



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO UNIVERSIDADE VIRTUAL
BACHARELADO EM SISTEMAS E MÍDIAS DIGITAIS

FRANCISCO HERMANO PEREIRA CAVALCANTE

BOAS PRÁTICAS PARA O DESENVOLVIMENTO DE ESPORTES ELETRÔNICOS

FORTALEZA

2018

FRANCISCO HERMANO PEREIRA CAVALCANTE

BOAS PRÁTICAS PARA O DESENVOLVIMENTO DE ESPORTES ELETRÔNICOS

Monografia apresentada ao curso de Sistemas e Mídias Digitais da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Sistemas e Mídias Digitais.

Orientador: Prof. Me. Gludiney Moreira Mendonça Junior

Fortaleza

2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

C364b Cavalcante, Francisco Hermano Pereira.
Boas práticas para o desenvolvimento de esportes eletrônicos / Francisco Hermano Pereira Cavalcante. –
2018.
66 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto UFC Virtual,
Curso de Sistemas e Mídias Digitais, Fortaleza, 2018.
Orientação: Prof. Me. Glaudiney Moreira Mendonça Junior.

1. Esportes eletrônicos. 2. Esports. 3. Boas práticas. I. Título.

CDD 302.23

FRANCISCO HERMANO PEREIRA CAVALCANTE

BOAS PRÁTICAS PARA O DESENVOLVIMENTO DE ESPORTES ELETRÔNICOS

Monografia apresentada ao curso de Sistemas e Mídias Digitais da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Sistemas e Mídias Digitais.

Aprovada em: __/__/____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Glauiney Moreira Mendonça Junior (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. José Gilvan Rodrigues Maia
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Me. Artur de Oliveira da Rocha Franco
Grupo de Redes de Computadores, Engenharia de Software e Sistemas (GREat / UFC)

AGRADECIMENTOS

À minha namorada, que foi a pessoa que sempre esteve comigo nos momentos em que não conseguia escrever e nos momentos que avancei neste trabalho.

Aos meus pais, que foram muito pacientes comigo e me ajudaram quando mais precisei.

Às *playlists* do *Youtube*, com músicas para relaxar, por realmente ter músicas muito boas que me fizeram ficar focado no trabalho.

Ao meu amigo Caio Nogueira por me ajudar nos momentos que eram necessários conhecimentos na língua inglesa.

A todas as pessoas que responderam e passaram adiante os questionários feitos durante a pesquisa.

A todos que se prontificaram de participar das entrevistas e me ajudaram a escolher os participantes.

Ao Prof. Me. Glauiney Moreira Mendonça Junior, pela excelente orientação.

Aos professores participantes da banca examinadora Dr. José Gilvan Rodrigues Maia e Me. Artur de Oliveira da Rocha Franco, pelo tempo e pelas valiosas colaborações e sugestões.

RESUMO

Considerando o crescimento econômico dos esportes eletrônicos e a falta de material que procura entender como um jogo pode estabelecer um cenário competitivo, foi possível coletar boas práticas baseadas em temas semelhantes e por grau de importância para o desenvolvimento de jogos pensados como esporte eletrônico. Estas práticas foram elencadas usando pesquisas de trabalhos acadêmicos e não acadêmicos; questionários com jogadores e espectadores de diversos jogos considerados *esports*; e entrevistas com pessoas diretamente envolvida no cenário como jogadores, técnicos, narradores, proprietários de times, jornalistas de sites especializados etc. Com este trabalho é possível observar uma quantidade considerável de boas práticas para o desenvolvimento de esportes eletrônicos.

Palavras-chave: Esportes eletrônicos. *Esports*. Boas práticas.

ABSTRACT

Considering the economic growth of esports and the lack of content that seeks to understand how a game can create a stabilized competitive scenario, It was possible to gather good practices based in similar themes and importance degree to games developed as esports. Those practices were casted using academic and non-academic research, surveys applied with players and spectators of various games considered as esports, interviews with directly involved people, such as players, coaches, casters, team owners, specialized reporters, etc. This study enables the observation of a considerable number of good practices for the development of esports.

Keywords: Electronic Sports. Esports. Good Practices.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Lista dos 5 jogos com as maiores premiações até março de 2018.....	1
Figura 02 – “Seu jogo se encaixa em um <i>esport</i> ?”	9
Figura 03 – Exemplo de post em grupo de Facebook.	28

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Papel da empresa na profissionalização do jogo.	31
Gráfico 2 – Importância de torneios presenciais.	31
Gráfico 3 – Itens que modificam atributos dentro de jogo.	32
Gráfico 4 – Presença de sorte em <i>esports</i>	34
Gráfico 5 – Alteração no jogo para jogadores profissionais e casuais.	35
Gráfico 6 – Mudanças em elementos básicos do jogo.	36

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CPL	<i>Cyberathlete Professional League</i>
CS:GO	<i>Counter-Strike:Global Offensive</i>
DotA	<i>Defense of the Ancients</i>
ESWC	<i>Electronic Sports World Cup</i>
FPS	<i>First Person Shooters</i>
GSL	<i>Global StarCraft League</i>
KeSPA	<i>Korea e-Sports Association</i>
LoL	<i>League of Legends</i>
MLG	<i>Major Gaming League</i>
MOBA	<i>Multiplayer Online Battle Arena</i>
OGA	<i>Online Gamers Association</i>
PC	<i>Personal Computer</i>
RTS	<i>Real Time Strategy</i>
SNES	<i>Super Nintendo Entertainment System</i>
WCG	<i>World Cyber Games</i>

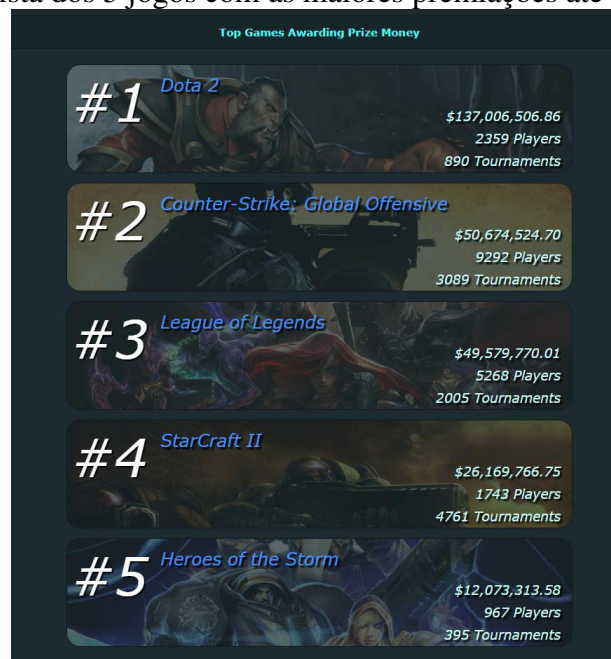
SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	1
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	6
3	METODOLOGIA.....	11
4.1	Boas práticas gerais	13
4.2	Boas práticas de desenvolvimento.....	16
4.3	Boas práticas de transmissão	24
5	QUESTIONÁRIO.....	27
5.1	Boas Práticas Confirmadas.....	29
5.2	Boas Práticas Modificadas	34
5.3	Boas Práticas Adicionadas	34
6	ENTREVISTAS	37
6.1	Boas Práticas Confirmadas.....	37
6.2	Boas Práticas Modificadas	39
6.3	Boas Práticas Adicionadas	39
6.4	Boas práticas Removidas	41
7	CONCLUSÃO.....	42
	REFERÊNCIAS.....	44
	APÊNDICE A - INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS.....	47
	APÊNDICE B - ROTEIRO ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA	56

1 INTRODUÇÃO

Esportes eletrônicos, ou *esports*, é uma forma de esporte no qual seu aspecto primário é facilitado por meio de sistemas eletrônicos e a entrada e saída do sistema são mediadas por interfaces humano-computador (HAMARI, SJÖBLOM, 2017). São competições de jogos digitais organizadas através de ligas em vários locais do mundo. Nesses últimos anos, o número de espectadores e a premiação dos campeonatos vem aumentando consideravelmente e, em 2017, mais de 46 milhões de telespectadores únicos online assistiram a final do campeonato mundial de *League of Legends* (Riot Games, 2009) da *Intel Extreme Masters*, em Katowice na Polônia. Em comparação, a cerimônia de posse do atual presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, obteve audiência na TV de 30,6 milhões (ARMSTRONG, 2017). Já o *The International*, campeonato mundial de *DOTA 2* (Valve, 2013), premiou a equipe campeã do torneio *Team Liquid* com 10,8 milhões de dólares, dos 24 milhões do total premiado. Até março de 2018, as cinco maiores premiações da história somadas já ultrapassam a faixa de 250 milhões de dólares, como mostrado na Figura 01.

Figura 01 – Lista dos 5 jogos com as maiores premiações até março de 2018.



Fonte: <https://www.esportsearnings.com/games>.

O primeiro torneio de *videogames* registrado é datado em outubro de 1972, quando a Universidade de *Stanford* fez um campeonato do jogo *Spacewar!* (Steve Russell, 1962) cuja premiação ao vencedor era a assinatura de um ano da revista *Rolling Stones*

(BRAND, 1972). Em 1980, a empresa japonesa *Atari* realizou o torneio de *Space Invaders* (Taito, 1978) que atraiu mais de 10 mil participantes. Já no início da década de 1990, empresas como a *Nintendo* e a *Blockbuster* já patrocinavam campeonatos mundiais (EDWARDS, 2013). Em 1991, surge o jogo *Street Fighter II* (Capcom, 1991) para o console *Super Nintendo Entertainment System* (SNES) que foi o primeiro a focar diretamente nos aspectos competitivos, técnica que é empregada e melhorada nos esportes eletrônicos até os dias atuais. Este jogo popularizou os jogos de luta competitivos, também conhecidos como *fighting games* (SNAVELY, 2014).

Ao longo da década de 90, surgiu a cultura de jogos em PC (*Personal Computer*) e com ela os próximos passos para o que hoje chamamos de *esports*. O primeiro registro do uso desse termo foi em um comunicado da imprensa no lançamento da *Online Gamers Association* (OGA) em que um jornalista da *Eurogamer*, Mat Bettington, comparou os esportes eletrônicos com os esportes tradicionais (OGA, 1999; WAGNER, 2006). Outro marco foi o torneio do jogo *Quake* (Id Software, 1996) que teve a participação de mais de 2 mil participantes e a premiação foi uma *Ferrari* oferecida pelo desenvolvedor líder do jogo, John Carmack. Poucas semanas após esse torneio, foi criada a *Cyberathlete Professional League* (CPL) que, dois anos após sua criação, já oferecia 15 mil dólares como premiação de seus torneios (EDWARDS, 2013).

Nesta época, os gêneros que faziam mais sucesso entre os esportes eletrônicos eram jogos de tiro em primeira pessoa, mais conhecidos como *First Person Shooters* (FPS), os jogos de esportes e os jogos com estilo *arcade*. Mas, no fim dos anos 1990, surgiu o gênero de *Real-Time Strategy* (RTS), um subgênero dos jogos de estratégia em que a progressão do jogo não acontece através de turnos (GERYK, 2008), com o lançamento do jogo *Starcraft: Brood War* (Blizzard, 1998) (EDWARDS, 2013).

Com a virada do milênio, surgiram torneios como *World Cyber Games* (WCG), *Electronic Sports World Cup* (ESWC), *Dreamhack*, *Global StarCraft League* (GSL) e *Major Gaming League* (MLG), sendo o último o primeiro torneio transmitido em um canal de televisão, a *USA Network* da América do Norte, do jogo *Halo 2* (Bungie, 2004) (EDWARDS, 2013). Nesta época, surgiu o jogo de FPS *Counter-Strike* (Valve, 2000) que, na versão de 2001 da *CPL World Championship*, teve uma premiação de 150 mil dólares (SNAVELY, 2014).

Outro gênero relevante é o *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) que se popularizou com o *mod* (modificações visuais ou de mecânicas de um jogo feitas por fãs) do jogo *Warcraft III* (Blizzard, 2002) chamado *Defense of the Ancients* (DotA). O gênero tem

elementos de RTS, porém o jogador só pode controlar uma única unidade no jogo, ao invés de várias unidades e estruturas (EDWARDS, 2013). Atualmente, o MOBA é o gênero com maior popularidade graças ao jogo *League of Legends* (Riot Games, 2009), também conhecido como LOL, que atualmente possui 100 milhões de jogadores únicos (VOLK, 2016).

No contexto dos esportes eletrônicos, a Coreia do Sul tem uma grande relevância pois foi o primeiro país a considerar o *esport* com a mesma importância dos esportes tradicionais (SNAVELY, 2014). Em 2000, foi criada pelo Ministério da Cultura, Esportes e Turismo a *Korea e-Sports Association* (KeSPA - Associação de *Esports* da Coreia) com o objetivo de legitimar a modalidade como um evento esportivo oficial e exercer o gerenciamento das transmissões de *esports*, a formação de novos eventos e as condições de trabalho dos jogadores associados, além de encorajar o acompanhamento do cenário competitivo pela população (WIKIPEDIA, 2018).

Historicamente, a Coreia não foi receptiva à cultura japonesa devido a problemas diplomáticos e ao medo da população de uma invasão cultural, por esses motivos o país banuiu todos os produtos japoneses, incluindo *consoles* criados pela *Nintendo* e pela *SEGA*, empresas japonesas, e, mesmo com a extinção da proibição, os jogos digitais japoneses não conseguiram atrair o gosto do público sul-coreano (JIN; CHEE, 2009). Isso ocasionou uma lacuna de entretenimento digital no país, surgindo uma demanda desse tipo de produto (SNAVELY, 2013). No fim da década de 1990, após a falha dos *consoles* japoneses, a Coreia do Sul construiu uma forte infraestrutura de tecnologia da informação e detém atualmente a melhor internet do mundo, sendo acessível a toda a população (LEE, 2017). Também foram surgindo empresas sul-coreanas que utilizavam dessa forte estrutura para melhorar o cenário de jogos do país, resultando na produção de jogos de qualidade que popularizaram os jogos *online* dentro do país.

Foi com a popularização do *Starcraft* na Coreia que surgiu o interesse nacional e internacional por competições de jogos eletrônicos. A edição de 2001 do torneio WCG, descrita como “a olimpíada dos *videogames*” (JIN; CHEE, 2009), contou com diversas disputas de jogos diferentes, a participação de mais de 400 jogadores de 37 países e uma premiação total de 400 mil dólares. Atualmente, o empenho para participar desses jogos é bem maior do que na época dos primeiros torneios, uma vez que jogadores precisam investir em viagens e no pagamento de competições, como também dedicar tempo para praticar com o objetivo claro de se tornar o melhor daquela modalidade (SNAVELY, 2013).

À medida que mais competições internacionais surgiam, maior o interesse do público com a modalidade. As competições tornaram-se mais parecidas com as de esportes

tradicionais e canais de televisão focados essencialmente em esportes eletrônicos surgiram, como a *Ongamenet* (SNAVELY, 2013), ou canais renomados de esportes criaram subseções de *esports*, como a *SPOTV Esports*.

Muitos jogos são desenvolvidos com o objetivo principal de ser tornarem um *esport*, mas nem todos conquistam essa condição, ocasionando sua falência ou parando de focar no competitivo. Como cita Paiva (2017), muitos desses jogos acabam sendo somente cópias de jogos que estão fazendo sucesso no momento.

Existe divergências quanto a nomenclatura do termo *esports*, existindo também as grafias *eSports* e *e-Sports*, além de outros termos. Para este trabalho, será utilizado o termo *esports* ou, na versão em português, esporte eletrônico, pois este termo foi adicionado na *The Associated Press Stylebook*, livro de gramática norte-americano que busca padronizar os termos de mídia de massa. Foi-se utilizada da mesma lógica para a padronização do termo “*email*”, que também é escrito sem hífen ou com a segunda letra em minúsculo (DARCY, 2017).

Visto que é escasso os trabalhos acadêmicos sobre o desenvolvimento de jogos voltados para esportes eletrônicos e muito jogos estão sendo lançados sem que tenham boas guias para como desenvolver esse tipo de jogo, este trabalho tem o objetivo de apresentar boas práticas para o desenvolvimento de *esports*. Foram pesquisadas boas práticas nos textos acadêmicos e não acadêmicos, além de pesquisas quantitativas e qualitativas, com opiniões de pessoas envolvidas diretamente no cenário como: jogadores profissionais, técnicos, narradores, donos de time e espectadores que usam de seu tempo livre para assistir partidas de esportes eletrônicos.

No segundo capítulo, mostra-se o referencial teórico sobre esporte eletrônico, abordando trabalhos acadêmicos e não acadêmicos. No terceiro capítulo, é mostrada a metodologia utilizada, quais foram as etapas e mostra como foram encontradas as boas práticas. No capítulo 4, é mostrada uma tabela com todas as boas práticas, separadas por grupos baseados em afinidade e por grau de importância. No capítulo 5, mostra-se uma explicação sobre os questionários feitos para jogadores e espectadores de *esports*, quais boas práticas foram validadas, quais foram modificadas e quais foram adicionadas. No capítulo 6, são apresentadas as entrevistas com pessoas envolvidas mais diretamente com o cenário, como técnicos, jogadores, narradores, jornalistas etc., além de verificar quais boas práticas foram confirmadas, modificadas e adicionadas. Por fim, na conclusão, é discutido um apanhado geral sobre cada etapa do trabalho e é verificado se a metodologia se mostrou válida para a busca das boas práticas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Considerando que a área de *esports* é relativamente nova, são escassos os trabalhos acadêmicos sobre os elementos que auxiliam um jogo a tornar-se um esporte eletrônico. Então, serão mostrados trabalhos que refletem o tema e que se assemelham de alguma forma ao tema do trabalho apresentado.

Na esfera acadêmica, o trabalho mais relacionado com o tema é o artigo de Bornemark (2013) que analisa algumas propriedades presentes em jogos considerados esportes eletrônicos. Após essa análise, esses pontos são comparados aos jogos multijogadores, que não são classificados como *esports*, e mostra que tais pontos não estão presentes.

Um dos trabalhos acadêmicos mais antigos sobre o tema é o artigo de Wagner (2006) em que procura explicar a relevância científica dos esportes eletrônicos, criando um alicerce para o estudo da área. Apresenta uma visão geral do que é um *esport*, cria uma definição adequada e discute também as primeiras abordagens ao tópico que podem ajudar a solucionar problemas de outras áreas que parecem não relacionadas, como tomadas de decisões estratégicas e treinamento gerencial.

Outros textos acadêmicos encontrados foram os artigos de Weiss e Schiele (2013) e de Hamari e Sjöblom (2017) que buscam entender os motivos que levam o público a consumir os esportes eletrônicos. O primeiro artigo faz entrevistas e questionários com jogadores profissionais e define que competição, desafio e escapismo são tópicos diretamente relacionados à prática da modalidade; já o segundo artigo apresenta dez hipóteses de motivações para assistir *esports*, dentre elas três foram confirmadas através de um questionário com pessoas que assistem partidas competitivas, sendo essas: “adquirir conhecimento sobre o jogo”, “escapismo” e “agressividade dos jogadores de esportes eletrônicos”.

Encontram-se textos que apresentam o histórico dos *esports*, como é o caso do trabalho de Snavely (2013) que tenta explicar como funcionam os sistemas modernos e faz comparações entre os sistemas de esportes tradicionais e eletrônicos. Também comenta sobre o início do cenário na Coreia do Sul, analisa o estado atual da modalidade na América do Norte e aponta as ameaças à indústria que está ganhando relevância no ocidente. Um trabalho semelhante é o de Saraiva (2013) que faz esse histórico contextualizando a realidade de Portugal.

Foram encontrados também trabalhos que fazem a comparação entre esportes tradicionais e eletrônicos, como o trabalho de Pereira (2014), que apresenta pontos comuns às duas modalidades, sendo eles: carreira competitiva, competições eletrônicas, times e marcas, astros da modalidade, transmissão em massa, patrocinadores, mídia especializada, regulamentação e sexismo. Também mostra os pontos divergentes: atividade física, reconhecimento cultura e benefícios físicos, mentais e sociais. O autor afirma que, exceto os três esportes mais populares: futebol, basquete e futebol americano, os esportes eletrônicos já alcançaram números semelhantes aos esportes tradicionais. Outro exemplo desse tipo de trabalho é o artigo de Jonasson e Thiborg (2010).

Há trabalhos sobre jogos específicos, como o artigo de Pereira, Wilvert e Takase (2016) que usam os conceitos de psicologia esportiva em uma equipe profissional de *League of Legends* e procuram verificar se esses conceitos ajudam na busca de resultados melhores com jogadores de esportes eletrônicos. Os resultados demonstram que o grupo de jogadores que passaram por essa etapa tiveram uma melhoria na atenção seletiva, memória e habilidades em matemática e visioespaciais, também tiveram uma diminuição da ansiedade enquanto competiam e as atividades influenciaram no aumento da coesão do grupo e em uma comunicação mais objetiva dentro de jogo.

O artigo de Rambusch, Jakobsson e Pargman (2007) faz uma análise de *gameplay* do jogo *Counter-Strike* com foco nos *esports*, mostrando quais os pontos que esta modalidade se apropria dos esportes tradicionais. Também são discutidos problemas teóricos e metodológicos do estudo, incluindo abordagens centradas nos jogadores e a interdisciplinaridade do estudo.

Carter e Gibbs (2013) faz uma análise sobre o cenário do jogo *EVE Online* (CCP Games, 2013) que possui um sistema diferente dos outros esportes eletrônicos mais conhecidos, principalmente por causa dos aspectos considerados não éticos do jogo como espionagem, suborno e entrega de partidas, que ocorrem comumente em torneios desse cenário. Baseado nos resultados das entrevistas com jogadores, espectadores e comentaristas, o trabalho discute a forma que essas atitudes, permitidas pelos desenvolvedores do jogo, refletem na sua forma de *esport*. Ao tentar se profissionalizar, os desenvolvedores começaram a criar regras mais rígidas para os seus campeonatos, o que vai de encontro ao espírito do jogo e pode causar a rejeição do público quanto ao cenário competitivo.

Quanto a relação entre patrocínios e *esports*, o texto de Chalmet (2015) examina os efeitos de confiança e comprometimento em relação aos níveis de satisfação obtidos com a parceria de patrocínio visto com a perspectiva do consumidor, com o intuito de mostrar para

pessoas responsáveis pela gerência um entendimento melhor desse relacionamento. Foram feitas entrevistas com pessoas envolvidas na área dos negócios e com jogadores profissionais, chegando o trabalho a afirmar que confiança é a chave para um relacionamento duradouro e que essa confiança tem relação direta com o nível de satisfação de ambas as partes.

Na esfera não acadêmica é onde se tem uma maior discussão a respeito do tema, principalmente por meio de fóruns, sites especializados, seções de sites de esportes tradicionais voltados aos esportes eletrônicos etc. Os textos discorrem sobre diversos assuntos como: análises de jogadas, times ou de algum jogador específico, notícias, questões voltadas a algum elemento do jogo, economia etc. Relacionados com o tema deste trabalho, foram selecionados dois artigos, duas palestras e um programa no *Youtube* que foram relevantes.

Stanford (2017) apresenta uma lista de razões para um *esport* fazer sucesso, além de indicar os esportes eletrônicos mais populares, descrevendo brevemente cada um e elencando o que as desenvolvedoras desses jogos fizeram para alcançar essas posições: garantir atualizações regulares no jogo, ter certeza que a base de jogadores é grande, deixar o jogo fácil de aprender porém difícil de aperfeiçoar, destacar a importância do modo espectador e trazer as pessoas corretas para comentar os jogos. Cada razão é explicada e exemplificada.

Margaris (2016) apresenta os motivos que fazem com que o jogo *Heroes of the Storm* – HotS (Blizzard, 2015) não tenha sucesso como *esport*. Primeiro o autor faz uma comparação entre os jogos disponíveis no site de transmissões *online* de jogos chamado *twitch.tv* e mostra que um campeonato importante do jogo teve somente 18 mil espectadores simultâneos, enquanto que, no mesmo momento, os jogos *League of Legends* e *Overwatch* (Blizzard, 2016), mesmo sem nenhum evento importante, tinham aproximadamente 80 mil e 100 mil espectadores, respectivamente. Apresenta as mudanças drásticas no cenário competitivo do jogo, como alterações de times e de investimento, o que prejudicou seu cenário competitivo. Depois, o autor indica alguns possíveis motivos para isso: a falta de histórias entre partidas profissionais, o fato das partidas competitivas de HotS serem entediantes, dificuldade no acompanhamento dos espectadores, o jogo ter um baixo nível de complexidade, problemas não relacionados ao design do jogo e falta de popularidade nas transmissões online.

A palestra de Barzilay (2016), produtor e designer da empresa *Side-Kick Games*, indica elementos que um desenvolvedor precisa entender ao produzir um jogo voltado para esportes eletrônicos. Primeiramente, o autor mostra dados sobre o crescimento econômico do cenário geral, depois afirma que é possível criar um jogo voltado para o *esport*, porém é o

público que vai efetivar essa condição. O autor afirma que existem três elementos que afetam o progresso em um jogo: habilidade do jogador, força da unidade e força da sorte, e, de acordo com a quantidade desses elementos apresentada em um jogo, ele pode ou não ser apto a tornar-se um *esport*. Cita alguns jogos definindo os níveis de cada um desses elementos, como mostrado na Figura 02, e então define que jogos considerados esportes eletrônicos são aqueles que possuem, em sua maior parte, a habilidade de jogador em evidência. O autor elenca os elementos importantes que devem ser considerados ao se desenvolver um *esport*, com elementos dentro do jogo (*game design*, mecânica) e fora do jogo (transmissão).

Figura 02 – “Seu jogo se encaixa em um *esport*?”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=3U0s1orImTM>.

A apresentação de Browder (2011), *game designer* da *Blizzard* e chefe do setor responsável pelo jogo *Starcraft II* (*Blizzard*, 2010), explica as decisões de design do jogo em relação ao *esports*. Comenta que um esporte eletrônico precisa ser divertido de assistir e, para alcançar isso, destaca quatro pontos: ter informações claras, ser simples, ter um alto nível de habilidade e ter momentos de incerteza. O autor detalha esses quatro pontos ao longo da apresentação e explica como o fato do jogo ter sido desenvolvido com foco em *esports* influenciou nas decisões de design como: mudanças na história do jogo, todos os personagens dentro do jogo são versões simplificadas dos conceitos originais para não gerar uma poluição visual e mudanças no design de personagens, pois havia uma limitação na criação de personagens com características semelhantes, dessa forma os jogadores acabariam escolhendo o melhor entre eles, então evitou criar personagens parecidos. Finaliza a palestra informando que essas mudanças de design do jogo surtiram efeito na sua popularidade, que atualmente é reconhecido mundialmente.

O programa do *Youtube* é um episódio da série chamada *Extra Credits*, de Portnow e Floyd (2012), que aborda o conceito de desbalanceamento perfeito, afirmando que,

em *game design*, os elementos não precisam ser perfeitamente balanceados. Utilizando o exemplo do xadrez, que é um jogo perfeitamente balanceado, o autor indica que, apesar do jogo ser excelente, sofre por ter um número fixo de melhores jogadas possíveis e que somente os melhores jogadores conseguem encontrar novas. Os autores citam o exemplo do jogo *Starcraft* que, ao se tornar o mais próximo de um balanceamento perfeito, deixou de ser um jogo de estratégia e tornou-se um jogo de ação, no qual os jogadores calculam as melhores jogadas e quem conseguir executá-las mais rapidamente ganha, frustrando os jogadores.

O *League of Legends* é citado pelos autores como um jogo que possui um desbalanceamento perfeito, criando um *metagame*, que na definição para o esporte eletrônico é a melhor forma de se jogar um jogo. Não deve ser definitivo e todos os jogadores podem tentar independentemente do nível.

Os autores ainda citam duas formas de desbalanceamento perfeito, sendo a primeira forma a que o *Magic: The Gathering* utiliza, em que define uma curva de balanceamento perfeito de mana por vida para uma criatura sem nenhum efeito, então alteram algumas cartas que extrapolam essa curva: se uma criatura tem um efeito muito forte para uma determinada quantidade de mana, a vida da mesma tem que diminuir. A segunda forma é também conhecida como “Pedra, Papel e Tesoura” na qual um elemento B é melhor que o elemento A, o que leva os jogadores a procurar por um elemento C que seja melhor que B, e pode continuar ou até mesmo voltar em evidência o elemento A, criando um ciclo de qual estratégia vai ser dominante em um determinado período.

3 METODOLOGIA

Este trabalho tem como o objetivo listar boas práticas que podem auxiliar um jogo a se tornar um *esport*, buscando na esfera acadêmica e não acadêmica. Após isso, foram feitas pesquisas quantitativas e qualitativas, sendo a primeira realizada com jogadores e espectadores da modalidade, e a segunda com pessoas envolvidas mais diretamente com o cenário como jogadores profissionais, técnicos de equipes, donos de organizações, desenvolvedores de jogos, comentaristas de partidas profissionais etc.

Inicialmente, foi realizada uma pesquisa no *Google Scholar* com termos relacionados ao tema: “*esports*” e “Esportes eletrônicos”. Depois foram feitas pesquisas baseadas em algum jogo específico como “*League of Legends*”, “*Counter-Strike*”, “*Dota 2*”, “*Heroes of the Storm*” ou “*Starcraft*”, por serem atualmente os esportes eletrônicos de maior expressão em relação a premiações. Na busca de material não acadêmicos, foi feita uma pesquisa no *Google* baseada no tema, sendo a principal: “*How to make an esports game*” (“Como fazer um jogo de *esports*”).

A partir da pesquisa na literatura, foram elencadas as primeiras boas práticas, indicando os respectivos graus de importância. Outras boas práticas baseadas na vivência do autor com o cenário geral de *esports* também foram acrescentadas e, para ver se as boas práticas eram válidas ou não, foram realizadas pesquisas quantitativas e qualitativas.

Pesquisas quantitativas foram feitas no formato de dois questionários *online*, um em português, focado em jogadores e entusiastas brasileiros, e o outro em inglês, focado no público mundial, sendo as perguntas semelhantes nas duas versões com exceção de perguntas voltadas a região que residem. Essa separação foi feita para avaliar quais as diferenças entre esses dois tipos de perfis, além de ter uma maior facilidade de encontrar respostas em português devido o autor já ter contato com brasileiros influentes na área dos *esports*. Esta pesquisa foi divulgada no perfil pessoal do autor no *twitter* e também postada em fóruns de *Facebook* voltados aos esportes eletrônicos em geral ou em grupos específicos de alguns jogos como *League of Legends*, *Dota 2*, *Counter-Strike: Global Offensive* (Valve, 2012), *Starcraft II* etc. Os questionários foram necessários para verificar se as boas práticas pensadas anteriormente eram válidas e se precisavam de alguma modificação, como também encontrar novas boas práticas que não foram percebidas.

Pesquisas qualitativas foram feitas na forma de entrevistas semiestruturadas baseadas no método de Cote e Raz (2015), em que as perguntas são previamente preparadas, mas são permitidos desvios caso exista algum ponto importante que tenha surgido no

momento da entrevista. Foram escolhidas para a entrevista pessoas que tinham algum envolvimento mais direto com o esporte eletrônico, diferentemente dos questionários que envolveram pessoas de diversos níveis de afinidade com a modalidade. O contato inicial foi através das redes sociais como *Twitter* e *Facebook*, *posts* em grupos específicos de jogos convidando interessados ou um contato direto nas páginas específicas de algumas pessoas que poderiam ter o perfil adequado. As entrevistas tiveram o objetivo de validar as últimas boas práticas, observar eventuais mudanças ou adicionar boas práticas baseadas nas entrevistas. Pela abordagem mais direta com o entrevistado, foi possível verificar boas práticas não percebidas anteriormente.

4 BOAS PRÁTICAS

Neste capítulo serão expostas as boas práticas encontradas a partir dos trabalhos estudados, dos questionários e das entrevistas, sendo divididas por grau de importância e nas seguintes categorias: gerais, desenvolvimento e transmissão.

Das boas práticas apresentadas, 27 foram encontradas via pesquisa em materiais acadêmicos e não acadêmicos (G01 à G04, G10, D01 até D15, D25 e T01 até T05) e 20 propostas pelo autor do trabalho (G05 à G07, G11, G13, G14, D17 à D21, D30, D31, D36, D38, T06, T07, T10, T11 e uma boa prática que foi excluída). Com os questionários, foram confirmadas 26 boas práticas dentre as iniciais (G01, até G03, G5, G06, G10, G11, G13, D01, D08 até D11, D18 até D21, D23, D30, D36, T01 até T03, T06, T10 e T11), duas foram modificadas (D31 e D32) e quatro adicionadas (G12, D26, D34, e D37). Com as entrevistas, foram confirmadas seis boas práticas (G01, G07, G14, D17, D38 e T07), uma foi modificada (D20), dez adicionadas (G08, D16, D22, D24, D28, D29, D35, T08, T09, T13) e uma removida. Nos próximos capítulos essas modificações serão discutidas com mais detalhes.

Os graus de importância utilizados foram classificados através de conceitos semelhantes a priorização de requisitos da Engenharia de Software: essencial, quando é fundamental para o funcionamento do sistema, ou seja, sem ele não se pode dizer que o projeto está completo; importante, quando o projeto pode funcionar sem esse requisito, mas é algo que seria importante ser desenvolvido futuramente para um funcionamento ideal; e desejável, quando não é indispensável para o projeto e não precisa ser desenvolvido no futuro, mas será positivo se inserido (VENTURA, 2015).

As boas práticas foram consideradas essenciais caso estejam presentes nos textos de forma unânime, ou seja, os textos acadêmicos e não acadêmicos apontavam essa prática como válida, ou tenham aprovação majoritária nos questionários ou nas entrevistas; importantes, caso esteja presente nos textos mas não de forma unânime, ou tenha aprovação entre 40% e 59% das respostas nos questionários; e desejável, caso ela tenha uma aprovação de menos de 40% nos questionários ou tenha sido pouco comentada nas entrevistas.

4.1 Boas práticas gerais

Esta categoria possui boas práticas gerais que afetam o jogo como um todo. Serão encontradas boas práticas de como organizar campeonatos, como os desenvolvedores devem se comportar e como criar formas para a divulgação do jogo.

Tabela 01 – Boas práticas gerais.

Gerais			
Código	Nome	Descrição	Importância
G01	Seja proativo com a comunidade	Para Bornemark (2013), a grande diferença entre os <i>esports</i> e os esportes tradicionais é o conceito de propriedade, ou seja, os jogos digitais claramente são de um dono (no caso dos desenvolvedores), o que não ocorre nos esportes tradicionais. É responsabilidade do desenvolvedor mudar as regras do jogo, organizar campeonatos, sempre se comunicar com a comunidade, caso contrário os jogadores podem deixar do jogo.	Essencial
G02	Faça torneios presenciais	Barzilay (2016) afirma que eventos ao vivo unem os fãs que preferem assistir de perto, por isso eventos presenciais são importantes. Se não for possível realizar todas as etapas de forma presencial, escolha momentos importantes, por exemplo, a fase regular de uma liga pode ser online, mas a fase final deve ser presencial.	Essencial
G03	Tenha certeza que seu público é grande	Segundo Stanford (2017), não adianta ter um jogo impecável se não tem público o suficiente para acompanhar o cenário, é importante criar um jogo que seja agradável também para o espectador.	Essencial
G04	Acompanhe torneios organizados pela comunidade	Muitos torneios vão surgir por iniciativa da comunidade, sendo assim é importante acompanhar essas iniciativas espontâneas para se aproximar dos jogadores e obter sugestões de melhorias para o jogo (BARZILAY, 2016).	Essencial
G05	Realize torneios com a presença de torcida	A presença de torcida cria uma atmosfera diferente e afeta tanto a qualidade do evento quanto o desempenho de jogadores profissionais, o que também pode impactar na quantidade de pessoas assistindo a transmissão.	Essencial
G06	Faça eventos em diferentes localidades	É importante realizar eventos em diferentes localidades para haver uma adesão maior de jogadores de diversos locais e países.	Essencial

Gerais			
Código	Nome	Descrição	Importância
G07	Imortalize momentos importantes de campeonatos dentro do jogo	Recompense jogadores ou times que realizem algo memorável em algum momento competitivo com algum elemento dentro do jogo, sejam referências, conteúdos cosméticos temáticos de um campeão de torneio, elementos dentro do mapa relacionados a algum jogador ou time etc., mas tenha cuidado com a qualidade e a quantidade desses momentos, caso aconteça com muita frequência ou com ações simples pode perder seu impacto.	Essencial
G08	Evite estereótipos	Para evitar preconceitos e atitudes ofensivas, evite utilizar elementos estereotipados relacionados com machismo, LGBTfobia ¹ , entre outros.	Importante
G09	Use as redes sociais	Muitas pessoas conhecem os <i>esports</i> através de notícias do cenário em redes sociais, pois são ferramentas de grande alcance para a divulgação de torneios e novidades quanto ao jogo. É importante entender quais são as redes sociais mais usadas com o objetivo de aumentar o alcance do jogo para a comunidade.	Desejável
G10	Busque parcerias influentes	Se a desenvolvedora não for conhecida, poderá ter dificuldades após o lançamento, então procure contato com pessoas ou empresas já envolvidas, sejam elas <i>streamers</i> , ou seja, que transmitem jogos em plataformas online, jogadores profissionais, empresas especializadas em <i>esports</i> , entre outros; para fazer parcerias e assim facilitar a inserção do jogo (BARZILAY, 2016).	Desejável
G11	Faça os jogadores se interessarem pelo cenário competitivo	Na pesquisa pode se constatar que alguns jogadores começaram a assistir as competições por ver notícias sobre a modalidade dentro do jogo, logo, é importante mostrar o que está acontecendo no universo dos <i>esports</i> para atrair jogadores que talvez não conheçam o cenário.	Desejável

¹ Ato ou manifestação de ódio ou rejeição a homossexuais, lésbicas, bissexuais, travestis e transexuais.

Gerais			
Código	Nome	Descrição	Importância
G12	Esteja ciente das condições financeiras do público	Alguns jogadores mencionaram que nunca foram a um evento de <i>esport</i> pois o preço do ingresso era bastante elevado, então, ao planejar um torneio, procure entender a situação financeira do público almejado, para não ter um ingresso caro e, por conta disso, não conseguir uma presença de público satisfatória.	Desejável
G13	Permita aos jogadores contribuírem com a premiação de torneios	Ao criar um torneio importante, uma boa ideia é fazer com que o público geral possa de alguma forma contribuir com a premiação, desta forma poderão sentir que estão ajudando no crescimento do jogo como um <i>esport</i> , porém essa ação deve recompensar, criando itens específicos dentro do jogo para o evento, como <i>skins</i> , ícones etc. Parte do preço pago pelo jogador pode ir para a premiação do torneio.	Desejável
G14	Crie canais de comunicação entre espectadores	Os espectadores gostam de comentar sobre os jogos, então é recomendável disponibilizar um modo fácil para interagirem (fóruns, <i>chats</i> , canais).	Desejável

Fonte: autor.

4.2 Boas práticas de desenvolvimento

Nessa categoria, foram inseridas as boas práticas que afetam de alguma forma o desenvolvimento do jogo. São mudanças feitas dentro do jogo que afetam o balanceamento, as mecânicas, o que deve existir no cliente do jogo, o que o jogo precisa ter para ser possível assisti-lo, o que fazer em relação a sua comercialização etc.

Tabela 02 – Boas práticas de desenvolvimento.

Desenvolvimento			
Código	Nome	Descrição	Importância
D01	Certifique-se que o <i>matchmaking</i> seja justo	<i>Matchmaking</i> é uma forma de criar partidas em que os jogadores são de níveis equivalentes. Os níveis podem ser calculados a partir de variáveis como o número de vitórias e derrotas. O <i>matchmaking</i> tem como objetivo criar uma partida que seja agradável a todos os participantes envolvidos, então deve-se ter certeza que o pareamento entre jogadores está sendo feito de forma justa, para que não cause frustração nos jogadores que estiverem desnivelados em relação aos demais (PASSY; CHAVES; PEREIRA, 2013).	Essencial
D02	Delimite o tempo de jogo	Ao criar um jogo voltado para <i>esports</i> , procure estabelecer um tempo aceitável de jogo, seja a duração de cada <i>round</i> ou a duração média de um jogo. Barzilay (2016) afirma que definir o tempo de jogo acaba criando um elemento de drama, pois o tempo pode estar a favor ou contra. Tendo em mente um tempo médio de jogo, auxilia tanto os fãs quanto os organizadores a definir em média o tempo que será investido em um evento específico.	Essencial
D03	Crie um modo espectador competente	Para Stanford (2017), um <i>esport</i> é construído em volta dos espectadores de partidas profissionais, e eles não irão participar se não for de forma fácil e divertida. Crie um modo espectador que deixe claro o que está acontecendo naquele momento, com uma interface que mostre todos os elementos do jogo. Diferente do jogador, é importante que o espectador possa ver todas as informações de ambos os times.	Essencial
D04	Tenha condições claras de sucesso e falha	Para Barzilay (2016), um <i>esport</i> precisa ter um objetivo claro que possa ser explicado facilmente a qualquer pessoa que esteja entrando nesse universo. Por exemplo, o objetivo de <i>League of Legends</i> é destruir o <i>Nexus</i> (base) adversário antes que ele destrua o seu; em <i>Hearthstone</i> , o objetivo é eliminar todos os pontos de vida do adversário.	Essencial

Desenvolvimento			
Código	Nome	Descrição	Importância
D05	Crie metas secundárias	Segundo Barzilay (2016), são as metas que ajudam o jogo a progredir, mas não são essenciais para a vitória. Ao criar essas metas, é possível proporcionar momentos dramáticos, o que pode ajudar o jogador ou time a se aproximar da vitória. Exemplos: os objetivos neutros em <i>League of Legends</i> (Dragões, Barão e Arauto), o sistema de missões em <i>Hearthstone</i> .	Essencial
D06	Possibilite um desbalanceamento perfeito	Em <i>game design</i> , desbalanceamento perfeito é a ideia de que os elementos não precisam ser totalmente balanceados, pois limita as melhores jogadas, fazendo o jogo se tornar previsível e afastando os jogadores e espectadores. Essa forma de desbalanceamento faz com que jogadores de níveis diferentes desenvolvam estratégias diferentes que funcionam naquele nível e, ao evoluir, deve encontrar outras jogadas dominantes (PORTNOW; FLOYD, 2012).	Essencial
D07	Apresente informações de forma clara	Para Browder (2011), um bom <i>esport</i> tem que prezar pela clareza de informações dentro de jogo. As unidades devem ter o tamanho ideal para não atrapalhar a visão de outras unidades, os efeitos visuais devem ser simples o suficientes para não criar uma poluição visual na tela, mas que seja possível entender o que está acontecendo.	Essencial
D08	Estimule reflexos rápidos e coordenação olhos-dedos	Barzilay (2016) afirma que a maioria dos <i>esports</i> é baseada em habilidades do jogador. Um bom <i>esport</i> precisa de um alto nível de coordenação entre dedos e olhos, e reflexos rápidos por parte dos jogadores (BORNEMARK, 2013). É necessário estimular o jogador a melhorar sua jogabilidade. Exemplo: ganhar recursos ao eliminar um adversário.	Essencial

Desenvolvimento			
Código	Nome	Descrição	Importância
D09	Facilite o aprendizado e dificulte a maestria	Um <i>esport</i> precisa ter os seus conceitos básicos facilmente compreensíveis, mas exigir um alto nível de habilidade, para garantir a competitividade (STANFORD, 2017). Para Margaris (2016) esse é um dos motivos que fazem com que o jogo <i>Heroes of the Storm</i> não faça tanto sucesso quanto os seus concorrentes, pois é um jogo de baixa complexidade, o que dificultou o cenário competitivo. Os espectadores preferem assistir jogos com uma curva de habilidade ² mais alta.	Essencial
D10	Possibilite uma curva de habilidade alta	Para Barzilay (2016), um jogo com uma boa curva de habilidade permite que os jogadores desenvolvam estratégias novas e únicas, também permite que jogadores de todos os níveis possam se divertir, tentando melhorar suas habilidades, além de possibilitar o destaque de jogadores. Segundo o autor, um <i>esport</i> almeja ter uma curva de habilidade infinita.	Essencial
D11	Incentive a competitividade entre jogadores ou times	Segundo Barzilay (2016), são os fãs que definem se um jogo é um <i>esport</i> , mas pode-se criar um bom jogo competitivo, com embates individuais ou entre equipes, para que surjam times e jogadores e, conseqüentemente, seus fãs.	Essencial
D12	Possibilite uma sequência de momentos dramáticos	Barzilay (2016) afirma que um jogo precisa ser criado com uma sequência de momentos dramáticos, não sendo um jogo de ação contínua. Ter momentos de pausa ajuda aos jogadores pensarem novas estratégias. É nesse momento de pausa que os comentaristas adicionarão o drama dentro de uma partida, quando transmitida.	Essencial

² Representação gráfica do crescimento do aprendizado em relação ao nível de experiência (BUSINESS DICTIONARY, 2018).

Desenvolvimento			
Código	Nome	Descrição	Importância
D13	Torne o jogo complexo	O jogo pode disponibilizar diferentes mapas, objetivos, itens, interações entre personagens e tempos (BARZILAY, 2016). Exemplo: em <i>Overwatch</i> há diversos mapas que possuem tipos diferentes de objetivos (empurrar uma carga, atacar/defender um local e modos híbridos), em cada tipo de mapa, alguns personagens acabam sendo mais eficientes que outros.	Essencial
D14	Estabilize o jogo	Antes de introduzir o jogo como um esporte eletrônico, garanta que não possui defeitos claros, que o servidor funciona bem ou se existem erros dentro de jogo (BARZILAY, 2016). Nenhum jogo é a prova de defeitos, mas problemas graves podem causar a rejeição dos jogadores. Então, caso algum problema venha a acontecer, os desenvolvedores precisam resolver rapidamente.	Essencial
D15	Crie um jogo cheio de incertezas para quem assiste	Para Bowler (2011), um bom <i>esport</i> precisa estar repleto de incertezas, ou seja, o espectador não deve prever o que acontecerá nos próximos momentos, mantendo o público sempre em atenção.	Essencial
D16	Combata o antijogo	Um jogo voltado para esporte eletrônico tem que prezar a competitividade, e ter um jogo que permite trapaças ou atitudes negativas, como sair no meio do jogo ou ter um comportamento tóxico, vai de encontro a esse princípio. Então tenha um sistema que ajude a encontrar esses problemas e evitar ou punir essas atitudes.	Essencial
D17	Possibilite a reversão de situações adversas	Um jogo que é definido nos primeiros momentos não é atrativo para o espectador nem para o jogador. Mesmo que haja uma grande desvantagem, permita que o jogador que está perdendo tenha chance de reverter a situação, porém esses mecanismos não podem ser artificiais ao ponto de sempre acontecerem ou privilegie um jogador que não tem um bom desempenho.	Essencial

Desenvolvimento			
Código	Nome	Descrição	Importância
D18	Evite vender itens que dão vantagens dentro do jogo	Jogadores não gostam de “ <i>pay to win</i> ” (pagar para vencer) em um jogo competitivo, por isso é importante pensar em outras formas de conteúdo para comércio, por exemplo, venda de elementos cosméticos.	Essencial
D19	Crie formas de ranqueamento	O jogo precisa ter alguma forma de ranqueamento para os jogadores poderem comparar uns aos outros, além de criar um senso de progressão para o jogador quando ele observa seu nível melhorando.	Essencial
D20	Mantenha o jogo atualizado	Atualizações constantes são essenciais para o jogo não estagnar e não causar o desinteresse dos jogadores. Porém, busque uma boa periodicidade pois, caso ocorra em períodos curtos, pode ser prejudicial tanto ao jogador casual quanto ao jogador competitivo. Desta forma o jogo muda e será possível usufruir o melhor de cada atualização.	Essencial
D21	Crie diferentes formas de se jogar com o mesmo elemento	Um determinado personagem ou elemento pode assumir funções diferentes no jogo de acordo com o modo. Exemplo: um personagem que pode servir como suporte ou como atacante dependendo dos itens que o jogador inserir.	Essencial
D22	Tenha servidores dedicados a cada região competitiva	Para um melhor cenário competitivo, é ideal servidores dedicados para cada região com muitos jogadores pois, caso os jogadores estejam com latência alta (que é o tempo de tramitação de uma informação entre o jogo e o servidor) é improvável que possa disputar partidas competitivas em igualdade com jogadores de regiões que possuem uma latência menor.	Essencial
D23	Evite uma estratégia dominante	Uma estratégia ou personagem que é claramente superior às outras não é interessante em um jogo competitivo, pois ao perceber que poucas jogadas ou personagens são os mais fortes e ao tentar fazer algo diferente o jogador nunca tenha sucesso, isso pode causar um desinteresse por parte da comunidade.	Essencial

Desenvolvimento			
Código	Nome	Descrição	Importância
D24	Escute as opiniões de jogadores profissionais	Os jogadores profissionais são os que tem o maior conhecimento do jogo, muitas vezes encontrando elementos que não foram pensados pelos desenvolvedores.	Essencial
D25	Crie um mapa simétrico	Segundo Bornemark (2013), um jogo simétrico é aquele em que cada jogador tem os mesmos tipos de ações e cada resultado de uma ação vai depender do jogador e do oponente. O mapa do jogo precisa ser igual para todos os jogadores, porém, caso seja necessário ser diferença, busque outras formas de deixar o jogo simétrico como alternar a posição dos jogadores. Exemplos: O mapa de <i>League of Legends</i> é simétrico com três linhas de rotas, além da selva em que o número de monstros neutros é igual dos dois lados; em <i>Counter-Strike: Global Offensive</i> , os mapas não são simétricos, mas os times alternam a posição.	Importante
D26	Balanceie o jogo com foco nos jogadores profissionais	Ao pensar em mudanças de balanceamento, tenha como foco os jogadores de alto nível, pois entendem mais do jogo do que jogadores casuais. Barzilay (2016) afirma que a forma que a desenvolvedora trata o jogador casual deve ser totalmente diferente de um jogador profissional.	Importante
D27	Não esqueça dos jogadores casuais	Um jogo com um balanceamento voltado para o jogador profissional pode não ser atrativo para o jogador comum, afastando-o do jogo. Então é necessário um equilíbrio entre o que é importante para esses dois tipos de jogadores.	Importante
D28	Garanta uma boa dublagem e localização	Uma boa localização e dublagem podem atrair jogadores novatos, principalmente para jogos com foco no desenvolvimento do ambiente, da história e dos personagens.	Importante
D29	Desenvolva um jogo gratuito	Uma boa ideia para adentrar no mercado de jogos é criar um jogo gratuito que possuam recursos dentro que são pagos. Isso ajuda a atrair jogadores nas fases iniciais. Quanto mais jogadores se interessam pelo jogo, aumenta a probabilidade de um cenário competitivo surgir.	Importante

Desenvolvimento			
Código	Nome	Descrição	Importância
D30	Crie um servidor de testes	Para não arriscar a credibilidade do jogo, as mudanças de balanceamento e de mecânicas precisam primeiro ser testadas por jogadores em um servidor que não atrapalhe o desempenho do servidor oficial. Quanto mais pessoas testarem, maior a possibilidade de achar algum erro não encontrado pelos desenvolvedores.	Importante
D31	Evite elementos de sorte dentro do jogo	No momento de desenvolvimento do jogo, evite incluir elementos de sorte, pois pode causar uma evasão de jogadores de alto nível por acharem que não é a habilidade que define quem é o melhor jogador, mas sim a sorte.	Desejável
D32	Inclua elementos de sorte em alguns pontos do jogo	Ao criar um jogo para <i>esport</i> , procure incluir alguns elementos que tenham resultados aleatórios ao invés de definidos, desta forma é possível acontecer jogadas inusitadas durante o jogo. Mas esses resultados não podem ser determinantes para a vitória ou a derrota de um jogador.	Desejável
D33	Permita-se mudar aspectos básicos do jogo	Para o jogo se manter sempre interessante, algumas mecânicas podem ser drasticamente mudadas, adicionadas ou removidas, mesmo que seja uma mecânica básica.	Desejável
D34	Evite mudar elementos básicos do jogo	É necessário que o jogo passe por mudanças ao longo do tempo para se manter interessante, mas evite mudar elementos centrais ao jogo, pois dessa forma pode afastar jogadores que já se adaptaram ao modo de jogar.	Desejável
D35	Crie um bom tutorial dentro do jogo	Caso o jogo seja muito complicado, um bom tutorial é importante para inserir um jogador novato, aumentando a possibilidade deste novo jogador se manter com menos possibilidade de frustração.	Desejável
D36	Crie itens relacionados com times ou jogadores profissionais	Muitos jogadores gostam de, abertamente, mostrar apoio a um time ou jogador, então é desejável itens relacionados como <i>skins</i> , logos etc. Pode também ajudar os profissionais, disponibilizando parte das vendas.	Desejável

Desenvolvimento			
Código	Nome	Descrição	Importância
D37	Atente aos elementos de trabalho em equipe	Algumas pessoas acreditam que trabalho em equipe é algo que define um esporte eletrônico, então procure incluir mecânicas que favoreçam o trabalho em equipe e evite elementos que favoreçam um jogador ganhar sozinho.	Desejável
D38	Teste com jogadores profissionais	Algumas mecânicas precisam ser testadas por jogadores com alta habilidade, pois normalmente esses jogadores são os mais aptos a fazerem esses testes. Barzilay (2016) afirma que é imprescindível que esses testes ocorram o mais cedo possível no desenvolvimento do jogo e não após o seu lançamento.	Desejável

Fonte: autor.

4.3 Boas práticas de transmissão

Nessa categoria, foram inseridas as boas práticas que discorrem sobre a transmissão de eventos relacionados aos esportes eletrônicos. Serão encontradas boas práticas relacionadas a estrutura de transmissão, ao tipo de conteúdo que deve ser apresentado durante um evento, a narração do jogo etc.

Tabela 03 – Boas práticas de transmissão.

Transmissão			
Código	Nome	Descrição	Importância
T01	Tenha uma boa equipe de transmissão	Para Stanford (2017), uma boa equipe de transmissão não define se um jogo vai se tornar ou não um <i>esport</i> , mas ajuda a melhorar a experiência do espectador. Procure ter uma boa equipe de transmissão, como narradores, comentaristas, analistas, entrevistadores, pessoas da parte técnica etc. Sendo todas essas funções preenchidas por pessoas que tenham o conhecimento necessário para exercê-las, pois qualquer erro pode causar o afastamento do telespectador.	Essencial

Transmissão			
Código	Nome	Descrição	Importância
T02	Crie uma narrativa para as partidas profissionais	Para Margaris (2017), qualquer esporte tem uma história e isso não se difere nos <i>esports</i> . Uma partida profissional não se torna interessante se não há uma história e o design do jogo precisa possibilitar essas histórias. Em relação a transmissão, é importante que os comentaristas mostrem dados individuais e de equipes, permitindo a comparação, por exemplo: dois jogadores de mesma posição tem as duas maiores quantidades de adversários derrotados e estão se enfrentando no momento, ou um time improvável ganha de vários times mais tradicionais etc.	Essencial
T03	Crie momentos inesquecíveis dentro do jogo	Para Barzilay (2016) são os momentos mostrados durante a transmissão e que possuem um alto nível de drama, ou que mostram feitos extraordinários, que são os melhores para trazem mais fãs ao jogo.	Essencial
T04	Evidencie quem está participando do jogo	Na transmissão e dentro do jogo precisam estar claros os times e os jogadores que estão participando (BARZILAY, 2016), mostrando logos, fotos, funções na partida e algumas informações importantes.	Essencial
T05	Entenda os elementos de transmissão online	Para Barzilay (2016), precisa-se entender quais ferramentas utilizadas para transmitir o jogo, quais <i>softwares</i> mais usados, observar se o jogo não é muito pesado para ser transmitido <i>online</i> etc. Se os jogadores não conseguem transmitir os jogos, não irão jogar.	Essencial
T06	Permita a análise de jogadas importantes	Um dos motivos que jogadores assistem partidas profissionais é para aprender com os jogadores de alto nível, para melhorar o seu desempenho. Mas, no momento do jogo, esse tipo de jogada pode passar despercebida devido a velocidade dos acontecimentos, então é importante que se destaque alguns momentos da transmissão para analisar as melhores jogadas.	Essencial

Transmissão			
Código	Nome	Descrição	Importância
T07	Permita momentos para patrocinadores	Inserir patrocinadores no jogo é vantajoso para o crescimento econômico do cenário, então nas transmissões de eventos é importante que tenha um espaço destinado a conteúdos promocionais.	Essencial
T08	Possibilite narrações de torneios em cada região competitiva	Para um jogo competitivo contar uma história, os narradores são necessários. Para cada região competitiva é ideal que existam narrações das partidas na língua local.	Essencial
T09	Possibilite narrações de torneios de regiões maiores em diversas línguas	Para aumentar o alcance das transmissões de torneios internacionais, é importante disponibilizar diversas línguas, pois nem todo país tem uma cultura de língua inglesa, e isso pode afastar espectadores que não entendam o que está sendo transmitido.	Essencial
T10	Tenha alguém especializado para controlar a câmera do jogo	Para as transmissões dentro de jogo, é importante ter alguém especializado nessa função e que a exerça exclusivamente, desta forma evita-se de perder momentos importantes.	Importante
T11	Entreviste pessoas importantes	Durante a transmissão, é importante entrevistar pessoas relacionadas a algum time, sejam jogadores, técnicos, donos de time etc. Desta forma apresenta-se ao público personalidades dentro do cenário, criando uma maior identificação com elas.	Importante
T12	Destaque times ou jogadores	Muitos espectadores assistem uma transmissão de campeonato para acompanhar um jogador ou um time específico, então é importante o destaque de algumas pessoas que chamem a atenção do público. Segundo Barzilay (2016), é isso que facilita o surgimento de novos fãs.	Importante
T13	Possibilite a narração para níveis diferentes	Dependendo do nível do campeonato, é uma boa ideia ter mais de uma transmissão dedicada a jogadores diferentes. Jogadores de níveis iniciantes ainda estão aprendendo o básico do jogo, enquanto jogadores mais avançados têm focos diferentes e mais específicos.	Desejável

Fonte: autor.

5 QUESTIONÁRIO

Neste capítulo, serão apresentados os resultados obtidos com os questionários. Seu objetivo foi verificar se a opinião dos jogadores corrobora com as boas práticas encontradas ou descobrir boas práticas que não foram citadas nos trabalhos analisados. Também verificar algumas hipóteses do autor que foram percebidas a partir de experiências próprias com a modalidade.

Buscou-se confirmar, modificar ou acrescentar boas práticas através da contribuição dos participantes, como também definir o grau de importância para elas. Em alguns casos, devido a uma não unanimidade das respostas, ocorreu a criação de boas práticas antagônicas, cabendo ao desenvolvedor do jogo escolher qual delas será mais benéfica seguir.

Na primeira parte do questionário, foi feito um levantamento demográfico a respeito dos participantes. Foi percebido, após a conclusão das respostas, que algumas informações foram omitidas do questionário como o gênero do respondente. Devido a extensão do questionário essas informações passaram despercebidas.

A segunda parte foi dividida em duas etapas, a primeira voltada às pessoas que assistem a partidas profissionais de esportes eletrônicos e a segunda, aos jogadores profissionais ou amadores. Alguns itens utilizaram escala *Likert*, onde o participante informava o seu nível de concordância com as afirmativas apresentadas, sendo todas as frases construídas de maneira positiva pois, segundo Lewis-Evans (2012), é recomendado o uso de frases positivas ao invés de negativas para evitar má interpretação por parte dos participantes.

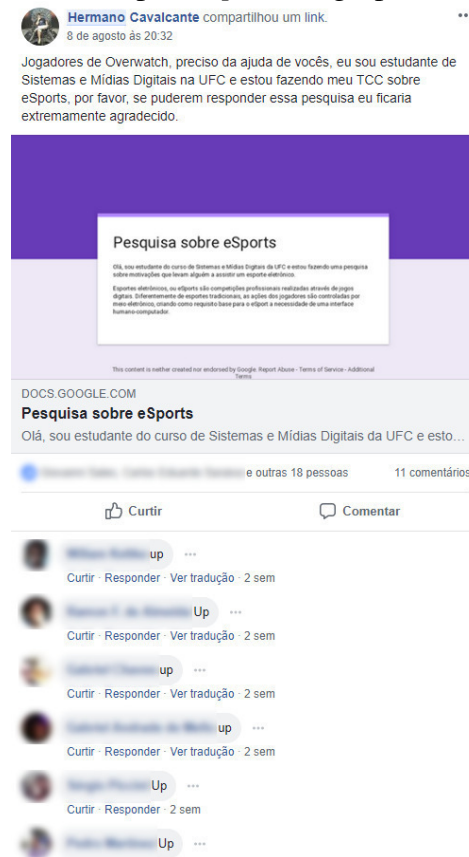
Foram utilizados dois questionários, um em inglês e o outro em português, pois o autor já possuía afinidade com brasileiros influentes na área de *esports* e, para obter um maior número de respostas, um questionário em inglês não seria recomendado, observando que o Brasil possui uma baixa proficiência na língua (MORENO, 2017), além de criar duas visões para o esporte eletrônico, a brasileira e a mundial.

A pesquisa em português foi divulgada no perfil pessoal do autor no *Twitter*, além de grupos de Facebook relacionados com diversos jogos considerados *esports*: E-sports Brasil, FGC Brasil (que reúne jogadores de diversos jogos de luta), *Overwatch* - Brasil, Dota 2 Brasil Livre, PUBG Brasil, Rainbow Six - Siege Brasil, *Hearthstone* Brasil, entre outros. A variedade de jogos foi importante para evitar que as respostas se concentrassem em um jogo ou gênero particular, buscando uma maior generalidade.

No geral, a pesquisa foi bem recebida, tendo a postagem no *Twitter* recebido 146 *retweets* e 243 curtidas no período de dois dias, além de que, em diversos grupos de

Facebook, foi comum a presença de comentários que faziam a postagem sempre estar no topo e visível, como mostrado na Figura 03.

Figura 03 – Exemplo de *post* em grupo de Facebook.



Fonte: autor.

A pesquisa em inglês foi divulgada em grupos de Facebook dos mesmos jogos e nos respectivos fóruns do *Reddit*, um site que possui diversas categorias, entre elas os *eSports*. As postagens no Facebook tiveram uma boa aceitação, com pessoas comentando para que outras pudessem responder. Uma pessoa da Alemanha ofereceu ajuda via *Messenger*, e alertou que o formulário estava sem a pergunta sobre o gênero. Já no *Reddit*, devido ao fato de alguns fóruns não permitirem formulários, algumas dessas postagens foram deletadas pelos moderadores, fazendo com que pessoas de determinado jogo não pudessem ter acesso ao questionário. Ainda assim, foi possível ter um número satisfatório de respostas, além de uma diversificação em relação aos locais do mundo e de quase todos os continentes, com exceção da Antártida.

Com os dados obtidos nas entrevistas, foi possível classificar o grau de importância de cada boa prática. Uma boa prática foi considerada essencial caso tenha uma

aprovação maior que 60% através da média entre os dois questionários; importante, caso tenha aprovação entre 40% e 59% das respostas nos questionários; e desejável, caso ela tenha uma aprovação de menos de 40% nos questionários.

5.1 Boas Práticas Confirmadas

Levando em consideração a forma como pessoas conhecem os esportes eletrônicos, 26,7% dos participantes da pesquisa brasileira e 42,7%, na pesquisa mundial conheceram os *esports* através do próprio jogo, além disso, 39,2% das respostas do público mundial e 54,7% das respostas do público brasileiro consideram que ter notícias sobre esportes eletrônicos dentro do jogo é um elemento importante, desta forma, podemos afirmar que a boa prática “G11 - Faça os jogadores se interessarem pelo cenário competitivo” é válida. Na mesma pergunta, também é possível validar a boa prática “Use as redes sociais” pois 23,9% do público brasileiro e 16,8% do público mundial conheceram a modalidade através das redes sociais. Outra boa prática confirmada foi a “G10 - Busque parcerias influentes”, pois 22,1% das pessoas na pesquisa brasileira e 17,9%, na pesquisa mundial começaram a assistir por causa de um *streamer* (profissional que transmite jogos online) ou um jogador profissional.

69,2% das pessoas na pesquisa brasileira e 82,9%, na pesquisa mundial assistem jogos competitivos para aprender com os jogadores profissionais, ajudando a validar a boa prática “T06 - Permita a análise de jogadas importantes”. Nesta mesma pergunta, 57,9% na pesquisa brasileira e 33,9% na pesquisa mundial responderam que assistem *esports* para acompanhar um time, e 43% na pesquisa brasileira e 42,4% na pesquisa mundial gostam de acompanhar um jogador específico do qual são fãs, o que corrobora com a boa prática “T12 - Destaque times ou jogadores”.

72% das pessoas da pesquisa mundial e 74,3% das pessoas da pesquisa brasileira responderam que a estrutura de transmissão é de grande importância, validando a boa prática “T01 - Tenha uma boa estrutura de transmissão”. 51,9% na pesquisa mundial e 54,2% na pesquisa brasileira informaram que entrevistas com pessoas importantes é são interessantes, portanto pode se entender que a boa prática “T11 - Entreviste pessoas importantes” é válida.

49,5% dos participantes da pesquisa brasileira e 38,4% dos participantes da pesquisa mundial acreditam que uma pessoa real controlando a câmera dentro do modo espectador do jogo é importante. Na pesquisa mundial, obteve-se 23,7% de indecisos,

enquanto na pesquisa brasileira foram 24,4%, isso pode significar que a boa prática “T10 - Tenha alguém especializado para controlar a câmera do jogo” é válida, porém não é essencial. 78,6% dos participantes da pesquisa brasileira e 79,7%, da pesquisa mundial acreditam que o *matchmaking* é um elemento de *gameplay* importante dentro de um esporte eletrônico, desta forma, podemos afirmar que a boa prática “D01 - Certifique-se que o *matchmaking* seja justo” é válida.

68,5% das pessoas da pesquisa mundial e 63,3%, da pesquisa brasileira afirmaram que o registro de jogadas importantes tem elevada importância, sendo assim, corrobora com a boa prática “T03 - Crie momentos inesquecíveis dentro do jogo”.

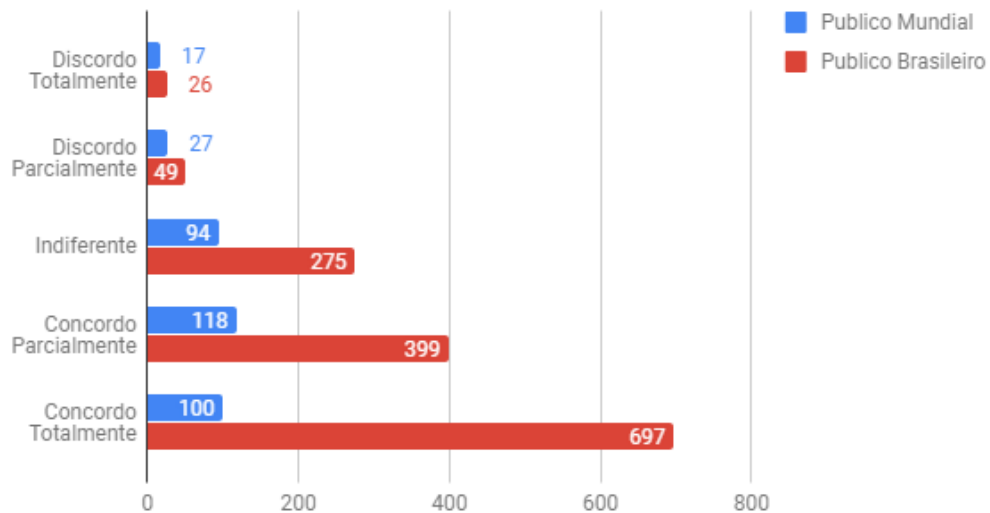
A próxima boa prática confirmada foi “T06 - Permita a análise de jogadas importantes”, pois 58,2% dos participantes da pesquisa brasileira e 63,6%, da pesquisa mundial responderam que análises de jogadas por especialistas é um elemento importante dentro de uma transmissão de *esports*.

Em relação a dados de times e jogadores, 55,7% da pesquisa mundial e 60,5% da pesquisa brasileira responderam que dados de jogadores são importantes em uma transmissão *online* de *esports*, o que corrobora com a boa prática “T02 - Crie uma narrativa para as partidas profissionais”. Já em relação ao fomento de rivalidade entre jogadores, 37,7% do público brasileiro e 31,7% do público mundial concordam que é um elemento importante, porém 33,2% do público brasileiro e 40,7% do público mundial acham que não, além dos 23,7% na pesquisa mundial e 26,7% na pesquisa brasileira que ficaram indecisos em relação a esse tópico, então pode se afirmar que a rivalidade entre times pode não ser tão importante. Outro ponto relacionado com a boa prática, porém em menor escala, é nas transmissões terem momentos em que contam histórias de vida dos jogadores, neste caso, 14,6% das respostas na pesquisa mundial e 28,3% das respostas na pesquisa brasileira afirmaram que este tópico é importante em um *esport*.

75,8% das pessoas da pesquisa brasileira e 61,4% dos participantes da pesquisa mundial concordam que é função da desenvolvedora facilitar a profissionalização do jogo (Gráfico 1), confirmando a boa prática “G01 - Seja proativo com a comunidade”. Uma das ações que os desenvolvedores podem proporcionar é a criação de torneios presenciais, ou seja, torneios em que as partidas são jogadas através de uma rede local ao invés da internet. 93,3% dos participantes da pesquisa brasileira e 65,4%, da pesquisa mundial concordam que é importante que existam torneios presenciais (Gráfico 2), validando a boa prática “G02 - Faça torneios presenciais”. Dentro desse mesmo assunto, 59,4% dos participantes da pesquisa mundial e 63%, da pesquisa brasileira afirmaram que a presença de torcida no local aonde

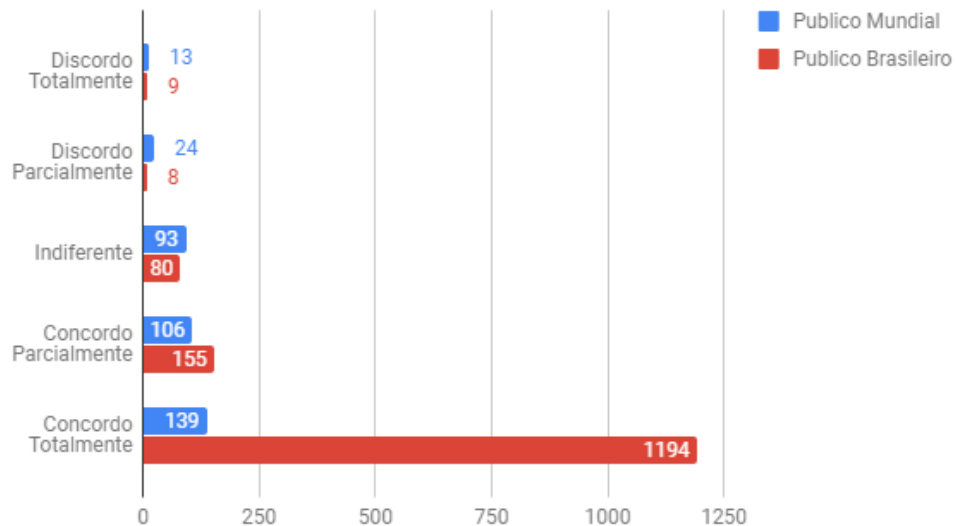
está ocorrendo os torneios é importante, dessa forma, é possível afirmar que a boa prática “G05 - Realize torneios com a presença de torcida” é válida.

Gráfico 1 – Papel da empresa na profissionalização do jogo.



Fonte: Autor.

Gráfico 2 – Importância de torneios presenciais.



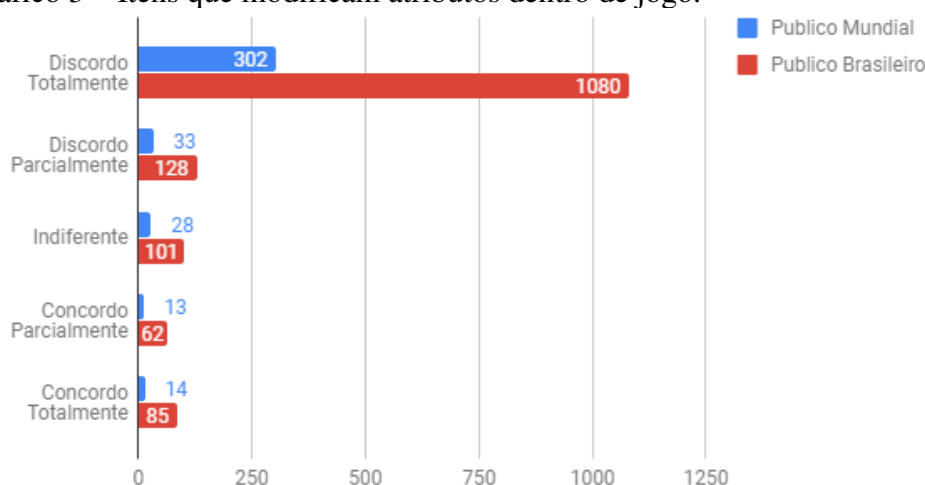
Fonte: Autor.

Ao perguntar se as pessoas já frequentaram eventos de *esports*, 64,2% dos participantes da pesquisa brasileira e 69,1%, na pesquisa mundial responderam que nunca foram a um evento, dessas pessoas 76,3% na pesquisa brasileira e 89,9% na pesquisa mundial afirmaram que o principal motivo é a distância dos locais onde os eventos ocorrem. Além disso, 63,1% em ambas as pesquisas afirmaram que eventos em diversos locais são

importantes, essas afirmações corroboram com a boa prática “G06 - Faça eventos em diferentes localidades”

No caso de itens que modificam atributos dentro do jogo (Gráfico 3), 85,9% das pessoas da pesquisa mundial e 83%, da pesquisa brasileira discordam que é algo benéfico. Das perguntas feitas no questionário, foi a que teve a maior diferença entre as opções, desta forma, podemos afirmar que a boa prática “D18 - Evite vender itens que dão vantagens dentro do jogo” é válida.

Gráfico 3 – Itens que modificam atributos dentro de jogo.



Fonte: Autor.

As boas práticas “D19 - Crie formas de ranqueamento” e “D20 - Mantenha o jogo atualizado” obtiveram aprovações suficientes para serem consideradas boas práticas essenciais. 73,7% dos participantes da pesquisa brasileira e 73,6%, da pesquisa mundial afirmaram que a divisão por *rankings*, em que cada jogador recebe uma nomenclatura de acordo com o nível é um elemento importante. Já em relação a atualizações periódicas do jogo, 71,8% e 66%, nas respectivas pesquisas, afirmaram que este ponto tem um nível elevado de importância.

Outra boa prática confirmada foi “D30 - Crie um servidor de testes”, em que 58,9% do público brasileiro e 50,4% do público mundial responderam que é um elemento importante. É importante notar que 24,1% dos participantes da pesquisa mundial e 23,8%, da pesquisa brasileira ficaram indecisos quanto a este tópico, ou seja, apesar da boa prática estar confirmada, ela foi classificada como importante por não obteve um índice de aprovação suficiente para ser considerado essencial.

67,4% dos participantes da pesquisa brasileira e 71,2% dos participantes da pesquisa mundial afirmaram que é importante que o jogo tenha possibilidades diferentes de se jogar, corroborando com as boas práticas “D21 - Crie diferentes formas de se jogar com o mesmo elemento” e “D23 - Evite uma estratégia dominante”.

Ao serem perguntados sobre a possibilidade de os jogadores contribuírem com a premiação de torneios, 39,4% das respostas da pesquisa mundial e 33,8% das respostas da pesquisa brasileira indicam que é um tópico importante. 23,1% na pesquisa brasileira e 26,4% na pesquisa mundial ficaram indecisos, desta forma, podemos afirmar que a boa prática “G13 - Permita aos jogadores contribuírem com a premiação de torneios” é válida, mas de forma desejável.

Quando foram perguntados sobre a presença de itens cosméticos de times ou jogadores profissionais, que são itens dentro do jogo que alteram elementos visuais ou sonoros sem alterar o poder de um personagem, as respostas do público brasileiro foram equilibradas: 36% das respostas consideram um elemento de alta importância, já 36,2% acham um elemento de baixa importância e 26,1% ficaram indecisos. No caso do público mundial, 19,6% das respostas consideram este um elemento de alta importância, 56,6% consideram um elemento de baixa importância e 22,3% ficaram indecisos. Com esses resultados, podemos afirmar que a boa prática “D36 - Crie itens relacionados com times ou jogadores profissionais” é válida, mas de forma desejável.

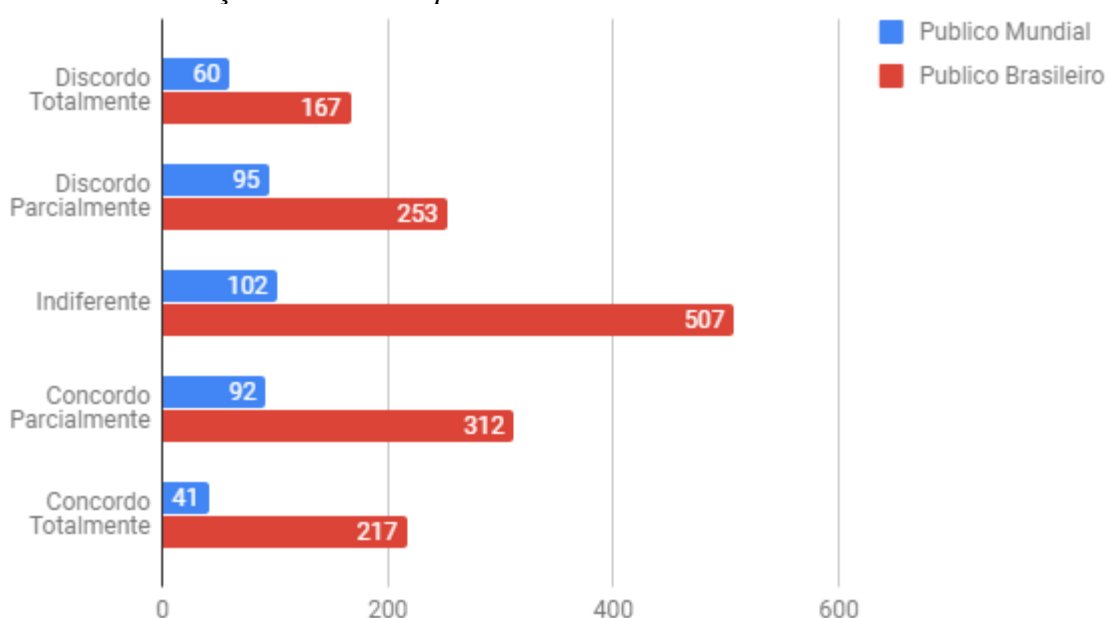
Ao serem perguntados sobre o que possibilita um jogo se tornar um *esport*, alguns elementos tiveram destaque nas respostas e o principal foi a competitividade: a maioria das respostas afirmaram que o jogo precisa ser competitivo para se tornar um esporte eletrônico. Outro ponto também levantado foi a popularidade do jogo: mesmo que o jogo seja bem desenvolvido, se não tiver jogadores suficiente e um número alto de espectadores acompanhando os jogos, ele não chegará a se tornar um *esport*. Outros pontos citados foram: alta habilidade dos jogadores, profissionalismo, desenvolvedores proativos, recebimento de salários, premiações, variedades no estilo de jogar e mecânicas balanceadas.

A partir das afirmações dos jogadores, podemos corroborar com boas práticas já confirmadas, sendo elas: “G01 - Seja proativo com a comunidade”, “G03 - Tenha certeza que seu público é grande”, “D08 - Estimule reflexos rápidos e coordenação olhos-dedos”, “D09 - Facilite o aprendizado e dificulte a maestria”, D10 - Possibilite uma curva de habilidade alta”, “D11 - Incentive a competitividade entre jogadores ou times” e “D19 - Mantenha o jogo atualizado”.

5.2 Boas Práticas Modificadas

Ao serem perguntados sobre sorte em *esports*, a maioria das respostas em ambas pesquisas indicam que não há uma unanimidade sobre se é algo benéfico em um esporte eletrônico (Gráfico 4). Desta forma, a boa prática “Não deixe que a sorte defina um momento importante” foi dividida em duas boas práticas antagônicas: “D31 - Evite elementos de sorte dentro do jogo” e “D32 - Inclua elementos de sorte em alguns pontos do jogo”, cabendo ao desenvolvedor decidir qual delas será melhor para o jogo.

Gráfico 4 – Presença de sorte em *esports*.

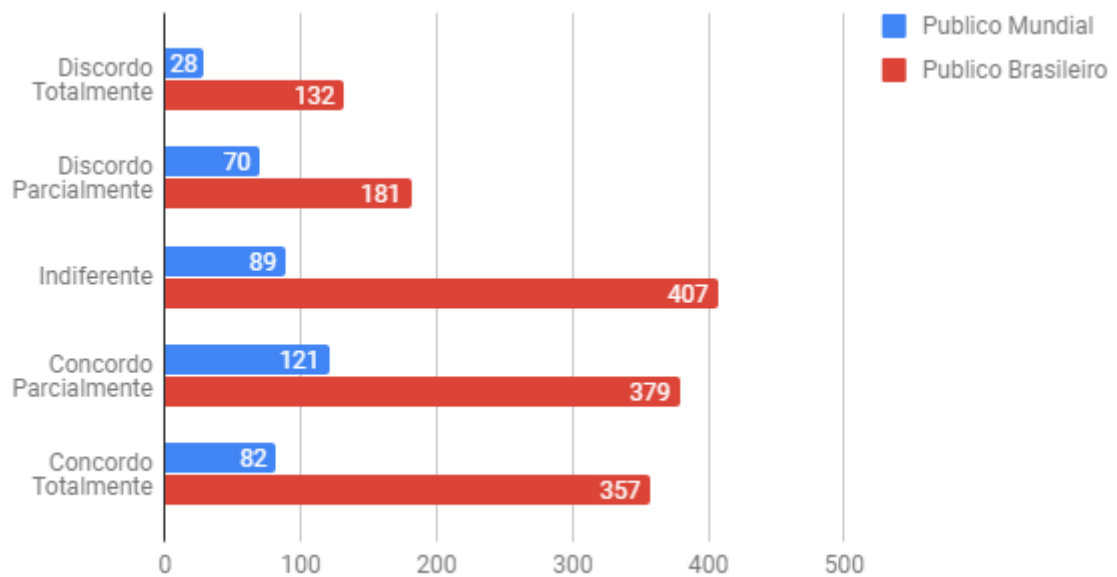


Fonte: Autor.

5.3 Boas Práticas Adicionadas

Em relação a mudanças no jogo voltadas para jogadores casuais e profissionais (Gráfico 5), 51% dos participantes da pesquisa mundial e 50,5% dos participantes da pesquisa brasileira afirmaram que modificações pensadas para jogadores profissionais também beneficiam jogadores casuais. Porém, na pesquisa em português, 28% das pessoas responderam que são neutros em relação a esse ponto, sendo a resposta mais votada, porém mais pessoas concordam parcialmente ou concordam totalmente com esta afirmação, o que fez com que a partir da boa prática “D27 - Não esqueça dos jogadores casuais” fosse criada uma nova boa prática “D26 - Balanceie o jogo com foco nos jogadores profissionais”.

Gráfico 5 – Alteração no jogo para jogadores profissionais e casuais.



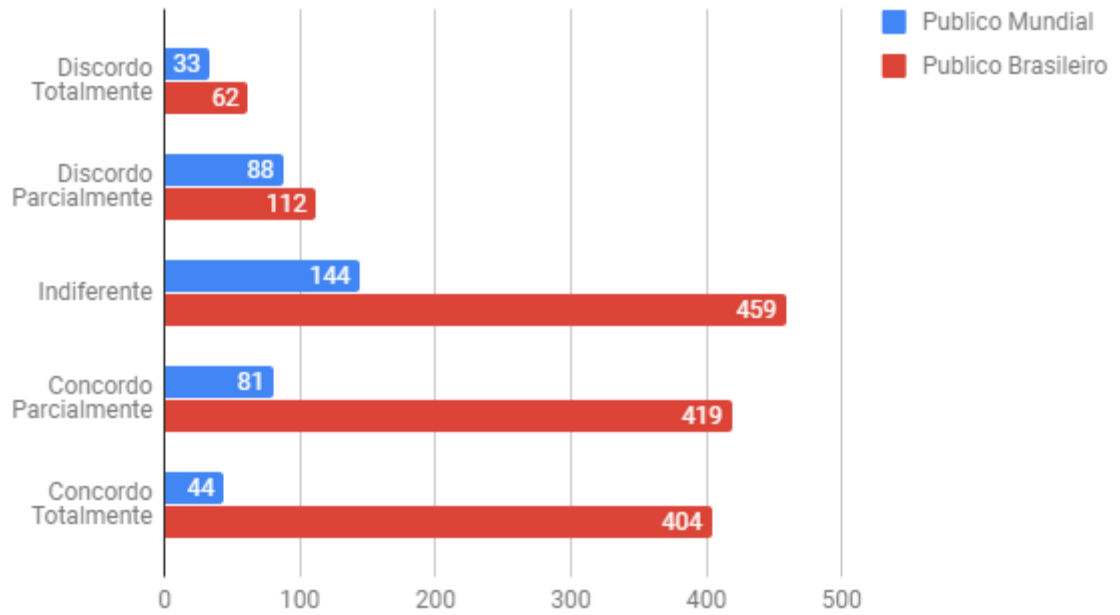
Fonte: Autor.

Nas duas pesquisas, foi adicionado que não se frequentava eventos de *esports* por causa de restrições financeiras, com alguns mencionando especificamente o preço dos ingressos. Desta forma, foi adicionada a boa prática “G12 - Esteja ciente das condições financeiras do público”.

Uma boa prática adicionada foi “D37 - Atente aos elementos de trabalho em equipe” pois, ao serem perguntados sobre o que define um *esport*, diversas respostas apontaram que a presença de trabalho em equipe em jogos de times é um elemento importante.

Um tópico em que os resultados entre as duas pesquisas foram diferentes diz respeito a mudanças em elementos básicos de um jogo voltado para *esport* (Figura 09). A resposta do público brasileiro pareceu favorável ao tema, porém o público mundial não tem uma opinião clara sobre o assunto. Desta forma, este tema que antes era composto somente pela boa prática “D33 - Permita-se mudar aspectos básicos do jogo”, que pode ser confirmada pelas respostas da pesquisa brasileira, gerou uma nova boa prática baseada nas respostas da pesquisa mundial: “D34 - Evite mudar elementos básicos do jogo”.

Gráfico 6 – Mudanças em elementos básicos do jogo.



Fonte: autor.

6 ENTREVISTAS

Neste capítulo serão mostrados os resultados das entrevistas, ou seja, quais foram as boas práticas confirmadas, modificadas ou adicionadas, e qual o grau de importância cada uma recebeu.

As entrevistas tiveram como objetivo observar se as boas práticas ainda não confirmadas no decorrer do trabalho eram válidas, descobrir novas boas práticas ou modificar boas práticas baseadas nas respostas dos entrevistados. Foram entrevistadas 16 pessoas, sendo 11 homens e 5 mulheres, de diversos papéis dentro da modalidade.

Elas seguiram o formato de entrevista semiestruturada, com duração entre 30 e 90 minutos, tendo como participantes: jogadores semiprofissionais e profissionais, entusiastas mais próximos ao jogo, ex-funcionário de uma desenvolvedora de *esport*, comentaristas, jornalistas, produtores de conteúdo, técnicos, membro de mídias sociais de um grande time de esporte eletrônico dos Estados Unidos. Os jogos abordados foram: FIFA 2019 (EA Sports, 2018), *Overwatch*, *Starcraft II*, *Heroes of the Storm*, *League of Legends*, *Counter-Strike: Global Offensive*, *Hearthstone* (Blizzard, 2014), *Playerunknown's Battlegrounds* (PUBG Corporation, 2017) e jogos de luta em geral.

6.1 Boas Práticas Confirmadas

Em relação a mecânicas de reverter situações adversas dentro de um esporte eletrônico, todos os entrevistados foram favoráveis e grande parte deles comentaram que não ter meios de recuperar-se em um jogo quando se estar perdendo é algo frustrante para um jogador. Essas mecânicas ajudam a deixar o jogo dinâmico e divertido tanto para o competidor quanto ao público que está assistindo. Um dos entrevistados comentou: “[...]o jogo dar a possibilidade disso é algo bom, e também afirma o time que está na frente, porque mostra que é um time consistentemente forte em todas as partes do jogo”, desta forma podemos afirmar que a boa prática “D17 - Possibilite a reversão de situações adversas” é válida.

Alguns entrevistados comentaram que a existência dessas mecânicas de recuperação é válida, porém não podem dar uma vantagem muito grande ou sempre acontecer. Um dos entrevistados comentou: “existem mecânicas que facilitam a virada no jogo e se tornam recursos artificiais pra encorajar o novato e ajudar ele a vencer, mas em nível competitivo ela é ruim para o balanceamento, porque beneficia o jogador que está sem o

controle da partida[...], ela tem que equilibrar o risco e recompensa, não pode ser uma mecânica que recompense o jogador por estar jogando mal”. Desta forma, esse alerta foi inserido na descrição da boa prática, sendo ela classificada como essencial pois todos os entrevistados se mostraram favoráveis.

Sobre a comunicação entre a desenvolvedora e o público, todos afirmaram que a desenvolvedora tem que ser proativa, ajudando a corroborar com a boa prática “G01 - Seja proativo com a comunidade”. Além disso, algumas pessoas comentaram que a desenvolvedora precisa criar canais de fácil comunicação como fóruns, *chats* e redes sociais, a fim de conhecer o que a comunidade pensa e, com isso, podemos confirmar a boa prática “G14 - Crie canais de comunicação entre espectadores” e ela foi classificada como desejável, pois só foi comentado por alguns dos entrevistados.

Quando foram perguntados sobre a adição de elementos dentro do jogo que fazem referência a momentos importantes de campeonatos, todos responderam de forma favorável e um dos entrevistados comentou que “[...]isso cria um vínculo entre o jogador casual e o cenário competitivo, pode gerar a curiosidade desse jogador a conhecer o cenário competitivo”. Porém foi comentado que esses elementos não podem ser inseridos por qualquer motivo, sendo somente os feitos inesquecíveis que devem ser destacados e que fiquem marcados na história da modalidade. Segundo um dos entrevistados: “[...] eu não acho que tem que ser recorrente, a graça do jogo é ser única”. Podemos afirmar que a boa prática “G07 - Imortalize momentos importantes de campeonatos dentro do jogo” é válida, por ter sido aprovada por todos os participantes, e foi considerada como essencial, sendo inserido na descrição o fato sobre a recorrência desses eventos.

Em algumas entrevistas, foi comentado que seria interessante que as desenvolvedoras fizessem testes de balanceamento junto com jogadores profissionais, como dito por um dos entrevistados: “[...]Se os jogadores tivessem acesso ao *game* pra ajudar a balancear seria bom demais, por exemplo, a gente vê erros gravíssimos e a gente tem que se adaptar (...) um jogador profissional fazendo teste poderia ajudar no balanceamento, teriam menos falhas”. Outro entrevistado comentou “[...] às vezes sai coisas que nunca deveriam ter saído se tivesse a visão dos profissionais primeiro”. Sendo assim, pudemos confirmar a boa prática “D38 - Teste com jogadores profissionais” com o nível de importância desejável, pois foi uma parcela pequena dos entrevistados que comentaram esse ponto.

Todos os entrevistados afirmaram que os patrocínios são de extrema importância dentro de um cenário de esporte eletrônico e um dos entrevistados comentou que “[...]o patrocinador é importante em tudo no *esport*, é o que faz a coisa andar”, outro comentou que

“[...]basicamente sem patrocínio não tem *esport*, o que gera qualquer coisa é dinheiro, e você precisa de público, e o patrocínio é consequência do público”. Dentro desse assunto, alguns entrevistados comentaram que era importante que a desenvolvedora disponibilizar espaço para patrocinadores durante as transmissões, mostrar as marcas em uniformes de jogadores, fazer parcerias com patrocinadores para realizar torneios. Desta forma, pudemos afirmar que a boa prática “T07 - Permita momentos para patrocinadores” é válida e foi classificada como essencial, pois todos os entrevistados destacaram a importância do patrocinador.

6.2 Boas Práticas Modificadas

Quando os entrevistados foram perguntados sobre o que mudariam no jogo, todos os entrevistados especialistas de *League of Legends* afirmaram que mudariam o tempo entre as atualizações do jogo. Segundo um dos entrevistados “[...] o fato do jogo mudar constantemente acaba quebrando as pernas do jogador casual”, outro também comentou que “[...]não dá tempo de explorar o *patch*”. Desta forma, foi adicionada na boa prática “D20 - Mantenha o jogo atualizado” a indicação para não fazer atualizações com intervalos de tempo muito curtos.

6.3 Boas Práticas Adicionadas

Quando foi perguntado aos entrevistados quais os elementos que fazem um jogo se destacar positivamente ou negativamente, um dos entrevistados mencionou a falta de servidor próprio para o Brasil, ou pelo menos para a América Latina. Desta forma, ele tinha que jogar partidas com alta latência, pelo fato do servidor mais perto ser nos Estados Unidos, enquanto todos os entrevistados de outros jogos não mencionavam esse problema, pois os jogos já possuíam servidores mais próximos, então desta forma, foi adicionada a boa prática “D22 - Tenha servidores dedicados a cada região competitiva”, e foi classificada como “Essencial” por achar que realmente é relevante para o crescimento de um esporte eletrônico.

Outra boa prática adicionada foi “G08 - Evite estereótipos” pois uma das entrevistadas afirmou existir frases dentro do CS:GO que representavam um pensamento machista. Segundo ela: “[...] tem um som de voz dentro do jogo que é ‘corram suas garotinhas’ e isso me deixou muito chateada”. Esse tipo de conteúdo dentro de um jogo pode impedir que alguns públicos deixem de participar. Outra entrevistada também comentou sobre

o machismo dentro dos *esports*. Esta boa prática foi classificada como desejável, pois somente uma pessoa comentou.

Ao serem perguntados sobre elementos do jogo que facilitam ou dificultam a inserção de novos jogadores, algumas pessoas comentaram que, em alguns casos, o tutorial do jogo era ruim ou está localizado de forma escondida na interface, fazendo com que muitos jogadores sequer cheguem a encontrá-lo, o que pode atrapalhar a entrada de novos jogadores. Em outros jogos, o tutorial ajuda um novo jogador a se familiarizar com o jogo, fazendo com que continue jogando e, devido a sua importância, foi adicionada a nova boa prática “D35 - Crie um bom tutorial dentro do jogo”, sendo classificada como desejável.

Em algumas entrevistas, os participantes comentaram sobre a necessidade de um bom sistema que impeça o antijogo, pois em muitos casos se tornava frustrante perder devido a jogadores utilizando de trapaças ou jogadores que simplesmente não gostavam de algum jogador e tentavam propositalmente perder o jogo, por causa disso foi adicionada a boa prática “D16 - Combata o antijogo” e a mesma foi classificada como essencial.

Todos os entrevistados afirmaram que a narração é algo essencial dentro de um esporte eletrônico. Um dos entrevistados afirmou que “[...] deixa o jogo inclusivo”, outro afirmou que “[...]a narração é imprescindível pro esporte eletrônico, em qualquer tipo de esporte, é sempre legal ver os jogadores, mas é interessante ter alguém por trás contando a história do jogo”. Desta forma, foi criada uma nova boa prática: “T08 - Possibilite narrações de torneios em cada região competitiva”. Junto ao tema, também foi adicionada a boa prática “T09 - Possibilite narrações de torneios de regiões maiores em diversas línguas”, pois, segundo os entrevistados, permite que o público conheça outras regiões, pois alguns países não tem uma forte cultura da língua inglesa. Um dos entrevistados afirmou que “[...] quanto mais línguas você tem, mais público você vai abranger, muita gente não vê campeonatos internacionais porque acham o jogo muito chato por não entenderem inglês”. Ambas as boas práticas foram consideradas essenciais pois todos os entrevistados foram favoráveis a elas.

Ainda em relação a narração, um dos entrevistados mencionou a possibilidade de ter transmissões voltadas para públicos de níveis diferentes, ou seja, uma transmissão para novatos no jogo e que foca o entendimento do que está acontecendo, e outra focada nas pessoas que já estão inseridas no jogo. Então foi criada a boa prática “T13 - Possibilite a narração para níveis diferentes”, classificada com o nível de importância desejável.

Quanto a localização do jogo, os entrevistados foram favoráveis, especialmente nos jogos que tem como foco a ambientação do universo. Um dos entrevistados disse que “[...]muitos jogos atraem o público devido a uma boa qualidade na dublagem e localização”,

então foi criada a boa prática “D28 - Garanta uma boa dublagem e localização” e esta foi classificada como importante.

Quando foram perguntados sobre como os jogadores profissionais poderiam ajudar a desenvolvedora, praticamente todos os entrevistados mencionaram em algum momento que a empresa deveria escutar os *feedbacks* dos jogadores profissionais. Um dos entrevistados comentou que “[...]o jogador profissional é mais íntimo do jogo, mais até que o game designer”, outro entrevistado afirmou que “[...]as pessoas no topo do jogo vão descobrir mais coisas, a desenvolvedora precisa prestar atenção nessas pessoas, receber *feedback* dessas pessoas mostra mais como está o estado do jogo atual”. Sendo assim, foi adicionada a boa prática “D24 - Escute as opiniões de jogadores profissionais” com grau de importância essencial.

Foi adicionada a boa prática “D29 - Desenvolva um jogo gratuito”, pois algumas pessoas comentaram que jogos gratuitos tendem a atrair um público maior e empresas mais estabelecidas no mercado tem a maior chance de conseguir público grande, mesmo com um jogo pago. Já no caso de empresas novatas isso pode ser difícil, então seria melhor lançar um jogo gratuito com elementos pagos dentro de jogo como cosméticos. A boa prática foi classificada como importante, pois não foi a maioria absoluta que mencionou esse elemento.

6.4 Boas práticas Removidas

A única boa prática removida foi “Crie funções claras no jogo”, pois não foi possível confirmar se separar o jogo por funções era de fato algo interessante pois, em diversos jogos, não existem essas separações claras, muitas vezes sendo feitas pela própria comunidade.

7 CONCLUSÃO

Com este trabalho foi possível entender o processo que levou o crescimento da modalidade de *esports* como um todo, e perceber o porquê da Coreia do Sul ser o maior destaque quando falamos sobre esportes eletrônicos, além de ver a discussão sobre a nomenclatura do nome *esports*.

Na etapa de levantamento de trabalhos, foi observado que existem poucos textos sobre esportes eletrônicos, principalmente sobre os motivos que levam um jogo a se tornar um. Devido ao *esport* ocorrer majoritariamente pela internet, foi possível perceber que uma maior quantidade de textos sobre diversos assuntos, tanto do ponto de vista de desenvolvimento quanto outros relacionados, como economia ou direito.

A metodologia se mostrou eficiente para a busca de boas práticas e as encontradas foram, em sua grande maioria, validadas pelos questionários e entrevistas, sendo modificadas poucas e somente uma removida, e diversas boas práticas foram encontradas nessas duas etapas. Quanto à importância, percebeu-se um problema em classificá-las, pois muitas boas práticas encontradas, e consideradas inicialmente importantes, acabaram adquirindo menor relevância por terem sido citadas por poucas pessoas.

Ao reunir as primeiras boas práticas, sentiu-se uma falta de práticas consideradas importantes na opinião do autor. Das boas práticas que foram pensadas, quase todas foram confirmadas, porém a grande surpresa foi que, inicialmente, baseado nas experiências pessoais, o fator sorte dentro de um *esport* era algo prejudicial, mas foi notado que as opiniões não eram unânimes. Outra surpresa foi a divisão de opiniões entre como deve ser o balanceamento de um jogo competitivo, no primeiro momento era esperado que os fãs preferissem um jogo balanceado e pensado para os jogadores casuais.

Observando as boas práticas e opiniões dos envolvidos na área, um jogo precisa ser competitivo e principalmente popular para se tornar um esporte eletrônico. O desenvolvedor não pode forçá-lo a isso e o papel das boas práticas é ajudá-lo a encontrar as melhores formas de alcançar esse objetivo.

Em relação aos questionários, o fato de não solicitar resposta em relação ao gênero, ocasionou numa possível perda de boas práticas baseadas nesse tópico, o que abre uma possibilidade de trabalho futuro, buscando essas particularidades. Outro trabalho futuro baseado nos questionários é uma análise estatística mais aprofundada, uma vez que a grande quantidade de respostas obtidas (2 mil) possui mais informações indiretas que podem ser extraídas.

Quanto às entrevistas, foi possível analisar mais profundamente algumas boas práticas e o principal que pode ser observado é que a grande maioria dos entrevistados acham que, para um jogo novo atingir um alto índice de popularidade, precisa ser gratuito para assim alcançar um público que muitas vezes podem ter medo de gastar dinheiro com um jogo de uma empresa que não estão familiarizados. Grandes desenvolvedoras, por possuir uma confiança dos fãs, adquirida em títulos anteriores, tem mais chance de atingir sucesso com jogos pagos.

Um ponto a ser destacado tanto nos questionários, quanto nas entrevistas foi o engajamento da comunidade com relação ao trabalho, a entrevista em português foi muito bem recebida pela comunidade, que ela ficou aberta por apenas 2 dias e obteve mais de 1600 respostas, sendo necessário encerrar antes do tempo estimado, pois com muitas respostas se tornaria difícil a análise dos dados obtidos. Durante essa fase, surgiram pessoas que ofereceram ajuda em algum momento do trabalho, uma dessas pessoas acabou participando das entrevistas. A fase das entrevistas foi a etapa mais gratificante segundo o autor, praticamente todos entrevistados se prontificaram a ajudar na entrevista, poucas respostas foram rápidas, muito mostravam empolgação ao responder as perguntas, e no fim, se mostravam interessados em ver o resultado final do trabalho, além de recomendar outras pessoas que também poderiam ajudar.

Por fim, pode se observar que muitas dessas boas práticas são encontradas em diversas modalidades, mas não é possível afirmar que seguir as boas práticas vai ocasionar em um esporte eletrônico estabelecido, pois depende principalmente da aceitação do público, as boas práticas tem um papel de auxiliar a desenvolvedores e interessados em transmitir esses jogos a atrair um público que se interesse tanto em competir, quanto em assistir, para assim esse jogo poder tornar um esporte eletrônico estabelecido.

REFERÊNCIAS

ARMSTRONG, P. **+46 Million Watched Live esports Event (+10 Million More Than Trump Inauguration Broadcast)**. 2017. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/paularmstrongtech/2017/03/16/46-million-watched-live-esports-event-10-million-more-than-trump-inauguration-broadcast/#1dda269f91f4>> Acesso em 9 de março 2018.

BARZILAY. O. **So You Want to Make an esports Game**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=3U0s1orlmTM>> . Acesso em 9 de Julho 2018

BORNEMARK, O. **Success Factors for E-Sport Games**. Umea's 16th Student Conference in Computing Science Umea, Suécia. 2013, pp: 1-12.

BRAND. S. **Fanatic Life and Symbolic Death Among the Computer Bums**. 1972. Disponível em: <http://www.wheels.org/spacewar/stone/rolling_stone.html> . Acesso em 22 de março 2018.

BROWDER, J. **The Game Design of Starcraft 2: Designing An E-Sport**. 2011. Disponível em: <<https://gdcvault.com/play/1014488/The-Game-Design-of-STARCRAFT>> . Acesso em 23 de outubro 2018

BUSINESS DICTIONARY. **Learning curve**. 2018. Disponível em: <<http://www.businessdictionary.com/definition/learning-curve.html>> . Acesso em 11 de março 2019

CARTER, M.; GIBBS, M. **esports in EVE Online: Skullduggery, Fair Play and Acceptability in an Unbounded Competition**. Melbourne, Austrália. 2013

CHALNET, X. **Sponsorship within esports: Examining the Sponsorship Relationship Quality Constructs**. Gotemburgo, Suécia. 2015

COTE, A.; RAZ, J. G. **In-depth interviews for games research**. Game Research Methods. 2015. pp: 93-116

DARCY, K. **Why the Associated Press Stylebook went with esports, not eSports**. 2017. Disponível em: <http://www.espn.com/esports/story/_/id/19860473/why-associated-press-stylebook-went-esports-not-esports> . Acesso em 22 de Novembro 2018

EDWARDS, T. F. **esports: A brief history**. 2013. Disponível em: <<http://adanai.com/esports/>> . Acesso em 22 de março 2018.

GERYK, B. **A History of Real-Time Strategy Games**. 2008. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20110427052656/http://gamespot.com/gamespot/features/all/real_time/> . Acesso em 11 de março 2019

GESTALT. **The OGA What the hell is it?**. 1999. Disponível em: <<https://www.eurogamer.net/articles/oga>>. Acesso em 27 de março 2018

GIES, A. **Here are the winners of Valve's \$24 million 2017 International Dota 2 Championships.** 2017. Disponível em: <<https://www.polygon.com/2017/8/12/16136964/dota-2-ti7-winners-international>> Acesso em 9 de março de 2018.

HAMARI, J.; SJÖBLOM, M. **"What is esports and why do people watch it?"**, Internet Research, Vol. 27 Issue: 2, pp.211-232. 2017. <https://doi.org/10.1108/IntR-04-2016-0085>

JIN, D. Y.; CHEE, F. **The politics of online gaming.** In Larissa Hjorth and Dean Chan (Eds.), *Gaming Cultures and Place in Asia-Pacific*. 2009

JONASSON, K.; THIBORG, J. **Electronic sport and its impact on future sport.** *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics*, 13:2, 287-299. 2010

LEE, J. **Why Does South Korea Have Faster Internet for a Cheaper Price Tag?.** 2017. Disponível em: <<https://www.publicknowledge.org/news-blog/blogs/why-does-south-korea-have-faster-internet-for-a-cheaper-price-tag>>. Acesso em 27 de março 2018

LEWIS-EVANS, B. **Finding Out What They Think: A Rough Primer To User Research, Part 1.** 2012. Disponível em: <http://www.gamasutra.com/view/feature/169069/finding_out_what_they_think_a_.php?page=3>. Acesso em 21 de março 2018.

MARGARIS, J. **On the esports Failure of Heroes of the Storm.** 2016. Disponível em : <https://www.gamasutra.com/blogs/JamesMargaris/20161212/287359/On_the_esports_Failure_of_Heroes_of_the_Storm.php>. Acesso em 2 de abril 2018

MORENO, A. C. **Estagnado há cinco anos, Brasil segue com proficiência baixa em inglês e atrás de todos os Brics.** 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/educacao/noticia/estagnado-ha-cinco-anos-brasil-segue-com-proficiencia-baixa-em-ingles-e-atras-de-todos-os-brics.ghtml>>. Acessado em 3 de dezembro 2018

PAIVA, F. G. R. M. **Boas Práticas para o Desenvolvimento de Jogos de Cartas Colecionáveis.** Trabalho de Conclusão de Curso, Sistemas e Mídias Digitais, Universidade Federal do Ceará. 2017.

PASSY, N.; CHAVES, M. C. C.; PEREIRA, E. R. **Análise do Sistema de Matchmaking utilizando modelagem DEA aplicada a E-Sports.** Anais do Simpósio Brasileiro de Pesquisa Operacional, p. 710-721. 2013.

PEREIRA, R.; WILVERT, M. L.; TAKASE, E. **Contributions of Sport Psychology to the Competitive Gaming: An Experience Report with a Professional Team of League of Legends.** *International Journal of Applied Psychology* 2016, 6(2): 27-30. Santa Catarina.

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

PORTNOW, J; FLOYD, D. **Extra Credits Perfect Imbalance - Why Unbalanced Design Creates Balanced Play.** 2012 Disponível em: <
<https://www.youtube.com/watch?v=e31OSVZF77w> > . Acessado em 9 de julho 2018.

RAMBUSCH, J.; JAKOBSSON, P.; PARGMAN, D. **Exploring E-sports: A Case Study of Gameplay in Counter-strike.** Proceedings of Digital Games Research Association 2007.

SARAIVA, P. A. C. - **E-sports: um fenômeno da cultura digital contemporânea.** Lisboa. ISCTE. 2013.

SNAVELY, T. L. **History and Analysis of eSport Systems.** Texas, Estados Unidos. 2014.

STANFORD, Daniel. **What makes a success esports game.** 2017. Disponível em:
 <https://www.gamasutra.com/blogs/DanielStanford/20170307/292977/What_makes_a_successful_esports_game.php > Acesso em 9 de março 2018.

VENTURA, Plínio. **Priorização de Requisitos.** 2015. Disponível em: <
<https://www.ateomomento.com.br/priorizacao-de-requisitos/> > Acesso em 24 de Setembro 2018

VOLK, P. **League of Legends now boasts over 100 million monthly active players worldwide.** 2016. Disponível em:
 <<https://www.riftherald.com/2016/9/13/12865314/monthly-lol-players-2016-active-worldwide>>. Acesso em 26 de março 2018

WAGNER, M. G. **On the Scientific Relevance of esports.** Krems, Austria. 2006

WEISS, T.; SCHIELE, S. **Virtual worlds in competitive contexts: Analyzing esports consumer needs.** St. Gallen, Suíça. 2013.

WIKIPEDIA. **Korea e-Sports Association.** Disponível em:<
https://en.wikipedia.org/wiki/Korea_e-Sports_Association>. Acesso em 23 de março 2018.

APÊNDICE A - INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS**Dados Demográficos****Quantos anos você tem? ***

- Menos de 15 anos
- Entre 16 e 20 Anos
- Entre 21 e 25 anos
- Entre 26 e 30 anos
- Entre 31 e 35 anos
- Entre 36 e 40 anos
- Entre 41 e 50 anos
- Entre 51 e 60 anos
- Mais de 60 anos

Nível de escolaridade *

- Fundamental Incompleto
- Fundamental Completo
- Ensino Medio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Graduação Incompleta
- Graduação Completa
- Pós-graduação Incompleta
- Pós-graduação Completa

Região do Brasil *

- Norte
- Nordeste
- Centro-Oeste
- Sudeste
- Sul

Espectador de eSports

Você assiste a partidas profissionais de esportes eletrônicos?
(Exemplos: League of Legends, Counter Strike, Street Fighter,
Starcraft, etc) *

- Sim
- Não

Espectador de eSports

Quais desses eSports você assiste? *

- League of Legends (LoL)
- Dota 2
- Heroes of the Storm
- Counter Strike: Global Offensive (CS:GO)
- Overwatch
- Tom Clancy's Rainbow Six Siege
- PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG)
- Hearthstone
- Starcraft II
- Street Fighter V
- Super Smash Bros
- Dragon Ball FighterZ
- Tekken 7
- FIFA
- Outro: _____

Quantas horas você assiste por semana? *

- Menos de 1 hora
- Até 5 horas
- Até 10 horas
- Até 15 horas
- Mais de 20 horas

Qual destes jogos você mais assiste? *

- League of Legends (LoL)
- Dota 2
- Heroes of the Storm
- Counter Strike: Global Offensive (CS:GO)
- Overwatch
- Tom Clancy's Rainbow Six Siege
- PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG)
- Hearthstone
- Starcraft II
- Street Fighter V
- Super Smash Bros
- Dragon Ball FighterZ
- Tekken 7
- FIFA
- Outro: _____

Para você, o que faz um jogo se tornar um eSport? *

Sua resposta _____

Por quais meios você assiste eSports? *

- Computador
- Celular
- Smart TV
- TV ligada a algum acessório HDMI (Computador, Chromecast, etc.)
- TV a Cabo
- Outro: _____

Em que lugares você assiste eSports? *

- Em casa
- Na casa de amigos
- Em bares temáticos
- Locais que estejam transmitindo os jogos (Shoppings, Cinemas, etc.)
- Outro: _____

Quais plataformas de Streaming (transmissão online) você costuma assistir? *

- Twitch.tv
- Youtube Gaming
- MLG TV
- Afreeca
- Mixer
- Facebook
- Outro: _____

Você já foi para algum evento de eSports? *

- Sim
- Não

Se não, por que você não foi a nenhum evento?

- Falta de interesse
- Não era fã dos jogadores envolvidos no evento
- Muito longe de onde eu moro
- Não era de um jogo que eu queria ver
- Outro: _____

Você tem interesse em se tornar um jogador profissional? *

- Sim
- Não
- Não tenho opinião definida

Você prefere assistir ou jogar um eSport? *

- Assistir
- Jogar
- Ambos

Qual o motivo dessa sua preferência?

Sua resposta _____

Como você conheceu o cenário competitivo de eSports? *

- O jogo indicou um campeonato para assistir
- Redes Sociais
- Um amigo me chamou para assistir
- Já assistia um jogador ou streamer específico
- Outro: _____

Por que você assiste jogos competitivos? *

- Para aprender com os profissionais
- Para acompanhar o time que torço
- Para acompanhar um jogador que sou fã
- Entretenimento pessoal
- Outro: _____

Qual o momento mais importante que você já acompanhou em um eSport?

Sua resposta _____

Controlador humano da câmera dentro do modo espectador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possibilidade dos jogadores contribuírem com a premiação de torneios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jogador de eSports

Você joga esportes eletrônicos? *

- Sim
- Não

Jogador de eSports

Quais desses eSports você joga? *

- League of Legends (LoL)
- Dota 2
- Heroes of the Storm
- Counter Strike: Global Offensive (CS:GO)
- Overwatch
- Tom Clancy's Rainbow Six Siege
- PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG)
- Hearthstone
- Starcraft II
- Street Fighter V
- Super Smash Bros
- Dragon Ball FighterZ
- Tekken 7
- FIFA
- Outro: _____

Quantas horas você joga por semana em média? *

- Menos de 1 hora
- Até 5 horas
- Até 10 horas
- Até 15 horas
- Mais de 20 horas

Qual destes jogos você mais joga? *

- League of Legends (LoL)
- Dota 2
- Heroes of the Storm
- Counter Strike: Global Offensive (CS:GO)
- Overwatch
- Tom Clancy's Rainbow Six Siege
- PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG)
- Hearthstone
- Starcraft II
- Street Fighter V
- Super Smash Bros
- Dragon Ball FighterZ
- Tekken 7
- FIFA
- Outro: _____

Elementos de Gameplay em eSports

Nesta seção você deverá responder de 1 a 5, sendo 1 "Discordo totalmente" e 5 "Concordo Totalmente"

Sorte é benéfica em um eSport *

	1	2	3	4	5	
Discordo Totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo Totalmente

Mudanças em elementos básicos do jogo são necessárias *

	1	2	3	4	5	
Discordo Totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo Totalmente

APÊNDICE B - ROTEIRO ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

Quanto tempo joga o jogo?

Quantas horas por dia você joga o jogo?

Você considera FGC esports? Quais são as características dos jogos de luta que você destacaria pra considerar esports? (pergunta exclusiva para entrevistados de jogos de luta)

Atualmente qual jogo que você mais joga? E o que você assiste?

Qual o momento mais marcante na sua profissão? Por que é importante pra você?

Qual é o momento em que você percebeu que o jogo que você jogava passou a virar sua profissão?

O que uma pessoa precisa fazer para se tornar um profissional na sua área?

Qual seu personagem preferido? porque? Por que você prefere jogar na sua posição do que em outra?

O que você acha que faz o seu jogo preferido se destacar dos demais? E o que você acha que ele tem de pior que os outros jogos?

Se você pudesse mudar algo no jogo, o que você mudaria? Porque?

Quais elementos do jogo facilitam ou dificultam a entrada de novos jogadores? O que você acha que a empresa pode melhorar nas dificuldades?

Quais são as vantagens e as desvantagens que você vê na narração do jogo na língua local? E quanto a dublagem do jogo? Em que isso ajuda ao jogo?

O jogo possui mecanismos de *comeback* para jogadores que estão perdendo? Como você avalia esses mecanismos?

Como deve ser a relação da desenvolvedora com o público?

Você acha que os eventos acontecidos em campeonatos devem ser refletidos dentro do jogo? Como você acha que isso pode ser feito?

Como você acha que um jogador profissional pode contribuir para melhorar ou manter a qualidade do jogo?

Até que ponto o preço do jogo influencia em torná-lo um esporte?

Qual o preço ideal de um jogo pra esporte?

Como você vê o papel de patrocinadores dentro do cenário de esporte? Em que você acha que os patrocinadores podem auxiliar a desenvolvedora e vice-versa?

O que você recomendaria a um desenvolvedor de um esporte?