



## Eventos de e-Sports: perfil dos participantes

Eliane Gabriela Gomes Maciel  
Valéria de Meira Albach

**Resumo:** O fenômeno do esporte eletrônico se torna cada vez mais uma realidade cotidiana, não só no ramo do entretenimento e de jogos eletrônicos, mas também para o turismo de eventos. Assim como em outras localidades do mundo, o Brasil possui um mercado consolidado em determinados destinos, já tendo sido até mesmo país sede de eventos internacionais. A partir disso, torna-se relevante o estudo desse mercado, identificando o perfil dos visitantes de eventos relacionados ao esporte eletrônico no país. Com pesquisa de campo via formulário *online* com aproximadamente 800 entrevistados foi possível identificar que a maioria do público é jovem e do sexo masculino, 50% foram a eventos de eSports e 35% viajaram para participar dos eventos.

**Palavras-chave:** Esporte Eletrônico; Turismo de Eventos; Jogos Eletrônicos.

**Abstract:** The electronic sports phenomenon increasingly becomes a daily reality, not only in entertainment and videogame fields, but also for event tourism. As well as in other places of the world, Brazil has a consolidated market, in certain destinations, having already been the host country of international events. Thus, the study of this market it becomes relevant, identifying the visitors' profile related to electronic sports in the country. With a field research by online order with approximately 800 respondents, it was possible to identify that the most audience is young and male, 50% went to eSports events and 35% travelled to attend the events.

**Key-Words:** Eletronic Sports; Event Tourism; Videogames.

## Introdução

O mercado de jogos eletrônicos é um dos que mais arrecada na indústria do entretenimento, chegando a ultrapassar a indústria cinematográfica que em 2015, segundo McClintock (2016), arrecadou cerca de US\$ 38 bilhões, enquanto o mercado de jogos eletrônicos arrecadou cerca de US\$ 91,8 bilhões no mesmo ano (NEWZOO, 2016). Boa parte da receita gerada pelo mercado de jogos eletrônicos vem de um fenômeno chamado esporte eletrônico, que em 2016 arrecadou mais de US\$ 493 milhões de dólares (NEWZOO, 2016). Isso englobando as organizações, os eventos e produtos relacionados.

Esporte eletrônico, também conhecido como “e-Sports” ou “eSports”, se caracteriza de maneira geral por “videogames que podem ser jogados competitivamente” (PEREIRA, 2014, p. 20). Segundo Pereira (2014), a prática de se jogar videogame de forma competitiva tem suas origens já após a invenção dos arcades<sup>1</sup>, na década de 80, onde surgiram os primeiros torneios e campeonatos. Mais recentemente, alguns dos jogos mais comuns dentro dos

<sup>1</sup>Primeiras plataformas de videogame vendidas comercialmente, também conhecido como Fliperama. Surgiram na década de 1970 (SAUCIER, 2013).



*e-Sports* são: *Dota 2*, *League of Legends*, *CS:GO*, *Starcraft II* e *Smite* (PEREIRA, 2014).

Assim como nos esportes tradicionais, dentro dos *e-Sports* existem atletas profissionais e eventos destinados às competições. Portanto, este trabalho tem por objetivo identificar o perfil do visitante/espectador desse tipo de evento quanto ao Brasil, utilizando-se de pesquisa bibliográfica e também pesquisa de campo com questionário online voltado para jogadores de “games” online.

## **1 Eventos de e-Sports no Brasil**

Competições de *e-Sports* podem ser tanto amadoras como profissionais, assim como em outros esportes. Porém, um dos principais diferenciais do *e-Sports* para uma competição esportiva tradicional é que o espectador que assiste a um jogo do gênero não manterá sua atenção focada no espaço físico e nos jogadores profissionais, mas sim no ambiente virtual, onde toda a ação acontece.

Os números comprovam que esse é um esporte que tende a garantir cada vez mais seu espaço no mercado. O público de espectadores passou a aumentar quando emissoras de TV passaram a comprar os direitos de transmissões dos campeonatos, como foi o caso do canal *ESPN*, que em 2014 passou a exibir o campeonato mundial do jogo *Dota 2* (CAPELAS, 2014). O jogo *Counter Strike: Global Offensive* já chegou a ter mais de 27 milhões de espectadores online durante o evento *ESL One Cologne* em 2015, na Alemanha, evento que também contou com mais de 11 mil espectadores presencialmente durante os 3 dias em que ocorreu (MCCONNELL, 2015). Segundo Paul Armstrong (2017), um dos maiores recordes está no evento *Intel Extreme Masters World Championship* na Polônia, do jogo *League of Legends*, que ocorreu em 2017 e obteve mais de 173 mil comparecedores, quase 100 mil a mais que o *Super Bowl*<sup>2</sup> obteve em 2016.

---

<sup>2</sup> Final da National Football League (NFL), campeonato de futebol americano, e um dos maiores eventos esportivos (CURTI, 2017).



No Brasil, competições de *e-Sports* já são uma realidade cada vez mais frequente, onde a agenda de eventos presenciais no país demonstra esse interesse crescente do público brasileiro. Só em 2017, até o final do ano ocorrerão cerca de 7 grandes eventos competitivos já confirmados no Brasil, sendo alguns organizados pelas empresas produtoras dos jogos, como o *Mid-Season Invitational (MSI)* de *League of Legends*, organizado pela *Riot Games*, um campeonato internacional que ocorreu nos meses de abril e maio nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro (GUTIERREZ, 2017).

O MSI é um evento frequente, que ocorre uma vez por ano em diferentes lugares do mundo, mas existem também alguns eventos que são fixos no Brasil, como a *Brasil Game Show (BGS)*, uma feira que ocorre sempre em São Paulo, sendo a maior feira de jogos eletrônicos da América Latina, segundo o próprio site do evento, onde também ocorrem competições de *e-Sports*. Outros eventos frequentes conhecidos são a *Brasil Game Cup (BGC)* e a *Brasil Mega Arena (BRMA)* ambas ocorridas recentemente no Rio de Janeiro.

É possível, a partir dos eventos citados, além de vários outros, observar que os mesmos seguem um certo padrão quanto à localidade onde ocorrem no Brasil, criando um certo “nicho” na região sudeste. Em razão disso, torna-se assim relevante o estudo do mercado de eventos relacionados ao esporte eletrônico, para compreender-se o que é necessário para se captar um evento para determinada localidade, por meio de uma análise do perfil dos frequentadores.

## **2 Perfil do visitante de eventos de *e-Sports* no Brasil**

Entre os dias 17 a 30 de abril de 2017 foi realizado um questionário online por meio de formulário do *Google*, destinado a jogadores de *games* online participantes de grupos do *Facebook*, para assim, se obter respostas sobre o perfil do visitante de eventos de *e-Sports* no Brasil.

O formulário contou com 19 questões para se compreender o perfil dos entrevistados quanto a participação em eventos relacionados ao esporte eletrônico, buscando relacionar os mesmos à ocorrência do turismo. Foi obtida uma amostra de 800 respostas.



Entre a faixa etária o maior destaque foi entre 16 e 21 anos, com 54,5% das respostas, somando 438 pessoas. A maior parte do público é masculino, com 77,6%. A maioria moradores da região Sudeste, nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Também com destaques para o Paraná e Santa Catarina.

Nos jogos preferidos, os participantes poderiam marcar quantas opções quisessem, as opções que mais marcadas foram os jogos: “*League of Legends*” com 60,8%, “*Dota 2*” com 48,4% e “*CS:GO*” com 36,4%.

Sobre presenciar eventos relacionados a *e-Sports*, 50,7% disseram que já foram em eventos do tipo. Destes, 96,8% disseram que voltariam e 35,9% responderam que já presenciaram eventos fora da cidade onde residem, sendo que os eventos foram o principal motivo da viagem em 82,2% dos casos.

Entre os jogadores que viajaram para participar de eventos de jogos eletrônicos, a maioria ficou hospedado em casa de amigos ou parentes (34,2%), 31,5% não chegaram a ficar hospedados fora de sua cidade, 17,1% ficaram hospedados em hotéis, 11,6% se hospedaram em pousadas ou hostels e os 5,5% restantes marcaram a opção “outros”. O tempo em que passaram na cidade onde ocorreu o evento que participaram obteve respostas bastante variadas, porém, a maior parte permaneceu 2 dias (28,1%). Os gastos da maioria dos viajantes (somando transporte, alimentação, ingressos e compras) em média passaram dos R\$ 500,00 (27,4%).

## **Considerações Finais**

Por meio deste trabalho foi possível compreender, mesmo que sinteticamente, de que maneira o cenário de eventos de esporte eletrônico vem tomando formas no Brasil, assim como no restante do mundo, contribuindo para a economia dentro do ramo dos jogos eletrônicos e fortalecendo o turismo de eventos por meio de uma modalidade esportiva relativamente recente.

A partir da pesquisa de campo, pôde-se observar com o questionário aplicado que o participante de eventos eletrônico-esportivos é um público em grande parte bastante jovem, a maioria homens e também que já frequentaram algum tipo de evento envolvendo competições de *e-Sports*.



Houve uma porcentagem considerável de participantes que responderam já ter frequentado eventos de esporte eletrônico fora de suas cidades, provando, que existe mercado para essa modalidade esportiva dentro do Turismo, onde boa parte da motivação para as viagens são esses eventos.

É possível visualizar também que os eventos de *e-Sports* movimentam a cadeia hoteleira, assim como outros setores da economia relacionados ao turismo. Assim, torna-se nítido que esse é um mercado que demonstra estar se estruturando e em crescimento e que não deve ser ignorado dentro do setor de eventos no Turismo, onde se torna relevante desde que haja investimento no mesmo em relação a captação de eventos para os municípios.

## Referências

ARMSTRONG, P. +46 Million Watched Live Esports Event (+10 Million More Than Trump Inauguration Broadcast). **Forbes**. Disponível em: <<https://goo.gl/zkhdrE>>. Acesso em: 03 mai. 2017.

BRASIL GAME SHOW. **Sobre**. Disponível em: <<https://goo.gl/yHDksw>>. Acesso em: 03 mai. 2017.

CAPELAS, B. eSports ganham caráter profissional e atraem milhões. **Estadão**. Disponível em: <<https://goo.gl/MNuhw2>>. Acesso em: 03 mai. 2017.

CURTIS, A. O que é o Super Bowl e o que ele significa para a NFL e para os Estados Unidos. **Profootball**. Disponível em: <<https://goo.gl/Vbssep>>. Acesso em: 03 mai. 2017.

GUTIERREZ, B. Confira os campeonatos imperdíveis de eSports em 2017. **Uol Jogos**. Disponível em: <<https://goo.gl/l5J44E>>. Acesso em: 29 abr. 2017.

MCCLINTOCK, P. Global 2015 Box Office: Revenue Hits Record \$38 Billion-Plus. **Hollywood Reporter**. Disponível em: <<https://goo.gl/cnvDCV>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

MCCONNELL, E. ESL OneCologne 2015 the world's biggest and most watched Counter-Strike: Global Offensive event to date!. **ESL Gaming**. Disponível em: <<https://goo.gl/bPNslw>>. Acesso em: 03 mai. 2017.

NEWZOO. **Esports Revenues for 2016 Adjusted Upward to \$493m**. Disponível em: <<https://goo.gl/1mOAMo>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

NEWZOO. **The Global Games Market Reaches \$99.6 Billion in 2016, Mobile Generating 37%**. Disponível em: <<https://goo.gl/Sc4DUU>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

PEREIRA, S. K. **O videogame como esporte: uma comparação entre esportes eletrônicos e esportes tradicionais**. 2014. 122 p. Monografia (Graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda) – Faculdade de Comunicação – UnB, Brasília, 2014.

SAUCIER, J. **Coin-Op Century: A Brief History of the American Arcade**. **Museum of Play**. Disponível em: <<https://goo.gl/1wFriE>>. Acesso em: 02 mai. 2017.