Cada movimento, cada abate, cada luta e item obtido no LoL; cada passo, cada bala, cada tiro e trajetória, cada granada arremessada ou armamento comprado no CS:GO, todas estas informações são registradas no sistema do jogo instantaneamente e podem ser disponibilizados ao espectador por meio de portais dedicados ou mesmo abas secundárias oferecidas pelo site transmissor. Se as empresas jornalísticas buscassem proporcionar este nível de personalização, cada espectador poderia selecionar

aquilo que considera mais importante acompanhar durante uma partida, além de abrir uma nova forma de interação com o público, já que este mesmo possuiria a capacidade de auxiliar a transmissão com informações (e debatendo sobre as mesmas com outros internautas no chat), e assim o integraria ainda mais ao que assiste.

Um dos poucos sites a fazer isso é o de League of Legends, durante transmissões no site da própria Riot Games. E, embora esta função seja limitada, já permite aos espectadores acesso a informações antes reservadas aos comunicadores, o que possibilita o uso das mesmas como forma de integração dos usuários online ao conteúdo do *streaming*.

Hipertextualidade: Outro aspecto que poderia ser muito explorado com o chat: a disponibilização de links durante a transmissão que contribuam para a informação do espectador. Os e-sports possuem características próprias (examinadas mais a fundo no próximo capítulo), como expressões verbais, termos e nomes, estratégias e funcionalidades, além do característico “Metagame¹⁶”, que, nos jogos eletrônicos, assume características próprias.

Hipertexto, segundo Canavilhas (2014, pág.4) é uma característica do texto na internet, visto que:

Na Web, (...) mais do que um mero conjunto de palavras ou frases organizadas segundo um conjunto de regras preestabelecidas, o texto transforma-se numa tessitura informativa formada por um conjunto de blocos informativos ligados através de hiperligações (links), ou seja, num hipertexto.

Com tantas informações necessárias para se compreender um e-sport, mais o fato de que os mesmos são atualizados pelos desenvolvedores (a intervalos regulares ou não) e, portanto, modificados de formas que podem afetar diversos aspectos do jogo, uma explicação do mesmo é importante, ainda que, por vezes, soe repetitiva aos espectadores que já conhecem o jogo em sua forma mais atualizada.

¹⁶ Ver Glossário.

Neste ponto, a hipertextualidade poderia auxiliar: inserindo links na página da transmissão ou com auxílio do chat, os usuários da plataforma poderiam acessar, de forma rápida e intuitiva, um glossário ou pequena recapitulação/explicação de aspectos do jogo, quase como um manual em tempo real. Além disso, os próprios jornalistas responsáveis pela elaboração deste material poderiam interagir com o chat durante a transmissão, da mesma forma que comunicadores profissionais dedicados à seleção de comentários e mensagens lidas durante uma transmissão fazem, mas, novamente, de forma mais interativa e rápida.

Um exemplo de como tal elucidação pode ser efetiva em atrair novos espectadores ou auxiliar o público em geral a entender o funcionamento de um esporte durante uma partida é o Guia NFL ESPN¹⁷. Trata-se de uma página online com explicações simples sobre o esporte, elaborada pela própria ESPN para auxiliar os espectadores a compreenderem e aprenderem mais sobre o esporte de forma simples e veloz. Este mesmo princípio, que aproveita o espaço da internet e mantém um guia atualizado e sempre disponível para uso de qualquer interessado, poderia ser incorporado de forma mais explícita (com hipertexto em chat ou página) em transmissões de e-sports por *streaming*.

Multimedialidade/Convergência: Jenkins (2009, pág. 27), ao falar sobre convergência, a caracteriza como um processo “onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”. Neste quesito, como visto durante a análise da interatividade virtual do chat, podemos ver como as mídias se cruzam, bem como as funções de comunicador e receptor (espectador): a linha divisória entre texto e vídeo, produtor e consumidor, espectador e agente se tornam muito mais tênues nas transmissões de *streaming* de e-sports do que são em qualquer outro ambiente ou esporte.

É necessário se ter isso em mente durante todo o processo de pensamento e criação de jornalismo para este meio, de forma a melhor se adaptar a suas especificidades: o jornalista não é o único com o poder de fala para os espectadores, pois eles mesmos podem conversar entre si durante a transmissão; o que acontece na tela e o que acontece no chat estão constantemente ligados para os

¹⁷ <http://www.espn.com.br/infografico/guia-nfl-futebol-americano/>

espectadores; O texto e a voz podem ser usados para interagir com os espectadores antes, durante e depois das partidas por meio de requisições ou perguntas simples; e a internet é um espaço criativo imenso e em expansão constante, onde novos conteúdos podem vir dos mais diversos lugares e atingir qualquer tamanho de público, e cabe ao profissional da comunicação se manter atualizado e dominar o assunto que busca comunicar ao público (ver capítulo 5).

Instantaneidade/Ubiquidade: A ubiquidade é a característica de algo estar sempre presente em todas as partes, semelhante à onipresença. No âmbito midiático, Canavilhas (2014, pág. 159) elabora que:

No contexto da mídia, ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real. Quer dizer que todos podem não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global.

Logo, o princípio da ubiquidade abre mais um leque de possibilidades para a comunicação entre comunicadores e público: o celular, o computador, o tablet conectado a alguma rede (móvel ou não) permite este contato contínuo e instantâneo, o consumo constante e sob demanda de qualquer conteúdo disponível na internet. Ainda que pouco se explore das capacidades desta característica no jornalismo de e-sports, existem possibilidades que devem ser consideradas, como a adaptação de conteúdo para dispositivos móveis e a interação por meio de links (que também devem ser universais, isto é, funcionarem em qualquer dispositivo que tente acessar os mesmos).

Memória: Por fim, a web proporciona um acervo informativo abundante e crescente, onde, segundo Palácios (1999) é característico:

O acúmulo das informações ser mais viável técnica e economicamente do que em outras mídias. Sendo assim, o volume de informação diretamente disponível ao usuário é consideravelmente maior no webjornalismo, seja com relação ao tamanho da notícia ou à disponibilização imediata de informações anteriores. Desta forma surge a possibilidade de acessar com maior facilidade material antigo. (apud MIELNICZUK, 2001)

Tal acervo pode ser de fóruns ou blogs¹⁸ públicos ou de fontes jornalísticas como, por exemplo, o já mencionado Guia NFL ESPN. É importante ter-se sempre tal noção visto que, por vezes, os espectadores podem obter informações desconhecidas para os comunicadores (o que deve ser exceção, como veremos no capítulo a seguir), e podem vir a contribuir com seu próprio conhecimento para a transmissão, novamente, por meio da interação instantânea do chat.

Estas características exemplificam e lembram que o espaço de atuação (a internet) exige seu próprio estudo e evolução contínua dos comunicadores nele engajados, seja para utilizarem ao máximo suas funcionalidades ou para se adaptar ao cenário multimidiático e interativo das transmissões de *streaming*.

A seguir, portanto, examinaremos qual é, por fim, o conteúdo das transmissões. Agora que examinamos onde o jornalismo deve atuar (plataforma) e qual a forma que deve atuar, examinemos, por fim, as características específicas daquilo que ele busca comunicar nesta forma e espaço: o que os jornalistas precisam saber e ter em mente para falar de e-sports.

3.4 CONTEÚDO: O QUE OS E-SPORTS EXIGEM DO JORNALISMO

O pouco tempo que os e-sports tiveram para se estabelecer no mercado brasileiro, especialmente quando comparados a esportes como futebol e vôlei, é uma das possíveis razões para a falta de jornalistas especializados no assunto. Ainda que o Counter-Strike seja jogado no Brasil desde o início do novo milênio, apenas na segunda década do mesmo que o jogo adquiriu o *status* de e-sport profissional e recebeu alguma atenção da mídia brasileira. A mídia independente, já que apenas depois de 2017 os canais SporTV e ESPN acertaram com a Electronic Sports League (Liga de Esportes Eletrônicos, sigla ESL) para transmitir os campeonatos do e-sport nos seus canais de TV. Já o League of Legends teve sua final nacional transmitida pelo SporTV em 2016, mas o canal também só investiu e adquiriu os direitos para transmissão de jogos e campeonatos na íntegra no ano seguinte.

¹⁸ ver Glossário.

E, enquanto estabelecem um princípio do mercado jornalístico de e-sports na mídia tradicional televisiva, as emissoras não contribuem com suas próprias equipes de transmissão; as mesmas sequer existem, seja no CS:GO ou no LoL. A única razão de existir uma equipe de transmissão brasileira de League of Legends é por incentivo e investimento da empresa Riot Games, que organizou produtores de conteúdo e interessados no assunto na primeira equipe de transmissão de e-sports do Brasil. Segundo um dos narradores de League of Legends, em entrevista à SporTV:

Comecei como uma grande brincadeira, um grande hobby. Fui advogado durante oito anos. Depois, tive chance de fazer alguns eventos em Salvador. Sempre estivemos muito envolvidos nesta área nerd, de jogos, de animes. Em 2013, realizamos um evento e não tinha ninguém para narrar. Na época tinha poucos narradores no Brasil. Eu falei: "deixa que eu faço". Dois dias depois, não tinha mais voz, estava "morto", mas estava apaixonado. Foi quando eu comecei a investir pesado nisso. (entrevista ao site Globo SporTV, 2016)¹⁹

Ainda que o trabalho dele e de outros profissionais seja conhecido e amado pelos fãs brasileiros, ele também se torna a única opção para narração brasileira devido à falta de investimento do jornalismo e das emissoras. Jornalistas ainda não aparecem nos mesmos locais no e-sport que aparecem em qualquer outro esporte.

Abordando o pensamento acadêmico sobre a comunicação esportiva, Camargo (2001, pág.6) avaliou que:

(...) nenhuma das teorias sobre o esporte ou a Educação Física conseguem alcançar a dimensão e a importância entre o esporte e os meios de comunicação. O mesmo ocorre com os estudos na área das Ciências da Comunicação. Desta forma, é importante enfatizar aos profissionais do Esporte e da Comunicação a necessidade da aproximação entre estas duas áreas, para que possamos contribuir para o crescimento e a valorização da Comunicação Esportiva, uma

¹⁹ Fonte:

<http://sportv.globo.com/site/games/noticia/2016/09/fas-de-galvao-bueno-narradores-do-lol-no-brasil-acumulam-fas-e-bordoes.html>

nova área originada da união do Esporte e as Ciências da Comunicação.

Se para o crescimento e valorização da Comunicação Esportiva é necessário a aproximação do esporte e comunicação, é seguro afirmar que comunicação e esporte eletrônico mais próximos é o modo como se evoluirá e explorará melhor a comunicação e-sports. E, para isso, é necessário que o comunicador compreenda aquilo que ele pretende transmitir para o público, seja este conhecedor ou não do assunto.

3.4.1 TRADUZINDO AÇÕES NOS ESPORTS

Em março de 2018, o apresentador Galvão Bueno fez uma pequena narração do e-sport League of Legends²⁰. A ação do canal SporTV reforçava a chamada para as transmissões do torneio, feitas em parceria com a Riot Games, desenvolvedora do jogo. A entrada de Galvão no evento deixava clara a importância que o e-sport vinha ganhando para o canal.

Porém, durante a narração, Galvão apenas citou os nomes dos jogadores e seus abates, sem entender o que levou a eles. Os personagens, avatares dos jogadores, lutam, se movimentam e realizam golpes especiais, mas só o que o narrador veterano consegue transmitir para a audiência é o equivalente ao placar de um jogo de futebol, onde cada abate é um gol. Em meio a palmas e risadas, um dos convidados brinca: “ninguém tá sabendo nada”.

Esse episódio levanta duas questões quanto à narração do esporte virtual: a velocidade do jogo e a capacidade do jornalista de analisar ações dos atletas virtuais. Ambas convergem ao analisarmos que o e-sport é feito por ações físicas invisíveis ao espectador, com efeitos visíveis apenas no mundo virtual. Este é um ponto crucial que difere os e-sports de todos os esportes tradicionais, e que impacta diretamente em como a narrativa dos jornalistas deve se adaptar para não apenas descrever os acontecimentos, mas também contextualizá-los, de maneira que o

²⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=SWZJyz2XB2I>

público os compreenda da melhor maneira possível, seja ele um veterano de jogos eletrônicos ou um novo interessado.

Segundo Coelho Netto (1999), na investigação da teoria da informação, o que interessa não é tanto o significado da mensagem, mas, sim, sua capacidade de eliminar dúvidas. Isto é, o importante é conseguir passar para o telespectador informações que permitam que ele, pela sua própria avaliação, consiga diferenciar o que aconteceu de fato, e a partir dali tirar suas conclusões. Isso é de suma importância quando a ação real (o movimento físico) é invisível, e apenas compreensível e, portanto, apreciável, quando se entende o que ocorreu e a dificuldade (ou ausência dela) ao se assistir à ação resultante no mundo virtual.

Eis uma comparação para exemplificar melhor a relevância deste fator: um jogo de futebol e uma partida de campeonato de League of Legends. Ambos, jogos com espectadores em uma platéia, assistindo a seus atletas favoritos em uma disputa. Um dos atacantes chuta a bola em direção ao gol, a platéia se levanta e logo ruge de alegria com o gol resultante. O tempo todo a ação ocorreu em conjunto com o atleta: a platéia observa o pé do jogador fazer contato com a bola, que a faz voar e ultrapassar a mão do goleiro para, enfim, estufar a rede. Mesmo para quem nunca viu um jogo de futebol, fica claro que algo importante aconteceu quando a bola entrou na goleira.

Enquanto isso, na partida de League of Legends, explosões, flashes de cor e polígonos de diversos tamanhos recheiam os telões. A platéia se levanta, grita, pula, se aquieta e, por fim, comemora novamente a grande jogada do seu jogador, que foge de dois adversários e elimina um no processo.

Não fica claro para um leigo as razões pelas quais estes torcedores se exaltaram tanto, e muito menos se considerarmos o ponto mais importante: nenhuma das ações do atleta foi visível, apenas suas consequências no mundo virtual. No futebol, quando um jogador realiza um chute, o espectador vê a ação quando o atleta a realiza (o chute), e compreende como sendo um esforço físico e mental que resulta em uma consequência real (mover a bola). Isso torna mais fácil, por exemplo, interpretar se um gol é difícil de acertar (um chute de longe ou de um lado do campo) e causa uma reação condizente com essa interpretação por parte da audiência (como vibrar pela façanha do atacante).

Em um e-sport, a ação no âmbito físico é invisível ao espectador: o jogador, controlando seu avatar, realiza uma ação (aperta uma ou mais teclas em determinada sequência) e esta gera uma resposta de seu personagem virtual, que compreende os comandos e realiza o movimento desejado pelo controlador (lançar um feitiço, por exemplo). O que isso causa é um estranhamento por parte do espectador que não está acostumado com os eSports. A ação do atleta exigiu maestria, precisão ou agilidade, pois não é possível nem ver os comandos que ele envia ao personagem nem garantir que estes seriam claros para quem assiste à partida.

Portanto, pode-se dizer que nos esportes tradicionais se assiste a atletas realizando ações e suas consequências, enquanto nos e-sports assistimos apenas o resultado das ações dos atletas. Adiciona-se a este cenário a velocidade característica dos esportes eletrônicos e cria-se um desafio considerável para os jornalistas deste meio: não só devem descrever as jogadas, devem também traduzir o que acontece para torná-las compreensíveis para os pouco versados no meio, não importa o quão complexas sejam as situações nas partidas.

3.4.2 A IMPORTÂNCIA DE COMPREENDER A AÇÃO VIRTUAL: DAIGO PARRY

Um exemplo clássico de como o entendimento do jogo é crucial para o entendimento do que acontece na tela é o chamado Momento 37 da EVO (Evolution Championship Series, o maior campeonato mundial de jogos de luta), disponível no YouTube²¹. Durante o último assalto de uma luta de semifinal do campeonato em 2004, o jogador Daigo Umehara enfrentava Justin Wong. Daigo utilizava um personagem chamado Ken, que se encontrava quase nocauteado, com menos de um pixel na sua barra de energia, contra a Chun-li de Justin, que ainda possuía uma quantidade considerável na sua barra de energia, sinalizando que o avatar estava saudável e necessitaria de vários golpes para ser levado a nocaute. Justin, buscando terminar com a luta em um último e poderoso golpe, resolve realizar um ataque especial com sua personagem, que realiza 15 chutes predefinidos

²¹ <https://www.youtube.com/watch?v=JzS96auqau0>

consecutivos. Se apenas um destes acertasse o personagem Ken, controlado por Daigo, Justin venceria a partida.

Porém, Daigo aplica uma técnica característica do jogo no qual estavam competindo (Street Fighter 3), em que ele apara os golpes do inimigo, anulando qualquer dano que seu personagem receberia e permitindo a ele um contra-ataque. Esta técnica é extremamente difícil de aplicar em um golpe normal, e por se tratar de um golpe especial, Daigo é obrigado a apara 15 chutes acima da velocidade normal do oponente em sequência, acertando comandos de centésimos de segundo para manter seu avatar consciente e lutando. Ele consegue, acertando os 15 comandos precisos com maestria, e executa uma sequência de golpes em contra-ataque que acaba nocauteando a Chun-li de seu oponente. A platéia vai à loucura, e o chamado “Daigo Parry” entra para a história como um dos momentos mais icônicos da EVO.

Imagem 8: Ken (direita, controlado por Daigo) aparando um dos 15 chutes de Chun-li durante o Momento 37.



Fonte: <https://twitter.com/videogamemoment/status/496853330883522560>

Para um espectador que não compreende o que é o Parry (do inglês “aparar” ou “amortecer” um golpe), como funciona e sua dificuldade de aplicação no jogo, não fica clara a reação explosiva da platéia ao que acontecia no telão. Não fica evidente quais movimentos as mãos do atleta realizaram e quais comandos enviaram para o seu avatar virtual, nem a dificuldade de seu feito lendário. E, para isso, uma

explicação básica se faz necessária por parte dos comunicadores do evento, explicação que nunca ocorreu na transmissão original. É compreensível, visto que, à época, a EVO e os campeonatos de e-sports em geral não recebiam a atenção da mídia e eram realizados por entusiastas do meio, mas o fato permanece: sem a devida explicação do que aconteceu, é impossível a quem não conhece os pormenores do sistema deste e-sport apreciar ao máximo o feito de Daigo.

E este problema assume tantas formas quanto os jogos eletrônicos: cada um possui seu próprio universo, suas próprias regras, comandos, estratégias e possibilidades. Jogos de luta, de tiro, estratégia, corrida ou até versões virtuais de esportes tradicionais possuem suas próprias mecânicas de jogo, nas quais os atletas treinam, dominam e desenvolvem para, enfim, participar de torneios e competições. É de suma importância que os jornalistas se mantenham informados sobre os mesmos para que consigam explicar os acontecimentos das partidas a quem assiste sempre que necessário. Schinner (2004, pág. 99) ressalta que “narradores e âncoras devem passar absoluta credibilidade sobre o evento, e isso só acontece quando se tem total domínio da informação transmitida.” Portanto, é de suma importância que os jornalistas que analisam e transmitem as partidas dos e-sports possuam uma compreensão profunda dos mesmos e de sua responsabilidade como tradutores do mundo (e da competição) virtual para seus espectadores, pois eles podem não possuir um conhecimento pleno do esporte que assistem, ao passo que o comunicador deve ter para o bom cumprimento de sua função.

3.4.3 NOMENCLATURA E MAESTRIA DO ESPORTE ELETRÔNICO

Além de dominar o que se passa na tela durante a transmissão, é essencial que o jornalista conheça os pormenores do jogo e a nomenclatura utilizada. Tal qual um narrador de futebol deve conhecer (e por vezes treinar) previamente os nomes de times e jogadores, os jornalistas de e-sports devem saber o que significam os termos específicos de cada jogo e os nomes dos jogadores, sejam eles nicknames²² ou não.

²²ver Glossário

Schinner (2004, pág. 69) define o narrador como alguém diferente do comunicador, ainda que se utilize tanto um quanto o outro para se referir a quem realiza a narração de um evento esportivo. Entretanto, o autor caracteriza que “o narrador usa o discurso genérico, relatando ou informando o fato concreto. (...) já o discurso do comunicador é específico e serve para atingir e se aproximar do ouvinte”. E nos esportes eletrônicos, não só é importante atingir o público como é necessário dar sentido ao que pode ser estranho à primeira vista.

No caso do CS:GO, essa habilidade se faz muito mais necessária no que concerne estratégias e interpretação dos movimentos dos times e do que de sistema de jogo, visto que, diferente do LoL, o Counter-Strike se mantém com praticamente as mesmas funções, itens, regras e personagens desde seu lançamento em 1999. Isto faz com que uma grande parte da variedade e inovação do jogo parte das estratégias dos jogadores, que se atualizam e diversificam constantemente. Durante uma partida de nível profissional, os jogadores realizam uma miríade de ações cujos efeitos, por vezes, não são instantaneamente visíveis para o espectador, e pode causar confusão e desinteresse pelo e-sport. Um exemplo disso é o uso de granadas dos mais diversos efeitos, arremessadas e ângulos precisos e com objetivos que são calculados para um avanço, uma jogada de *rush* ou simplesmente “banger” um dos “bomb sites”²³ para um avanço do time.

Cabe ao jornalista, o comunicador (o narrador ou mesmo um comentarista ou repórter, durante a transmissão ou numa análise posterior), ter a capacidade de interpretar e explicar as razões, mesmo que se trate apenas da intenção e não da execução em si, para uma ação realizada na tela. Sem este conhecimento, o jornalista falha ao não cumprir seu dever de informar o público. Segundo o jornalista mineiro Fernando Kelysson (2010, coluna em site), “O jornalista traduz termos técnicos e assuntos complexos em notícia simples para que o leitor leigo possa compreender do que se trata”. Isso vai de encontro com o que disse Beth Costa (2009, pág. 31), ao defender que uma das formas de se preparar para e entregar informações de qualidade ao povo é por meio do estudo jornalístico.

Por fim, como visto anteriormente, o mundo dos e-sports é vasto e diversificado, ainda que pouco seja visto no Brasil atualmente. Entretanto, já possui

²³ver Glossário

uma gama de termos e verbos aportuguesados igualmente gigantesca e variada, algo que um comunicador da área deve ao menos buscar compreender, se não pretende utilizar, para que consiga se comunicar com os fãs sempre que necessário. A mestre em Literatura Portuguesa Bianca Nóbrega (2013, reportagem em site), ao falar sobre a língua portuguesa, elabora que:

Se pensarmos na analogia da 'ferramenta', veremos que se desenvolvemos um determinado trabalho usando uma ferramenta com problemas, sem podermos usufruir de todas as suas funções, certamente teremos um resultado final não satisfatório. A língua funciona da mesma forma. Quanto mais se conhece os recursos que ela proporciona para elaborar um texto, apresentar uma ideia, interpretá-la, etc, melhor será o resultado da comunicação.

Desta forma, dominar o vocabulário específico de e-sports pode auxiliar no momento de comunicar algo sobre o meio, por possuir palavras originadas com o intuito de simplificar a comunicação de situações e acontecimentos dentro dos mesmos. Eis, então, mais uma requisição específica para um bom jornalismo de e-sports: dominar os termos do meio e conhecer o jogo e suas estratégias, de forma a ser capaz de informar e comunicar qualquer situação de forma efetiva ao público.

4 CONCLUSÃO

Como observado durante a elaboração e o desenrolar desta monografia, o jornalismo no Brasil ainda não ocupa espaços e funções nos e-sports como o faz em esportes como o futebol. Isso demonstra que a especialização da profissão de jornalista em e-sports ainda não se estabeleceu no mercado brasileiro, o que atrasa o desenvolvimento deste segmento profissional. O estudo e a experimentação são as ferramentas principais da evolução e da criação de novos modelos e técnicas, especialmente onde pouco foi explorado.

Inicialmente, esta pesquisa buscou observar os problemas e as particularidades do jornalismo de e-sports e, por vezes, compará-lo com o jornalismo esportivo tradicional. Se obteve como resposta que o jornalismo focado em e-sports ainda é uma especialização pouco explorada pelos profissionais da área, e que seus desafios principais são (especialmente no *streaming*) o conhecimento e o uso dos recursos proporcionados pela plataforma, bem como o estudo e a preparação, similar ao utilizado em outros esportes, para capacitar o comunicador a lidar com desafios únicos dos esportes eletrônicos, como mecânicas particulares de jogo ou termos e sistemas próprios de cada e-sports.

Visto que atualmente o número de pessoas com acesso à internet capaz de usufruir do *streaming* tende a aumentar e novos produtos e produtores do modelo sob demanda surgem constantemente, é possível, se não provável, que cada vez mais pessoas se voltem para este meio como sua forma principal de entretenimento, e isso inclui os e-sports. Pela praticidade e mobilidade da internet móvel, é possível utilizar aplicativos de *streaming* em qualquer lugar e a qualquer momento, o que potencializa ainda mais o poder das plataformas de *streaming* de estarem disponíveis constantemente, e servirem como um meio de entretenimento “on demand” bem como de contato e interação entre usuários e produtores (comunicadores) durante qualquer transmissão por meio de *chats* e hipertexto.

Sendo assim, este trabalho pode ser útil a qualquer comunicador interessado em aprender sobre a origem e o funcionamento do jornalismo de e-sports, bem como se informar sobre alguns dos principais desafios e campos que necessitam de mais atenção jornalística. Por meio do uso de pensadores do ciberjornalismo e do

jornalismo esportivo, foi possível estabelecer uma segmentação metodológica entre o principal local de atuação do ciberjornalismo de e-sports (plataforma), as implicações do mesmo para o levantamento de questões sobre como o jornalismo pode atuar para melhor utilizar os recursos e capacidades do meio (forma) e, por fim, contemplar o conteúdo necessário ao comunicador que busque ingressar no cenário de e-sports brasileiro de forma a estar preparado para lidar com os desafios do mesmo. Não foi possível, porém, estabelecer um paralelo completo entre jornalismo esportivo e jornalismo de e-sports nas transmissões ao vivo, visto que a falta de profissionais no meio implica que apenas o modelo profissional é aplicado (copiado da TV) em apenas um jogo eletrônico no Brasil (League of Legends), e não há jornalistas neste espaço, apenas profissionais de outras áreas que ingressaram nestas profissões por acaso ou oportunidade.

Para o pesquisador, a elaboração desta monografia serviu não apenas para atizar a curiosidade quanto à importância e às possibilidades do trabalho acadêmico, como fez repensar e analisar conceitos que, à primeira vista, pareciam extremamente simples e óbvios, como as características da multimídia e a amplitude do ciberjornalismo, e até a evolução da própria internet. Este estudo ainda auxilia pesquisadores e interessados nos e-sports ao estabelecer os fatores que possibilitaram a ascensão dos e-sports ao patamar que ocupam agora, onde canais de jornalismo esportivo televisivo transmitem as partidas em horário comercial. E serve, principalmente, para demonstrar que o jornalismo de e-sports possui espaço para se desenvolver e evoluir, podendo, talvez, originar uma variação de ciberjornalismo própria, a partir da convergência do enfoque jornalístico esportivo e a interatividade e propriedades características da internet.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCOBA, A. **El Periodismo Deportivo en la sociedad moderna**. Editora Augusto Pila Teleña. Madrid, 1979.

BRETONES, M.J.A. **Redação SporTV: uma experiência de jornalismo esportivo crítico**. Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas. Brasília, 2010.

CAMARGO, V.R.T. **O pensamento de Antonio Alcoba e sua importância na Trajetória dos Estudos e Pesquisas sobre o Jornalismo Esportivo no Brasil**. Labjor- Unicamp, 2005.

_____. **Comunicação Esportiva: Fluxos Convergentes entre as Ciências da Comunicação e o Esporte**. Labjor- Unicamp, 2001.

COELHO, P.V. **Jornalismo Esportivo**. 2ª edição. Editora Contexto. São Paulo, 2004.

_____. **Entrevista concedida pelo jornalista à ESPN, por e-mail**. São Paulo, 2009.

COSTA, B. **Formação superior em jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade**. Universidade Federal de Santa Catarina, 2002.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 1ª edição. Editora Aleph. São Paulo, 2009.

KELYSSON, F. **As funções de um jornalista**. Coluna no site Observatório da Imprensa, 2010.

<http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/as-funcoes-de-um-jornalista/>

PEREIRA, S.K. **O videogame como esporte: Uma comparação entre esportes eletrônicos e esportes tradicionais**. Universidade de Brasília. Brasília, 2014.

MIELNICZUK, L. **Características e implicações do jornalismo na Web**. Trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM. Lisboa, 2001.

_____. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. In: MACHADO, Elias, PALACIOS, Marcos. Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra, 2003.

NÓBREGA, B. **Os jornalistas e a língua portuguesa são amigos, não inimigos!**. Reportagem no site Suitando Jornalistas, 2013.

<https://suitandojornalistas.wordpress.com/2013/04/30/os-jornalistas-e-a-lingua-portuguesa-sao-amigos-nao-inimigos/>

PEREIRA, F.H. **O jornalista on-line: um novo status profissional? Uma análise sobre a produção da notícia na Internet a partir da aplicação do conceito de 'jornalista sentado'**. Universidade de Brasília. Brasília, 2003.

PEREIRA, S.K. **O videogame como esporte: Uma comparação entre esportes eletrônicos e esportes tradicionais**. Universidade de Brasília. Brasília, 2004.

SCHINNER, C.F. **Manual dos Locutores Esportivos: como narrar futebol e outros esportes no rádio e na televisão**. Ed. Panda Books. São Paulo, 2004.

GLOSSÁRIO

Avatar: Termo utilizado em jogos eletrônicos para designar um personagem virtual controlado por um jogador.

Blog: Página virtual para partilha de informações, experiências pessoais ou notícias, composta por textos ou posts; podem ser utilizados como diários em formato on-line, sendo que seus temas variam de acordo com o objetivo do autor ou dos autores, geralmente é atualizado com frequência e recebe comentários dos leitores.

Bangear: Dito como “banguear”, adaptação verbal que caracteriza o ato de utilizar uma granada de “flashbang” (cegante) em um local ou oponente.

Bomb Site: Do inglês, “local da bomba”. Um de dois pontos em mapas de Counter-Strike onde o time atacante (terrorista) pode plantar a bomba.

Campeão: Em League of Legends, termo que designa um avatar de um atleta.

Chat: Conversa informal na Internet cujos participantes trocam mensagens escritas em tempo real, que aparecem ao mesmo tempo para todos os participantes do bate-papo; também conhecido como sala de bate-papo on-line.

Gank: Termo utilizado em MOBAs que caracteriza o ato de um personagem sair de sua rota designada e tentar uma ofensiva conjunta em outra rota.

Metagame: O “jogo sobre o jogo”; qualquer estratégia, ação ou método utilizado em um jogo, que vai além do escopo das regras pré-estabelecidas. Trata-se dos fatores externos que influenciam a disputa, como previsões sobre o oponente, otimizações de chances de sucesso de jogadas e blefes.

Meta: Adaptação do metagame utilizada em jogos eletrônicos competitivos, que se refere às estratégias com maior chance de sucesso segundo estatísticas. Em

e-sports como League of Legends, com atualizações constantes, o Meta se altera regularmente por meio de mudanças dos desenvolvedores.

Minion: Do inglês, “lacaio, subalterno”. conhecido também como tropa ou creep; personagem controlado pela inteligência artificial do jogo com um objetivo único em mente. No caso de MOBAs, os minions avançam e atacam inimigos e suas estruturas, e abater um minion concede vantagens (na forma de ouro e quantidade de tropas) para o personagem que o abate.

Minion Wave: do inglês, “onda de lacaios” Termo utilizado em MOBAs que define a quantidade de tropas em um ponto do jogo.

Play: Do inglês, “jogar, jogada”.

Power Play: Termo que caracteriza uma situação em um e-sport quando um time utiliza uma vantagem (e.g.: maior número de jogadores ou recursos) para criar mais vantagens (e.g.: abater inimigos ou garantir objetivos no mapa).

Rush: Do inglês, “apressar, invadir, avançar de súbito”; em e-sports, pode se tornar o verbo aportuguesado “rushar”, que significa avançar em grupo e de forma veloz sobre algo ou alguém.