
EDUCAÇÃO FÍSICA

**ESTUDO DA COMPETITIVIDADE EM E-SPORTS E A APLICAÇÃO
DA PSICOLOGIA DO ESPORTE**

DIEGO VILLA



**Rio Claro/SP
2019**

DIEGO VILLA

**ESTUDO DA COMPETITIVIDADE EM E-SPORTS E A
APLICAÇÃO DA PSICOLOGIA DO ESPORTE**

Orientador: Prof. Dr. Afonso Antonio Machado

Co-orientador: Joacks de Paula Lemos Filho

Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto de Biociências da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - Campus de Rio Claro, para obtenção do grau de Licenciando em Educação Física.

Rio Claro/SP

2019

V712e	Villa, Diego Estudo da competitividade em e-sports e a aplicação da psicologia do esporte / Diego Villa. -- , 2019 27 p. : tabs. Trabalho de conclusão de curso (-) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Ciências Farmacêuticas, Araraquara, Orientador: Afonso Antonio Machado Coorientador: Joacks Lemos Filho 1. Psicologia do esporte. 2. Competitividade e-sports. 3. E-sports. I. Título.
-------	---

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Ciências Farmacêuticas, Araraquara. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

AGRADECIMENTOS

A toda minha família, em especial meus pais, por terem me apoiado em todos os aspectos da minha vida acadêmica.

Aos meus amigos que me auxiliaram em momentos de dúvida e incapacidade.

Ao Professor Dr. Afonso Antonio Machado, por ter me acolhido em seu laboratório. Ao meu co-orientador Joacks De Paula Lemos Filho, que com paciência me ajudou e orientou nesse trabalho.

A universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – Instituto de Biociências do Campus de Rio Claro, pela oportunidade de realizar o curso de Educação Física.

RESUMO

A competitividade no mundo dos jogos eletrônicos foi e é um elemento em ascensão, com isso a esportivização dos e-sports gerou um mercado lucrativo em contínua expansão, mudando a maneira de se fazer os jogos, com o incremento de jogadores e competitividade entre eles. Por ser algo em recente ascensão, há a necessidade de estudos que apliquem a psicologia do esporte nesse novo ambiente. Dessa forma, o objetivo dessa pesquisa consiste em analisar a competitividade e os aspectos psicológicos no cenário dos esportes eletrônicos. Assim sendo, foi utilizado 5 artigos que foram publicados no período 2014 a 2019, sendo 3 pesquisas sobre fatores ligados a competitividade e 2 ligados aos aspectos psicológicos. Através da metodologia de revisão a bibliográfica pretende-se estudar como a psicologia do esporte pode e deve ser aplicada nesse meio competitivo. A partir das pesquisas se identificou que fatores como público, institucionalização e mídia podem aumentar a competitividade no cenário de e-sports. Entretanto com a profissionalização de jogadores, surgem muitas pressões e estresse no ambiente de treinamento dos pro-players, dando espaço para atuação da psicologia do esporte atuar com esse público, tornando o ambiente menos nocivos a saúde desses ciberatletas. A partir das pesquisas sobre os aspectos psicológicos no mundo dos jogos eletrônicos, foi possível entender que um provável desgaste mental se dá a personalidade do pro-player e como ele lida com o ambiente.

Palavras-chaves: e-sports, competitividade, psicologia do esporte.

ABSTRACT

The competitiveness in the electronic game world is a rising element. Because of that, the sportsmanship of e-sports create a lucrative market in an on going expansion, changing the way of making games, with the increase of players and competitiveness between them. Because of this recently rising, there is a need of studies that apply the sports psychology in this new environment. In this way, the objective of this research consist in analyze the competitiveness and the psychological aspects in the electronics games scenario. Therefore, was used five papers published in the period of 2014 to 2019, being 3 of then about factors connected with the competitiveness and 2 about psychological aspects. Through the methodology of bibliographical research, were aimed to study how the sports psychology can and should be applied in this competitive environment. From the researches, was identified that factors as public, institutionalization and the media can increase the competitiveness in games scenario. Meantime with the professionalization of players, pressures and stress emerge in the training environment of pro-players, giving space to the sports psychology to act with this public, turning the environment less harmful to the health of this cyber athletics. From the research about the psychological aspects in the electronic games world, it was possible to understand that a probably mind distress happens because of the pro-player personality and how the player deals with the environment.

Key words: s-sports, competitiveness, sport psychology.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
2 OBJETIVOS.....	9
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	10
4 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	11
4.1 E-sports.....	11
<i>4.1.1 Mídia nos E-sports</i>	<i>12</i>
<i>4.1.2 Organização dos E-sports.....</i>	<i>12</i>
4.2 Competição no contexto esportivo	15
<i>4.2.1 Competição nos e-sports.....</i>	<i>16</i>
4.3 Psicologia do esporte	18
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO	20
6 CONCLUSÕES	23
7 REFERÊNCIAS.....	24

1 INTRODUÇÃO

A competitividade no mundo dos jogos foi e é um elemento em ascensão, devido a globalização de jogos que eram apenas para a prática de atividades físicas e lazer que foram se tornando esportes com definição de serem uma atividade física competitiva institucionalizada (BARBANTI, 2012). Essa competição é muito difundida na coletividade por meios de comunicação presentes no cotidiano, como televisão, jornais, rádio e internet se tornando algo corriqueiro na vida humana.

Pode se definir o termo competição como uma maneira de demonstrar ou atribuir habilidades, em jogo, duelos, confrontos com um ou mais adversários. No momento da competição os dois adversários ou as duas equipes tem apenas um objetivo ganhar a disputa. Para isso é necessário que as equipes tenham algumas etapas a serem concluídas como planejamento de equipe (treinamento, calendário, jogos amistosos, equipamento e material), planejamento geral, fatores paralelos (imprensa e torcida). (DE ROSE JUNIOR, 2002).

A competição previamente falada está fortemente entrelaçada no mundo dos e-sports (esportes eletrônicos) que pode ser definida uma área desportiva que seus atletas treinam seu físico e mente para disputarem partidas em jogos virtuais presenciais ou não, que estão em grande ascensão nos últimos tempos (TIEDEMANN, 2004).

No mundo dos jogos virtuais a competição esteve presente desde os primórdios de sua criação, um dos primeiros jogos criados o “Tênis for two” se dava a uma disputa entre dois jogadores no mesmo ambiente (casa de jogos conhecidos com arcades) para ver quem ganhava a partida de tênis virtual. Com a evolução da tecnologia foram criados os consoles que permitiam que os jogadores jogassem em casa com dois ou até quatro amigos o mesmo jogo. (SARAIVA, 2013).

Nos anos 90, com o avanço da globalização e surgimento da internet, os jogos para computadores foram se tornando competitivos de uma nova maneira para a época. Jogos como DOOM (1993) e DOOM 2 (1994), apresentaram para o jogador o modo “multiplayer online” que possibilitou o jogador a ter disputas em rede com pessoas do mundo inteiro sem ao menos conhecê-las. (TAYLOR, 2012).

O modo “multiplayer” se tornou um grande sucesso nos anos 90, quando surgiu a LAN conhecida no Brasil com “LAN HOUSE”, um ambiente com vários computadores que jogadores se reuniam para jogar seus jogos uns contra os outros. Assim se tornou popular a competitividade em jogos eletrônicos, o que possibilitou a

criação de campeonatos informais organizados pelas próprias LANS ou jogadores. Com o crescimento desses campeonatos, a competição entre outros jogadores tomou um nível fora do casual. Os jogadores passaram a não apenas jogar por diversão, mas sim jogavam e treinavam para se tornarem melhores que seus adversários, elevando os níveis dos campeonatos locais. (SARAIVA, 2013).

Com o aumento da notoriedade desses campeonatos, sites como “Twitch” (www.twitch.tv) começaram a transmitir esses campeonatos ao vivo para sua maior popularidade entre patrocinadores e público. A esportivização dos jogos eletrônicos foi eminente com o surgimento de times, chamados na época “Clans”, que disponibilizam aos seus jogadores todos ou alguns desses itens como estrutura para treinamento como “gaming house” ou “gaming office”, técnicos, rotina de treinamento, patrocínios e psicólogos. Com essa profissionalização surge o termo e-sports, que torna um jogador de jogos eletrônicos um ciberatleta com sua devida remuneração, seja por prêmios em campeonatos, patrocínios ou contratos com times. (WAGNER, 2006).

Os campeonatos de e-sports vem se popularizando cada vez mais mundialmente, eventos como a final do mundial de “League of legends” 2018 disputado pela “Invictus gaming” e “Fnatic” atraiu 99.6 milhões de pessoas tanto presencialmente como espectadores da transmissão online, foi transmitida em 19 idiomas diferentes e por mais de 30 plataformas de “streaming” e canais de televisão, foram arrecadados pelos fãs mais de US \$2,25 milhões de dólares para as equipes participantes. (BR.LOLESPORTS, 2018).

Segundo dados da Newzoo (2017), a indústria de jogos eletrônicos fatura mais de 100 bilhões de dólares anualmente assim ultrapassando a indústria do cinema que era a uns anos atrás era quase impossível.

A esportivização dos e-sports veio como uma maneira de gerar mais receita para a indústria e assim gerou um mercado lucrativo e em contínua expansão, mudando a maneira de se fazer os jogos. Jogos recentes costumam ser lançados apenas com modo “multiplayer online” e outros com modo “free-to-play”, ou seja, gratuitos para que exista um maior público para jogar e assistir conteúdos sobre o jogo, como vídeos, transmissões de campeonatos ou “streams” (transmissões ao vivo pela internet) de jogadores que jogam e interagem com o público em tempo real.

Empresas, lojas, times de esportes tradicionais e grandes empresários já buscam seu lugar nesse mercado dos e-sports, com a vinda desses grandes investidores o cenário do esporte eletrônico cresce muito pois adicionam elementos a estrutura de treinamento, uma maior e mais qualificada equipe técnica para aumento da qualidade de suas equipes assim auxiliando no aumento da qualidade da competição de esportes eletrônicos.

Com um mercado muito lucrativo o cenário de e-sports tende a ser muito mais competitivo e competições tomam outro nível muito mais profissional e com isso surgem as pressões e cobranças como qualquer outro jogador de algum esporte tradicional, mas no e-sport esses elementos podem trazer consequências mais agravantes por lidar com muitas vezes com ciberatletas menores de 18 anos. Desse modo, o investimento na preparação do psicológico, emocional e físico desse novo atleta tem que ser bem estruturado e planejado por uma equipe de psicólogos, preparadores físicos e equipe técnica. Para que o ciberatleta construa um equilíbrio entre controlar suas emoções dentro e fora da competição, ter a estratégia certa do que fazer em jogo e praticar os movimentos finos e precisos para a realização das jogadas. (WITKOWSKI, 2012).

2 OBJETIVO

O objetivo do estudo consiste em analisar o aumento da competitividade em e-sports e as consequências, para a comunidade e os jogadores, buscando avaliar como a psicologia do esporte pode e deve estar inserida neste contexto.

3 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS

O presente estudo foi realizado por meio do método de revisão bibliográfica, que forneceu o embasamento teórico necessário para alcançar o objetivo proposto (THOMAS & NELSON, 2002). Como meio de pesquisa foi utilizado as bases de dados e plataformas de pesquisa, Google Acadêmico, Scielo e Pubmed. Como palavras chave para pesquisa foram “competitividade nos e-sports”, “esportivização dos e-sports”, “psicologia do esporte”, “competição” e “competitividade nos e-sports”. Foram selecionados 5 artigos internacionais que foram publicados no período 2014 a 2019, sendo 3 pesquisas sobre fatores ligados a competitividade e 2 ligados aos aspectos psicológicos.

4 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

4.1 E-sports

Para a geração que nasce nos anos 90 em diante, ter e jogar videogames é algo corriqueiro em suas vidas. Videogames eram usados como uma forma de lazer e tinha como público alvo crianças e adolescentes que eram os jogadores casuais. Vídeo games foram inventados como uma forma de entretenimento em 1960, mas devido a pesquisas recentes vemos que a os vídeos games vem se reconfigurando e aprimorando. (REIS & CAVICHIOLLI, 2008).

Essas mudanças possibilitaram com que a indústria de games encontrassem um mercado com potencial bilionário através da criação de campeonatos. O competitivo de vídeo games tem um início amador em 1970 com arcades “player-versus-player”. Em 1974, a SEGA, desenvolvedora de jogos japonesas, promoveu um campeonato televisionado em Tokyo, com a intenção de difundir a cultura dos videogames e sua competitividade. (LU & ZHOUXIANG, 2017).

Com a difusão da internet para a população, a criação de games voltados para competitivo, para grandes campeonatos gigantescos de esportes eletrônicos e para toda uma mídia tanto tradicional como uma nova mídia que feita junto pela comunidade que joga, possibilitou que o mercado de e-sports se difundisse mundialmente e passasse a valer US\$20 bilhões de dólares com 1.7 bilhão de jogadores de videogames ativos. (LU & ZHOUXIANG, 2017).

Para Whalen (2013) e-sports é descrito como competições de videogames sistematizados. Passando assim do elemento lúdico do jogo de videogame para o aspecto competitivo.

Apesar de definido e estudado em literatura, os e-sports ainda sofrem preconceito em relação ao grande público por não serem considerados um esporte e ser uma pratica ligada ao sedentarismo. Um jogador casual que joga apenas para seu lazer não passa o mesmo tempo que um jogador profissional, chamado de pro-player, em frente ao computador ou console.

Jogadores casuais não tem a mesmo a exigência de rendimento do que os pro-players, assim o casual não preocupando se seu corpo e mente está preparado para estar na mesma posição em frente a um computador por muitas horas e com foco total no jogo. Já os pro-players possuem uma rotina de treinos regrada com horários fixos para diversos tipos de treinos como físico, jogos amistosos contra outros times, táticos,

acompanhamento psicológico e da comissão técnica, além de reverem os próprios jogos deles ou de outros times para aprenderem novas jogadas e identificarem erros no time.

4.1.1 Mídia nos E-sports

Quando olhamos para alguns anos atrás, apenas havia uma mídia mais tradicional que era transmitida para o grande público por meio de televisores, rádios e jornais. Com o avanço da tecnologia e a difusão de internet para a maioria da população, a mídia que transmite partidas e notícias sobre e-sports se construiu através da interação com jogadores por diversos meios de comunicação. (FARIA, 2009).

Para chegar no patamar que tem hoje, o mercado de e-sports se apoia em alguns pilares essenciais para seu crescimento. Além do pro-players que atraem muito público, patrocinadores, organizações de times e dos games, o público tem um papel muito importante para a criação do cenário de e-sports. (RAMBUSCH & TAYLOR & SUSI, 2017).

A comunidade tem um papel essencial no e-sports, através do engajamento nas “streams” que são por sua maioria condensadas no site www.twitch.tv.com (site que possibilita o jogador fazer transições ao vivo jogando, conversando com seus seguidores ou transmissões de campeonatos), outras plataformas de transmissões são o “youtube” e “facebook”. Nessas “streams” o jogador tem total interação com seu público, com “feedbacks” instantâneos. Dessa maneira a comunidade se sente mais próximo do game e pro-player, despertando a vontade de jogar e criando um público consumidor do game. Essas “streams” possibilitam que pro-players divulguem seu trabalho e consigam uma renda extra. (DICHRISTOPHER, 2014).

Esse grande mercado em ascensão já foi visado pela grande mídia e hoje podemos ver campeonatos e programas exclusivos de e-sports. Um exemplo é o canal da ESPN, um dos pioneiros a transmitir campeonatos e programas exclusivos de e-sports (ESPN, 2017).

4.1.2 Organização dos E-sports

O Brasil possui mais de 105 milhões de pessoas com internet e 57,2 milhões são usuários ativos da internet. Segundo estudo divulgado pelo IBGE em 2013, entre

os usuários com mais de 10 anos de idade, o acesso à internet aumentou em 143,8% no período de 2005 a 2011. São os jovens que possuem a maior porcentagem de acesso: 74,1% dos entrevistados entre 15 e 17 anos têm acesso a internet e na faixa de 18 a 19 anos, são 71,8%. (PORTAL VGV, 2013).

Com aumento visível do acesso à internet no Brasil, o número de jogadores de games também cresceu. Entretanto uma grande porcentagem desses jogadores ainda não opta por jogos online competitivos, devido à falta de um serviço de internet estável e computadores capazes de suportar os jogos em sua melhor qualidade. (GAUDIOSI, 2012).

Em um contexto mundial, o competitivo dos games tem um início simples com jogos como “tênis for two” que possibilitava dois jogadores a disputarem uma partida de tênis online bem rudimentar. Outro jogo pioneiro no competitivo foi o “Spacewar”, comumente jogado em ambientes universitários norte-americanos, onde o jogador controlava uma nave espacial com o objetivo de atirar em outras naves para obter uma pontuação alta.

Em 1980 surgem os primeiros jogos online, para o deleite dos jogadores. Porém a empresa NSFT institui restrições para distribuição para provedores de internet autorizados, fazendo com que os mesmos cobrassem por horas de jogo online. (KOSTER, 2017). No mesmo ano, apesar das restrições impostas pela NSFT, a “Atari” (empresas de jogos eletrônicos e uma das pioneiras no ramo), realizou um campeonato com mais de dez mil pessoas para assistirem disputas no jogo Space-Invaders, já indicando assim que o mercado de jogos competitivos teria público na época com plenas condições de acender ainda mais. (VERSUS, 2018).

Em 1990, inicia a ascensão do gênero de jogos de “First-Person Shooters (FPS)”. Jogos como “Doom” e “Wolfenstein” se encaixam nesse gênero por serem uma vista em primeira pessoa, visualizando apenas a mão de seu personagem. Doom e “Wolfenstein” são os pioneiros do gênero e os responsáveis pelo início de um jogo competitivo online levado com seriedade pelos jogadores.

Em 1998, nasce o jogo mais importante para o surgimento e amadurecimento de um cenário competitivo profissional brasileiro, o “Counter-Strike” (jogo de tiro em primeira pessoa). Em seu primórdio era apenas uma modificação de outro jogo, o “Half-Life”, mas “Counter-Strike” se tornou mais popular que seu antecessor com

maior adesão de jogadores que na época jogavam em “lan houses” devido aos preços dos computadores.

No mesmo ano de “Counter-Strike”, em 1998, é lançado “Starcraft” do gênero de RTS (Real-Time Simulators, conhecidos no Brasil como “jogos de estratégia”). Esse jogo teve uma explosão gigantesca de campeonatos na Coreia, sendo transmitido por televisões em todo o país se tornando um dos principais jogos que difundiram os e-sports pelo mundo. (SPORTV, 2019).

Na década de noventa a “NINTENDO” provia campeonatos de seus próprios jogos. Na grande final, o vencedor de cada um dos três grupos, separados por faixa etária, receberia uma premiação de US\$10.000, um “Geo Metro” (carro lançado em 1990 nos EUA), uma televisão de 40" e um troféu de ouro. Apesar das grandes premiações esses campeonatos ainda não tinham times profissionais, nem contratos oficiais com jogadores. (GRAZIEL, 2015).

A partir dos anos 2000, os campeonatos começaram a ser mais comuns e organizados pelos próprios jogadores ou confederações formadas na época. Pro-players que tem um grande nome nos dias atuais surgiram, em sua maioria, nessa época. Com o crescimento da internet, jogadores com talento recebiam destaque e eram convidados a participarem de times e campeonatos, com patrocínios e premiações. Nesse cenário, a profissionalização era inevitável, o que criou uma maior demanda de infraestrutura e organização dos times, como patrocinadores, rotinas de treino, comissão técnica, locais para treinamentos e campanhas publicitárias dos jogadores e do time. (JENSEN, 2017).

Hoje campeonatos de e-sports se assemelham cada vez mais com os campeonatos de esportes mais tradicionais, tanto com em aspectos de público, como espetáculo e competitividade. Como por exemplo o campeonato “The International”, do jogo “Dota 2”, que premiou o primeiro lugar com um prêmio de US\$11,2 milhões de dólares. Esta quantia foi arrecada em parte por todos os jogadores de “DOTA 2” no mundo, que com a compra de um item específico do jogo parte do valor era destinada para a premiação do campeonato. (SPORTV, 2018).

Com um grande investimento de patrocinadores no mercado de e-sports, surge uma profissionalização dos times gerando contratações de pro-players, para elevação do nível do time (COLLINS, 2017). Os campeonatos sofrem uma transição notória de um cenário amador feito pelos próprios jogadores com um número pequeno de

participantes e público, para grandes campeonatos espetacularizados que lotam arenas. (JENSEN, 2017).

O modo como são feitos o treinamento dos times foi mudando conforme o cenário de e-sports foi se profissionalizando. No início quando o cenário é ainda era amador, tanto os jogadores quanto a comissão técnica não recebiam salário, os treinos eram feitos online e com poucas horas de duração. Conforme a profissionalização do cenário foi surgindo, as “gaming houses” (casas que a organização dos times disponibiliza para os pro-players treinarem e viverem) se tornaram algo comum entre os times do competitivo de e-sports.

As “gaming house” possibilitam uma interação de 24 horas com o jogo e membros do time. Além das rotinas de treinos nos períodos da manhã, tarde e noite (das 11h às 20h), os pro-players convivem nos horários livres fazendo transmissões ao vivo (conhecidas como streams) juntos, aumentando a sintonia do time. (JENSEN, 2017).

Apesar das vantagens das “gaming house”, nem todos os jogadores se adaptam a esse modo de treino devido a problemas de relação entre os membros do time, tanto pessoais quanto profissionais. Outro problema que os jogadores apontam sobre as “gaming houses” é a falta de privacidade que atrapalha na relação com os amigos, familiares e cônjuges.

Uma nova opção para as “gaming house” surgiu com o modelo de “gaming office”. Nesse modelo os jogadores chegam no período da manhã para o primeiro bloco de treinamento, fazendo um intervalo para alimentação e descanso ao final do bloco e depois fazerem um segundo bloco de treinos que termina a noite. Assim os jogadores são capazes de separar a vida pessoal da profissional e apresentar um melhor rendimento quando em jogo. (SPORTV, 2017).

4.2 Competição no contexto esportivo

A competição é algo que está desde os primórdios da humanidade, seja por disputa de comida com animais e humanos, terras, dinheiro, honra ou fama. Durante toda sua existência, o ser humano vive em um ambiente competitivo para sua sobrevivência nos setores em que atuam: escola, família, trabalho. (DE ROSE, 2002).

A competição, mesmo intrínseca no nosso cotidiano com todos os elementos acima citados, sempre é associada ao esporte pois a prática de esportes envolve uma

atividade com ativação muscular e ou neural competitiva que é institucionalizada. (BARBANTI,2012). O termo “competição” remete a uma oportunidade que um atleta tem para exibir suas habilidades em jogos, provas ou confrontos entre dois ou mais competidores com o mesmo objetivo de conquistar a vitória. (DE ROSE,2002).

Na Grecia antiga a competição era um ponto vital para o crescimento da pessoa pois ali o indivíduo construía um espírito criador, competidor, assim fazendo parte de sua essência, mas não se definia por resultados. (RUBIO, 2002).

Ao analisarmos a competição podemos identificar pontos positivos e negativos na sua existência. Pontos positivos são, a evolução de nossa sociedade, grande gerador de lucro e entretenimento entre outros. Como pontos negativos a competição exacerbada pode ser apresentada como um inimigo e de um mundo mais cooperativo. (LOVISOLO & BORGES & MUNIZ, 2013).

A competição se difere da brincadeira pois para Brotto (1999), quando a uma competição automaticamente a diversão e o prazer de se jogar são eliminados. Já quando vemos marketing do esporte nos mostram que ao contrário atletas que sentem prazer ao realizar a pratica, mas esse prazer se confunde com o prazer da vitória. (LOVISOLO & BORGES & MUNIZ, 2013).

A competição em si tem o objetivo de indicar o mais capaz dentre os competidores assim eliminando os menos capazes gerando assim mais perdedores do que vencedores. Cada atleta que entra em alguma competição busca um auto superação que o torne vencedor entre os outros. (LOVISOLO & BORGES & MUNIZ, 2013).

4.2.1 Competição nos e-sports

Os primeiros locais de competição de vídeo games eram em bares ou arcades lotados de jovens e crianças que jogavam em fliperamas e arcades. Na década de 1990, os consoles de mesa se popularizaram mudando os locais onde se podiam jogar videogames, esse sendo um elemento para o principio das grandes competições de e-sports. Nos anos 2000, consoles de marcas que se mantém consolidadas até hoje como “Sony” (Playstation), “Nintendo” (Wii) e “Microsoft” (X-box) passaram a existir, aumentando ainda mais a quantidade de jogadores. (WAGNER, 2006).

A partir de um grande investimento nos e-sports nas últimas décadas, feitos pela própria indústria de jogos, o cenário apresenta um crescimento gigantesco em

termos de público. O público de e-sports é um dos pilares principais para o crescimento deste cenário. Além desse público/comunidade organizarem campeonatos amadores no início da indústria, eles fomentam e difundem de uma forma natural toda a cultura de e-sports mundialmente. Maric (2011) diz que os e-sports como forma social têm a competência de atravessar barreiras culturais, viver entre as instituições sociais e construir conjunto próprio de significados. Conteúdos como “streaming” permitem que os públicos tenham uma interação com o pro-player em tempo real diferente de outros esportes deixando assim a comunidade mais próxima dos e-sports criando assim um vínculo com a prática.

Outro fator pilar para a competição nos e-sports são as organizações/times que em seu início tem como investidores amantes do e-sports e marcas de computadores. Com sua grande expansão no mercado, marcas famosas e fora do mundo do e-sports como Coca-Cola, Trident entre outras começaram a investir nesses times. Times de grandes de futebol começam a surgir com seus times de e-sports como Santos Dexterinty (Santos Futebol Clube), ABC Stars (ABC Futebol Clube), Remo Brave (Remo), Goiás (Goiás) e Flamengo (Clube de Regatas Flamengo). (SPORTV, 2019).

A mídia teve seu papel no crescimento dos e-sports. No início era feita pela própria comunidade de uma forma natural em sites de “streaming” como “twitch” (www.twitch.tv), através da transmissão de campeonatos e notícias. Mas assim como com as organizações e patrocinadores, logo a mídia mais tradicional de esporte com ESPN e ESPORTV entraram nesse mercado com conteúdo exclusivo de e-sports, notícias e transmissões de campeonatos.

Os pilares dos e-sports citados (comunidade, organizações/times, patrocinadores e mídia dos campeonatos) estão em constante crescimento em termos de público e renda. Assim se muda também a maneira de se fazer jogos, para que possam ser competitivos e espetacularizados de maneira que exista uma renda além de venda do jogo e de produtos dentro do jogo. (FIA. 2018).

Esses campeonatos de e-sports se diferem um do outro por serem de jogos com temáticas diferente, modos de jogo diferentes e fabricados por empresas distintas. Portanto, cada jogo competitivo tem suas regras oficiais, narradores específicos e campeonatos próprios organizado muitas vezes pelas próprias desenvolvedoras dos jogos. (FIA. 2018).

4.3 Psicologia do esporte

Inicialmente a psicologia do esporte visava o trabalho biológico. Atualmente essa área busca estudar as situações do atleta em motivação, violência, agressão, trabalho em grupo, liderança e bem-estar do atleta no meio de treinamento e jogo. (WEINBERG & GOULD, 2017).

Para Weinberg & Gould (2017), a psicologia do esporte se dá ao estudo científico de indivíduos e seus comportamentos nos esportes e atividades físicas e aplicam na prática a teoria. E tem como objetivo tenta compreender e auxiliar atletas de alto nível incapacitados física e mentalmente, idosos e praticantes de atividades físicas tentem chegar a um nível de desempenho, satisfação pessoal e desenvolvimento mediante a prática de atividades físicas.

A psicologia do esporte pode ser subdivida em áreas de atuação. Samulki (1992) define quatro áreas em que se pode trabalhar a psicologia do esporte:

- Esporte de rendimento: nesse aspecto a psicologia do esporte busca uma otimização na performance do atleta, estudando, definindo e aplicando elementos da psique que alterem o rendimento do atleta.
- Esporte escola: a psicologia do esporte com o objetivo de guiar o aluno a princípios sócio-educativos. A análise passa pelos procedimentos de ensino e como o esporte tem seus reflexos no processo de formação do aluno.
- Esporte recreativo: nessa área o psicólogo atua analisando o comportamento recreativo voluntário em diferentes idades e classes sociais.
- Esporte de reabilitação: busca atender atletas lesionados e realiza a prevenção de lesões. Se trabalha também com portadores físicos e mentais.

Para atuar em algumas dessas áreas o profissional pode escolher entre duas vertentes. Segundo Gomes (2000), essas vertentes são a área acadêmica e a aplicação prática. Na área acadêmica, o profissional é capaz de dar aulas em cursos de graduação, mestrado, doutorado e especialização, podendo atuar como pesquisador teórico e/ou empírico ao buscar entender a psicologia em um âmbito esportivo. E na aplicação prática, o profissional aplica a psicologia do esporte no contexto esportivo e de atividade física, com diagnósticos de detecção de talentos, teste de habilidades cognitivas e motoras, avaliação das deficiências do atleta no esporte e intervêm para a melhora da performance.

Para Araujo (2002), os especialistas em psicologia do esporte que trabalham atuando na prática têm que se focar em melhorar o desempenho de atletas, aconselha-los, ajudar na reintegração após lesões e promover através de exercícios físicos a saúde. Para que haja uma aceitação dos atletas ao profissional, o mesmo deve buscar conhecimento sobre a prática esportiva na qual ele irá trabalhar para não se distanciar de seu público.

O esporte passa por mudanças junto com a tecnologia. Mudanças com consequências positivas como o aumento de espectadores em estádios e de espectadores nas transmissões, maior retorno financeiro e difusão da cultura do esporte. Apesar da maior difusão e aproximação torcida com o time/atleta, trouxe também consequências negativas. (WANG & ZHOU, 2015).

Por exemplo, casos de mal desempenho de jogadores de futebol devido a redes sociais, onde os torcedores se consideram tão próximos dos atletas que aumentam as cobranças, muitas vezes de maneira ofensiva e criminosa. (EASLEY & KLEINBERG, 2010).

Esse mal desempenho é estudado pela psicologia do esporte. Para Gill & Williams (2008), a psicologia do esporte consiste em um estudo em indivíduos e suas ações/tomada de decisão em um ambiente esportivo e como aplicar esse conhecimento na prática.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir da seleção e análise dos estudos foi possível compreender a magnitude dos jogos eletrônicos competitivos e sua manifestação na sociedade trazendo mudanças na forma de se competir profissionalmente e como essa profissionalização dos e-sports afeta psicologicamente o pro-player.

Os resultados obtidos através dessas pesquisas apontam quais elemento alteram a competitividade nos e-sports e a partir desses elementos como alteram a psique do pro-player. Foram selecionados 5 artigos sendo 3 deles sobre os elementos que alteram a competitividade e outros 2 estudam como esses elementos podem ser fatores positivos ou negativos para os pro-players. (PÉREZ & GONZÁLEZ & FAYOS, 2017; PEREIRA, 2018; MATSUI, 2019; STEINKUEHLER, 2019; SUMMERLEY, 2019). Esta questão pode ser melhor analisada por meio da Tabela 1, a seguir.

Tabela 1. Fatores associados ao aumento da competitividade nos e-sports e fatores psicológicos dos pro-players.

REFERÊNCIA	TIPO DE ESTUDO	OBJETO DE ESTUDO	METODOLOGIA	FATORES LIGADOS A AUMENTO DA COMPETITIVIDADE/ FATORES PSICOLÓGICOS
PÉREZ & GONZÁLEZ & FAYOS (2017)	Qualitativo	Pro-players de "league of legends" 16 a 28 anos	Questionário sociodemográfico, NEOF, IBD-R	Personalidade do atleta.
PEREIRA (2018)	Qualitativo	Pro-player e jogadores casuais de "league of legends"	Questionário sociodemográfico, teste de personalidade BFI-2, instrumento para avaliar habilidades de Coping (ACSI-25BR), Internet Gaming Disorder (IGDSF-9)	Personalidade do atleta e ambiente.
MATSUI (2019)	Quantitativo	Jogadores de "league of legends"	Comparação de dados	Streaming
STEINKUEHLER (2019)	Descritivo	200 pesquisas acadêmicas	Revisão bibliográfica	Público e cultura do "gaming"
SUMMERLEY (2019)	Qualitativo	Campeonatos institucionalizados	Análise e comparação de dados	Institucionalização

Para entender aumento na competitividade no e-sports, é necessário entendermos que assim como os esportes os e-sports são um fenômeno da sociedade. Os e-sports movem massas que lotam estádios para acompanharem seu time em busca da vitória ou para apreciar os profissionais jogando em alto nível. Além desse público estar presencialmente em campeonatos, eles também assistem transmissões de campeonatos e programas destinados a e-sports. Esse público criou

todo um ambiente com terminologias próprias de cada jogo, criando um sentimento de comunidade que se ligam mais a competição. (STEINKUEHLER,2019).

Summerley (2019) define outro elemento para competitividade no e-sports: a institucionalização do esporte eletrônico. Ao comparar a institucionalização dos esportes tradicionais com os e-sports podemos notar semelhanças na criação de regras universais ao promoverem uma moral e filosofia dos e-sports, organizarem campeonatos, trazerem patrocínios e maior infraestrutura para eventos, assim como buscar programar o crescimento do cenário com passar dos anos. Com essa profissionalização dos e-sports a competitividade aumenta devido a um maior investimento no treinamento e aperfeiçoamento de pro-players e pressões por resultados devido ao dinheiro investidos nesses jogadores.

Já Matsui (2019) estuda como o “streaming” tem relação com o desempenho do pro-players. Ao fazer o estudo nos dados de jogadores de “League of Legends” por 4 meses, tanto de quem treinava para o competitivo e quem fazia “streams”, foi capaz de comparar suas estatísticas pós jogo. Foi possível notar que a medida que esses jogadores faziam as “streams”, apresentavam resultados inferiores daqueles que apenas jogavam sem transmitir, devido ao o engajamento em tempo real com seus seguidores e a busca por jogadas bonitas para o entretenimento. Esse fator “streams” tem uma relação controversa com o pro-player, podendo aumentar ou diminuir sua motivação devido a comentários de seus seguidores. Já para a torcida, as streams aumentam o engajamento do público com o jogo, pro-players e com uma jogabilidade de alto nível criando uma exigência de nível de jogabilidade em campeonatos.

Ao analisar os fatores que trazem mais competitividade ao cenário de e-sports não podemos excluir os efeitos que são gerados nos pro-players. Com a profissionalização dos e-sports a exigência no nível de competitividade aumenta, assim aumentando rotina de treinos, reuniões com comissão técnica, horas de streams assim criando uma rotina de 8 a 12 horas de treino por dia de 5 a 7 dias na semana. (SPORTV, 2017).

Para Pereira (2018) atletas de esportes tradicionais conseguem ter uma vida fora treino com lazer, momentos com amigos e família fora de campo, já pro-players tem uma dificuldade entre momentos pois o momento de lazer deles eles jogam o jogo em que eles trabalham, tornando assim o lazer em treino. Dessa maneira o pro-players vivem em um ambiente de pressões, cobranças e estresse gerando assim problemas

de saúde. Esses atletas necessitam de estratégias psicológicas para lidar com eventos estressores.

O trabalho do psicológico de um pro-player deve ser individualizado, semelhante ao trabalho realizados com atletas de outros esportes. Entretanto, diferente dos esportes tradicionais, deve se considerar a imersão em um jogo virtual como um importante fator. Essa imersão é um fator essencial para o desempenho do atleta em jogo, uma vez que pode ser influenciado pelo nervosismo e desatenção do atleta, assim como a participação ativa da torcida. Devido a esses problemas, habilidades psicológicas devem ser trabalhadas para alcançarem um melhor desempenho dentro de jogo. (WEINBERG & GOULD, 2017).

Pérez & González & Fayos (2017), realizaram um estudo de “burnout” em pro-player de “League of Legends” da liga espanhola através da aplicação de questionários sobre informações pessoais, posição de jogo, horas de treino por dia. A partir deste questionário, era medido em uma escala de 1 a 5, sendo 1 muito ruim e 5 muito boa, como o rendimento dentro de time era visto e qual era o rendimento esperado da equipe. Além dos questionários, também foi feito teste de personalidade NEOFFI (COSTA & MCGRAE, 1992) e o teste de “burnout” IBD-R (RUIZ & PALACIOS & FERNÁNDEZ, 2012).

Ao relacionar o teste de personalidade de feito com o teste de “burnout” individualmente para cada jogador, notou-se que jogadores classificados como mais cordiais em seus testes de personalidade tendem a sofrer um maior esgotamento mental devido a despersonalização causadas pelas pressões do jogo. (PÉREZ & GONZÁLEZ & FAYOS, 2017).

O “burnout” tende a ser resolvido dentro do time de e-sports com a busca entre o equilíbrio de lugar agradável e adequado para treinos, alto nível rendimento e melhor nível de sociabilidade de cada pro-player que pode ser baixo devido a muito tempo em treinos a frente do computador. Para alcançar esse equilíbrio os times e organizações contratam profissionais da psicologia do esporte para investigarem avaliar as condições do time e conseguir um equilíbrio entre o emocional e físico dos jogadores. (PÉREZ & GONZÁLEZ & FAYOS, 2017).

6 CONCLUSÕES

Quando foram criados os primeiros vídeos game ainda não se pensava no impacto que ele causaria nas novas gerações. A cultura gamer se difundiu conforme a tecnologia se modernizou, com o crescimento de internet e a facilidade de acessá-la.

Campeonatos de e-sports são feitos o ano todo de diferentes jogos de diferentes empresas e patrocinadores se comparando assim com os esportes tradicionais em renda e estrutura.

Com mais patrocínios, mais estrutura em campeonatos e de times o nível desses pro-players tendem a aumentar, somando assim mais pressões ao seu cotidiano. Essas pressões de time, patrocínio e torcida (devido a aproximação feita pelas redes sócias), pode causar ao pro-player um desequilíbrio mental e um desgaste físico que pode afetar em nível de jogabilidade dentro de jogo podendo gerar um burnout.

A psicologia do esporte visa estudar a as ações e atitudes do pro-player em jogo e em convívios em treino. Através de treinamentos físicos e mentais o profissional da psicologia do esporte pode buscar o equilíbrio entra um local de treino agradável e que mantenha o alto nível do jogador, o equilíbrio mental do pro-player dentro de jogo em situações decisivas, situações em que seu time está perdendo ou quando o próprio pro-player não está em um dia bom para jogar.

7 REFERÊNCIAS

BARBANTI, V. O que é esporte? Ponto de Vista. **Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde**. Londrina, v. 11, n. 1, p. 54–58, 2012.

BR.LOLESPORTS. **Numeros da temporada 2018**. 2018. Disponível em: <<https://br.lolesports.com/noticias/numeros-da-temporada-2018>>. Acesso em 10.ago.2019.

COLLINS, T. J. **Psychological skill training manual for eSports athletes**. 2017. 68f. Dissertação (Mestrado) – Masters of Education in Human Movements Sport and Leisure Studies Graduate Projects, Bowling Green State University, Ohio, 2017.

COSTA, P. T.; MCCRAE, R. R. **Revised NEO Personality Inventory (NEO-PIR) and NEO Five Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual**. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources, 1992.

DE ROSE JUNIOR, D. A competição como fonte de estresse no esporte. **Revista Brasileira Ciência e Movimento**. Brasília, v. 10, n. 4, p. 19–26, 2002. Disponível em: <<https://bdttd.ucb.br/index.php/RBCM/article/viewFile/466/492>>.

DICHRISTOPHER, T. **Pro gamers story: Get big, burn out, retire young**. 2014. Disponível em: <<https://www.cnbc.com/2014/02/01/pro-gamersstory-get-big-burn-out-retire-young.html>>. Acesso em: 10 ago. 2019.

EASLEY, D.; KLEINBERG, J. **Networks, Crowds, and Markets: Reasoning about a Highly Connected World**. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

ESPN. **ESPN lança programação dedicada a eSports na TV e transmitirá Brasil Premier League**. 2017. Disponível em: <http://www.espn.com.br/noticia/667668_espn-lanca-programacao-dedicada-a-esports-na-tv-e-transmitira-brasil-premier-league.html>. Acesso em: 10 ago.2019.

FARIA, M. L. de. A visualidade dos jogos virtuais como fomentadoras de um imaginário tecnológico. **Actas de Diseño**, Bueno Aires, v. 7, p.98-102, 2009.

FIA. **eSports (Esportes Eletrônicos): O que é, História e Games**. 2018. Disponível em:<<https://fia.com.br/blog/esports/>>. Acesso em: 10 ago.2019.

GAUDIOSI, J. **Riot Games' League of Legends Officially Becomes Most Played PC Game in the World**. 2012. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/johngaudiosi/2012/07/11/riot-games-league-of-legends-officially-becomes-most-played-pc-game-in-the-world/#4393384b718b>>. Acesso em: 10.ago.2019.

GILL, D. L.; WILLIAMS, L. **Psychological Dynamics of Sport and Exercise**. 3rd ed. Champaign: Human Kinetics. 2008.

GOMES, P. S. F. O que é a psicologia dos esportes. **Revista Brasileira de Ciência e Movimento**. Brasília, v. 8, n.4, p. 33-36. 2000.

GRASIEL, F. **Relembre o NWC 1990, o maior campeonato gamer da história.** 2015. Disponível em: <<https://www.oficinadanet.com.br/post/15705-relembre-o-nwc-1990-o-maior-campeonato-gamer-da-historia>>. Acesso em: 30 ago. 2019.

HAMARI, J.; SJÖBLOM, M. What Is eSports and Why Do People Watch It? **Social Science Research Network**, Rochester, NY, 2015.

JENSEN, L. **E-SPORTS: profissionalização e espetacularização em competições eletrônicas.** 2017. 114 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-Graduação em Educação Física, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2017.

KOSTER, R. **Online World Timeline.** c2017. Disponível em <<http://www.raphkoster.com/gaming/multimeline.shtml>>. Acesso em: 15 de ago. 2019.

KUNKEL, B.; KATZ, A. Electronics Games: Player's Guide to Electronic Science Fiction Games. **Single Issue Magazine**, vol.1, n. 2. New York: Reese Publishing Company, 1982.

LOVISOLO, H. R.; BORGES, C. N. F.; MUNIZ, I. B. Competição e cooperação: na procura do equilíbrio. **Revista Brasileira Ciência do Esporte**. Brasília, v. 35, n. 1, p. 129-143. 2013.

MASLACH, C.; JACKSON, S. E. The measurement of experienced burnout. **Journal of occupational behavior** (online), v. 2, p. 99-113. 1981.

MARIC, J. Electronic Sport: How pro gaming negotiates territorial belonging and gender. **Platform: Journal of Media and Communication** (online), v. 3, n. 2, p. 6-23. 2011.

MATSUI, A., SAPIENZA, A., FERRARA, E. Does streaming esports affect player behavior and performance? **Games and Culture** (online), v. 20, n. 10. 2019.

NEWZOO. **Most Played Core Pc Games In March: Minecraft Drops Out Of The Top Three For The First Time.** 2017. Disponível em: <<https://newzoo.com/insights/articles/most-played-core-pc-games-in-march-minecraft-drops-out-of-the-top-three/>>. Acesso em: 30 ago. 2019.

PÉREZ, C.; GONZÁLEZ, J.; FAYOS, E.J. Personalidad y burnout en jugadores profesionales de e-sports. **Cuadernos de psicología del deporte**. Murcia, v. 17, n.1, p. 41-50. 2017.

PORTAL VGV. **Número de pessoas com acesso à internet no Brasil chega a 105 milhões.** 2013. Disponível em: <<https://www.portalvgv.com.br/site/numero-de-pessoas-com-acesso-a-internet-no-brasil-chega-a-105-milhoes>>. Acesso em: 23 set. 2019.

RAMBUSCH, J.; TAYLOR, A. S.; SUSI, T. Cognitive challenges in eSports. *In*: SWECOG CONFERENCE, 2017, Uppsala. **Anais (...)**. Uppsala: University of Skovde,

2017. p. 57-60. Disponível em: <<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1156189/FULLTEXT01.pdf>>. Acesso em: 23 set. 2019.

REIS, L. J. A.; CAVICHIOLLI, F. R. Jogos Eletrônicos e a Busca da Excitação. **Movimento**. Porto Alegre, v. 14, n.3, p. 163-181. 2008.

RUBIO, K. Do Olimpo ao pós-olimpismo: elementos para uma reflexão sobre o esporte atual. **Revista Paulista de Educação Física**. São Paulo, v. 16, n. 2, p. 30-46. 2002.

RUIZ, E. J. G. F.; PALACIOS, C. F.; FERNÁNDEZ, C. A. Inventario de Burnout en Deportistas. **Revista de Psicología del Deporte**. Barcelona, v. 21, n. 2, p. 271-278. 2012. Disponível em: <<http://www.rpd-online.com/article/view/941/pdf>>. Acesso em: 14 set. 2019.

SAMULSKI, D. **Psicologia do Esporte**. Belo Horizonte: Imprensa Universitária/UFMG, 1992.

SARAIVA, P. A. C. **E-sports: Um fenómeno da cultura digital contemporânea**. 2013. 43 p. Dissertação (Mestrado em comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação) – Departamento de Sociologia, Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2013.

SPORTV. Fla no e-sport: **quais os desafios do clube ao entrar neste novo cenário**. 2017. Disponível em: <<http://sportv.globo.com/site/games/noticia/2017/07/fla-no-e-sport-quais-os-desafios-do-clube-ao-entrar-neste-novo-cenario.html>>. Acesso em: 23 set. 2019.

SPORTV. **Mega-sena dos eSports: lista reúne os campeonatos mais bem pagos de 2018**. 2018. Disponível em: <<https://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/mega-sena-dos-esports-lista-reune-os-campeonatos-mais-bem-pagos-de-2018.ghtml>>. Acesso em: 10 ago.2019.

SPORTV. **Clubes de futebol e eSports: os times do Brasil que já investiram no competitivo dos games**. 2019. Disponível em: < <https://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/clubes-de-futebol-e-esports-os-times-do-brasil-que-ja-investiram-no-competitivo-dos-games.ghtml>>. Acesso em: 10 ago.2019.

SPORTV. **StarCraft II: como funciona o cenário competitivo do jogo**.2019.Disponível em: <<http://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/starcraft-ii-como-funciona-o-cenario-competitivo-do-jogo.ghtml>>. Acesso em: 10 ago.2019.

STEINKUEHLER, C. Esports Research: critical, empirical, and historical studies of competitive videogame play. **Games and Culture** (online), v. 20, n. 10, p. 1-6. 2019.

TAYLOR, T.L. **Raising the Stakes: E-sports and the Professionalization of Computer Gaming**. English Edition. Cambridge: The MIT Press, 2012. 336 p.

THOMAS, J. R.; NELSON, J. K. **Métodos de pesquisa em atividade física**. 3.ed. Porto Alegre: Artmed, 2002.

TIEDEMANN, C. Sport (and culture of human motion) for historians, an approach to make the central term(s) more precise. *In*: INTERNATIONAL CESH-CONGRESS, 9, Crotone. **Anais** [...]. Crotone (Italia), 2004, p. 1-8. Disponível em: <<http://kulturwiss.info/tiedemann/documents/VortragCrotone2004Englisch.pdf>>. Acesso: 23 set. 2019.

VERSUS. **Space invaders e spacewar: os primeiros campeonatos de esports do mundo**. 2018. Disponível em:< <https://vs.com.br/artigo/space-invaders-e-spacewar-os-primeiros-campeonatos-de-esports-do-mundo>>. Acesso: 23 set. 2019.

VIEIRA, L. F.; VISSOCI, J. R. N.; OLIVEIRA, L. P.; VIEIRA, J. L. L. Psicologia do esporte: uma área emergente da psicologia. **Psicologia em estudo**. Maringá, v. 15, n. 2, p. 391-399. 2010.

WAGNER, M. G. On the Scientific Relevance of eSports. In: INTERNATIONAL CONFERENCE OF INTERNET COMPUTING, 2006, Las Vegas. **Anais** [...]. Las Vegas, 2006. p.437-442.

WANG, Y.; ZHOU, S. How do sports organizations use social media to build relationships? A content analysis of NBA Clubs' Twitter use. **International Journal of Sport Communication**, Champaign, v. 8, p. 133-148, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1123/IJSC.2014-0083>>. Acesso em: 10 set. 2019.

WEINBERG, R.; GOULD, D. **Fundamentos da psicologia do esporte e do exercício**. 6 ed. Porto Alegre: Artmed, 2017.

WITKOWSKI, E. On the Digital Playing Field: How We “Do Sport” With Networked Computer Games. **Games And Culture** (online), v.7, n.5, p.349-374. 2012.

(Orientador)

(Co-orientador)

(Discente)