

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”  
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

Mirele Carolina Ribeiro Corrêa

**BRASIL, O PAÍS DO E-SPORTS? DISCURSOS E NARRATIVAS NAS  
TRANSMISSÕES DE CAMPEONATOS DE JOGOS ELETRÔNICOS  
VIA STREAMING**

Bauru, SP  
2025

MIRELE CAROLINA RIBEIRO CORRÊA

**BRASIL, O PAÍS DO E-SPORTS? DISCURSOS E NARRATIVAS NAS  
TRANSMISSÕES DE CAMPEONATOS DE JOGOS ELETRÔNICOS  
VIA STREAMING**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), Campus de Bauru, como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Comunicação.

Área de concentração: Comunicação Midiática

Linha de Pesquisa: Produção de Sentido na Comunicação Midiática

Orientador: Prof. Dr. José Carlos Marques

Bauru, SP  
2025

C824b

Corrêa, Mirele Carolina Ribeiro

Brasil, o país do e-sports? Discursos e narrativas nas transmissões de campeonatos de jogos eletrônicos via streaming / Mirele Carolina Ribeiro Corrêa. -- Bauru, 2025

127 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru

Orientador: José Carlos Marques

1. Comunicação midiática. 2. Jogos eletrônicos. 3. Mídia. 4. Esportes eletrônicos. 5. e-sports. I. Título.

## **IMPACTO POTENCIAL DESTA PESQUISA**

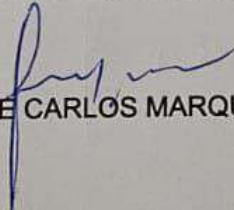
As transmissões de campeonatos de jogos eletrônicos, assistidas por milhões de pessoas no mundo, mobilizam comunidades, movimentam economias e pautam de regulamentação à representatividade. Nesse ambiente midiático, espaço de interação e produção de sentidos, o consumo midiático se converte em experiência coletiva. Compreender tais processos permite reconhecer os e-sports como um fenômeno comunicacional contemporâneo de impacto econômico, político, social e cultural.

## **POTENTIAL IMPACT OF THIS RESEARCH**

The broadcasts of esports championships, watched by millions worldwide, mobilize communities, drive economies, and raise issues ranging from regulation to representation. In this mediatic environment, an arena for interaction and meaning-making, media consumption becomes a collective experience. Understanding these processes allows us to recognize esports as a contemporary communicational phenomenon with economic, political, social, and cultural impact.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE MIRELE CAROLINA RIBEIRO CORRÊA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 29 dias do mês de setembro do ano de 2025, às 14h30min, no(a) Sala 70 e Via Google Meet, realizou-se a defesa de DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de MIRELE CAROLINA RIBEIRO CORRÊA, intitulada **BRASIL, o país do e-sports? Discursos e narrativas nas transmissões de campeonatos de jogos eletrônicos via streaming**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professor Associado JOSE CARLOS MARQUES (Orientador(a) - Participação Presencial) do(a) Departamento de Ciências Humanas / Universidade Estadual Paulista Faculdade de Arquitetura Artes Comunicação e Design Câmpus de Bauru, Professor Doutor MARCOS AMERICO (Participação Presencial) do(a) Departamento de Audiovisual e Relações Públicas / Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design / Unesp Bauru, Professor Associado ARY JOSÉ ROCCO JÚNIOR (Participação Virtual) do(a) Esporte da Escola de Educação Física e Esporte / Universidade de São Paulo. Após a exposição pela mestrandia e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: APROVADA. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.

  
Professor Associado JOSE CARLOS MARQUES

MIRELE CAROLINA RIBEIRO CORRÊA

**BRASIL, O PAÍS DO ESPORTS? DISCURSOS E NARRATIVAS NAS  
TRANSMISSÕES DE CAMPEONATOS DE JOGOS ELETRÔNICOS  
VIA STREAMING**

Área de concentração: Comunicação Midiática

Linha de Pesquisa: Produção de Sentido na Comunicação Midiática

**Banca Examinadora:**

Orientador: Professor Doutor José Carlos Marques  
Instituição: FAAC, Unesp

Titular: Professor Doutor Marcos Américo  
Instituição: FAAC, Unesp

Titular: Professor Doutor Ary José Rocco Junior  
Instituição: EEFE, USP

Bauru, 29 de setembro de 2025

*À minha mãe (in memoriam) e à minha irmã,  
verdadeiras fortalezas, a quem tudo devo.*

## AGRADECIMENTOS

*Agradeço a Deus, que me permitiu estar viva e me deu forças para concretizar este propósito. Agradeço pelo futuro que me espera e por tudo o que já passou.*

*Agradeço à minha mãe, Vera Lúcia, a mulher mais forte, inteligente, solidária e resiliente que conheci. Que honra ter sido sua filha. Ensinaste-me tanto e, acima de tudo, a nunca desistir. Hoje, ainda que não esteja mais neste plano, segues viva em mim. Cada passo que dou é para te dar orgulho, sempre.*

*Agradeço à minha irmã, Michele, mais que amiga, uma cúmplice. Minha inspiração desde a infância. Se pude trilhar este caminho, foi porque me apoiaste todos os dias. Nosso amor incondicional é recíproco. Somos uma. Sonhaste comigo. Conseguimos.*

*Agradeço ao meu orientador, professor José Carlos Marques, que confiou em mim e no potencial desta pesquisa, por ter encarado o desafio comigo e me incentivado em cada etapa. Pela compreensão e pelo aprendizado, muito obrigada.*

*Agradeço ao professor Marcos Américo, cujo pioneirismo no tema abriu caminhos para este estudo, e pelas valiosas contribuições ao longo desta jornada. Agradeço ao professor Ary José Rocco Junior por sua disponibilidade e atento olhar. Agradeço também ao professor Alan Queiroz da Costa por suas construtivas indicações na qualificação desta pesquisa.*

*Agradeço a cada professora e professor que, no decorrer da minha trajetória, me ensinaram mais do que teorias: ensinaram-me a refletir e a olhar além.*

*Agradeço à Unesp, instituição que faz parte da minha formação acadêmica e da minha vida. Ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FAAC, pela oportunidade de aprender. E ao corpo técnico da instituição, por toda atenção e dedicação.*

*Agradeço aos meus pares, pois ainda que seja solitária essa missão, em muitos momentos pude compartilhar e trocar experiências, superando incertezas mutuamente. Agradeço ainda aos meus amigos de toda uma vida, que souberam compreender minha abdicação em tantas ocasiões e seguiram torcendo nos bastidores.*

*Obrigada.*

## RESUMO

A presente dissertação analisa o ambiente da comunicação contemporânea fomentado pela comunidade de e-sports, modalidade constituída pelos jogos eletrônicos competitivos, com o objetivo de identificar as relações comunicacionais e sociais desse arranjo criativo. Mais do que entretenimento, as transmissões de campeonatos em plataformas de streaming, como Twitch e YouTube, configuram-se como espaços interativos que promovem engajamento e pertencimento. Nesse cenário, a comunidade brasileira destaca-se pela expressiva audiência e pela crescente identificação nacional com o universo dos jogos eletrônicos. O estudo se debruça sobre as especificidades comunicacionais dessas transmissões, investigando como o discurso de “Brasil, país do e-sports” se manifesta e se fortalece entre diferentes interlocutores, tais como streamers, casters, jogadores e espectadores. A pesquisa fundamenta-se em referenciais da comunicação e da cultura digital, como a cibercultura de Pierre Lévy, a sociedade em rede de Manuel Castells, a convergência midiática de Henry Jenkins, as mediações de Jesús Martín-Barbero e a midiatização discutida por Muniz Sodré, Stig Hjarvard e José Luiz Braga. Esses aportes dialogam com a Análise do Discurso de linha francesa, desenvolvida por Michel Pêcheux, e com as contribuições da Escola Brasileira, especialmente de Eni Orlandi, além das reflexões de Oswald Ducrot sobre implícitos e pressupostos discursivos. Os campeonatos IEM Rio Major 2022, de Counter-Strike: Global Offensive, e Six Invitational 2024, de Rainbow Six Siege, constituem o corpus de análise, permitindo identificar como as transmissões brasileiras articulam sentimentos de pertencimento e alteridade em relação ao público estrangeiro. A investigação evidenciou que essas transmissões apresentam características híbridas, mesclando elementos do jornalismo, do espetáculo esportivo e da cultura gamer, consolidando-se como narrativas transmídia. Além disso, verificou-se que a convergência midiática e a circulação em múltiplas plataformas ampliam a participação da audiência, configurando um modelo de comunicação horizontal, marcado pela desintermediação e pela atuação da comunidade como produtora de sentidos.

**Palavras-chave:** e-sports; jogos eletrônicos; comunicação; mídia; midiatização.

## ABSTRACT

This dissertation analyzes the environment of contemporary communication fostered by the e-sports community, a modality constituted by competitive electronic games, aiming to identify the communicational and social relationships within this creative arrangement. Beyond entertainment, championship broadcasts on streaming platforms, such as Twitch and YouTube, operate as interactive spaces that promote engagement and a sense of belonging. In this context, the Brazilian community stands out for its expressive audience and growing national identification with the universe of electronic games. The study examines the communicational specificities of these broadcasts, investigating how the discourse of “Brazil, the country of e-sports” manifests and strengthens among different interlocutors, including streamers, casters, players, and spectators. The research is grounded in theoretical frameworks from communication and digital culture, such as Pierre Lévy’s cyberculture, Manuel Castells’ network society, Henry Jenkins’ media convergence, Jesús Martín-Barbero’s concept of mediation, and the notion of mediatization discussed by Muniz Sodré, Stig Hjarvard, and José Luiz Braga. These contributions are articulated with the French-line Discourse Analysis developed by Michel Pêcheux and the Brazilian School, particularly Eni Orlandi, in addition to Oswald Ducrot’s reflections on implicatures and discursive presuppositions. The IEM Rio Major 2022 (Counter-Strike: Global Offensive) and Six Invitational 2024 (Rainbow Six Siege) championships constitute the analysis corpus, allowing the identification of how Brazilian broadcasts articulate feelings of belonging and alterity toward foreign audiences. The investigation revealed that these broadcasts present hybrid characteristics, combining elements of journalism, sports spectacle, and gamer culture, consolidating themselves as transmedia narratives. Furthermore, media convergence and multi-platform circulation enhance audience participation, configuring a horizontal communication model characterized by disintermediation and the community’s active role as a producer of meaning.

**Keywords:** e-sports; electronic games; communication; media; mediatization.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Publicação no X (antigo Twitter) do prefeito do Rio de Janeiro .....	25
Figura 2 – Publicação no X (antigo Twitter) do perfil do COI sobre a criação dos Jogos Olímpicos de E-sports .....	33
Figura 3 – Anúncio via X (antigo Twitter) da ESL Brasil do IEM Major Rio 2022 .....	63
Figura 4 – Audiência durante transmissão brasileira na Twitch das partidas da Fúria contra Navi e contra Heroic .....	84
Figura 5 – Torcida na fan fest com cartazes e faixa de identificação com a Tribo .....	86
Figura 6 – Torcedores com camisetas estilizadas que juntas formam a palavra “Tribo .....	86
Figura 7 – “Aqui é Brasil” em sétimo lugar nas tendências de assuntos no X (antigo Twitter) durante a transmissão do jogo da Fúria contra a Navi .....	95
Figura 8 – “Eles Nunca Vão Entender” replicada pelos espectadores no bate-papo da transmissão e nas tendências de assuntos no X (antigo Twitter) .....	96
Figura 9 – A torcida do Six Invitational com faixa da frase “This is Brasil” em verde e amarelo.....	99
Figura 10 – A torcida do Six Invitational transmite o “This is Brasil” usando celulares e a transmissão coloca a imagem em destaque .....	100
Figura 11 – “Bandeirão” que une diversas equipes brasileiras com rostos dos jogadores é aberto pela torcida durante o Six Invitational .....	101
Figura 12 – Torcedores com camisetas de diferentes times de futebol .....	102
Figura 13 – Cadian da Heroic com a bandeira do Brasil na partida contra a Fúria .....	106
Figura 14 – Declaração do executivo da ESL no seu perfil do X (antigo Twitter) sobre a torcida brasileira .....	109
Figura 15 – Apresentação da orquestra sinfônica no Six Invitational .....	111
Figura 16 – Apresentação de Andreas Kisser com outros músicos da trilha sonora oficial do campeonato no palco da final do Six Invitational .....	111
Figura 17 – A frase “É hora do show” nos telões do Six Invitational .....	112
Figura 18 – Dados da audiência do Six Invitational medidos pelo Esports Charts .....	113

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
1 DO VIDEOGAME AO E-SPORTS .....	17
1.1 Do entretenimento à competição .....	17
1.2 A ascensão do e-sports no cenário global .....	20
1.3 Impactos econômicos e políticos dos campeonatos internacionais de e-sports.....	23
1.4 Do reconhecimento ao sonho olímpico .....	30
1.5 E-sports: além do jogo .....	34
2 COMUNICAÇÃO EM FLUXO: DAS REDES À CULTURA DA CONVERGÊNCIA... 35	
2.1 Cibercultura e inteligência coletiva .....	35
2.2 Redes digitais, lógicas sociais e fluxos comunicacionais.....	37
2.3 Ecologia da mídia .....	39
2.4 Cultura de convergência .....	42
2.4.1 Convergências: a transmissão de e-sports e a narrativa transmídia .....	44
2.5 Tribos digitais, pertencimento e estética da presença .....	47
3 SOCIEDADE, CULTURA E COMUNICAÇÃO: MIDIATIZAÇÃO .....	50
3.1 Dos Meios às mediações .....	50
3.2. Mediação e midiatização .....	52
3.2.1 Midiatização institucional .....	54
3.2.2 Midiatização da sociedade .....	56
3.2.3 Midiatização do ser humano .....	59
3.3 Divergências: a transmissão de e-sports e a desintermediação .....	61
4 METODOLOGIA, OBJETO E CORPUS .....	67
4.1 Aspectos metodológicos .....	67
4.1.1 A Análise do Discurso (AD) .....	67
4.1.2 Análise do discurso brasileira .....	68
4.1.3 De Pêcheux a Orlandi: conceitos da AD .....	70
4.1.4 Análise do discurso, comunicação e e-sports .....	73
4.2 O Caminho da Análise .....	76

4.3 Apresentação do objeto e detalhamento do corpus .....	77
4.3.1 Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO) e o IEM Rio Major 2022 .....	78
4.3.2 Rainbow Six Siege (R6) e o Six Invitational 2024 .....	79
4.4 Em busca do corpus discursivo .....	80
5 O QUE TRANSMISSÕES DE CAMPEONATOS DE E-SPORTS NOS DIZEM?.....	83
5.1 A tribo .....	83
5.2 Isso aqui é Brasil .....	94
5.3 Nós versus Eles .....	100
5.4 Torcida midiática .....	108
5.5 Brasil, país do e-sports? .....	114
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	119
REFERÊNCIAS .....	123

## INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como tema o universo dos e-sports, competições de jogos eletrônicos que atraem jogadores e espectadores ao redor do mundo, um ecossistema, que combina competição esportiva, espetáculo midiático e comunicação digital; e que, por sua contemporaneidade, reflete muitas das mudanças tecnológicas e culturais ainda em curso. Entretanto, a sua recente ascensão implica também uma relativa carência de estudos acadêmicos, o que torna o tema um campo fértil para análise e reflexão.

A questão que norteia o nosso trabalho concentra-se em compreender se os e-sports, com suas dinâmicas de campeonatos, transmissões ao vivo, interações online e envolvimento de uma comunidade crescente, abririam espaço para a construção de uma identidade nacional no cenário digital?

As transmissões desses campeonatos por meio de plataformas de *streaming* (transmissão ao vivo de conteúdo digital pela internet), tais como Twitch e YouTube, envolvem uma multiplicidade de interlocutores, que incluem apresentadores, *streamers*, torcedores e espectadores. Tal contexto nos conduziu a uma inquietação: seria a própria comunidade de e-sports a responsável por construir a narrativa e dialogar consigo mesma nessas transmissões? Nesse sentido, investigamos a hipótese de que o discurso de “Brasil, país do e-sports” emerge dentro da comunidade. E esse discurso, ao se constituir como o da “comunidade brasileira de e-sports”, reforçaria determinadas formações discursivas?

O objetivo geral desta pesquisa é analisar os discursos e narrativas produzidos nas transmissões de campeonatos de e-sports realizadas em plataformas de *streaming*. Especificamente, buscamos compreender de que modo essas práticas comunicacionais contribuem para a construção de sentidos e identidades no ambiente da cultura digital, investigando como a produção de sentido se estabelece, se fortalece e circula dentro da própria comunidade de e-sports, à parte da mídia tradicional.

Para alcançar esses objetivos, apoiamos-nos em referenciais teóricos que indicam o caminho da comunicação contemporânea, na qual reside o universo dos e-sports. Conceitos como cultura da convergência e narrativa transmídia (Jenkins, 2009) permitem compreender como os e-sports constroem narrativas que se expandem e transitam por diferentes plataformas e comunidades. Já os estudos sobre cibercultura (Lévy, 1999) e sobre a sociedade em rede (Castells, 2003) ajudam a analisar as conexões sociais e tecnológicas que sustentam essas comunidades.

A conceituação de mediação (Martín-Barbero, 1997) e a noção de midiatização (Hjarvard, 2014; Sodré, 2002, 2021) oferecem suporte para investigar como as tecnologias de conectividade virtualizam práticas sociais e, em certos casos, de desintermediação (Fausto Neto, 2009), nos quais os próprios usuários assumem o papel de produtores e disseminadores de conteúdo, sem a interferência da mídia tradicional.

Também nos apoiamos nos fundamentos introdutórios sobre estudos dos jogos de Suely Fragoso e Mariana Amaro (2018), essenciais para compreender a especificidade dos e-sports no contexto dos games.

Dessa forma, e olhando para a circulação de informação, a produção de sentidos e a construção de narrativas como elementos centrais no universo do e-sports, optamos por uma abordagem discursiva para compreender como a comunicação se estabelece e se desenvolve dentro dessa comunidade. Para isso, especialmente no que concerne à contextualização do discurso e às condições de produção que moldam as interações dentro deste espaço midiático, seguimos as diretrizes da Análise do Discurso de linha francesa de Michel Pêcheux (1995, 1997), bem como das atualizações empregadas pela Escola Brasileira de Análise do Discurso, que tem em Eni Orlandi (2006, 2012) uma de suas principais disseminadoras.

Além disso, consideramos os apontamentos de Oswald Ducrot (1987) quanto aos implícitos e pressupostos discursivos, elementos fundamentais para entender a maneira como os sentidos são produzidos, compartilhados e ressignificados no ambiente dos e-sports.

A escolha da Análise do Discurso como metodologia se justifica pela necessidade de investigar não apenas o conteúdo das transmissões, mas também os mecanismos discursivos que possibilitam a formação de identidade e sentimento de pertencimento da audiência, assim como a construção de uma dinâmica comunicacional contemporânea.

Para a construção dessa análise, estabelecemos como objeto de estudo as transmissões de campeonatos internacionais de e-sports realizadas por meio de plataformas de *streaming*, com suas nuances, interações e particularidades.

Com foco na comunidade brasileira, nosso recorte contempla transmissões em língua portuguesa veiculadas por canais oficiais, considerando a relevância dos jogos e campeonatos para esse público. Assim, o corpus selecionado abrange dois eventos de grande impacto: o IEM Rio Major 2022, do jogo *Counter-Strike: Global Offensive* (CS:GO), e o Six Invitational 2024, de *Rainbow Six Siege* (R6). Ambos tiveram o Brasil como sede, realizados, respectivamente, nas cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo.

Assim, nosso ponto de partida, o Capítulo 1 — Do videogame ao e-sports — apresenta a trajetória dos jogos eletrônicos e sua transformação em um dos maiores fenômenos culturais

e esportivos da contemporaneidade. Inicialmente vistos apenas como forma de entretenimento, os videogames evoluíram para competições organizadas, com ligas estruturadas, premiações milionárias e uma audiência globalmente engajada. Ao longo deste capítulo, abordamos desde a transição do entretenimento à competição, passando pela ascensão internacional dos e-sports e seus impactos econômicos e políticos, até o debate sobre reconhecimento institucional e o chamado “sonho olímpico”. Encerramos com a reflexão de que os e-sports extrapolam a dimensão do jogo, consolidando-se como um campo cultural, social e econômico.

O Capítulo 2 — Comunicação em fluxo: das redes à cultura da convergência — discute os fundamentos teóricos da ecologia midiática na sociedade em rede. Partimos das noções de cibercultura e inteligência coletiva (Lévy, 1999), passando pela configuração da ecologia da mídia (McLuhan, 2003), bem como de cultura da convergência (Jenkins, 2009) até alcançar o contexto das redes digitais, lógicas sociais e fluxos comunicacionais (Castells, 2015). Nesse percurso, examinamos como os fãs tornam-se co-produtores de conteúdo e como as transmissões de e-sports podem ser compreendidas como narrativas transmídia. Refletimos sobre a formação de tribos digitais, a estética da presença e o sentimento de pertencimento que permeia comunidades ligadas aos e-sports.

No Capítulo 3 — Sociedade, cultura e comunicação: midiatização — aprofundamos as discussões sobre o papel da mídia e seus processos de transformação. Partimos da passagem dos meios às mediações (Martín-Barbero, 1997), examinamos a virada conceitual da mediação para a midiatização (Braga, 2006; Fausto Neto, 2008b; Hjarvard, 2014), e detalhamos seus desdobramentos em diferentes dimensões: institucional, social e subjetiva. Também discutimos a desintermediação nos ambientes digitais, observando como as transmissões de e-sports tensionam os modelos comunicacionais tradicionais e revelam formas contemporâneas de produção e circulação discursiva.

O Capítulo 4 — Metodologia, objeto e corpus — apresenta a abordagem metodológica adotada. Fundamentamos a pesquisa na Análise do Discurso (AD), articulando os conceitos de Pêcheux e da Escola Brasileira (Orlandi e outros), de modo a construir um instrumental que dialogue com a comunicação e com os e-sports. Em seguida, explicitamos o caminho da análise, a escolha do objeto e a constituição do corpus, composto pelas transmissões do IEM Rio Major 2022 (CS:GO) e do Six Invitational 2024 (Rainbow Six Siege), que permitem examinar o discurso da comunidade em diferentes contextos competitivos.

Por fim, o Capítulo 5 — O que transmissões de campeonatos de e-sports nos dizem? — é dedicado à análise. Nele, identificamos temas recorrentes, exploramos narrativas de pertencimento, nacionalismo e rivalidade (como em “isso aqui é Brasil” e “nós versus eles”),

refletimos sobre a formação da torcida midiática e discutimos em que medida se sustenta a construção da ideia de “Brasil, país do e-sports”. Dessa forma, buscamos compreender como os diferentes interlocutores — *streamers*, *casters*, influenciadores e público — produzem sentidos e constroem uma imagem coletiva dos e-sports no Brasil.

Sem deixar fugir do nosso olhar, os elementos de convergência digital e a participação ativa dos espectadores, considerando o impacto da interatividade na experiência comunicacional dos e-sports, a reflexão fica por conta de visualizar como a construção da narrativa nas transmissões influencia a audiência e vice-versa, contribuindo para a formação de identidade, engajamento e pertencimento dentro da comunidade dos e-sports.

## 1. DO VIDEOGAME AO E-SPORTS

### 1.1 Do entretenimento à competição

No final da década de 1950, mais precisamente em 1958, o físico William Higinbotham criou *Tennis for Two*, uma demonstração interativa que utilizava um osciloscópio analógico (um dispositivo usado para visualizar variações de sinais elétricos) para simular uma partida de tênis entre dois jogadores. O experimento tecnológico, desenvolvido no Laboratório Nacional de Brookhaven (Nova York, Estados Unidos) com o objetivo de entreter os visitantes, exibia o movimento de uma bola de tênis em visão lateral, permitindo que os jogadores controlassem sua trajetória por meio de controles manuais.

Apesar de suas funcionalidades, *Tennis for Two* não é plenamente chancelado como o primeiro jogo eletrônico da história. Tendo em vista que o projeto não previa nem desenvolveu outras características essenciais para essa definição, como regras claras, pontuação ou uma estrutura de competição.

Alguns anos depois, em 1962, surgiu *Spacewar!*, reconhecidamente um dos primeiros jogos digitais interativos, desenvolvido por Steve Russell e seus colegas no MIT (Massachusetts Institute of Technology, Estados Unidos). O jogo, que simulava batalhas espaciais, foi criado para demonstrar as capacidades do computador PDP-1 e logo se espalhou entre universidades estadunidenses.

Em 1971, *Spacewar!* inspirou Nolan Bushnell e Ted Dabney a criarem *Computer Space*, o primeiro jogo eletrônico comercial. Embora não tenha sido um grande sucesso de mercado, ele pavimentou o caminho para a popularização dos jogos eletrônicos.

No ano seguinte, *Pong*, criado por Bushnell e lançado pela Atari, consolidou o mercado de videogames, seguido por jogos icônicos como *Pac-Man*, lançado em 1980, que ajudaram a inaugurar a era dos jogos digitais comerciais (Kent, 2001).

Esses jogos marcaram o início de uma nova forma de entretenimento, que começou a proliferar nos Estados Unidos e na Europa a partir dos anos 1970. No Brasil, o mercado de videogames passou a ganhar espaço uma década depois, com a chegada dos primeiros fliperamas (como eram chamadas as máquinas arcades pelos brasileiros) e de consoles para consumo doméstico, como o Atari 2600.

Com o passar do tempo, os videogames deixaram de ser vistos como brinquedos infantis e passaram a ser considerados produtos de mídia sofisticados. O avanço tecnológico, a complexidade das narrativas e o aprimoramento dos recursos audiovisuais ampliaram o

público-alvo dos jogos, atraindo também os adultos. Reposicionados das prateleiras de brinquedos para as ao lado de DVDs e computadores, os videogames se tornaram uma expressiva forma de entretenimento audiovisual.

Tão inseridos na sociedade, os jogos eletrônicos começaram a ser objeto de reflexões acadêmicas a partir dos anos 1990. Contudo, como observa Luís Mauro Sá Martino (2014), nesse período as pesquisas frequentemente associavam os videogames a possíveis efeitos negativos, como o estímulo à violência.

A temática começou a ganhar outros vieses nos anos 2000, quando o foco dos estudos passou a se concentrar na prática social dos jogos eletrônicos como uma forma de cultura. Essa mudança de abordagem foi impulsionada pela percepção de que, como aponta Martino, "os *games* e seus jogadores, os *gamers*, ocupavam espaços sociais importantes e, mais ainda, pareciam desenvolver seu próprio repertório cultural" (Martino, 2014, p. 151).

Conceitualmente, já em 1938, Johan Huizinga posicionava o jogo como elemento fundamental para a constituição da cultura humana em seu livro *Homo Ludens*. Nessa obra, o autor discute o conceito de "*homo ludens*" ("homem que joga"), indicando que a atividade lúdica é essencial para a criação de sentido nas sociedades. Segundo Huizinga (1938), o jogo é uma prática primordial, anterior à própria cultura, que permeia diversas formas de expressão social, como rituais, leis e arte.

Seguindo essa premissa, Suely Fragoso e Mariana Amaro (2018) enfatizam que "se o jogo é a pedra fundamental da cultura e da experiência humana, devemos olhar para que tipos de jogos estamos jogando agora e como os jogamos para que possamos compreender a nós mesmos e a nosso contexto" (Fragoso; Amaro, 2018, p. 26).

Foi a partir dos anos 2000 que os estudos acadêmicos sobre jogos eletrônicos conquistaram maior legitimidade, consolidando o que se costuma chamar de "terceira onda" dos *Game Studies* (Estudos de Jogos). Essa fase se caracteriza por uma abordagem mais diversa das mídias interativas digitais, que passaram a ser vistas como um objeto cultural relevante, digno de investigação por sua complexidade técnica, estética e de narrativa.

Diferentemente das fases anteriores, que se concentravam principalmente em aspectos lógico-matemáticos ("primeira onda") e nos impactos psicológicos e sociais ("segunda onda") dos jogos, a "terceira onda" ampliou o campo de análise. Esse movimento despertou duas correntes teóricas: a narratologia, voltada para a análise das histórias contadas nos videogames, e a ludologia, concentrada na experiência do jogar.

Embora a suposta rivalidade entre narratólogos e ludólogos tenha ganhado destaque em um primeiro momento, essa polarização é considerada superada no contexto acadêmico

multidisciplinar dos *Game Studies*. Como apontam Fragoso e Amaro (2018), em uma "quarta onda" dos estudos, narratologia e ludologia são vistas como abordagens complementares.

Um dos desafios no estudo das mídias interativas digitais reside justamente em suas especificidades. Frasca (2003), por exemplo, define a ludologia como uma disciplina que estuda jogos em geral, e videogames em particular. Fragoso e Amaro (2018) também destacam que:

[...] a própria tradição das teorias narrativas torna mais fácil tratar das histórias que os jogos contam do que discutir o *gameplay*, as regras, o papel do jogador, as especificidades do mundo do jogo e outros elementos que, justamente por serem exclusivos dos jogos, ainda não dispõem de métodos e técnicas de abordagem tão bem estabelecidos. Por isso, embora acreditemos que as questões narrativas sejam tão importantes quanto outros fatores para a experiência de jogo, parece-nos que é mais urgente neste momento atentar para o que é próprio e característico dos games. (Fragoso; Amaro, 2018, p. 46).

Não surpreende, portanto, que os estudos tenham se encaminhado para uma convergência que busca discutir tanto as qualidades únicas dos jogos eletrônicos quanto as histórias que eles contam. Não à toa, no Brasil, por exemplo, o tema é acolhido por outras áreas do conhecimento, como educação, computação, design e comunicação (Fragoso; Amaro, 2018).

Em paralelo ao espaço que as reflexões sobre os jogos eletrônicos ganhavam entre as pesquisas, as formas de experimentação e inserção dessa mídia na sociedade não paravam de evoluir. E, conforme a tecnologia evoluía, outros espaços e ambientes eram alcançados e novas formas de interações tomavam forma.

No Brasil, especialmente durante os anos 1990 e início dos anos 2000, as *lan houses* desempenharam um papel essencial na popularização dos jogos *multiplayer* online (ou jogos multijogadores, em tradução livre) que são jogos eletrônicos que permitem a interação simultânea entre vários jogadores em um ambiente virtual. Em uma época em que a oferta de internet era mais cara e restrita, esses espaços permitiam que os jovens brasileiros tivessem acesso aos computadores e, por consequência, aos jogos eletrônicos.

Além disso, as *lan houses* proporcionavam um ambiente social presencial onde os jogadores podiam interagir, competir e colaborar, fortalecendo a construção de comunidades gamer no país. Pois, se nos Estados Unidos os primeiros torneios de videogames ocorriam nas universidades já nos anos 1970, como a competição de *Spacewar!* na Universidade de Stanford, a chamada Intergalactic Spacewar Olympics, realizada em 1972; no Brasil foram as *lan houses* que viabilizaram os primeiros torneios amadores de jogos eletrônicos, fomentando o cenário local e o espírito competitivo.

A expansão da internet banda larga e o surgimento dos jogos mobile (desenvolvidos para dispositivos móveis, como *smartphones* e *tablets*) redefiniram as condições de acessibilidade aos jogos eletrônicos. Se antes estavam restritos a máquinas potentes ou a

espaços coletivos específicos, com a popularização dos celulares os games passaram a caber no bolso dos jogadores, ampliando significativamente a base de praticantes.

Nesse cenário, títulos como *Free Fire* e *PUBG Mobile*, ambos gratuitos para jogar, tornaram-se expressivos ao alcançar um público amplo e heterogêneo. Evidentemente, não se trata de uma acessibilidade plena ou universal, uma vez que permanecem entraves de ordem tecnológica, econômica, social e política que limitam o acesso de parcelas da população. Ainda assim, é importante observar o papel dos dispositivos móveis na difusão e popularização dos jogos eletrônicos. A Pesquisa Game Brasil 2024, por exemplo, apontou que 48,8% dos brasileiros entrevistados afirmavam jogar em *smartphones*, enfatizando a relevância dessa plataforma na dinâmica contemporânea do setor (PGB, 2024).

Além disso, a ascensão dos jogos online e mobile trouxe ao campo novas dimensões e desafios a serem estudados. Diferente dos jogos offline, onde o jogador interage apenas com a narrativa e a estrutura interna do jogo, os jogos online introduziram uma camada adicional de complexidade ao oferecer interações em tempo real com outros jogadores, construção coletiva de narrativas e o surgimento de comunidades virtuais.

Assim, foi possível observar uma diferenciação na maneira de vivenciar os jogos eletrônicos que passa pelas grandes máquinas arcade, seguidas pelos consoles domésticos que ampliaram a noção de diversão familiar, e os computadores pessoais, até alcançar o atual cenário dos jogos online e mobile. Essas possibilidades conectivas transformaram o ato de jogar em uma experiência social rica, que envolve aspectos como a colaboração e a competição.

Tal contexto favoreceu o surgimento e a profissionalização das competições de jogos eletrônicos, o chamado e-sports - termo derivado de *electronic sports* (ou esportes eletrônicos, em tradução livre).

## **1.2 A ascensão do e-sports no cenário global**

A prática dos e-sports é frequentemente vinculada aos primeiros torneios de videogames, como o campeonato de *Space Invaders* realizado em 1980 nos Estados Unidos, que marcou o início da popularização de competições organizadas de jogos eletrônicos. Contudo, foi apenas nos anos 2000, com o crescimento dos jogos online e o avanço das tecnologias de conectividade, que as competições de e-sports ganharam maior notoriedade com as partidas passando, inclusive, a serem transmitidas.

O crescimento das competições de e-sports impulsionou a necessidade de uma estruturação mais profissionalizada, levando à criação de ligas e circuitos internacionais.

Iniciativas como a Major League Gaming (MLG), fundada em 2002, e a Electronic Sports League (ESL), uma das maiores organizadoras de torneios do mundo, estabeleceram padrões de competição, regulamentação de equipes e profissionalização dos jogadores. Com isso, os campeonatos deixaram de ser eventos isolados e passaram a seguir calendários anuais, com *rankings* e premiações cada vez mais atrativas.

Hoje, quando falamos de e-sports temos que ter em mente uma engrenagem que inclui empresas desenvolvedoras de jogos, empresas organizadoras de campeonatos, patrocinadores, organizações que mantêm os times e as equipes, os jogadores profissionais e aspirantes, os *streamers* (criadores de conteúdo virtual), os torcedores/fãs/espectadores/consumidores, entre outros. Logo, uma rede alicerçada na economia criativa que impulsiona diversas áreas.

De fato, a indústria dos *games* tem se mostrado lucrativa, superando as da música e do cinema. Segundo dados da tradicional pesquisa anual, Global Games Market Report 2024 da Newzoo (2024), empresa especializada em análises do mundo digital, divulgada em agosto de 2024, o setor seria responsável por gerar uma receita de US\$187,7 bilhões até o final daquele ano. Ainda de acordo com a consultoria de dados, que leva em consideração um crescimento anual médio entre 2022 e 2027 de 3,1%, a projeção é de que em 2027 o mercado total de games no mundo alcance a receita de US\$213,3 bilhões. O mesmo estudo aponta também que em 2024 o número de jogadores no mundo seria de aproximadamente 3,4 bilhões de pessoas, o equivalente a 41% da população mundial, atualmente estimada em 8,2 bilhões de pessoas.

Na mesma linha, o e-sports também se posiciona como um mercado efervescente e de crescimento constante nos últimos anos. A própria Newzoo(2022) divulgou um estudo específico sobre os números do e-sports em abril de 2022, quando apontou que a audiência de e-sports estava em torno de 532 milhões de pessoas naquele ano. Projetando para 2025, a empresa estima que esse público ultrapasse 640 milhões de pessoas.

Países como a Coreia do Sul e a China tiveram papel decisivo na expansão global do setor. A influência desses dois países foi fundamental para moldar o cenário competitivo que conhecemos hoje, tanto em termos de audiência quanto de mercado.

A China, com sua vasta população e enorme poder de investimento, se estabeleceu como o maior mercado de e-sports do mundo. Empresas de tecnologia gigantes, como a Tencent, investiram bilhões de dólares em jogos, ligas e infraestrutura, criando uma audiência de centenas de milhões de espectadores. Em 2015, a Tencent adquiriu completamente a Riot Games, desenvolvedora de *League of Legends*, consolidando seu domínio no mercado global e fortalecendo sua posição no cenário competitivo. Além disso, a popularidade de jogos mobile

chineses, como *Honor of Kings* (lançado pela Tencent em 2015), impulsionou um novo segmento de mercado (Exame, 2025).

Famosos por seu domínio em títulos tais como *League of Legends*, a Coreia do Sul é considerada o berço dos e-sports. Desde o final dos anos 90, o país foi pioneiro ao transmitir competições de jogos como *StarCraft* em canais de TV dedicados, legitimando o jogo competitivo como uma profissão. A infraestrutura de internet de alta velocidade e a popularidade dos cibercafés, conhecidos como *PC bangs*, também foram cruciais para o desenvolvimento de uma cultura de jogo competitiva e para a identificação de novos talentos (ESI, 2023).

Enquanto a Coreia forneceu o modelo cultural e técnico da profissionalização, a China trouxe o poder econômico e a escala de mercado necessários para transformar os e-sports em um fenômeno global. Atualmente, ambos os países estão entre os líderes mundiais do segmento em audiência e receita: em 2024, a China atingiu US\$ 47 bilhões em receita e registrou 701,6 milhões de usuários ativos, enquanto a Coreia do Sul contabilizou 33 milhões de jogadores e gerou aproximadamente US\$ 8,3 bilhões, posicionando-se como o quarto maior mercado global (Newzoo, 2024).

A ampliação do público consumidor de e-sports tem também relação com o surgimento e popularização das plataformas de *streaming*. Serviços como Twitch e YouTube proporcionaram um novo meio de interação entre jogadores e espectadores, permitindo que competições fossem transmitidas em tempo real para milhões de pessoas ao redor do mundo. Além disso, as redes sociais se tornaram ferramentas essenciais para a divulgação dos eventos e o engajamento da comunidade, projetando jogadores profissionais como influenciadores digitais e ampliando o alcance do cenário competitivo.

Outro fator determinante para a ascensão dos e-sports foi o investimento crescente de grandes empresas e marcas no setor. Multinacionais de tecnologia, fabricantes de hardware e até mesmo marcas não diretamente ligadas ao universo dos games passaram a patrocinar equipes e eventos, aumentando a visibilidade e injetando recursos na indústria.

Além disso, a adoção do modelo de franquias em algumas ligas trouxe maior estabilidade financeira para as organizações e fortaleceu a estrutura profissional dos jogadores e das equipes. O envolvimento de clubes tradicionais de esportes, como o francês Paris Saint-Germain e o brasileiro Flamengo, também demonstra a relevância que os e-sports alcançaram no cenário esportivo global.

Essa dinâmica de crescimento cria um ciclo: quanto maior o número de jogadores e espectadores, maior o interesse de investidores e patrocinadores em determinado jogo. Isso, por

sua vez, estimula a criação de novos campeonatos, eleva as premiações e expande o mercado de produtos licenciados para fãs e torcedores. Dessa forma, os e-sports não apenas se consolidam como uma forma de entretenimento competitivo, mas também se afirmam como um setor econômico dinâmico e estratégico, impulsionado por uma base de fãs engajada e por investimentos cada vez mais robustos.

### **1.3 Impactos econômicos e políticos dos campeonatos internacionais de e-sports**

Os campeonatos internacionais de e-sports tornaram-se eventos de grande porte, movimentando não apenas a indústria dos jogos eletrônicos, mas também a economia das cidades que os recebem. Assim como grandes competições esportivas tradicionais, como a Copa do Mundo e as Olimpíadas, resguardadas as devidas proporções, os torneios de e-sports atraem visitantes nacionais e internacionais, impulsionando setores como turismo, hotelaria, transporte e comércio local.

A realização de um campeonato de e-sports em uma cidade-sede pode gerar um impacto significativo no turismo. A chegada de jogadores, equipes, organizadores, patrocinadores e fãs, por exemplo, movimenta aeroportos, rodoviárias e empresas de transporte, aumentando a demanda por serviços de mobilidade urbana. Além disso, hotéis e acomodações locais registram alta ocupação.

O setor de alimentação também se beneficia diretamente experimentando um aumento expressivo no número de clientes durante os dias do evento. Estabelecimentos próximos aos locais das competições podem registrar vendas recordes, aproveitando a alta circulação de pessoas. Além disso, eventos paralelos, como festas temáticas e encontros de fãs, contribuem para manter o fluxo econômico ativo mesmo fora do horário das partidas.

O comércio local também pode colher os frutos do aumento de visitantes. Imagine, por exemplo, que nesse caso, lojas de eletrônicos, periféricos e produtos *geek* vendam mais, à medida que os fãs buscam *souvenirs* e itens relacionados às equipes e jogos favoritos. Não à toa, como parte da estrutura de vários desses torneios, há estandes para vendas montados dentro dos pavilhões dos campeonatos das marcas patrocinadoras e de produtos como camisetas oficiais dos times.

Além do impacto imediato no turismo e no comércio, os campeonatos de e-sports contribuem para a visibilidade internacional da cidade-sede. A transmissão global desses eventos coloca a cidade em evidência, promovendo-a como destino turístico e potencialmente atraindo investimentos para infraestrutura e futuras edições de torneios. Cidades que se

consolidam como pólos de e-sports podem estabelecer parcerias de longo prazo com organizadores de eventos, empresas do setor e patrocinadores, garantindo um fluxo contínuo de capital e desenvolvimento.

Em novembro de 2022, o Rio de Janeiro recebeu o IEM Rio Major, um dos principais campeonatos internacionais de Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO), um dos jogos eletrônicos mais tradicionais e populares do mundo.

De acordo com dados da Nielsen, empresa especializada em informações e análises de mercado, o evento gerou aproximadamente US\$ 40 milhões (cerca de R\$ 197 milhões) para a economia local. Além dos ingressos esgotados em poucas horas, o torneio impulsionou diversos setores, como hotelaria, que movimentou cerca de US\$ 11 milhões (R\$ 54 milhões), e lazer e entretenimento, que arrecadou aproximadamente US\$ 5,6 milhões (R\$ 27 milhões), graças ao consumo dos fãs e espectadores que estiveram na cidade-sede (Dust2, 2023).

Não à toa, o IEM Rio Major 2022 é um dos campeonatos escolhidos como corpus da nossa pesquisa. E seu sucesso foi também responsável por garantir que outras edições de campeonatos de CS fossem realizadas pela ESL, no Rio de Janeiro, por mais três anos consecutivos, sendo a etapa de 2024 a mais recente.

Com a efervescência da realização de tais eventos na cidade, a questão adentrou a pauta político-social. O prefeito do Rio de Janeiro na época, Eduardo Paes, em janeiro de 2023, declarou o desejo de transformar a cidade na "capital mundial do e-sports".

A afirmação foi feita em uma publicação nas redes sociais (Figura 1), no então chamado Twitter, atual X, em que ressaltava a criação de uma coordenadoria dedicada ao setor dentro da estrutura da prefeitura. A postagem falava também sobre a realização de uma reunião com representantes do cenário brasileiro de e-sports feita naquele dia para alinhar estratégias e fortalecer o setor na cidade.

Figura 1 - Publicação no X (antigo Twitter) do prefeito do Rio de Janeiro



Fonte - X (antigo Twitter), Eduardo Paes, 2023<sup>1</sup>

De fato, a Coordenadoria de Games e E-sports do Rio de Janeiro foi oficialmente instituída em maio de 2022, conforme publicado no Diário Oficial do município, com o objetivo de fomentar o crescimento do setor na cidade. Portanto, a iniciativa surgia justamente com a intenção de atrair eventos internacionais, incentivar a profissionalização e estimular parcerias entre o poder público e empresas do ramo (GE, 2022).

Em janeiro de 2024 foi inaugurada na capital carioca a primeira arena gamer pública do país, na Zona Norte da cidade, dentro da Nave do Conhecimento do Engenhão. Além dos equipamentos para treinos e jogos, o local conta com estúdio de transmissão, camarins e estúdio para gravação de podcasts, para uso mediante agendamento gratuito. Destinada aos e-sports com infraestrutura para receber competições de pequeno e médio porte; a arena pública é “um espaço construído para democratizar o acesso ao mundo dos games junto a cariocas e visitantes”, de acordo com o site da iniciativa.

Apesar da representatividade do Rio de Janeiro no cenário dos e-sports, a cidade não é a única no Brasil a investir no segmento. Recentemente, por exemplo, Porto Alegre tem se

<sup>1</sup> Disponível em <<https://x.com/eduardopaes/status/1613552180623015936>> Acesso em 10 set de 2024

mostrado engajada em se tornar um pólo dos e-sports. O Projeto de Lei Legislativo (PLL) 031/23 que tramita na Câmara Municipal propõe a criação de uma política municipal voltada ao incentivo da prática profissional dos esportes eletrônicos. Caso seja aprovado, o projeto da capital gaúcha prevê a organização e estruturação de circuitos de competição, exposições sobre novas tecnologias relacionadas aos e-sports e a concessão de créditos e benefícios tributários para atletas profissionais e empresas do setor.

Fato é que, nos últimos anos, diversas regiões do Brasil têm avançado em direção à institucionalização dos e-sports, reconhecendo seu potencial econômico, social e cultural. Vários estados já implantaram legislações próprias voltadas para o fomento do setor, criando diretrizes para competições e incentivando a profissionalização da área.

Atualmente, o Nordeste se destaca entre as regiões brasileiras com boa parte de seus estados tendo legislações estaduais em vigor relacionadas aos e-sports. Tendo o estado da Paraíba, por exemplo, sido o primeiro a promulgar lei estadual que regulamenta a prática esportiva eletrônica, já em janeiro de 2019, reconhecendo oficialmente o e-sports como modalidade esportiva e adotando a nomenclatura de “atleta” para seus praticantes. Subsequentemente, os estados nordestinos Bahia, Alagoas, Ceará, Pernambuco e Maranhão também implementaram legislações próprias sobre o tema.

Em outras regiões do país, estados como Rondônia e Amapá, no Norte; Paraná e Santa Catarina, no Sul; Rio de Janeiro, no Sudeste; e Mato Grosso, no Centro-Oeste, também regulamentaram os e-sports. E recentemente, o Distrito Federal aprovou a Lei nº 7.390, de 9 de janeiro de 2024, que reconhece a prática esportiva eletrônica como desporto. A exemplo da cidade do Rio de Janeiro, Brasília criou uma diretoria de e-sports vinculada à Secretaria de Esporte e Lazer para impulsionar as demandas do setor.

A maior parte das redações das leis estaduais publicadas reconhecendo a prática do esporte eletrônico, estabelece o Dia do Esporte Eletrônico, a ser comemorado anualmente em 27 de junho, e enfatiza o combate à discriminação de gênero, etnia e credo nesse universo.

No entanto, a questão ainda enfrenta polêmicas e entraves. No estado de São Paulo, por exemplo, o Projeto de Lei nº 1512/2015, que visava regulamentar a prática de esportes eletrônicos, foi aprovado pela Assembleia Legislativa em dezembro de 2019. Contudo, em janeiro de 2020, o então governador João Doria vetou integralmente a proposta, alegando inconstitucionalidade, uma vez que a regulamentação de softwares voltados à recreação estaria sob a competência federal.

Atualmente, um novo projeto de lei tramita pelo legislativo paulista, buscando estabelecer diretrizes para a prática e o reconhecimento dos e-sports no estado. Enquanto isso,

a cidade de São Paulo continua a sediar eventos importantes desse universo, como o *VCT LOCK//IN*, campeonato internacional realizado em fevereiro de 2023, que reuniu 32 equipes e marcou o início da temporada competitiva do jogo *Valorant*, desenvolvido pela Riot Games. A empresa divulgou posteriormente ter arrecadado US\$20 milhões com a venda de uma coleção especial de itens virtuais lançada para o evento, dos quais US\$10 milhões foram destinados às equipes franqueadas das ligas internacionais (GE, 2023).

Com o sucesso do *VCT LOCK//IN*, em novembro de 2023, a Riot Games realizou outro campeonato de *Valorant* em solo paulistano, o *Game Changers Championship*, um torneio inclusivo que destacou a participação feminina no cenário competitivo. Além disso, a empresa, também responsável pelo jogo *League of Legends* (LoL) com enorme base de fãs brasileiros, anunciou que o Brasil sediará o *First Stand* em 2026 (Mais Esports, 2025), o primeiro campeonato internacional da temporada do próximo ano de LoL. Será o retorno de uma competição internacional de LoL ao Brasil depois do *Mid-Season Invitational* (MSI) que ocorreu em 2017.

Entre os anos de realização de um campeonato e outro dos jogos da Riot Games no Brasil, outra empresa, a Ubisoft também trouxe a principal competição anual do seu jogo *Rainbow Six Siege* (R6) para terras brasileiras, sendo o *Six Invitational 2024* realizado no Ibirapuera em São Paulo. O campeonato que terminou com uma final entre duas equipes brasileiras e recorde de audiência, é parte integrante do corpus da nossa pesquisa.

Esses são exemplos que mostram que tanto as empresas desenvolvedoras de jogos quanto as empresas organizadoras de campeonatos têm encontrado um campo fértil para o e-sports no Brasil, muito devido à boa receptividade da comunidade brasileira, tornando a questão da regulamentação da prática esportiva de jogos eletrônicos cada vez mais urgente em âmbito nacional.

Afinal, embora haja um movimento significativo em prol da regulamentação dos e-sports nos estados, ainda existem desafios a serem superados para uma adoção uniforme em todo o território brasileiro. Atualmente, a regulamentação em nível federal permanece pendente.

O assunto tem sido discutido no Congresso Nacional há algum tempo. Em fevereiro de 2022, o deputado de São Paulo, Fausto Pinato, apresentou o Projeto de Lei nº 70/2022, que visa regulamentar o exercício da atividade esportiva eletrônica no Brasil, propõe o reconhecimento oficial dos praticantes como atletas e estabelece diretrizes para a organização de competições no país. Ademais, o projeto prevê incorporar os esportes eletrônicos à legislação esportiva nacional, garantindo-lhes o mesmo reconhecimento e apoio concedido às modalidades esportivas tradicionais.

O PL 70/2022 foi encaminhado às comissões pertinentes para análise e, em 2023, recebeu a aprovação da Comissão do Esporte após terem sido incluídas alterações, resultando em um substitutivo que incorporou o Projeto de Lei nº 205/2023, de autoria do deputado Julio Cesar Ribeiro (DF). O texto alterado inclui a permissão para que eventos e competições de esportes eletrônicos sejam patrocinados e transmitidos por plataformas digitais, além de excluir da regulamentação jogos com conteúdo sexual, discurso de ódio ou apologia às drogas. Atualmente, o projeto aguarda parecer da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC), onde será avaliada sua constitucionalidade e técnica legislativa.

Nesse ínterim, em fevereiro de 2024, foi instituída uma Frente Parlamentar em Prol dos Jogos Eletrônicos e Games que conta com o envolvimento de mais de 200 parlamentares brasileiros (Correio Braziliense, 2024), mostrando que o assunto segue em alta nos corredores do Congresso Nacional.

E iniciativas relacionadas ao tema tiveram recente sucesso, como a aprovação e publicação da Lei nº 14.852, de 3 de maio de 2024, que criou o marco legal para a indústria de jogos eletrônicos no Brasil. Esta lei estabelece diretrizes para a fabricação, importação, comercialização, desenvolvimento e uso comercial de jogos eletrônicos, promovendo um ambiente regulatório favorável à inovação e à proteção dos direitos dos consumidores e desenvolvedores.

Já na esfera do Poder Executivo o assunto passou por uma guinada de entendimento. Em janeiro de 2023, a então ministra do Esporte, Ana Moser, declarou que não considerava os e-sports como os demais esportes, mas sim como entretenimento e afirmou ter buscado barrar a inclusão dos jogos eletrônicos na Lei Geral do Esporte, então em tramitação, para proteger o esporte raiz (GE, 2023). A declaração gerou controvérsias e críticas dentro da comunidade de e-sports, reverberando nas redes sociais (ESPN, 2023). Ana Moser foi substituída por André Fufuca no Ministério do Esporte em setembro de 2023, em uma reforma ministerial.

Buscando abrir caminhos para os e-sports dentro da estrutura governamental, em 11 de julho de 2024, o presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, sancionou a criação da Secretaria Nacional de Apostas Esportivas e de Desenvolvimento Econômico do Esporte (SNAEDE), uma nova pasta do Ministério do Esporte. Conjuntamente foi criada a Diretoria de E-sports, vinculada à Secretaria, que tem como objetivo fomentar e regulamentar as atividades relacionadas aos esportes eletrônicos no país.

A criação de uma Diretoria específica para tratar dos e-sports era uma proposta sustentada pelo atual ministro do Esporte, André Fufuca, que, já na apresentação de seu plano de trabalho (gov.br, 2023), destacou a importância do setor para a economia e a cultura

brasileira. Segundo o ministro (Dust, 2023), os e-sports seriam responsáveis por movimentar cerca de R\$1 trilhão em 2024, justificando a necessidade de políticas públicas voltadas para o crescimento sustentável da área. Com essa iniciativa, o governo federal busca fortalecer o ecossistema dos esportes eletrônicos, criando mecanismos para ampliar investimentos, promover inclusão e combater desigualdades no setor.

No primeiro semestre de 2025, a SNAEDE realizou uma consulta pública<sup>2</sup>, que foi disponibilizada no site oficial do governo federal, com a intenção de coletar a opinião da população sobre a possível inclusão de novas modalidades de esportes eletrônicos na Portaria MEsp nº 125, de 30 de dezembro de 2024. Essa portaria regulamenta as modalidades esportivas e as entidades de prática esportiva que podem ser objeto de apostas de quota fixa em eventos reais de temática esportiva. A consulta buscava avaliar a viabilidade da ampliação da regulamentação, considerando não apenas os *games* já reconhecidos pelo Comitê Olímpico Internacional (COI), mas também outros que possam ser incorporados à legislação vigente.

De acordo com a apresentação da pesquisa, que permaneceu aberta até 5 de março de 2025, o Ministério do Esporte tinha como objetivo compreender quais modalidades a sociedade civil vislumbra para a portaria e quais critérios sugerem ser adotados. O texto reforça que, com as respostas obtidas, o Ministério poderá avaliar ajustes na portaria vigente, com o objetivo de alinhá-la às expectativas da sociedade.

Iniciativas como essa refletem um movimento crescente de governo brasileiro interessado em explorar o potencial econômico e cultural dos esportes eletrônicos como forma de atrair turismo, incentivar inovação, fomentar novos mercados e, ao mesmo tempo, atender uma demanda social contemporânea.

Em outubro de 2024, por exemplo, a Comissão de Esporte (CEsp) iniciou um debate pautado pelo PL 6.118/2023 que busca incluir a Confederação Brasileira de Games e E-sports (CBGE) no Sistema Nacional do Desporto e destinar um percentual da arrecadação da loteria pela Caixa Econômica Federal.

As discussões, no entanto, esbarraram em questões como o fato de, atualmente, além da CBGE, o Brasil ter outra representante de mesmo porte, a Confederação Brasileira de Desportos Eletrônicos (CBDEL), sendo a CBGE a que pleiteia o recurso e a CBDEL a que está em tratativa com o Comitê Olímpico Brasileiro (COB) pelo reconhecimento. Diante do entrave, foi destacada a importância de um alinhamento institucional que evite fragmentação e disputas internas, garantindo que a regulamentação atenda de forma eficaz às demandas do setor. Nesse

---

<sup>2</sup> Disponível em <<https://www.gov.br/participamaisbrasil/inclusao-das-modalidades-de-e-sports-na-portaria-mesp-125-2024>> Acesso em 20 fev de 2025

sentido, a sugestão de uma possível fusão entre a CBGE e a CBDEL foi levantada como uma alternativa para resolver os impasses e consolidar a representação dos e-sports brasileiro.

Outra pauta suscitada faz referência a necessidade ou não de um setor que se mostra rentável e com altas cifras receber recursos públicos. Ao que na ocasião, o sócio-diretor da Equipe Imperial Esports, Bruno Martins da Silveira Gomes Paes, chegou a pontuar que de fato as equipes e empresas brasileiras do ramo, hoje já são bem estruturadas e maiores que as confederações, motivo pelo qual ele acreditava que os recursos deveriam ser destinados para elas e não às equipes (Senado, 2024). A verba pública, no caso, poderia ter destinação de formação em um processo educacional, de acordo com o representante da CBGE presente no debate.

Ainda em efervescência, as reflexões evidenciam, portanto, não apenas a relevância econômica e social dos e-sports, mas também os desafios para sua regulamentação no Brasil, que envolvem desde a definição de instâncias representativas até a distribuição de incentivos financeiros e o papel do Estado na estruturação desse setor emergente.

#### **1.4 Do reconhecimento ao sonho olímpico**

Se o Brasil ainda tateia em termos burocráticos com o e-sports e é possível ver uma preocupação em tentar traçar critérios que possam minimamente padronizar o tema que ainda é um campo muito abrangente e complexo; alguns países mundo afora já têm a questão mais consolidada.

Países como os já citados Coreia do Sul e China, bem como Estados Unidos e França possuem estruturas regulatórias bem definidas, que reconhecem os e-sports como uma modalidade esportiva legítima e garantem suporte governamental e institucional para seu desenvolvimento.

Na Coreia do Sul, por exemplo, o digital é tratado como um setor estratégico desde o final dos anos 1990, período em que investiram em uma rede nacional de internet de banda larga o que acabou sendo um cenário favorável ao crescimento dos jogos online e da televisão digital, consolidando um ecossistema altamente propício ao desenvolvimento da indústria. Como resultado, o país passou a contar com uma das conexões de internet mais rápidas, acessíveis e baratas do mundo.

Em 2000, o governo sul-coreano foi um dos primeiros países a reconhecer o e-sports como categoria de trabalho e modalidade esportiva. Assim, criou a Korea e-Sports Association (KeSPA) para regulamentar e fomentar a prática, sendo a associação responsável por promover

os campeonatos e assistir aos competidores. A estrutura impulsionadora tem resultados, a liga sul-coreana de LoL, por exemplo, é uma das de maior nível de competitividade.

De lá pra cá, a Coreia do Sul investiu na construção de arenas de e-sports e passou a sediar eventos de grande porte. Atualmente, é reconhecida mundialmente por suas iniciativas governamentais e infraestrutura que apoiam e promovem um modelo de desenvolvimento de e-sports a partir de categorias de base. E, desde 2015, o país conta com políticas públicas voltadas para a profissionalização dos atletas, além de incentivos fiscais para equipes e organizações.

O reconhecimento dos e-sports na Coreia do Sul se reflete também no âmbito acadêmico. Algumas universidades passaram a oferecer vagas e programas específicos para jogadores e profissionais da área, demonstrando o nível de institucionalização do setor. A Chung-Ang University, uma das mais prestigiadas do país, por exemplo, inclui os e-sports como uma categoria para admissão especial, desde 2014, permitindo que jogadores talentosos ingressem na graduação, por meio do Departamento de Ciências Esportivas, com base em suas conquistas competitivas, de forma semelhante ao processo seletivo voltado para atletas de modalidades esportivas tradicionais.

Já na China, o governo reconhece o e-sports como um setor prioritário dentro da indústria cultural e digital. O país investe pesadamente na realização de eventos internacionais e na formação de jogadores profissionais, além de contar com um sistema rígido de regulamentação que abrange desde a classificação etária dos jogos até a gestão de contratos entre atletas e organizações. Em 2019, o Ministério de Recursos Humanos e Seguridade Social da China passou a classificar o "profissional de e-sports" como uma ocupação oficial, reforçando o *status* da modalidade.

Na França, o governo implementou uma legislação específica para os e-sports em 2016, com regras claras sobre contratos de jogadores, premiações e *status* profissional dos atletas. A partir de 2023, o governo francês criou um visto especial voltado aos atletas de esportes eletrônicos que querem jogar na França. O país também promove incentivos à realização de competições e à captação de investimentos no setor. Esse modelo regulatório é visto como um dos mais avançados da Europa.

Enquanto isso, nos Estados Unidos, os e-sports são amplamente reconhecidos como parte da indústria do entretenimento e do esporte, com ligas estruturadas, apoio de grandes franquias esportivas tradicionais e um sistema jurídico que assegura direitos trabalhistas para jogadores profissionais. As universidades estadunidenses oferecem bolsas de estudo para atletas de e-sports, fortalecendo a profissionalização da área.

O certo contraste entre essas abordagens e o cenário brasileiro evidencia o desafio da regulamentação nacional. Embora o Brasil tenha uma das maiores audiências de e-sports do mundo e uma indústria em franca expansão, a ausência de um marco regulatório consolidado gera insegurança jurídica para atletas, organizações e investidores. Assim, a experiência internacional pode servir de referência para a construção de uma política pública eficaz, capaz de impulsionar o setor de maneira estruturada e sustentável.

No entanto, é importante salientar que as “pontas soltas” sobre e-sports não é algo exclusivo do Brasil. Até mesmo o Comitê Olímpico Internacional (COI) tem historicamente apresentado posicionamentos variáveis em relação ao tema. Embora, em um primeiro momento, tenha demonstrado resistência em reconhecer os e-sports como modalidade esportiva legítima, nos últimos anos o COI tem buscado formas de integrar os jogos eletrônicos ao movimento olímpico.

Em 2021, o COI lançou o Olympic Virtual Series (OVS), um evento que incluiu competições de esportes simulados em parceria com federações internacionais. No entanto, a participação foi limitada a jogos que reproduzem modalidades já reconhecidas pelo programa olímpico, como ciclismo. Já em 2023, o COI organizou o Olympic Esports Week, um evento mais abrangente que incluiu games populares como *Just Dance*.

Por outro lado, o Comitê continua a manter uma postura cautelosa, excluindo jogos de tiro em primeira pessoa (FPS) alegando que a temática violenta vai contra o espírito olímpico, o que possibilita debates sobre os critérios adotados para definir quais modalidades podem ser consideradas esportivas, especialmente quando comparados a esportes olímpicos já consolidados, como esgrima, tiro com arco, tiro esportivo e boxe, que também envolvem elementos de combate e precisão.

No entanto, olhando cada vez mais na direção de atrair o público jovem, a exemplo do que o fez ao adotar no programa olímpico modalidades como skate, surfe e *breaking*, o COI tem demonstrado crescente interesse pelos e-sports. Em julho de 2024, o Comitê aprovou por unanimidade a criação das Olimpíadas de E-sports, previstas para ocorrer a cada dois anos, com a primeira edição programada para acontecer na Arábia Saudita (GE, 2024).

O anúncio foi feito nas redes sociais (Figura 2) e trazia a descrição: “A HISTORIC VOTE! The 142nd IOC Session votes for the creation of the Olympic Esports Games. Mark the date” (“Uma votação histórica! A 142ª Sessão do COI votou pela criação dos Jogos Olímpicos de Esports. Marque a data”, em tradução livre), em tom otimista mostrando que com essa iniciativa, o COI busca adaptar-se às tecnologias e atrair as novas gerações.

Figura 2 - Publicação no X (antigo Twitter) do perfil do COI sobre a criação dos Jogos Olímpicos de E-sports



Fonte: X (antigo Twitter), COI, 2024<sup>3</sup>

A controvérsia ficou por conta da escolha da Arábia Saudita como anfitriã dos primeiros Jogos Olímpicos de E-sports. Nos últimos anos, o país tem investido massivamente no setor como parte do plano de desenvolvimento *Vision 2030*, lançado pelo príncipe herdeiro Mohammed bin Salman. Esse projeto visa reduzir a dependência econômica do petróleo e posicionar a Arábia Saudita como um polo global de entretenimento e esportes. No entanto, esse esforço também tem o objetivo de melhorar a imagem internacional do país, frequentemente criticado por seu histórico de violações aos direitos humanos (GE, 2024).

Na trajetória dessa estratégia, em 2022, o Savvy Games Group, um conglomerado de investimentos ligado ao Fundo de Investimento Público da Arábia Saudita, adquiriu e fundiu duas das maiores organizadoras de competições de e-sports do mundo: a ESL Gaming e a FACEIT, consolidando sua presença no cenário global. Além disso, o país sediou diversos torneios de alto nível, incluindo eventos do circuito *Gamers8*, um dos maiores festivais de e-sports do mundo, realizado anualmente em Riad.

O envolvimento da Arábia Saudita nos e-sports tem sido alvo de críticas dentro da comunidade gamer e por organizações de direitos humanos. O país mantém políticas repressivas contra mulheres, dissidentes políticos e pessoas LGBTQ+, levando a acusações de *sportswashing* — um termo utilizado para descrever a estratégia de governos autoritários que utilizam grandes eventos esportivos e de entretenimento para desviar a atenção de práticas

<sup>3</sup> Disponível em <<https://x.com/iocmedia/status/1815787780749881361>> Acesso em 10 set 2024

opressivas.

Ainda assim, a Arábia Saudita segue ampliando sua presença no mundo esportivo. E, inclusive, será sede da Copa do Mundo de futebol em 2034. De forma semelhante, em fevereiro de 2025, o COI anunciou o adiamento da edição inaugural dos Jogos Olímpicos de E-sports de 2025 para 2027, mas manteve Riad, capital saudita, como cidade-sede (Reuters, 2025). Essa decisão está alinhada a um acordo de 12 anos firmado entre o COI e a Arábia Saudita em 2024.

No entanto, a definição dos jogos que farão parte do programa dos Jogos Olímpicos de E-sports ainda está em andamento. Um comitê de seis membros será responsável por selecionar as modalidades da edição inaugural (Reuters, 2025). Espera-se que essa seleção considere tanto a popularidade dos jogos quanto a aderência aos valores olímpicos, buscando um equilíbrio entre inovação e tradição no cenário esportivo global.

### **1.5 E-sports: além do jogo**

Se os expressivos números do setor de e-sports, seja de arrecadação, seja de audiência, atraem os olhos de demais campos sociais para esse universo, pode-se observar que um campeonato internacional de e-sports vai muito além da competição em si, tornando-se um motor econômico que impacta positivamente diversos setores sociais. Ademais, a crescente profissionalização e popularização dos e-sports indicam que esse tipo de evento continuará a ser um atrativo estratégico para cidades que buscam dinamizar sua economia e consolidar sua presença no cenário global do entretenimento digital.

De certa forma, a recente história dos e-sports mostra que passada a barreira da regulamentação, o campo de atuação desse segmento se abre em possibilidades de impacto social e cultural. Assim, dos arcades e consoles ao online e mobile, dos sofás das casas para as *lan houses* e então para os servidores e lives, da diversão em família e entre amigos ao profissionalismo do cenário competitivo, os jogos eletrônicos traçaram uma trajetória que desembocou na ascensão do universo de e-sports, um campo que interage e impacta outros campos sociais, tais como economia e política como abordamos neste capítulo. Ademais, esse vívido território, no qual tecnologia e cultura andam lado a lado, nos convida a explorar um universo comunicacional contemporâneo, como discutiremos nas próximas páginas.

## 2 COMUNICAÇÃO EM FLUXO: DAS REDES À CULTURA DA CONVERGÊNCIA

Neste capítulo nos voltamos às dinâmicas específicas que emergem no interior da cultura digital e buscamos compreender como as práticas comunicacionais, os formatos midiáticos e os modos de pertencimento coletivo se reorganizam em meio às plataformas, redes e comunidades que compõem o atual cenário técnico e simbólico da mídia.

### 2.1 Cibercultura e inteligência coletiva

Nos anos 1990, Pierre Lévy dedicou-se ao então emergente campo da cibercultura. O teórico francês lançou luz sobre as relações sociais articuladas pelas redes de computadores no chamado ciberespaço, definido por ele como “novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento” (Lévy, 1999, p.32).

Lévy destaca que a informática deixou de ser percebida apenas como uma máquina técnico-operacional para se integrar a esferas como educação, economia e, mais especificamente, à comunicação; adquirindo, assim, contornos de mídia. Naquele momento, o autor previa que o ciberespaço se tornaria “o principal laço de comunicação, de transações econômicas, de aprendizagem e de diversão das sociedades humanas” (Lévy, 1999, p. 146).

Assim, incluindo o que Lévy chama de “invasão dos videogames”, outras formas de mensagens tidas “interativas” surgiram com as tecnologias digitais. Contudo, ele ressalta que não se trata de uma “novidade absoluta”. A comunicação interativa já tinha lugar, por exemplo, com o telefone apontado pelo autor como o primeiro exemplo de mídia de “telepresença”. A distinção, segundo ele, está na dimensão coletiva das interações possibilitadas pelo ciberespaço. Conforme explica:

apenas as particularidades do ciberespaço permitem que os membros de um grupo humano (que podem ser tantos quantos se quiser) se coordenem, cooperem, alimentem e consultem uma memória comum, e isto quase em tempo real, apesar da distribuição geográfica e da diferença de horários. (Lévy, 1999, p. 49).

É exatamente o construir conjuntamente, “em rede”, que torna o ciberespaço peculiar. Diz Lévy que “as realidades virtuais que podem fazer comunicar milhares ou mesmo milhões de pessoas devem ser consideradas como dispositivos de comunicação “todos-todos”, típicos da cibercultura” (Lévy, 1999, p.105). Sendo “dispositivo comunicacional” para o autor o que designa a relação entre participantes da comunicação, é a partir desse ponto que podemos

visualizar um diferencial do ciberespaço frente às outras mídias, exatamente no que diz respeito às possibilidades comunicacionais que apresenta.

Lévy (1999) pontua que é possível distinguir três categorias de dispositivos comunicacionais: um-todos, um-um e todos-todos. As mídias de massa como televisão, rádio e imprensa, exemplificam o modelo “um-todos”, pois operam a partir de um polo emissor central que distribui a informação a receptores. A comunicação “um-um”, por sua vez, refere-se à conversação direta, como em ligações telefônicas. Já o ciberespaço inaugura um dispositivo comunicacional original, que segundo o autor permite que comunidades constituam progressivamente, e de forma cooperativa, um contexto comum, ou seja, um modelo “todos-todos”, em que todos os participantes podem produzir, compartilhar e circular informações.

Entretanto, embora o termo “todos” possa sugerir um acesso universal, é necessário relativizar essa ideia. Apesar de o ciberespaço e as tecnologias digitais superarem algumas barreiras geográficas e ampliarem o acesso à informação, a conectividade ainda está longe de alcançar a totalidade das populações. O próprio Lévy reconhece que há exclusões no ciberespaço, um ambiente digital que não elimina as relações de poder e as desigualdades econômicas entre os indivíduos. No entanto, ele lembra que “cada novo sistema de comunicação fabrica seus excluídos” (Lévy, 1999, p. 237).

Apesar de ponderar que, mesmo com as limitações econômicas, políticas e tecnológicas, as barreiras impostas no ciberespaço “são muito menos fortes do que nos outros dispositivos de comunicação” (Lévy, 1999, p. 241), o autor também adverte que “não basta estar na frente de uma tela, munido de todas as interfaces amigáveis que se possa pensar, para superar uma situação de inferioridade. É preciso antes de mais nada estar em condições de participar ativamente dos processos de inteligência coletiva” (Lévy, 1999, p. 238).

Por “inteligência coletiva”, Lévy entende a capacidade compartilhada de construção de saber e de sentido, desenvolvida a partir da interação entre os indivíduos conectados em rede, com base em cooperação, comunicação e troca de conhecimentos. Trata-se de uma forma de inteligência distribuída por toda parte, valorizada e coordenada em tempo real, que resulta da convergência entre as competências dos participantes e a interconexão das informações disponíveis no ciberespaço.

As práticas e relações que circulam nesse espaço virtualizado, portanto, não se dissociam das dinâmicas do mundo “real” ou “offline”. Para Lévy, o virtual não substitui o real, tampouco o anula; ao contrário, seu valor reside na capacidade de multiplicar as possibilidades de atualização e expansão das experiências concretas. A cibercultura caracteriza-se, assim, como o conjunto de manifestações culturais e sociais, sobretudo humanas, que se desenvolvem

no interior dos ambientes digitais, mas que se mantêm em constante relação com o mundo físico.

Nesse sentido, Lévy ressalta que “nosso universo informacional se dilata mais rapidamente que nosso universo de interações concretas. Em outras palavras, a ascensão virtual provoca a do atual, mas a primeira desenvolve-se mais rápido que a segunda” (Lévy, 1999, p. 215). Tal dinamismo evidencia que os impactos do digital transcendem o mero aspecto técnico, afetando profundamente as esferas cognitiva, cultural e social.

## **2.2 Redes digitais, lógicas sociais e fluxos comunicacionais**

A constituição desses modos de sociabilidade mediados pelas tecnologias digitais nos leva também ao encontro de uma compreensão mais ampla das transformações sociais em curso: a da sociedade em rede, conceito central na obra do cientista social Manuel Castells. Estudioso atento às dinâmicas da contemporaneidade, Castells se dedica a compreender as articulações entre tecnologia, economia, política e cultura, reconhecendo que as estruturas sociais passam a ser reconfiguradas pela lógica comunicacional em rede.

Segundo o autor, vivemos em uma sociedade em rede, cujo funcionamento se ancora na disseminação global das redes digitais e na centralidade do conhecimento como força produtiva. Nas suas palavras, “uma sociedade em rede é uma sociedade cuja estrutura social é construída em torno de redes ativadas por tecnologias de comunicação e de informação processadas digitalmente e baseadas na microeletrônica” (Castells, 2015, p. 70). Trata-se, portanto, de uma estrutura descentralizada, dinâmica e interconectada, em que os fluxos informacionais se tornam a principal matriz da organização social.

Castells destaca ainda que a internet, embora não seja uma tecnologia recente, tendo sido implementada pela primeira vez em 1969, só se difundiu massivamente duas décadas depois, impulsionada por uma combinação de fatores, como mudanças regulatórias, o surgimento da banda larga, a popularização dos computadores pessoais e o desenvolvimento de *softwares* que facilitaram o acesso, a transferência e a produção de conteúdo. A isso se somou uma “demanda social que crescia rapidamente pela formação de redes de tudo, com origem tanto nas necessidades do mundo empresarial quanto no desejo público de construir redes de comunicação” (Castells, 2015, p. 109).

Ao discutir os impactos das tecnologias móveis, Castells enfatiza que “a característica principal da comunicação sem fio não é a mobilidade, mas a conectividade contínua” (Castells, 2015, p. 117). Ou seja, mais do que permitir o deslocamento físico com acesso à rede, os

dispositivos móveis instauram um regime de presença, no qual os sujeitos permanecem permanentemente conectados – tecnicamente e simbolicamente – a fluxos informacionais que atravessam diferentes esferas da vida cotidiana. Essa hiperconectividade, segundo o autor, reorganiza o tempo e o espaço sociais, gera novas formas de atenção e pertencimento, e alimenta circuitos permanentes de produção e consumo de conteúdo.

De modo complementar à análise de Lévy, Castells também observa como as tecnologias digitais inauguram um modelo comunicacional horizontal, que rompe com a lógica centralizada da mídia de massa e possibilita interações de “muitos para muitos”. Essa descentralização, segundo o autor, introduz “novos atores e novos conteúdos no processo de organização social, com uma relativa autonomia diante dos centros de poder” (Castells, 2015, p. 68).

Nesse contexto, Castells também chama atenção para uma característica essencial da sociedade em rede: a emergência de uma audiência ativa e criativa, que deixa de ser apenas receptora passiva de informações e passa a desempenhar um papel central na produção, circulação e ressignificação de conteúdos. Essa mudança decorre diretamente da lógica horizontal das redes digitais, que permite a qualquer sujeito conectado ocupar simultaneamente as posições de emissor, receptor e retransmissor de mensagens. Tal fenômeno redefine o próprio estatuto da audiência e das práticas comunicacionais, deslocando o centro da produção de sentido para um ecossistema de participação distribuída.

Assim, as redes digitais não apenas reorganizam o espaço comunicacional, como também reconfiguram os mecanismos de produção simbólica e as formas de engajamento social. Diz o autor que:

Em nossa sociedade, os protocolos de comunicação não são baseados no compartilhamento da cultura, mas na cultura do compartilhamento. É por esse motivo que, em última instância, os protocolos de comunicação não são externos ao processo da ação comunicativa. Eles são construídos na mente das pessoas por meio da interação entre os múltiplos pontos de conexão no sistema de comunicação e na própria construção mental das pessoas em suas múltiplas tarefas comunicativas. Assim, a chamada audiência está na origem do processo de mudança cultural, invertendo sua dependência histórica na mídia durante a era da comunicação de massa (Castells, 2015, p.180).

Portanto, essa forma de organização social não se restringe à dimensão tecnológica: ela envolve transformações nas estruturas de poder, nos fluxos de informação e nas formas pelas quais as relações sociais são estabelecidas, sustentadas e performadas no mundo contemporâneo. Como destaca o autor:

Não “assistimos” à internet como assistimos à televisão. Na prática, os usuários da internet (a maioria da população nas sociedades avançadas e uma proporção crescente

no Terceiro Mundo) *vivem* com ela. Como muitas evidências já demonstraram, ela, na enorme variedade de suas aplicações, é o tecido de comunicação de nossas vidas, para o trabalho, para a conexão pessoal, para a formação de redes sociais, para a informação, para diversão, para serviços públicos, para a política e até para a religião (Castells, 2015, p. 111).

Ao articular essas dimensões: audiência ativa, conectividade constante e reorganização das relações sociais, Castells oferece uma leitura sofisticada das transformações que caracterizam a cultura digital contemporânea. Trata-se de uma dinâmica comunicacional na qual os sujeitos estão imersos em redes de interação que não apenas moldam suas práticas sociais, mas também contribuem para a constituição de identidades, afetos e formas de subjetivação em escala global.

### 2.3 Ecologia da mídia

Quando Marshall McLuhan (2003) abordou os meios de comunicação como extensões do homem, ainda não existia ou se falava sobre internet, *smartphones* e inteligência artificial. No entanto, de certa maneira, o autor parecia antecipar um mundo no qual os dispositivos móveis se tornariam extensões de nossas vozes, olhares e memória. O *smartphone*, por exemplo, não é apenas uma ferramenta para ligar ou mandar mensagens, mas uma extensão de nossa capacidade de comunicação, de nossa memória (com fotos e arquivos) e até de nossa identidade. Não é por acaso que Martino afirma que “a realidade, pelo visto, nem sempre acertou o compasso em relação a McLuhan” (Martino, 2014, p.197).

Muito antes do surgimento dos jogos eletrônicos, McLuhan já destacava que tanto os jogos quanto as tecnologias funcionam como formas de escape das tensões e pressões da vida cotidiana. Ele os via como manifestações culturais populares que operam como respostas coletivas e sociais aos desafios do mundo contemporâneo. “Como as instituições, os jogos são extensões do homem social e do corpo político, como as tecnologias são extensões do organismo animal” (McLuhan, 2003, p. 264). Ao considerar os jogos como extensões do “eu” individual e social, McLuhan os compreendia, portanto, como meios de comunicação em si, capazes de refletir e moldar comportamentos.

É nesse mesmo percurso que o autor introduz a ideia de uma ecologia dos meios, ou seja, a compreensão dos meios de comunicação como sistemas interligados, que afetam uns aos outros e reorganizam o ambiente cultural em que se inserem. A abordagem ecológica utilizada por McLuhan seria mais tarde retomada sob o nome de “ecologia dos meios”, termo explorado por autores como Neil Postman, mas é no pioneirismo do pensamento do próprio McLuhan que

se estabelece a noção de que cada nova mídia altera o equilíbrio das mídias anteriores, transformando os modos de percepção e os arranjos sociais.

Nesse sentido, os jogos funcionam como modelos simbólicos de sociedade, nos quais os indivíduos ensaiam papéis sociais, experimentam regras e interagem dentro de estruturas reguladas. Os jogos eletrônicos, por sua vez, ampliam essa lógica para o ambiente digital, constituindo ecossistemas próprios, com normas, hierarquias e dinâmicas de sociabilidade que refletem e, muitas vezes, tensionam aspectos da vida social contemporânea.

Com o avanço da digitalização, das redes e da convergência de plataformas, a noção de ecologia midiática também foi ampliada para dar conta de arranjos comunicacionais contemporâneos. Passa-se a falar, então, em “nova ecologia midiática”, conceito que emerge para descrever o funcionamento integrado, fluido e descentralizado das mídias digitais. Nessa atual configuração, o foco desloca-se do meio isolado para os ecossistemas interativos, nos quais conteúdos, dispositivos e práticas circulam entre múltiplos canais, de forma colaborativa e distribuída.

Entre os autores que contribuem para essa reformulação, destaca-se o físico e teórico da comunicação Robert K. Logan, colaborador próximo de McLuhan. Em obras como *Understanding New Media* (2010), Logan retoma e atualiza o legado mcluhaniano ao sustentar que as tecnologias da linguagem, da fala à internet, reconfiguram não apenas os meios, mas também os próprios modos de pensar, conhecer e interagir. Para Logan, cada novo meio cria um ambiente cognitivo específico, moldando tanto o conteúdo quanto a forma da comunicação. Sua perspectiva amplia a ecologia midiática para além da materialidade dos dispositivos, incluindo os efeitos simbólicos, sociais e epistemológicos da mediação.

Portanto, a ideia central da ecologia da mídia, tanto em McLuhan quanto em Logan, é que os diferentes meios não operam isoladamente, mas interagem em um sistema vivo e dinâmico. Trata-se de um ambiente híbrido, em que mídias diversas se influenciam mutuamente, gerando novas formas de engajamento, produção de sentido e pertencimento.

Na esteira desse pensamento, o pesquisador argentino Carlos Alberto Scolari, que tem centrado suas investigações acadêmicas na nova ecologia dos meios e na narrativa transmídia, enfatiza que as reflexões dessa dinâmica se tornam fundamentais para compreender os atuais fluxos de comunicação:

Em um ambiente caracterizado pela consolidação das redes globais de informação, pelos processos de convergência e pela exploração de novos meios e plataformas de comunicação, o surgimento das narrativas transmídia e a irrupção de um paradigma de comunicação muitos-para-muitos — que rompe com o modelo tradicional de broadcasting — tornam as reflexões da ecologia dos meios uma referência quase

indispensável para a compreensão desses processos<sup>4</sup> (Scolari, 2010, p.24. Tradução nossa).

Essas dinâmicas fazem parte do cotidiano de qualquer pessoa conectada. Um evento trivial, como uma ida a um show ou a um jogo de futebol, pode gerar um conjunto de registros simultâneos: fotos e vídeos são compartilhados em tempo real numa rede social como o Instagram, comentários ao vivo são publicados no X (antigo Twitter), vídeos mais elaborados podem ser editados e postados no YouTube, enquanto as impressões pessoais ganham espaço em grupos de WhatsApp ou *threads* em fóruns. O mesmo acontece com uma notícia importante, que pode ser recebida primeiro por uma notificação no celular, comentada por influenciadores em *lives*, transformada em memes nas redes e analisada em *podcasts* no dia seguinte.

Não se trata de uma metáfora comunicacional, trata-se da vida. Mesmo rotinas aparentemente simples, como preparar uma receita, envolvem a circulação de múltiplos formatos midiáticos: vídeos tutoriais estão disponíveis no TikTok ou YouTube, comentários e avaliações no Google ou Instagram, sugestões em blogs e listas no Pinterest. As mídias digitais operam em fluxo constante, atravessando dispositivos, linguagens e plataformas, numa lógica de recombinação e participação.

Nesse sentido, a transmissão dos campeonatos de e-sports é também um exemplo de como as plataformas digitais, em conjunto com as redes sociais, geram formas de produzir, consumir e disseminar conteúdo.

Assim, a nova ecologia midiática se revela uma chave analítica fundamental para compreender como o e-sports se constitui como um ecossistema comunicacional próprio. Nesse ecossistema, diferentes mídias – transmissões ao vivo, redes sociais, plataformas de vídeo, fóruns, memes e narrativas interativas – se entrelaçam para produzir experiências imersivas, compartilhadas e interativas.

No universo dos e-sports, essa ecologia é especialmente visível na convergência de diversas plataformas digitais, como os canais de *streaming* (Twitch, YouTube, etc.), redes sociais, *podcasts* e blogs especializados. A constante troca de conteúdo entre essas plataformas, aliada à produção e ao consumo simultâneos de múltiplos formatos (vídeos ao vivo, clipes curtos, transmissões em tempo real), cria uma rede interconectada de informações e experiências.

---

<sup>4</sup> En un entorno marcado por la consolidación de las redes globales de información, los procesos de convergencia y la exploración de nuevos medios y plataformas de comunicación, la aparición de narrativas transmediáticas y la irrupción de un paradigma de la comunicación muchos-a-muchos que rompe el modelo tradicional del broadcasting, las reflexiones de la ecología de los medios se presentan como una referencia casi indispensable a la hora de comprender estos procesos.

## 2.4 Cultura de convergência

“Bem-vindos à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem” (Jenkins, 2008, p. 29). É assim que Henry Jenkins introduz sua análise sobre os arranjos comunicacionais na era digital. Enfatizando que não se trata de substituição, mas de coexistência, o autor afirma que “os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias” (Jenkins, 2008, p. 42).

A convergência, portanto, não se resume a uma mudança tecnológica, mas diz respeito a um processo cultural complexo, no qual diferentes mídias operam em conjunto e de maneira interdependente. Jenkins define:

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (Jenkins, 2008, p.29).

Além de explorar o conceito central de seu livro, Jenkins também discorre sobre cultura participativa e retoma a noção de inteligência coletiva, proposta por Pierre Lévy, ao afirmar que esta “pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático” (Jenkins, 2008, p. 30). Nesse sentido, ele enfatiza que, na cultura da convergência, a produção de sentido passa a ser compartilhada entre as grandes corporações midiáticas e os próprios públicos, que deixam de ser meros receptores passivos para se tornarem coprodutores e cocuradores de conteúdo.

Essa dinâmica dá origem às comunidades do conhecimento, grupos de indivíduos que se reúnem em torno de interesses comuns, colaborando na interpretação, reconstrução e ampliação de universos ficcionais ou temáticos. De forma que, Jenkins esclarece que:

a convergência representa uma mudança no modo como encaramos nossas relações com a cultura popular, mas as habilidades que adquirimos nessa brincadeira têm implicações no modo como aprendemos, trabalhamos, participamos do processo político e nos conectamos com pessoas de outras partes do mundo (Jenkins, 2008, p. 51).

Portanto, essas comunidades representam um deslocamento importante na dinâmica comunicacional, pois o conhecimento passa a ser construído de forma coletiva e distribuída, na intersecção entre diferentes saberes, linguagens e práticas midiáticas.

Lembra o autor que as comunidades de fãs “são as primeiras a adotar e usar criativamente as mídias emergentes” (Jenkins, 2008, p.39). De forma que ao longo de seus estudos, Jenkins demonstra como estratégias empresariais e apropriações populares caminham lado a lado nesse cenário.

Não à toa, ele diz ter observado “os fãs saírem das margens invisíveis da cultura popular e irem para o centro das reflexões atuais sobre produção e consumo de mídia” (Jenkins, 2008, p.40). Afinal, se, por um lado, as transformações tecnológicas conferem ao público maior controle sobre o fluxo midiático em seus lares permitindo que o espectador se torne também produtor de conteúdo, por outro, as empresas desenvolvem modelos de *marketing* que visam explorar investimentos emocionais, sociais e intelectuais do consumidor.

É nesse contexto que emerge o que o autor denomina “economia afetiva”, em que marcas criam narrativas orientadas à criação de vínculos emocionais profundos com o público. Tais estratégias buscam engajamento por meio de experiências significativas e envolventes, utilizando o poder das histórias para gerar identificação e fidelização. Como salienta Jenkins: “Eis o paradoxo: ser desejado pelas redes é ter seus desejos transformados em mercadorias” (Jenkins, 2008, p. 97). Afinal,

Os consumidores não apenas assistem aos meios de comunicação; eles também compartilham entre si ao que assistem - seja usando uma camiseta proclamando sua paixão por determinado produto, postando mensagens numa lista de discussão, recomendando um produto a um amigo ou criando uma paródia de um comercial que circula na internet (Jenkins, 2008, p. 103).

A experiência vivida, a relação estabelecida e a conexão emocional passam a ter valor estratégico. Ao ponto que Jenkins enfatiza que “a força de uma conexão é medida em termos de seu impacto emocional. A experiência não deve ser contida em uma única plataforma de mídia, mas deve estender-se ao maior número possível delas” (Jenkins, 2008, p.106).

É nesse cenário que ganha destaque o conceito de narrativa transmídia, definido por Jenkins como o processo em que “elementos de uma história são sistematicamente dispersos por múltiplos canais de mídia com o propósito de criar uma experiência de entretenimento unificada e coordenada” (Jenkins, 2008, p. 138). Trata-se de uma forma de construção narrativa que estimula a participação ativa do público, convidando-o a explorar, interpretar e até expandir o universo ficcional apresentado. Em vez de simplesmente repetir a mesma história em diferentes plataformas, a narrativa transmídia expande o enredo, permitindo que cada mídia contribua de maneira específica para a totalidade da experiência.

Nas palavras de Jenkins, a narrativa transmídia diz respeito a “uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias - uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmídia é a arte da criação de um universo” (Jenkins, 2008, p.49).

### 2.4.1 Convergências: a transmissão de e-sports e a narrativa transmídia

Seguindo os conceitos de Jenkins (2008), as transmissões de campeonatos de e-sports podem ser compreendidas como narrativas transmídia: nas quais uma história se desdobra em múltiplos formatos e plataformas, expandindo a experiência. Elas não apenas divulgam os jogos, mas também constroem uma mitologia própria, interligando elementos de diferentes mídias e promovendo um engajamento contínuo do público.

Conforme exploramos no capítulo 1, desde sua concepção, o e-sports carrega consigo o fluxo acelerado da tecnologia e a ludicidade das narrativas audiovisuais, características próprias da chamada “cultura pop”, que frequentemente antecedem ou transcendem os jogos para se manifestar em outras mídias como filmes, livros e séries. Dessa forma, Tarcízio Macedo, pesquisador da área de comunicação e esportes eletrônicos (2015) explica que:

Em seus primórdios, os jogos digitais emprestaram linguagens de outras mídias, agora se observa o processo inverso, *games* estão emprestando sua linguagem essencialmente lúdica para outras mídias, assim como para as práticas sociais diárias. Os *games* estão cada vez mais presentes e influentes na sociedade e são, hoje, essencialmente relacionados à nossa cultura, afetando até a maneira como nos relacionamos uns com os outros. Os *videogames* vão mudar, evoluir e se adaptar, assim como outras mídias, mas sempre farão parte da nossa cultura global (Macedo, 2015, p.13).

É nesse sentido, por exemplo, que Lúcia Santaella (2013) diz que os *games* assumem uma certa característica de vanguarda em relação às demais mídias digitais. Na prática, o universo *gamer* transita entre diversas áreas culturais. Muitos jogos são, inclusive, produtos derivados ou inspiradores de outras obras, o que evidencia a interdependência entre as mídias e o caráter fluido das fronteiras narrativas.

Um exemplo ilustrativo desse processo é a saga *The Witcher*. No ano de 1986, o escritor polonês Andrzej Sapkowski inscreveu seu conto *Wiedźmin*, que em tradução livre para o português significa “bruxo”, para uma seleção da revista *Fantastika*. Era o início do que seria uma saga de sete livros que futuramente ganharia versões em outros formatos, tais como o jogo *The Witcher* (“O Bruxo”, traduzido do inglês), lançado pela CD Projekt Red em 2007. O interessante neste caso está no fato de que os livros de Sapkowski, que até então eram conhecidos apenas no nicho do leste europeu, receberam notoriedade mundial por causa do *game* que dava continuidade às suas histórias.

O universo de personagens e narrativas criado por Sapkowski continuaria ganhando versões e, em 2015, *The Witcher 3: Wild Hunt* chega ao mercado de *games*, seu sucesso impulsiona o interesse da Netflix para uma nova adaptação da saga, dessa vez, a série

audiovisual *The Witcher* estreada em 2019. Assim, a trajetória de versões e adaptações da obra de Sapkowski demonstra o quanto interesses mercadológicos e contextos histórico-socioculturais podem influenciar produções e circulações de conteúdo.

O próprio *Rainbow Six: Siege*, um dos jogos que escolhemos analisar o cenário competitivo dentro dessa pesquisa, é proveniente de uma adaptação literária, inspirado no livro de 1998, de Tom Clancy.

Para além das já conhecidas adaptação e apropriação de personagens literários ou da ludicidade das narrativas; a partir da ascensão do universo competitivo dos jogos eletrônicos, é possível observar também a concretude da narrativa transmídia com as transmissões de torneios. Nesse ponto, por exemplo, a transmissão do campeonato de R6 se configura como mais uma instância narrativa do universo da franquia, contribuindo com sua expansão simbólica e midiática. Pois, de acordo com Jenkins:

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – afim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo (Jenkins, 2008, p. 138).

Dessa forma, livros, games e transmissões de campeonatos funcionam como mídias autônomas, porém interconectadas. Cada uma pode ser a porta de entrada para a imersão no universo da franquia, incentivando a circulação entre formatos, a produção de novos conteúdos e o fortalecimento da comunidade. Nesse processo, práticas como o *cosplay*, por exemplo, demonstram como a audiência também participa da expansão narrativa, incorporando personagens e levando sua performance às transmissões ao vivo e redes sociais.

Não por acaso, os grandes eventos de e-sports frequentemente incluem atrações culturais e artísticas, tais como shows, batalhas de rima, intervenções de grafite; e contam com espaços para a comercialização de produtos licenciados, sessões de fotos com jogadores e ativações de marca. Trata-se de exemplificações da “economia afetiva” (Jenkins, 2008) em que a paixão dos fãs é convertida em capital simbólico e financeiro, mobilizando identidades, afetos e pertencimentos.

No palco e dentro da tela, a estrutura das transmissões de campeonatos de e-sports também ilustra a convergência ao incorporar formatos do jornalismo esportivo televisivo e radiofônico, incluindo narração, reportagens, análises e debates. Além disso, as transmissões assumem características de espetáculos audiovisuais, com trilha sonora, efeitos visuais e

performances de abertura. O cenário das competições também remete a eventos esportivos tradicionais, seja pelo ambiente físico (ginásios, arenas esportivas), seja pela disposição dos jogadores e pela presença da torcida. Ao mesmo tempo, elementos oriundos do ambiente digital, como interação via bate-papo e compartilhamento simultâneo de conteúdos nas redes sociais, reforçam a singularidade desse modelo de transmissão.

Sobre as particularidades do *streaming* de *games*, Renata Jéssica Galdino, Tarcisio Torres da Silva e Carlos Alberto Zanotti (2021) explicam que:

No contexto dos games, o *streaming* diz respeito a transmissões ao vivo de conteúdo audiovisual relacionado a jogos eletrônicos por meio de plataformas digitais que, além de transmitir o conteúdo, permitem a interação entre os *streamers* – usuários que transmitem sessões de jogos – e os *viewers* – aqueles que assistem às partidas (Galdino; Silva; Zanotti, 2021, p.83).

As transmissões, portanto, não se limitam à exibição das partidas. Elas se expandem em conteúdos complementares e interativos nas redes sociais, vídeos de bastidores, perfis de jogadores, memes, reações da comunidade e transmissões paralelas com comentários de influenciadores. Cada plataforma, como Twitch, YouTube, X (antigo Twitter) e Instagram, oferece fragmentos narrativos que se conectam entre si e expandem a experiência do fã, criando um ecossistema transmídia que envolve, informa e entretém. O público, nesse caso, não apenas consome, mas também produz conteúdos derivados e participa da construção do enredo coletivo, reforçando vínculos identitários e afetivos com as equipes, jogadores e outros membros da comunidade.

As transmissões de campeonatos de e-sports realizadas pelos canais oficiais da Twitch e outras plataformas digitais são, de certa forma, inspiradas nas transmissões esportivas televisivas, essas coberturas incorporam narradores, comentaristas, analistas e repórteres. Mas há particularidades. A presença de narradores especializados, conhecidos como *casters*, por exemplo, reforça a construção de uma identidade própria para os e-sports. Os *casters* desempenham funções similares às de narradores e comentaristas esportivos, dividindo-se entre aqueles que descrevem a ação em tempo real (*play-by-play*) e os que fornecem análises detalhadas sobre estratégias e desempenho dos jogadores (*color commentator*).

Como se pode perceber, o desenvolvimento das transmissões de e-sports reflete a convergência entre diferentes formas de mídia, promovendo dinâmicas de produção e consumo de conteúdo. O impacto da interatividade e da participação da audiência nas transmissões ao vivo demonstra como a comunicação digital vem moldando formas de sociabilidade e engajamento.

Além disso, a adoção de elementos do jornalismo esportivo tradicional indica que o cenário dos e-sports está se consolidando como um espaço híbrido, no qual o jornalismo e a comunicação digital coexistem e se transformam mutuamente. Ainda há desafios e oportunidades para a presença do jornalismo nesse ambiente, mas seu papel na legitimação e contextualização dos eventos de e-sports é possível.

Dessa forma, podemos visualizar que o e-sports representa não apenas a convergência de diferentes linguagens e formas de mídia, mas também um ecossistema que está sendo constantemente remodelado pela interação entre tecnologias conectivas contemporâneas e práticas culturais. A partir desse processo de hibridização, onde as plataformas de *streaming* e a participação ativa da audiência desempenham papéis essenciais na construção e disseminação das narrativas.

## **2.5 Tribos digitais, pertencimento e estética da presença**

O universo dos e-sports é, antes de tudo, um espaço de comunidade. E, como vimos, essa comunidade não se limita aos jogadores profissionais, mas inclui também *streamers*, torcedores e fãs, todos integrados em uma rede comunicacional digital. As relações sociais, culturais e comunicacionais no universo do e-sports são estabelecidas por meio de plataformas digitais, como Discord, Twitch e redes sociais como o antigo Twitter, atual X. Nesses espaços, os fãs interagem não apenas com o conteúdo das partidas, mas com outros membros da comunidade e com os próprios jogadores.

Ao passo de como diz Castells “vale lembrar que os sujeitos comunicativos não são entidades isoladas; ao contrário, eles interagem entre si formando redes de comunicação que produzem significado compartilhado” (Castells, 2015, p.186). O cientista social nos aponta assim a noção de “identificação cultural” entendida como o processo pelo qual os indivíduos, ao se integrarem em redes, se reconhecem como grupos, partilham valores simbólicos e constroem sentidos coletivos sobre si e sobre o mundo, “como projetos específicos de construção de identidade” (Castells, 2015, p.171).

A ideia de “tribo”, tal como proposta por Michel Maffesoli (2000), também ajuda a compreender esses agrupamentos contemporâneos que se formam com base em afetos compartilhados, estilos de vida, valores simbólicos e estéticos. Para o autor, as tribos pós-modernas são coletividades fluidas, efêmeras e intermitentes, unidas não por estruturas rígidas, mas por vínculos emocionais e uma “estética da presença”, ou seja, uma valorização da convivência, da sensibilidade comum e da visibilidade social.

Nesse contexto, o pertencimento tribal não se dá por meio de estruturas institucionais ou categorias sociológicas tradicionais, mas é performado no cotidiano, por meio de signos, linguagens e práticas que marcam o estar junto, mesmo que virtualmente. Os e-sports, nesse sentido, configuram um espaço privilegiado de “tribalização digital”, no qual torcedores compartilham gírias e expressões, narrativas de rivalidade e apoio, expondo coletivamente suas identidades e paixões.

Durante a realização de campeonatos presenciais é possível observar como a estética da presença se materializa de forma expressiva. Torcedores exibem camisetas personalizadas, bandeiras, cartazes, entoam cânticos e *slogans* que circulam nas transmissões e nas redes sociais. Essa corporeidade simbólica que se manifesta no espaço físico é também replicada nos ambientes digitais, por meio de perfis com avatares personalizados, *fanarts*, montagens visuais e comentários que reforçam laços de identificação.

Maffesoli destaca que, na sociedade contemporânea, o “estar junto” muitas vezes se sobrepõe ao “ser algo”. Diz o autor que “o mundo virtual das ciberculturas é uma maneira de expressar o desejo do estar-junto” (Maffesoli, 2018, p.12). A coesão dos grupos se dá pela experiência compartilhada do presente, pela emoção coletiva e pelo senso de comunidade momentânea, ainda que fragmentária. O que se compartilha não é apenas um gosto ou um objetivo, mas um sentimento de pertencimento, que se alimenta de rituais cotidianos: assistir fielmente ao meu mesmo *streamer*, comentar ao vivo no chat, rir das mesmas piadas internas, apoiar os mesmos jogadores ou rivalizar com as mesmas equipes adversárias.

A estética da presença, conforme delineada por Maffesoli, não é apenas visual ou performática, mas também afetiva e simbólica. Trata-se de uma forma de estar no mundo ou no ciberespaço ancorada em sensações e em formas coletivas de expressão. A identificação dos membros de uma tribo digital se dá por meio de códigos reconhecíveis, de uma linguagem comum e da partilha de um imaginário coletivo que, nos e-sports, é alimentado por momentos icônicos de campeonatos, por bordões dos *casters*, pela estética visual dos jogos e pelas narrativas emocionais que envolvem vitórias e derrotas.

Nesse sentido, as transmissões de e-sports operam não apenas como exibição técnica de partidas, mas como palcos simbólicos nos quais o pertencimento tribal é encenado e reforçado. A torcida, os comentários no *chat*, os cliques compartilhados, as reações gravadas em tempo real, tudo isso constitui uma rede de manifestações que extrapolam o jogo e configuram o espaço simbólico da tribo.

Além disso, Maffesoli também nos ajuda a pensar a resistência que esses agrupamentos expressam em relação às normas institucionais ou à racionalidade instrumental. As tribos

digitais dos e-sports não se organizam de maneira hierárquica ou sistematizada; ao contrário, atuam em lógicas horizontais, pautadas por afinidades eletivas e pela espontaneidade das interações. É justamente essa leveza que confere potência ao coletivo: não há regras fixas de pertencimento, mas sim vínculos que se renovam pela repetição de rituais, pela emoção compartilhada e pela valorização do estar junto.

Assim, a partir da perspectiva maffesoliana, podemos compreender os e-sports como um fenômeno social que ultrapassa o campo dos jogos: trata-se de uma expressão cultural complexa, que articula estética, afetividade e presença, e que revela uma das formas contemporâneas de vivência comunitária na era digital.

### 3 SOCIEDADE, CULTURA E COMUNICAÇÃO: MUDIATIZAÇÃO

Como discurremos até aqui, vivemos em uma sociedade fortemente mediada pelas tecnologias digitais, onde as interações sociais e culturais estão cada vez mais inseridas no virtual. Ao pensarmos as dinâmicas comunicacionais contemporâneas que atravessam o campo dos e-sports, entendemos por bem, refletir sobre os processos de midiatização que configuram tais práticas.

#### 3.1 Dos Meios às mediações

Em 1987, o antropólogo e filósofo colombiano, nascido na Espanha, Jesús Martín-Barbero publica “Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia” indicando uma espécie de “virada de chave” nos estudos da comunicação: a passagem do foco nos meios técnicos para as mediações culturais da comunicação.

Martín-Barbero refuta a abordagem teórica centrada nos meios de comunicação e adverte que a “onipotência atribuída pela versão funcionalista aos meios passou a recair sobre a ideologia, que se tornou objeto e sujeito, dispositivo totalizador dos discursos” (Martín-Barbero, 1997, p. 278).

Assim, evidencia que, até então, as investigações sobre os “processos de constituição do massivo” estavam menos preocupadas com a comunicação em si e mais voltadas aos efeitos de “manipulação” ou de “alienação” impostos pelos meios de massa compreendidos como emissores-dominantes sobre receptores-dominados. De forma que, Martín-Barbero classifica tal corrente como “ideologista”, uma “concepção instrumentalista dos meios de comunicação, concepção esta que os privou de densidade cultural e materialidade institucional, convertendo-os em meras ferramentas de ação ideológica” (Martín-Barbero, 1997, p.279).

Em contraposição, o autor sublinha a emergência de sujeitos sociais e identidades culturais novas que posicionavam a comunicação em um lugar estratégico da sociedade. (Martín-Barbero, 1997, p. 258). Para tanto, ele abre caminho para se pensar sobre a necessidade de uma teoria da comunicação que não se limitasse a disciplinas vizinhas, como a semiótica ou a sociologia, mas que fosse pensada a partir da própria comunicação.

Nesse sentido, Martín-Barbero propõe que “o eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais” (Martín-Barbero, 1997, p.258). Esse olhar buscava romper com a centralidade atribuída aos aparatos

técnicos e reorientar a análise para os modos como os sujeitos se apropriam das tecnologias a partir de suas culturas, valores, identidades e contextos históricos. Dizia Martín-Barbero que era necessário compreender a:

Reconceitualização da cultura que nos confronta com essa outra experiência cultural que é a popular, em sua existência múltipla e ativa não apenas na memória do passado, mas também na conflitividade e na criatividade atuais. Pensar os processos de comunicação, neste sentido, a partir da cultura, significa deixar de pensá-los a partir das disciplinas e dos meios. Significa romper com a segurança proporcionada pela redução da problemática da comunicação à das tecnologias (Martín-Barbero, 1997, p.285).

O que queria Martín-Barbero, portanto, era encontrar uma concepção que pudesse investigar comunicação/cultura a partir do popular e que permitisse “uma compreensão dos diferentes modos de apropriação cultural, dos diferentes usos sociais da comunicação” (Martín-Barbero, 1997, p.290). O autor latino-americano busca pensar a comunicação não focando na infraestrutura (meios técnicos) e sim na superestrutura (cultura, uso social), indo dos meios às mediações e percebendo que a produção do sentido se dá na experiência.

Nas palavras do professor José Luiz Braga, “Jesús Martín-Barbero vem assinalar, nos anos 1980, uma mediação fundamental entre a sociedade e as proposições da mídia de massa: a inserção cultural do receptor” (Braga, 2012, p.33).

Pois, diferentemente da Teoria Crítica da Escola de Frankfurt, Martín-Barbero reconhece um receptor capaz de ler e interpretar as mensagens da mídia a partir de suas “mediações culturais”. Ou seja, o público utilizaria suas próprias experiências, tradições e contextos culturais para decodificar a mensagem, exercendo um “uso social dos meios” e praticando um processo de circulação de sentido.

Um clássico exemplo do autor está em sua análise do consumo das telenovelas na América Latina. Ele argumenta que o público não apenas assiste, mas toma os enredos das novelas como ponto de partida para discussões sobre a vida real (problemas de família, desigualdade, etc.). Isso demonstra que as pessoas são capazes de se apropriar das narrativas e dar a elas um novo significado, por vezes diferente do pretendido pela emissora.

Para Martín-Barbero, na vida cotidiana, cultura, comunicação e política se articulam, se entrelaçam. As mediações, nesse sentido, não são meros canais ou obstáculos entre emissores e receptores, mas instâncias constitutivas da própria comunicação/sociedade. Nesse quadro, o autor identifica três conjuntos fundamentais de mediações: a cotidianidade familiar, onde se organizam práticas e valores partilhados, onde se trabalha com a questão da proximidade e a do reconhecimento que “familiariza tudo”; a temporalidade social, que estrutura a experiência do

tempo coletivo e histórico; e a competência cultural, que define os repertórios e capacidades simbólicas mobilizados pelos sujeitos na interpretação das mensagens.

Ao lidar com comunicação e cultura de forma tão intrincada, Martín-Barbero acaba por receber algumas críticas ao seu trabalho, com questionamentos sobre o fato do autor dar à cultura a centralidade de sua análise e não à comunicação. No entanto, o próprio Martín-Barbero (1997) reformula sua ideia de “mediações culturais da comunicação” para “mediações comunicacionais da cultura”. Com isso, reconhece o protagonismo do comunicativo, destacando que a comunicação não apenas traduz a cultura, mas é constitutiva dela, ou seja, media as formas de vida cultural e social e, desse modo, estrutura as relações sociais contemporâneas. Não se trata de “retornar aos meios”, mas de ampliar o conceito de mediação.

Ao falar sobre o deslocamento proposto por Martín-Barbero, dos meios às mediações, Braga enfatiza que a formulação:

Por um lado, propõe a superação de uma visão objetivista dos meios (da indústria cultural, suas tecnologias, seus produtos), a serem redirecionados para uma visão relacional da sociedade. Por outro, introduz uma preocupação da área com a composição daquelas mediações, com os elementos que aí se realizam - mas sobretudo com o modo, a intensidade, a eficácia de tais mediações (culturais) no enfrentamento de seu par relacional (a mídia com seus produtos). Essa percepção é relevante, não apenas porque põe em cena o receptor integrado em seus ambientes - mas também porque começa a fazer perceber os processos midiaticizados (Braga, 2012, p.33).

Ainda que não tenha trabalhado diretamente com a questão da midiatização, tampouco se referido abertamente ao fenômeno em seus estudos, ao falar de mediação comunicativa da cultura, Martín-Barbero traça uma espécie de ponte para os pensamentos dos estudiosos da comunicação contemporânea (França, 2020, p.38).

### 3.2. Mediação e midiatização

Vale lembrar que especificidades linguísticas podem gerar “confusões” acerca dos termos mediação, mediatização e midiatização. Luís Mauro de Sá Martino explica que, em português, o termo “mídia” é uma adaptação baseada na pronúncia anglo-saxônica de *media*, palavra de origem latina, plural de *médium*, que significa “meio”. Além disso, o autor observa que as complicações terminológicas podem ser ainda maiores quando pensamos que na língua inglesa a palavra *mediatization* – que se traduz como “mediatização” ou “midiatização” em português – compartilha a mesma raiz com o conceito de *mediation*, traduzido como “mediação” (Martino, 2014, p. 237).

O professor observa que “isso cria um problema para pesquisadores de comunicação latino-americanos” (Martino, 2014, p. 237). Tal dificuldade decorre do fato de que, em nosso

contexto, a Teoria das Mediações, de Jesús Martín-Barbero, consolidou-se a partir da ideia de que as mensagens dos meios de comunicação são sempre “mediadas” pelos receptores, ou seja, compreendidas em um processo cultural complexo de negociação de sentidos. Já para estudiosos europeus e estadunidenses, por sua vez, o termo *mediation* é frequentemente empregado para designar o uso da mídia por uma instituição estando, nesse caso, “mediada” no sentido de intermediada ou atravessada pela lógica institucional.

No que pesa as diferenciações das nomenclaturas, à parte, Gislene Silva chama a atenção para as evoluções de um foco de pesquisa ao outro, de forma que pontua que no momento em que passamos a falar sobre midiatização, estamos então “frente à centralidade dada novamente às mídias, em configuração bastante longínqua daquela centralidade dos meios enfrentada pelas mediações de Martín-Barbero (...) o desafio é de outra ordem, o de pensar e compreender esse estágio ou estado de midiatização” (Silva, 2012, p.112).

Não à toa, o pesquisador brasileiro Pedro Gilberto Gomes enfatiza a contemporaneidade da midiatização que emerge como “um conceito chave, fundamental para descrever o presente e a história dos meios e a mudança comunicativa que está ocorrendo” (Gomes, 2016, s.p.). Defende o autor que “a midiatização é usada para descrever o processo de expansão dos diferentes meios técnicos e considerar as interrelações entre a mudança comunicativa dos meios e a mudança sociocultural” e, exatamente por isso, se apresenta como um “conceito fundante para a compreensão do que está acontecendo hoje na sociedade” (Gomes, 2016, s.p.).

Na mesma direção, a professora Vera Veiga França explica que:

Se o advento dos meios de comunicação de massa, na primeira metade do século passado, alterou e inovou completamente os cenários e formas comunicativas, o meio digital – e as múltiplas plataformas que não cessam de ser criadas – revolucionou(aram) completamente a vida social, as formas de sociabilidade, o protagonismo individual, as práticas políticas, as intervenções corporativas. Sua penetração nos diferentes espaços da vida social, nas diferentes esferas da sociedade nas últimas duas décadas veio configurar um fenômeno novo e desafiador (França, 2020, p. 24).

Assim, ao contextualizar as mudanças na realidade em que vivemos, a autora conclui que “midiatização, portanto, é um termo que nomeia o fenômeno, mas é também um conceito” (França, 2020, p.24). Pois, ao mesmo tempo em que estamos inseridos nessa vida midiatizada, com celulares nas mãos e conectados em “n” plataformas, estamos também buscando compreender de forma epistêmica do que se tratam essas possibilidades de conexão.

É assim que Antonio Fausto Neto reconhece uma espécie de determinador temporal ao alegar que deixamos a “sociedade dos meios” para adentrarmos na “sociedade da midiatização”. Enquanto na composição anterior as mídias possuíam uma autonomia relativa, na fase atual a

cultura midiática se converte na referência central para a organização e a dinâmica social, influenciando os mais diversos níveis da sociedade e produzindo o que o autor chama de “zonas de afetação” (Fausto Neto, 2008a, p. 93).

Estamos, portanto, em um momento no qual diversos autores exploram a midiatização em diferentes dimensões, observando como ela se manifesta nas instituições, na sociedade e nos indivíduos.

### 3.2.1 Midiatização institucional

Você vai sair de casa. Não liga para o taxista da esquina, nem decorra o horário do ônibus mais. Abre o aplicativo no celular, escolhe o carro pelo conforto, nota e preço. Acompanha o trajeto do motorista no mapa virtual em tempo real. Depois da corrida, você avalia o motorista com estrelas. E ele te avalia também.

A ação cotidiana de se locomover tem hoje uma lógica mediada, uma vez que plataformas como Uber e outras funcionam como mídia: conectam pessoas, personalizam serviços e geram notificações e até espaço para interações (mensagens e até estrelas de pontuação). A relação com o transporte vira uma experiência de interface. Você não se locomove apenas, você interage, escolhe, compartilha, avalia. Tudo é mediado por uma tela que transforma a mobilidade em evento comunicativo: “seu motorista está chegando”, “gostou da corrida?”, “você ganhou um cupom!”.

Segundo Stig Hjarvard, a midiatização acontece quando a mídia se infiltra em práticas sociais tradicionais e as transforma com sua lógica. Podemos citar exemplos como deixar de ir ao banco para tirar dinheiro em espécie e se habituar a fazer pagamentos por aplicativos ou substituir encontros presenciais por reuniões em plataformas de videoconferência.

A midiatização, portanto, não apenas transforma atividades tradicionais em experiências mediadas, como impõe diferentes lógicas de tempo, espaço e interação. Com celulares em mãos, vendo vídeos e interagindo em redes sociais, nossa percepção do tempo de uma viagem de ônibus, por exemplo, pode parecer passar diferente, talvez sem nem olhar pela janela para ver a paisagem como antes. Outro dia, um amigo me contou que se “acostumou” a dormir ouvindo som de chuva que pede para Alexa (assistente virtual) tocar.

Nessa trilha, Hjarvard aponta que a midiatização “denota os processos pelos quais a cultura e a sociedade tornam-se cada vez mais dependentes dos meios de comunicação” (Hjarvard, 2014, p.26). De forma que o autor nos lembra que:

Os usos de diversos meios de comunicação têm sido simultaneamente integrados às práticas de outros domínios institucionais. Com a ascensão das mídias interativas e digitais, esse processo se intensificou, tornando as comunicações mediadas indispensáveis a quase todos os domínios institucionais, como a política, a educação, o trabalho etc. Ao mesmo tempo em que os meios de comunicação adquiriram impulso como uma instituição em si mesma, a mídia se tornou onipresente em quase todas as esferas da sociedade (Hjarvard, 2014, p. 30).

Na concepção de Hjarvard, a mediação preocupa-se com os padrões em transformação de interações sociais e relações entre os vários atores sociais, incluindo instituições. No entanto, ele lembra que não devemos confundir instituições (política, religião, família) com organizações midiáticas (empresas e marcas). Ademais, ressalta que “nos últimos cem anos, os meios de comunicação se diferenciam de outras práticas sociais e tornaram-se uma instituição separada na sociedade” (Hjarvard, 2014, p.30).

Assim, o autor enfatiza que a mídia pode se integrar ao mundo cotidiano de outros espaços da sociedade, conectando “as partes individuais da sociedade mais ampla, ao constituírem espaços públicos comuns para a reflexão sobre assuntos coletivos, quanto estão situados dentro das unidades menores da sociedade, por exemplo, o universo familiar” (Hjarvard, 2014, p.32).

De acordo com Hjarvard, a mídia introduz sobreposições estruturais entre diferentes lógicas institucionais de três maneiras principais. Primeiro, ao oferecer uma esfera pública que torna as instituições visíveis e promove debates sobre normas, recursos e legitimidades, abrangendo tanto temas políticos quanto culturais. Segundo, pela inserção direta nas práticas institucionais, tais como família, escola, trabalho, produzindo uma virtualização que desloca atividades de seus espaços físicos e cria novas tensões e negociações de autoridade, como no caso da escola frente ao uso de mídias digitais em sala de aula ou da mistura entre vida doméstica e profissional. Terceiro, porque a mídia se consolida como uma instituição semi-independente, cujas próprias lógicas, técnicas, estéticas e comunicacionais passam a moldar o funcionamento de outras instituições, obrigando-as a adaptar valores, práticas e formas de interação, como ocorre quando organizações religiosas incorporam redes sociais e promovem transformações em suas relações com os fiéis/espectadores/fãs.

Dessa forma, quando a mídia promove a virtualização de práticas sociais, instaura também territórios mediados, nos quais as interações não dependem mais do espaço físico, mas da organização técnica e simbólica das plataformas digitais. O autor traz como exemplo o jogo de xadrez que com sua versão virtual, mantém as mesmas regras, mas possibilita que o jogador possa enfrentar outro ou disputar a partida diretamente contra o computador em um espaço que não é físico, o tabuleiro é digital.

No contexto dos e-sports, por exemplo, torneios e partidas online funcionam exatamente nesse sentido: os jogadores, o público e os comentaristas interagem simultaneamente em espaços digitais - não é um estádio, mas é um território virtualizado comum de interação - mediando e sendo mediados por interfaces, notificações e fluxos comunicacionais, transformando a experiência do jogo em um fenômeno social complexo.

### 3.2.2 Mídia e sociedade

Se em Hjarvard a ênfase recai sobre a mídia como instituição que se infiltra e reorganiza práticas sociais, José Luiz Braga propõe compreender a mediação como um processo difuso de transformação da própria sociedade e observa que os modos de interação social, de produção de sentidos e de organização das práticas coletivas passam a ser atravessados por lógicas comunicacionais, de tal forma que a sociedade contemporânea já não pode ser pensada fora de um quadro mediado.

Diz Braga que com a “mediação crescente dos processos sociais em geral, o que ocorre agora é a constatação de uma aceleração e diversificação de modos pelos quais a sociedade interage com a sociedade” (Braga, 2012, p.35). Como então investigar essa sociedade mediada senão por meio das mudanças das configurações comunicacionais por ele despertadas? Explica o autor que:

assim como, desde o século XVI, a imprensa se desenvolveu como um componente estruturante da sociedade (notadamente a e senão), na medida em que buscava organizar, diversificadamente, as potencialidades da escrita a serviço de seus interesses múltiplos e frequentemente contraditórios; assim também vemos os processos de interacionalidade mediadora estimulando os modos pelos quais a sociedade se comunica e, em consequência, tentativamente se organiza (Braga, 2012, p.37)

Braga reforça que a tecnologia é um ponto relevante, porém, salienta que os processos comunicacionais contemporâneos não se dão única, exclusiva e/ou simplesmente devido à invenção tecnológica. O que importa para ele é a apropriação que a sociedade faz das tecnologias disponíveis promovendo assim uma “invenção social”. Diz o pesquisador que “é porque a sociedade decide acionar tecnologias em um sentido interacional que estas se desenvolvem - na engenharia e na conformação social” (Braga, 2012, p. 36).

Pensemos, por exemplo, no YouTube, plataforma digital que surgiu para que as pessoas disponibilizassem seus vídeos pessoais, no entanto, conforme a sociedade passou a fazer uso da ferramenta, uma discussão sobre regulamentação e direitos autorais surgiram. Nessa

trajetória, podemos observar uma “resposta social” que a apropriação, a invenção social despertou sobre a plataforma.

Braga trabalha com o viés de que a midiatização da sociedade corresponde a viabilizar acesso posterior e a ampliar o escopo e a abrangência das mensagens, tornando-as diferidas e difusas. Assim, em seu livro “A Sociedade Enfrenta Sua Mídia: dispositivos sociais de crítica midiática”, Braga (2006) fala sobre circulação e aponta que a comunicação não se esgota na recepção, pois a sociedade interage com a mídia e para além da interatividade, há interação social.

O sistema de interação social sobre a mídia (seus processos e produtos) é um sistema de circulação diferida e difusa. Os sentidos midiaticamente produzidos chegam à sociedade e passam a circular nesta, entre pessoas, grupos e instituições, impregnando e parcialmente direcionando a cultura. Se não circulassem, não estariam “na cultura” (Braga, 2006, p.27).

Ou seja, não se trata apenas de interatividade, mas de interação social. É justamente por ser interacional, porque há apropriação e recriação, que o processo da midiatização se torna ativo. Nesse sentido, podemos aproximar o atual desdobramento social do campo do e-sports da perspectiva de Braga, especialmente no que se refere à circulação e à interação, como exemplo de que a midiatização não se limita à simples difusão de conteúdos, mas envolve processos complexos de ressignificação, apropriação e reconfiguração a partir das lógicas midiáticas.

Assim como em qualquer outra modalidade competitiva, o e-sports também constrói uma narrativa de “rivalidade por tradição” entre equipes e, principalmente, entre torcidas. Mas no caso dos jogos eletrônicos competitivos, possivelmente inclusive devido a sua ambientação virtual, boa parte das “provocações” entre torcidas se dá por meio de um “produto” muito próprio da midiatização: os memes (virais da internet). O fato é que a comunicação não cessa quando o receptor/espectador/torcedor recebe a informação e ponto, pois há uma produção de sentido que vai se difundindo pela comunidade de e-sports e continua repercutindo.

Outro ponto relevante é a relação entre os e-sports e as comunidades participativas. Diferente das mídias tradicionais, os e-sports promovem uma intensa troca entre produtores de conteúdo e espectadores. Comunidades de fãs são responsáveis por transformar e ressignificar narrativas, influenciando a cultura midiática de maneira ativa. No caso do e-sports, essa participação é visível em práticas como o compartilhamento de conteúdo nas redes sociais, e até mesmo a criação de conteúdo independente, além do engajamento em fóruns e chats.

Aponta Braga que “com a percepção de que os receptores são ativos, a circulação passa a ser vista como o espaço do reconhecimento e dos desvios produzidos pela apropriação” (Braga, 2012, p. 38). O autor diz naturalmente incluir nesse contexto a circulação que se dá nas redes sociais e reconhece que justamente nesse ambiente midiático, “diferentes lógicas interacionais definem outros papéis para os participantes” (Braga, 2012, p.41).

A atenção de Braga, portanto, está sobre o “fluxo contínuo da circulação”. E, nesse ponto, permita-me trazer um relato pessoal como exemplificador. Em 2021, durante a pandemia da Covid-19, pertencente a grupo de risco devido a minha condição de paciente oncológica na época, me mantive em um cuidadoso isolamento. Naquele momento, assim como para tantas e tantas pessoas em todo o mundo, o espaço virtual se tornou minha janela para a vida. Certo dia, uma *hashtag* no topo dos assuntos mais comentados no X (antigo Twitter) chamou minha atenção, dizia #DiaDeFúria. Ao seguir a *hashtag* fui direcionada para a Twitch (plataforma *streaming* voltada para o universo gamer). A equipe brasileira da Fúria jogava uma partida de um campeonato internacional do jogo eletrônico CS:GO naquele dia. Com a *hashtag*, os espectadores/torcedores levaram da plataforma na qual assistiam ao jogo para as redes sociais e me encontraram ou foram por mim encontrados. Fato é que a partir de então, eu que nunca tinha assistido (nem mesmo jogado videogames), me tornei uma espectadora das transmissões de campeonatos de jogos eletrônicos. E essa pesquisa é hoje uma propagação da inquietação despertada desde então nesta comunicadora a respeito de tal universo.

Sendo este presente trabalho, portanto, um exemplo da percepção de Braga de que:

não é “o produto” que circula – mas encontra um sistema de circulação no qual se viabiliza e ao qual alimenta. O produto, entretanto, é um momento particularmente auspicioso da circulação – justamente porque, consolidado em sua forma que permanece (e que se multiplica, na sociedade midiática), pode continuar circulando e repercutindo em outros espaços (Braga, 2012, p. 41).

O autor esclarece ainda que na sociedade pré-midiática havia instituições e estruturas historicamente elaboradas, os campos sociais como descreve Bourdieu. No entanto, na sociedade em midiática, o “campo dos media”, ou seja, aquele da mídia tradicional/institucional/profissional não é detentor de exclusividade na influência social que exerce. Pois, com o surgimento de diversificados modos para interagir na sociedade, diz Braga que “todos os setores da sociedade são instados, pela própria predominância da midiática” (Braga, 2012, p.43).

Equivaler a dizer que com a apropriação social das mídias digitais, a circulação se faz sem necessariamente passar pela mídia tradicional, ou seja, pela imprensa. É assim que Braga sintetiza que “o uso de processos tecnologicamente acionados para a interação já não é mais

um “fato da mídia” (...) são antes de tudo fatos comunicacionais da sociedade” (Braga, 2012, p. 44).

### 3.2.3 Mídiação do ser humano

Um dos maiores nomes entre os pesquisadores brasileiros que se debruçam sobre os estudos de comunicação, Muniz Sodré visualiza uma camada mais profunda para o fenômeno comunicacional contemporâneo. E, se até aqui, falamos sobre relações, interações comunicacionais e culturais no âmbito da sociedade midiaticizada, Sodré vem falar sobre uma mídiação do próprio ser humano.

Em “Antropologia do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede”, Sodré (2002) percorre um caminho conceitual que diferencia mediação e mídiação, chegando à formulação do que chama de *bios* midiático, isto é, uma nova forma de vida.

Na perspectiva de Sodré, mediação corresponde ao conjunto de instâncias simbólicas, tais como o trabalho, as leis e as artes, entre outras que funcionam como pontes entre sujeitos e/ou grupos, o que segundo ele “implica diferentes tipos de interação” (Sodré, 2002, p21). Sendo, por exemplo, a linguagem uma mediação universal.

A mídiação, por sua vez, aparece em Sodré como um processo de mediação social intensificado pelas tecnologias digitais. Nessa configuração, os sujeitos vivem em um espaço comunicacional, sustentado pelas chamadas “tecnointerações”. Na visão do autor, essas dinâmicas promovem um elevado grau de indiferenciação entre indivíduo e imagem, de modo que o sujeito passa a existir em um horizonte de conectividade permanente. Ressalta, ainda, que “nos ambientes digitais da nova mídia, porém, o usuário pode “entrar” e mover-se” (Sodré, 2002, p.23).

O meio, para Sodré, é antes de tudo ambiente, tecido relacional que dá forma às experiências comunicacionais. Assim, identifica “a mídiação, por conseguinte, uma qualificação particular da vida, um novo modo de presença do sujeito no mundo ou, pensando-se na classificação aristotélica das formas de vida, um *bios* específico” (SODRÉ, 2002, p.24). Nessa linha, inspirando-se na tradição aristotélica que identifica três formas de vida na pólis: a contemplativa (*bios theoretikos*), a política (*bios politikos*) e a prazerosa (*bios apolaustikos*), o autor sugere que a mídiação introduz um quarto modo de existência. E esclarece:

Partindo-se da classificação aristotélica, a mídiação ser pensada como tecnologia de sociabilidade ou um novo *bios*, uma espécie de quarto âmbito existencial, onde predomina (muito pouco aristotelicamente) a esfera dos negócios, com uma qualificação cultural própria (a “tecnocultura”). O que já se fazia presente, por meio

da mídia tradicional e do mercado, no ethos abrangente do consumo, consolida-se hoje com novas propriedades por meio da técnica digital (Sodré, 2002, p.25).

Contudo, Sodré não se restringe à dimensão cultural: ao olhar para a comunicação contemporânea, ele ressalta também as implicações políticas e econômicas. Refere-se à economia digital e à transformação da imagem em mercadoria, mas sublinha sobretudo a emergência de mecanismos de poder. Como afirma, não se trata apenas de mudanças no trabalho, no lazer ou nas formas de sociabilidade, mas de “um novo tipo de exercício de poder sobre o indivíduo (o “infocontrole”, a “datavigilância”)” (Sodré, 2002, p. 15).

Se o *bios* midiático configura um modo de existência marcado pela tecnocultura e pela conectividade permanente, são os algoritmos que, no interior desse ambiente, orientam fluxos informacionais, modulam visibilidades e, sobretudo, instituem formas de controle social.

Nos lembra Sodré que “a sociedade contemporânea (dita “pós-industrial”) rege-se pela midiaticização, quer dizer, pela tendência à “virtualização” (Sodré, 2002, p.21). E, de forma complementar, Pedro Gilberto Gomes (2020) destaca que “a sociedade atual percebe e se percebe por meio das mídias”.

Um exemplo concreto desse processo encontra-se nas redes sociais digitais, como Instagram e TikTok. Nessas plataformas, não se trata apenas de interação entre usuários, mas de uma existência midiaticizada, na qual o sujeito passa a “viver” através de seu perfil. O que se exhibe e circula nesses ambientes não é mera representação, mas um modo de presença no mundo, em que a vida virtual se confunde com a vida real. É nesse espaço que os algoritmos atuam silenciosamente, definindo quais identidades ganham visibilidade, quais experiências se tornam compartilháveis e quais permanecem invisíveis.

Ademais, constata Sodré que

O que se tem conhecido como “sociabilidade de plataforma” é uma construção técnica, manipulável por algoritmos, geradora de simulacros participativos. No dispositivo, o monopólio é propriamente simbólico, o que não implica efeitos diretos de controle econômico, mas de comportamentos e atitudes; portanto, de restrição à autonomia do sujeito (Sodré, 2021, p.12).

Ainda segundo o autor, “a rede é uma ‘cidade’ sem cidadania, todos os habitantes eletronicamente juntos, mas humanamente separados” (Sodré, 2021, p. 13). Tal paradoxo evidencia tanto o potencial mobilizador da comunicação digital de operar como “megafone eletrônico” em situações de catástrofe ou de mobilização social, quanto sua vulnerabilidade às manipulações políticas, como no caso das disputas eleitorais (Sodré, 2021, p. 13).

A reflexão de Muniz Sodré, que trata da virtualização da vida e da manipulação algorítmica da sociabilidade, aproxima-se da formulação de Eugênio Bucci (2021) sobre a

“superindústria do imaginário”. Jornalista e professor, Bucci enfatiza que o capitalismo contemporâneo opera cada vez mais na esfera da comunicação, transformando o imaginário em mercadoria. A informação, as imagens e os afetos não são apenas distribuídos, mas sim produzidos, gerenciados e comercializados em escala global.

Nesse contexto, os algoritmos atuam como as engrenagens dessa superindústria. Eles gerenciam fluxos de atenção, organizam o consumo simbólico e orientam comportamentos. Cada interação, seja um clique, uma curtida ou um compartilhamento, alimenta sistemas de rastreamento e predição que, por sua vez, retroalimentam a lógica de vigilância e controle descrita por Sodré.

Bucci evidencia como esse processo  , essencialmente, uma economia política do imaginário, na qual a visibilidade se torna um valor central. O que se consome nas plataformas digitais não   são cont eudo, mas um sistema de crenças, identidades e narrativas coletivas, produzido simultaneamente por usuários e plataformas, que os convertem em mercadoria simbólica. Pois como Bucci salienta, o “capital compra olhar social” (Bucci, 2021, p.22).

Em suma, a midiatiza o contemporânea não apenas modula as intera o es sociais, mas também institui uma nova configura o do capitalismo, sustentada pela fusão entre comunica o, tecnologia e a economia da aten o. A superindústria do imaginário   o terreno onde os algoritmos se consolidam como dispositivos de poder, determinando as condi o es de visibilidade, pertencimento e até mesmo de cidadania no espaço digital. De modo que Bucci enfatiza que:

Todas as imagens acessíveis em todas as telas e as linguagens que trafegam pelos meios de comunica o se tornaram mercadorias e são fabricadas industrialmente, ou, melhor, superindustrialmente. Impregnados de valor de troca, esses produtos atravessam a imagina o das pessoas. Por meio disso, o capital avança sobre as subjetividades e sobre as subjetiva o es (Bucci, 2021, p.24).

### **3.3 Divergências: a transmissão de e-sports e a desintermedia o**

Como traçado até aqui, o cenário comunicacional contemporâneo está diretamente ligado às transforma o es estruturais nos modos de produ o, circula o e recep o de cont eudos na era digital. Nesse ambiente a comunica o ocorre de forma descentralizada, participativa e altamente interativa.

Reconhecemos assim que o “ecossistema dos e-sports” se estabelece como nativo da sociedade em rede e que se situa com base na era da convergência midiática e na participa o ativa do público que redefinem a experiência de consumo e intera o (Castells, 2003; Jenkins, 2008) como abordamos no capítulo anterior.

Com o advento das plataformas digitais, criadores de conteúdo, atletas, torcedores e organizações passaram a comunicar-se diretamente com suas audiências, reformulando as lógicas de mediação e os papéis sociais ligados à produção simbólica.

Essas características tão próprias da sociedade midiaticizada na qual vivemos, abrem caminho também para um processo de desintermediação, que se refere à redução ou até mesmo eliminação dos tradicionais mediadores institucionais na comunicação.

Ao falar sobre o processo que coloca o leitor/espectador como “companheiro promovido”, Antônio Fausto Neto (2009) ressalta que nessa gangorra, o profissional, “enquanto mediador perde força na medida em que ele, o jornalista, é transformado em um receptor de uma enunciação que vem de outro lugar: *nós vamos (apenas) noticiar e você vai criar a notícia*” (Fausto Neto, 2009, p.22). O autor explica que:

A ascensão de uma nova figura de “mediador”, ofuscando - ou mesmo ocupando a cena do processo produtivo jornalístico - parece-nos estar associada a dois fatores que, de alguma forma se correlacionam: de um lado, o processo exacerbado de midiaticização que ao gerar uma nova ambiência sócio-técnica-discursiva estaria ensejando que todas as instituições e atores sociais, venham a ser afetadas pelas lógicas e operações de midiaticização. Isso significa o acesso dos sujeitos às tecnologias e seus processos de codificação, facilitando regimes cooperativos entre estes e os sistemas produtivos de informação. Por outro lado, o enfraquecimento da figura do perito, o especialista, em decorrência da ascensão de novos protocolos de produção de dados e de codificação técnico-simbólica (Fausto Neto, 2009, p.23).

Assim, o espaço digital se consolida como um campo em que a mediação tradicional dá lugar a formas horizontais e descentralizadas de circulação de sentidos, pautadas pela lógica da participação, da visibilidade algorítmica e do engajamento afetivo.

Nos e-sports, essa dinâmica é visível em diferentes frentes. Produtores de conteúdo, os *streamers*, hoje assumem protagonismo na cobertura dos campeonatos; jogadores profissionais compartilham, diretamente com seus seguidores, bastidores, opiniões e até treinos ao vivo; torcedores, por sua vez, deixam de ser apenas receptores passivos para se tornarem produtores de conteúdo e agentes ativos na construção narrativa do cenário competitivo.

Lucia Santaella (2013) destaca a relevância da chamada “cultura gamer” no contexto contemporâneo, afirmando que os jogos eletrônicos são um fenômeno cultural que envolve práticas sociais e simbólicas. Segundo a autora, os *gamers* participam ativamente da criação de significados dentro dessas plataformas, formando comunidades, desenvolvendo linguagens próprias e promovendo interações que ultrapassam os limites da tela. Para Santaella, a cultura *gamer* revela uma forma de imersão cognitiva e estética que molda novas formas de percepção e interação com o mundo, característica central da era digital.

Como argumenta Manuel Castells (2015), vivemos uma crise de intermediação institucional: antigos centros emissores de poder simbólico perdem sua centralidade diante da emergência de redes colaborativas e de comunicação em tempo real. A autoridade cultural, que antes era garantida por instâncias validadoras como editoras, jornais ou canais de televisão, agora é disputada em tempo real por influenciadores, comunidades e plataformas. Nos e-sports isso se traduz na legitimidade de um *streamer* que conquista reconhecimento a partir de sua linguagem acessível, vínculo emocional com o público e capacidade de mobilização coletiva.

Por exemplo, em 24 de maio de 2022, uma postagem (Figura 3) foi feita pela organização responsável por diversos campeonatos de jogos eletrônicos, a ESL, no perfil oficial no então Twitter: o anúncio do IEM Major Rio 2022.

Figura 3 – Anúncio via X (antigo Twitter) da ESL Brasil do IEM Major Rio 2022



Fonte: Captura de tela, Twitter, ESL Brasil, 2022.<sup>5</sup>

Além das indicações de datas e vendas de ingressos, a postagem lança a hashtag “#OMajorÉNosso”. Assim, o anúncio já nasce reverberando pelas redes sociais com a informação se difundindo pela comunidade. Enquanto a mídia tradicional é “liberada” para publicar suas matérias com informações do “comunicado (enviado) à imprensa”. (GE, 2022).

Já o anúncio do Six Invitational é costumeiramente realizado em um painel ao vivo que apresenta as novidades do jogo para a temporada e que acontece durante a final da atual edição do campeonato. Assim, o campeonato no Brasil foi anunciado um ano antes durante a

<sup>5</sup> Disponível em < <https://x.com/eslbrasil/status/1529145059689566209?s=08> > Acesso em 10 set 2024

transmissão ao vivo do Six Invitational 2023. De forma que todos os espectadores/torcedores presentes na arena e acompanhando as *lives*, receberam a informação em tempo real e antes que a imprensa tradicional viesse a publicá-la.

Esses são exemplos de que, de certa forma, o universo dos e-sports não “espera” o jornalismo profissional para garantir sua visibilidade e circulação. A visibilidade midiaticizada dos e-sports parece ter mais força do que a midiática, exatamente pelo fato de se tratar de uma comunidade nativa da era digital, que se apropria da tecnologia para comunicação e sociabilidade.

Esse modelo contrasta com o jornalismo esportivo tradicional, estruturado historicamente em torno de hierarquia editorial, profissionalismo técnico e centralidade institucional. Nas transmissões televisivas de esportes convencionais, a mediação é “regulada”: repórteres e comentaristas falam a partir de posições legitimadas por empresas de comunicação. Já nas transmissões de e-sports, há maior flexibilidade e espontaneidade: o tom pode ser informal, emocional, engajado e muitas vezes opinativo. A figura do narrador, por exemplo, não apenas descreve a partida, mas se conecta afetivamente com o *chat*, lê comentários ao vivo, compartilha memes e “constrói” sua própria comunidade.

Além disso, enquanto o jornalismo esportivo tradicional tende a atuar sob a lógica da separação entre emissor e receptor, as transmissões via *streaming* se estruturam sob o princípio da interatividade contínua. O público deixa de ser espectador e assume o papel de cocriador da experiência: envia mensagens, compartilha clipes, cria conteúdo derivado e influencia diretamente o rumo da transmissão.

Essa reconfiguração do espaço midiático gera, como elencamos anteriormente, o que Henry Jenkins (2008) descreve como “cultura da participação”, em que os fãs não apenas consomem produtos, mas também reescrevem, remixam, comentam e expandem os conteúdos. As narrativas não são mais conduzidas de cima para baixo, mas emergem de fluxos interativos que atravessam diferentes plataformas. A lógica da desintermediação, portanto, não significa o fim das mediações, mas sim a emergência de novos mediadores — mais próximos, mais personalizados e muitas vezes mais legitimados pela comunidade do que pelos circuitos institucionais.

A estética da presença, como discutida por Maffesoli (2000), também é impactada por esse cenário, uma vez que a desintermediação permite formas de convivência digital mais espontâneas, informais e sensíveis. Não há mais necessidade de intermediários para que fãs se encontrem, compartilhem emoções ou organizem manifestações de apoio, tudo pode ser feito diretamente, em tempo real, no chat de uma *live*, nos comentários de um vídeo ou em uma

*thread* no X. O estar junto, característica essencial das tribos digitais, é potencializado por essa conectividade desintermediada que atravessa o cotidiano das práticas nos e-sports.

A relação entre jornalismo e e-sports levanta uma questão central: qual é o espaço que o jornalismo pode ocupar e desenvolver nesse ambiente? Esse ecossistema midiático é marcado pela transição das práticas inspiradas no jornalismo esportivo para um formato digital mais fluido e interativo. A presença de *streamers*, influenciadores e *casters* não só altera a dinâmica da cobertura dos eventos, mas também contribui para a criação de novos espaços de socialização, onde o público se engaja de forma mais direta e personalizada com os eventos e com os próprios criadores de conteúdo.

A comunicação no e-sports, então, é mediada por redes sociais e plataformas digitais que funcionam como canais de conexão direta com a audiência, permitindo uma coprodução de sentido entre espectadores e produtores de conteúdo. Essa dinâmica do universo dos e-sports, talvez, possa apresentar oportunidades para o jornalismo digital e para a criação de formatos de cobertura que dialogam diretamente com o público e estimulam sua participação ativa no processo comunicacional. Afinal, como sugerem Carlos Alberto de Carvalho e Leandro Lage:

O conjunto dessas modificações pressupõe o surgimento de um novo regime discursivo da mídia, o que sugere profundas transformações no trabalho enunciativo dos discursos jornalísticos e, também, na própria natureza da relação entre fontes, leitores-ouvintes-espectadores, jornalistas e empresas jornalísticas, que se torna mais complexa, afetando, assim, a chamada cultura jornalística, o modo de ser dessa comunidade e de suas práticas (Carvalho; Lage, 2012, p.252).

A desintermediação, portanto, não dissolve o jornalismo, mas o desafia a se reinventar diante de uma paisagem mediática onde o pertencimento, a linguagem comum e o engajamento coletivo redefinem o que é ser emissor, receptor e mediador.

Importante reconhecer que a desintermediação não implica neutralidade ou ausência de estruturas de poder. Pois como abordamos acima, plataformas como Twitch, YouTube ou X operam com base em algoritmos, políticas de moderação, parcerias comerciais e lógicas de monetização que também funcionam como filtros e vetores de visibilidade. O que se observa, então, não é a eliminação completa da mediação, mas sua reconfiguração sob novas formas de controle, influência e disputa por atenção.

Assim, ao encerrar este capítulo, pontuamos que os e-sports exemplificam de maneira singular os efeitos da desintermediação nas mídias digitais: um campo em que as relações entre produção, circulação e recepção são constantemente redesenhadas pelas tecnologias, pelas comunidades e pelos fluxos de cultura digital. Nesse cenário, práticas de pertencimento, lógicas

de convergência e formas coletivas de expressão ganham centralidade, evidenciando que o universo dos e-sports é não apenas um fenômeno midiático, mas também social e simbólico.

## 4 METODOLOGIA, OBJETO E CORPUS

### 4.1 Aspectos metodológicos

O levantamento conceitual e histórico apresentado nos capítulos anteriores que inclui a trajetória do e-sports até aqui, permite compreendê-lo como um ecossistema pulsante, constituído na e pela era da midiatização, um ambiente em que as relações sociais se concretizam por meio de interações comunicativas mediadas por plataformas digitais e redes colaborativas.

Fortemente marcado por dinâmicas provenientes das tecnologias de conectividade, esse ecossistema, assim como outras esferas da vida social, também se estrutura a partir da comunicação, alicerce por meio do qual os sujeitos constroem significados, estabelecem conexões e negociam suas posições no tecido social.

Ora assumindo características de mídia, ora de comunidade, por vezes, ambas simultaneamente, em contextos virtuais ou presenciais, sua constituição ocorre fundamentalmente pela comunicação. Afinal, de jogadores a espectadores, o que fomenta esse ecossistema são as relações entre pessoas que acompanham campeonatos, interagem, torcem, consomem, produzem e fazem circular conteúdos, informações e sentidos.

Diante disso, esta pesquisa toma o universo dos e-sports como um caso exemplar da comunicação contemporânea, marcada pela convergência de mídias e pela participação ativa dos sujeitos.

Reconhecer o e-sports como um campo comunicacional, portanto, implica considerá-lo um espaço privilegiado de produção de sentidos, no qual discursos, identidades e valores circulam, são disputados e, em certos contextos, se estabilizam temporariamente.

O que nos leva à escolha pela Análise do Discurso como abordagem teórico-metodológica condizente, uma vez que ela possibilita investigar como esses sentidos são construídos, quais posições de sujeito são mobilizadas e de que forma determinadas formações imaginárias se consolidam no interior desse ecossistema midiatizado.

#### 4.1.1 A Análise do discurso (AD)

Falamos aqui da Análise do Discurso (AD), que emerge na França nos anos 1960, em meio a um cenário marcado por transformações sociais e intensos debates teóricos e políticos. Tendo Michel Pêcheux como seu principal articulador, a AD de linha francesa busca superar as

limitações das abordagens estruturalistas que dominavam os estudos da linguagem na época, propondo uma nova perspectiva que articula elementos da linguística, da psicanálise e do materialismo histórico.

Com a AD, Pêcheux não apenas refuta a concepção saussuriana de língua como um sistema autônomo, homogêneo e fechado de signos, dissociado da historicidade e das relações sociais, como também, o filósofo francês influenciado especialmente pela teoria da ideologia de Louis Althusser e inspirado pelos pensamentos marxistas de uma França pós-maio de 68, desloca o foco das análises puramente formais para a compreensão do discurso como prática social, atravessada por condições históricas e ideológicas.

Para a Análise do Discurso, tal como concebida por Michel Pêcheux, as condições sócio-históricas de produção importam. Nas palavras do próprio autor “é impossível analisar um discurso como um texto, isto é, como uma sequência linguística fechada sobre si mesma, mas que é necessário referi-lo ao conjunto de discursos possíveis a partir de um estado definido das condições de produção” (Pêcheux, 1997, p. 79).

Assim, tem-se como princípio que a língua não opera isoladamente; um sujeito (o interlocutor) se apropria dela para a produção de sentidos. Contudo, essa apropriação e produção não ocorrem de maneira neutra. O sujeito que enuncia traz consigo um conjunto de crenças, valores culturais e sociais, ou seja, uma ideologia que inevitavelmente se manifesta em seu discurso, como uma memória que sempre esteve lá.

Dessa forma, a Análise do Discurso se estabelece em um campo que associa sujeito, língua e história, tendo o discurso como um efeito de sentidos que emerge nas condições materiais e ideológicas de existência.

#### 4.1.2 Análise do discurso brasileira

Entendemos por bem fazermos aqui uma contextualização no que diz respeito à confluência de ideias da AD de Pêcheux como aquela que se situou e prosperou no Brasil, e que adotaremos, pois nos permite com tranquilidade seguir por diretrizes atuais da metodologia respaldados por uma Escola Brasileira de Análise do Discurso.

No que concerne a trajetória da Análise do Discurso de linha francesa, a professora Maria Cristina Leandro Ferreira explica que:

Com o desaparecimento de seu principal pensador, em 1983, houve um natural esvaziamento do grupo de pesquisa, liderado por ele, a tal ponto que, hoje, na França, não se ouve mais falar em Pêcheux. Seu nome, suas obras, sua inquietante reflexão foram deixados de lado, até mesmo por aqueles que se dizem ‘analistas de discurso’ na França. A morte do pai foi consumada. Apesar disso, ainda hoje se ouve falar muito

o nome de Pêcheux. Onde? Aqui entre nós, na América Latina, mas sobretudo no Brasil (Ferreira, 2003, p.41-42).

A Análise do Discurso encontrou solo fértil no Brasil para seu desenvolvimento e reformulação diante das especificidades sociais, políticas e culturais do país. É nesse contexto que se consolida a chamada Escola Brasileira de Análise do Discurso, que, embora mantenha os fundamentos da teoria proposta por Michel Pêcheux, opera reelaborações teóricas e metodológicas, constituindo uma “Análise do Discurso própria sem submissão, mas com fidelidade referencial” (Ferreira, 2008, p.140).

Entre os principais nomes brasileiros nesse processo de apropriação e recontextualização, destaca-se Eni Orlandi. Sua atuação foi decisiva para a disseminação da AD no Brasil, que ampliou o escopo dos estudos discursivos ao integrar as particularidades da realidade brasileira, tais como a desigualdade social, os conflitos políticos e os mecanismos de silenciamento e exclusão, ao aparato teórico da análise. Sobre sua experiência com o trabalho de Pêcheux, a estudiosa brasileira afirma ter aprendido com ele “um modo de pensar a linguagem que me permitiu compreender que a reflexão não é nunca fria: lugar de emoção, de debate, de opressão, mas também de resistência” (Orlandi, prefácio livro Pêcheux).

Juntamente com Eni Orlandi e Maria Cristina Leandro Ferreira, a pesquisa em Análise do Discurso brasileira conta com contribuições de pesquisadores como Maria do Rosário Gregolin, que aprofunda estudos sobre a história das ideias e a memória; Fernanda Mussalim, com suas investigações na interface da AD com a neurolinguística e estudos da autoria, entre outros, que consolidam a diversidade da produção nacional.

A AD brasileira investe na análise de materialidades diversas, não apenas textos escritos ou falados, mas também imagens, sons, performances e outras formas de produção simbólica, o que se mostra particularmente relevante no contexto contemporâneo e no objeto específico deste trabalho: o campo dos e-sports.

Ao passo que Maria Cristina Leandro Ferreira nos aponta que “se quisermos ver tais noções em funcionamento e produtivamente empregadas na análise de distintas materialidades discursivas, há que se ficar no Brasil, que continua sendo considerado [aqui e lá fora] como o lugar mais representativo dessa linha pecheutiana” (Ferreira, 2008, p. 138).

A articulação entre análise discursiva e práticas sociais também se fortalece no Brasil, ampliando o olhar sobre os efeitos de sentido não apenas como fenômenos linguísticos, mas como operadores de identidades, relações de poder e lutas simbólicas. Importante, no entanto, salientar que:

não podemos seguir repetindo os velhos chavões do materialismo dialético e histórico, nem falar da ideologia usando apenas a relação com a luta de classes. Não, não quer dizer que a ideologia tenha acabado ou que a contradição entre as classes não exista mais. Ocorre que na sociedade contemporânea a realidade é mais complexa e as formas de dominação ganharam novas cores e formatos (Ferreira, 2008, 140).

Essa perspectiva é particularmente valiosa para pensar os discursos que circulam no ecossistema midiático dos jogos eletrônicos competitivos, onde narrativas, valores e identidades são constantemente mobilizados.

De forma que, considerando que o “Brasil é, então, hoje, pode-se dizer, a atual morada da Análise do Discurso da vertente francesa”, (Ferreira, 2008, p.138); nos sentimos confortáveis em dizer que seguiremos por uma Análise do Discurso de linha francesa à brasileira.

Isso implica considerar tanto os fundamentos da tradição pecheutiana quanto as contribuições brasileiras, especialmente no que diz respeito à adaptação crítica às especificidades sociais, políticas e culturais contemporâneas do contexto nacional. Essa dupla ancoragem permite uma análise discursiva sensível às particularidades do corpus aqui investigado.

#### 4.1.3 De Pêcheux a Orlandi: conceitos da AD

Como ponto de partida, é preciso ter em mente que o discurso é dialógico, interativo, produzido por sujeitos, sendo em suma efeito de sentido entre locutores. E efeitos esses que, como explica, a professora Eni Orlandi “resultam da relação de sujeitos simbólicos que participam do discurso, dentro de circunstâncias dadas. Os efeitos se dão porque são sujeitos dentro de certas circunstâncias e afetados pelas suas memórias discursivas” (Orlandi, 2006, p. 15). Dessa forma, para a Análise do Discurso, é imprescindível reconhecer a indissociabilidade entre o social e o histórico no discurso, bem como a natureza contextual e relacional do efeito de sentido.

Sendo o discurso produzido por um sujeito, convém também pontuarmos sobre “sujeito”, concebido não como origem do discurso, mas como um efeito dele. Isso significa que o sujeito está sempre atravessado por ideologias, que moldam o que ele pode dizer, como pode dizer e de que lugar discursivo fala. Portanto, o sujeito não é a origem do sentido, mas está submetido às formações ideológicas que o interpelam e o posicionam nos discursos (Pêcheux, 1997, p. 167).

Ainda que se considere a si mesmo como livre e originário em seu pensamento, o sujeito está sujeito à história, essa memória discursiva constitutiva – o “sempre já dito” — o que a AD denomina de interdiscurso, ou seja, o conjunto de dizeres que o precedem e possibilitam o seu dizer atual. Dessa forma, o sujeito é sempre atravessado por uma historicidade que o constitui, ainda que esta se mantenha, muitas vezes, na forma de um saber naturalizado, percebido como evidente.

É nesse contexto, quando se reconhece que há sempre algo que escapa ao controle consciente do sujeito no processo de significação, que se insere um ponto de articulação entre a Análise do Discurso e a Psicanálise. Em outras palavras, os sentidos não são dados de forma transparente, estável ou completamente acessível, mas se organizam em zonas de opacidade, nas quais atuam o não dito, o silenciado e o interditado. Essas zonas revelam os limites do que se pode dizer e, ao mesmo tempo, do que é calado, dimensões fundamentais para a compreensão da produção de sentidos em uma perspectiva discursiva.

Além disso, o sujeito está submetido à própria materialidade da língua, cujos elementos são portadores de sentidos historicamente estabilizados. Como salienta Orlandi, “as palavras simples do nosso cotidiano já chegam até nós carregadas de sentidos que não sabemos como se constituíram e que, no entanto, significam em nós e para nós” (Orlandi, 2012, p. 20).

Essa intrínseca articulação entre sujeito, ideologia e linguagem é explicitada por Pêcheux, ao apontar que:

É a ideologia que fornece as evidências pelas quais “todo mundo sabe” o que é um soldado, um operário, um patrão, uma fábrica, uma greve, etc, evidências que fazem com que uma palavra ou um enunciado “queiram dizer realmente o que dizem” e que mascaram, assim, sob a “transparência da linguagem”, aquilo que chamaremos o *caráter material do sentido* das palavras e do enunciado (Pêcheux, 1995, 160).

Na mesma direção, Orlandi lembra que “não podemos pensar o sentido e o sujeito sem pensar a ideologia. Do mesmo modo não podemos pensar a ideologia, em termos discursivos, sem pensar a linguagem” (Orlandi, 2006, p.17), e complementa enfatizando que “nem a linguagem, nem os sentidos, nem os sujeitos são transparentes: eles têm sua materialidade e se constituem em processos em que a língua, a história e a ideologia concorrem conjuntamente” (Orlandi, 2012, p.48).

O discurso, portanto, não se explica apenas por suas estruturas linguísticas, mas pelas circunstâncias em que se produz, circula e se estabiliza (ou se transforma). Daí a constatação de Pêcheux de que “um discurso é sempre pronunciado a partir de condições de produção dadas” (Pêcheux, 1997, p.77).

Considerando as condições determinadas pelo contexto histórico e social, Michel Pêcheux apropria-se da noção foucaultiana de formação discursiva, resignificando-a para designar o conjunto de determinações que estabelecem os limites do dizível em um dado momento e lugar:

Chamaremos, então, *formação discursiva* aquilo que numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina *o que pode e deve ser dito* (articulado sob a forma de uma arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa, etc.). Isso equivale a afirmar que as palavras, expressões, proposições, etc., recebem seu sentido da formação discursiva na qual são produzidas: retomando os termos que introduzimos acima e aplicando-os ao ponto específico da materialidade do discurso e do sentido, diremos que os indivíduos são “interpelados” em sujeitos-falantes (em sujeitos de *seu* discurso) pelas formações discursivas que representam “na linguagem” as formações ideológicas que lhe são correspondentes (Pêcheux, 1995, p.160-161).

Dessa forma, a formação discursiva delimita o campo dos enunciados possíveis, regulando tanto os sentidos que podem ser produzidos quanto os posicionamentos que os sujeitos podem ocupar. Diz Orlandi que “devemos ainda lembrar que o sujeito discursivo é pensado como “posição” entre outras” (Orlandi, 2012, p. 49). Portanto, lugares de discurso também não são uma mera escolha do sujeito, são “lugares determinados na estrutura da formação social” (Pêcheux, 1997, p.80); são assim uma posição, uma identidade relativa a outras: tais como professora, aluna, jogador, torcedor, apresentador, espectador, entre tantos outros exemplos; quando a posição de um está também relacionada ao outro.

As posições são como representações, imagens. Ao que Pêcheux diz “formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si e ao outro, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro” (Pêcheux, 1997, p.82). Podendo inclusive que um mesmo discurso tenha efeito diferente para diferentes interlocutores, dependendo das suas posições, bem como de seus repertórios de vida que levam a uma ou outra interpretação.

Assim, a heterogeneidade constitutiva do discurso é outro aspecto relevante: os sentidos nunca são únicos ou fixos, pois todo dizer carrega marcas de outros dizeres, seja por repetição, contradição, silenciamento ou deslocamento. Isso implica reconhecer a existência de polifonia e disputa de sentidos em qualquer prática discursiva.

É nesse jogo de posições, sentidos e interdições que emergem os mecanismos do esquecimento e do apagamento, elementos fundamentais para a compreensão do funcionamento ideológico no discurso. Ao produzir efeitos de evidência e naturalização, o discurso opera por meio de esquecimentos constitutivos: esquecimentos de suas condições de produção, da historicidade dos sentidos e das disputas ideológicas que os atravessam, “de tal modo que cada um seja conduzido, sem se dar conta, e tendo a impressão de estar exercendo sua livre vontade,

a ocupar o lugar em uma ou outra das duas classes sociais antagonistas do modo de produção” (Pêcheux, 1997, p. 166).

Esse esquecimento estruturante não é uma falha, mas um efeito necessário para que o sujeito se reconheça em seu próprio dizer, assumindo-o como intencional. Do mesmo modo, o apagamento de outros sentidos possíveis (silenciamentos, exclusões e interditos) é condição para a estabilização de determinadas interpretações em detrimento de outras. Trata-se de um trabalho de silenciamento discursivo que assegura a hegemonia de certas posições ideológicas, muitas vezes mascaradas sob a aparência do senso comum ou da neutralidade.

Por exemplo, até mesmo esta pesquisadora tem seu lugar de analista dentro do presente trabalho, o qual exerce buscando a maior neutralidade possível ao olhar para o objeto, mesmo sabendo que está também carregada de ideologias e que até mesmo as escolhas dessas e não de outras expressões são prova de um apagamento, um esquecimento daquilo que já estava lá, já dito, já existia mesmo antes de ser selecionado por mim, na minha então posição de sujeito analista.

Na síntese da mestra Eni Orlandi:

o sujeito significa em condições determinadas, impelido, de um lado, pela língua e, de outro, pelo mundo, pela sua experiência, por fatos que reclamam sentidos, e também por sua memória discursiva, por um saber/poder/dever dizer, em que os fatos fazem sentido por se inscreverem em formações discursivas que representam no discurso as injunções ideológicas (Orlandi, 2012, p. 53).

#### 4.1.4 Análise do discurso, comunicação e e-sports

A partir da perspectiva da Análise do Discurso (AD), compreendemos que a narrativa nos e-sports não se restringe apenas aos eventos da partida em si, mas emerge na produção discursiva que a envolve. Seguimos, assim, as premissas da AD quanto ao discurso como espaço de constituição de sentidos, no qual diferentes sujeitos constroem e disputam significados. Eni Orlandi (2012) sustenta que discurso:

não se trata de transmissão de informação apenas, pois, no funcionamento da linguagem, que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos e não meramente transmissão de informação. São processos de identificação do sujeito, de argumentação, de subjetivação, de construção de realidade etc. (Orlandi, 2012, p.21).

Dessa forma, o discurso não se restringe ao texto escrito ou falado, mas se manifesta em um conjunto de práticas sociais que produzem sentidos. Ele está presente na forma como

narramos, interpretamos e nos engajamos com os eventos, indo além da descrição objetiva dos fatos para construir significados que variam conforme os sujeitos e os contextos envolvidos. Como destaca Orlandi, “os estudos discursivos visam pensar o sentido dimensionado no tempo e no espaço das práticas do homem” (Orlandi, 2012, p.16), demonstrando que o discurso se constitui na relação entre linguagem, história e sociedade.

Além disso, ao considerarmos que “nos estudos discursivos, não se separam forma e conteúdo e procura-se compreender a língua não só como uma estrutura, mas sobretudo como acontecimento” (Orlandi, 2012, p.19), percebemos que as transmissões de e-sports são espaços dinâmicos de produção discursiva. Não se trata apenas de narrar jogadas ou descrever partidas, mas de construir uma experiência coletiva que envolve jogadores, narradores, torcedores e a comunidade.

Longe de ser uma história linear ou obra fechada, na verdade, uma partida de qualquer jogo é uma história em aberto, imprevisível, que tem altos e baixos conforme vai se desenrolando. Com os jogos eletrônicos, não é diferente.

Com *start* (começo), reviravoltas e fim (resultado), uma única partida pode contar diversas histórias, várias narrativas em uma. Pois, cada partida pode impactar não apenas o público e a torcida, mas também jogadores e times — inclusive aqueles que não estão presentes, mas que dependem dos resultados para suas classificações. De forma que se um time ou outro vence, toda a história do campeonato é alterada.

Como salienta Orlandi: “os sentidos não esgotam no imediato. Tanto é assim que fazem efeitos diferentes para diferentes interlocutores” (Orlandi, 2012, p.50). Assim, uma mesma partida pode ser interpretada sob diferentes perspectivas discursivas, carregando significados distintos conforme os sujeitos envolvidos e sua relação com o contexto. Por exemplo, um torcedor do time derrotado terá uma percepção diferente, muitas vezes oposta, à de um torcedor do time vencedor.

Não é possível prever o resultado, mas é possível torcer por ele. Nessa relação entre times e torcedores, uma espécie de contrato é firmado. E, nesse contexto, uma derrota pode despertar frustração não só nos jogadores, mas também nos torcedores e espectadores, enquanto, a vitória pode trazer euforia e satisfação mútuas. Aqui, se o “ganhar” dá a sensação de que o contrato foi cumprido para ambos os lados, o “perder” demonstra dois tipos de situações contracionais: o do time com o torcedor (podendo a derrota ser encarada como uma ruptura desse contrato) e o do torcedor com o time (sendo o continuar torcendo apesar da derrota uma demonstração de lealdade ao time). Esse contrato não é estático, mas se redefine

constantemente através das interações discursivas entre os sujeitos envolvidos na cena esportiva.

Importante lembrar que não estamos falando aqui do espectador que acompanha uma partida de futebol, vôlei, basquete ou demais modalidades pela tela da televisão e vibra em casa sozinho ou com seus familiares e amigos. Estamos aqui conhecendo um espectador torcedor atuante, sujeito discursivo ativo, que durante a transmissão interage em tempo real com outros torcedores/espectadores no *chat* ou nas redes sociais e também com os apresentadores/*streamers* que estão conduzindo as *lives*.

No caso dos e-sports, essa multiplicidade de vozes se torna evidente na maneira como os torcedores se apropriam dos discursos oficiais da transmissão e os ressignificam em seus próprios espaços de debate, seja em redes sociais, fóruns ou transmissões independentes.

Essa dinâmica está alinhada à cultura da convergência, conforme apontada por Jenkins (2009), na qual o público deixa de ser um mero receptor de conteúdo e passa a ser agente na construção de sentido. Sob a ótica da AD, esse fenômeno pode ser entendido como um deslocamento na posição do sujeito espectador: ele transita entre diferentes papéis discursivos, sendo ora torcedor apaixonado, ora jogador amador, ora crítico da equipe, ora consumidor.

Esse trânsito entre posições discursivas não se limita ao espectador. Os apresentadores e *streamers* também assumem diferentes papéis, passando de narradores e analistas para torcedores engajados.

Como destaca Orlandi, “o lugar a partir do qual fala o sujeito é constitutivo do que ele diz” (Orlandi, 2012, p.39), o que significa que a posição social e discursiva influencia o peso e a legitimidade do discurso. Em um modelo tradicional de comunicação, poderíamos afirmar que o discurso do *streamer* tem mais força do que o do espectador. No entanto, no contexto das transmissões de e-sports, onde narradores e público compartilham uma posição comum de torcedores, observa-se uma dinâmica mais próxima da comunicação horizontalizada, do “muitos-para-muitos” (Castells, 2003).

Contudo, como ressalta Orlandi, as novas tecnologias de linguagem não eliminam as marcas históricas e ideológicas dos discursos:

Com as novas tecnologias de linguagem, à memória carnal das línguas “naturais” juntam-se as várias modalidades da memória metálica, os multi-meios, a informática, a automação. Apagam-se os efeitos da história, da ideologia, mas nem por isso elas estão menos presentes (Orlandi, 2012, p.10).

Ademais, Maria do Rosario Gregolin (2007) fala sobre a função do discurso da mídia na produção de identidades. A autora retoma a ideia de que o objeto de estudos da AD se

encontra na produção de efeitos de sentido, realizada por sujeitos sociais. De forma que salienta que “os campos da AD e dos estudos da mídia podem estabelecer um diálogo extremamente rico, a fim de entender o papel dos discursos na produção das identidades sociais” (Gregolin, 2007, p.13).

O papel de dispositivo discursivo da mídia na sociedade contemporânea é o meio pelo qual se constitui a “história do presente”, lembra Gregolin (2007). E complementa:

Esse efeito de “história ao vivo” é produzido pela instantaneidade da mídia, que interpela incessantemente o leitor através de textos verbais e não-verbais, compondo o movimento da história presente por meio da ressignificação de imagens e palavras enraizadas no passado. Rememoração e esquecimento fazem derivar do passado a interpretação contemporânea, pois determinadas figuras estão constantemente sendo recolocadas em circulação e permitem os movimentos interpretativos, as retomadas de sentidos e seus deslocamentos. Os efeitos identitários nascem dessa movimentação dos sentidos (Gregolin, 2007, p 16)

Não tratamos aqui de “mídia” propriamente dita no sentido da “mídia tradicional”. No entanto, reconhecemos o campo do e-sports como um universo comunicacional. Nesse sentido, as transmissões via *streaming* dos campeonatos que selecionamos para a análise não são apenas espaços de entretenimento, mas também de produção de sentido. Embasados nos conceitos de midiaticização e cultura de convergência discutidos nos capítulos anteriores, compreendemos essas transmissões como arenas discursivas nas quais narrativas, discursos e identidades são constantemente negociadas e construídas coletivamente pela comunidade de e-sports.

## 4.2 O Caminho da Análise

Embora a Análise do Discurso não proponha um método inflexível, já que o próprio discurso é aberto, atravessado por outros discursos e sujeito a múltiplas formas de entrada e interpretação; adotamos para nossa análise premissas que constituem um percurso que segundo Orlandi (2012) passa por três etapas cruciais: indo da “superfície linguística” para o “objeto discursivo” e, então, para o “processo discursivo”.

Assim, a visão inicial sobre o material bruto consiste em identificar “o que chamamos de materialidade linguística: o como se diz, o quem diz, em que circunstâncias etc.” (Orlandi, 2012, p. 65). Trata-se, portanto, de “de-superficializar” o enunciado, ou seja, ir além da leitura literal ou imediata do que está sendo dito, buscando compreender os sentidos que se constroem a partir das condições de produção daquele discurso.

Nesse sentido, ao analisarmos, por exemplo, as falas presentes em transmissões de campeonato de jogos eletrônicos, não basta observar apenas as palavras empregadas ou o

conteúdo explícito da frase, é necessário considerar quem é esse sujeito (um *streamer* popular, um narrador/caster oficial, um ex-jogador), em que contexto ele fala (durante uma final, após uma derrota, diante de uma comunidade nacional), e quais valores ou identificações são mobilizados por sua enunciação.

Ao fazer esse movimento, acessamos o objeto discursivo: uma unidade de sentido em que já se manifestam vestígios de formações discursivas, que por sua vez apontam para as formações ideológicas que sustentam as representações e posições construídas naquele dizer.

Vale salientar que nesse processo analítico ou nas palavras de Orlandi “nessa empreitada, descrição e interpretação se interrelacionam” (Orlandi, 2012, p.60), de forma que compreender e interpretar, na Análise do Discurso, não são operações neutras, mas atravessadas pela posição do sujeito-analista, que constrói sentidos a partir de sua própria inserção nas formações discursivas. Por isso, como ressalta a autora, “a análise de discurso tem um procedimento que demanda um ir-e-vir constante entre teoria, consulta ao corpus e análise. Esse procedimento dá-se ao longo de todo o trabalho” (Orlandi, 2012, p.67). Esse movimento - que não separa teoria e análise como etapas estanques - garante que o olhar do analista seja permanentemente reelaborado à medida que o corpus se revela discursivamente.

Assim, nosso caminho parte da constituição do corpus, que apresentamos a seguir, pois, como lembra Orlandi “a construção do corpus e a análise estão intimamente ligadas: decidir o que faz parte do corpus já é decidir acerca de propriedades discursivas” (Orlandi, 2012, p.63).

### **4.3 Apresentação do objeto e detalhamento do corpus**

Para delimitar esse objeto de estudo, adotamos um recorte focado na comunidade brasileira, analisando transmissões de campeonatos internacionais de e-sports que atendem a três critérios: (i) a participação de equipes brasileiras na competição, (ii) a veiculação por canais oficiais e em língua portuguesa e (iii) a realização do evento em território brasileiro. Esses elementos nos permitem compreender não apenas as dinâmicas discursivas envolvidas, mas também como a realização desses eventos no Brasil influencia as narrativas e a construção identitária da comunidade local.

Dessa forma, os eventos escolhidos como corpus desta análise são o IEM Rio Major 2022, de Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO); e, o Six Invitational 2024, de Rainbow Six Siege (R6).

O gênero FPS (*First Person Shooter*) caracteriza ambos os jogos analisados, ou seja, são jogos de tiro em primeira pessoa nos quais os jogadores assumem o papel de personagens

armados em confrontos estratégicos. Esse gênero tem grande relevância dentro dos e-sports devido à sua dinâmica competitiva e ao alto nível de habilidade exigido dos jogadores (Taylor, 2012). Apesar dessa semelhança, CS:GO e R6 possuem distinções fundamentais tanto em termos de mecânica de jogo quanto em relação à estrutura dos torneios e dinâmicas de transmissão.

Ambos os campeonatos representam momentos emblemáticos para a comunidade brasileira, sendo palco de discursos que mobilizam sentidos de identidade nacional no e-sports, como veremos a seguir.

#### 4.3.1. Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO) e o IEM Rio Major 2022

O Counter-Strike: Global Offensive, também chamado de CS:GO, é uma versão do jogo eletrônico desenvolvido pela Valve Corporation e pela Hidden Path Entertainment, lançada em 2012 como a quarta da franquia Counter-Strike. Desde seu lançamento, consolidou-se como um dos principais títulos de e-sports mundialmente, com um cenário competitivo robusto e torneios de grande repercussão. O jogo caracteriza-se por partidas táticas entre equipes de cinco jogadores, nas quais um time tem o objetivo de plantar e detonar uma bomba, enquanto o outro deve impedi-los, em rodadas sucessivas, até a vitória de uma das equipes.

A popularidade do jogo entre os brasileiros pode ser evidenciada pela audiência das transmissões dos campeonatos. Por exemplo, em maio de 2022, na partida entre a equipe brasileira Imperial e a estrangeira Cloud9 pelo PGL Major Antwerp 2022, um dos principais campeonatos mundiais do jogo, a transmissão realizada pelo influenciador Alexandre “Gaules” Borba em seu canal oficial na plataforma Twitch bateu o recorde nacional de maior número de espectadores simultâneos em uma live, alcançando um pico de 710 mil espectadores (ESPN, 2022). Poucos meses depois, o Rio de Janeiro foi anunciado como sede do principal torneio do CS:GO: o Intel Extreme Masters (IEM) Rio Major 2022.

O IEM Rio Major 2022 representou um marco para a comunidade brasileira de e-sports. O evento foi organizado pela Electronic Sports League (ESL) e sediado no Rio de Janeiro, sendo o primeiro Major de CS:GO realizado no país. Os ingressos para o evento esgotaram-se rapidamente; todas as entradas disponíveis foram vendidas em menos de uma hora após o início das vendas (GE, 2022). Devido à alta demanda e ao entusiasmo dos fãs, a ESL organizou uma Fan Fest com a presença de Gaules, proporcionando aos torcedores uma experiência adicional para acompanhar o campeonato (Gamearena, 2022).

As transmissões do IEM Rio Major 2022 contaram com ampla cobertura em português, e um dos destaques foi o *streamer* Gaules. Durante o evento, seu canal acumulou mais de 20,6 milhões de horas assistidas e registrou um pico de 544 mil espectadores simultâneos no confronto entre Fúria e NaVi, consolidando-se como uma das maiores audiências da história da Twitch para um evento de CS:GO (The Enemy, 2022).

#### 4.3.2. Rainbow Six Siege (R6) e o Six Invitational 2024

O Rainbow Six: Siege, ou apenas R6, é um jogo estratégico que nasce em 2015 desenvolvido pela empresa Ubisoft, baseado no romance do autor Tom Clancy publicado em 1998. O livro que foi adaptado para às telas de monitores traz a história do veterano militar John Clark que é nomeado para comandar uma unidade de combate ao terrorismo e ameaças internacionais, a unidade Rainbow Six. Com uma cena competitiva consolidada, o jogo tem no Six Invitational seu torneio mais prestigiado, reunindo as melhores equipes do mundo para disputar o título de campeão global.

Pela primeira vez na história, o Six Invitational foi realizado no Brasil, tendo São Paulo como sede do evento. O torneio ocorreu no Ginásio do Ibirapuera e foi organizado pela Ubisoft em parceria com a BLAST.

A escolha do país como palco do campeonato reflete a crescente influência do Brasil no cenário competitivo de R6, tanto pelo desempenho das equipes que lideram o *ranking* global de premiações quanto pelo engajamento da comunidade (CNN, 2024).

A transmissão oficial do Six Invitational 2024 foi realizada em português por canais oficiais da Ubisoft e por *streamers* parceiros. A edição que aconteceu no Brasil estabeleceu um novo recorde de audiência, atingindo um pico de 521 mil espectadores simultâneos, tornando-se o evento mais assistido da história de Rainbow Six Siege. Esse número superou com folga o recorde anterior de 316 mil espectadores, registrado na final de 2018, realizada no Canadá (IGN Brasil, 2024).

Além da audiência, o desempenho das equipes brasileiras foi amplamente elogiado. O diretor da Ubisoft, Wei Yue, destacou que o Brasil vive uma “era de ouro” no Rainbow Six, fruto de um processo contínuo de renovação de talentos e suporte das organizações para o cenário competitivo (IGN Brasil, 2025).

Com o sucesso do Six Invitational 2024, o Brasil continuou sendo palco de eventos do Rainbow Six Siege. A Ubisoft promoveu, por exemplo, o ReLoad, primeiro torneio internacional da temporada 2025/26 de R6, em maio de 2025, no Rio de Janeiro (GE, 2025).

#### 4.4 Em busca do corpus discursivo

Como posto, a escolha desses dois campeonatos como corpus da pesquisa justifica-se por sua relevância no cenário competitivo de cada jogo, uma vez que ambos constituem os torneios de maior expressão em seus respectivos calendários. Além disso, destaca-se o impacto significativo que ambos os eventos tiveram junto ao público brasileiro com elevados índices de audiência que refletem não apenas a importância desses torneios, mas também o papel central das plataformas de *streaming* na popularização dos e-sports e na consolidação de comunidades engajadas (Hutchins, 2019).

Com 14 dias de duração, o IEM Major Rio 2022 contou com a participação de 24 times, que disputaram ao todo 73 partidas. Nesse torneio, três equipes representaram o Brasil: Fúria, 00 Nation e Imperial E-sports. Já o Six Invitational 2024 reuniu 20 equipes, que disputaram 66 jogos ao longo de 13 dias. Nessa competição, cinco times brasileiros estiveram presentes: Los Grandes, Ninjas in Pyjamas, Team Liquid, FaZe Clan e W7M E-sports.

Dado o volume expressivo de material disponível, foram estabelecidos recortes analíticos com foco (não exclusivo, porém predominante) em quatro partidas selecionadas - duas de cada campeonato -, priorizando os jogos que marcaram as penúltimas e últimas participações de equipes brasileiras. São elas:

- i) a partida válida pelas quartas de final do IEM Major Rio 2022<sup>6</sup>, na qual a equipe brasileira Fúria garantiu vaga nas semifinais ao vencer a Natus Vincere, a NaVi da Ucrânia;
- ii) a semifinal do Six Invitational 2024<sup>7</sup> que classificou a equipe brasileira W7M Esports para a final, ao vencer a Virtus.pro da Rússia (atuando sob bandeira neutra);
- iii) a semifinal do IEM Major Rio 2022<sup>8</sup>, em que a Fúria foi eliminada pela equipe dinamarquesa Heroic; e
- iv) a final do Six Invitational 2024<sup>9</sup>, disputada entre duas equipes brasileiras — W7M Esports e FaZe Clan —, um confronto decidido apenas no último mapa e na prorrogação.

Assim, nosso foco recaí sobre a comunidade brasileira com o objetivo de explorar as particularidades midiáticas desse universo, investigando como os discursos presentes nessas transmissões - produzidos e postos em circulação pelos diversos interlocutores do cenário

<sup>6</sup> Disponível em <<https://youtube.com/playlist?list=PL0qoTT-gSnuykAviBHjhyCgKff3gZxaVI&si=xV2SopqMG2Df1cZj>> Acesso em 17 mar. 2025

<sup>7</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/live/LmD3MnKF-il?si=UgwjLg1aN-xAIwyP>> Acesso em 17 mar. 2025

<sup>8</sup> Idem 6

<sup>9</sup> Disponível em <[https://www.youtube.com/live/HQJy7qpnFKE?si=\\_j2isQ2MGQhBMENz](https://www.youtube.com/live/HQJy7qpnFKE?si=_j2isQ2MGQhBMENz)> Acesso em 17 mar. 2025

brasileiro de e-sports - contribuem para a articulação de uma identidade coletiva e para a construção da percepção do Brasil como um país do e-sports.

A partir dessa base, a análise discursiva do corpus foi organizada em torno de dois eixos temáticos construídos previamente à análise aprofundada, com base em hipóteses de sentido emergentes da observação inicial do material.

Esses eixos não constituem categorias fixas, mas operam como entradas analíticas que orientam o deslocamento pelo corpus, permitindo observar o funcionamento da linguagem e os processos de produção de sentidos que atravessam o campo dos e-sports. São eles:

i) Comunidade e pertencimento nos discursos dos e-sports: este eixo temático focaliza os modos pelos quais os discursos produzidos nas transmissões constroem e reforçam a ideia de pertencimento a uma comunidade que inclui narradores, jogadores, influenciadores e espectadores; e,

ii) Nacionalidade e produção de identidade brasileira: neste eixo, examinam-se os modos como a identidade nacional é construída, reforçada ou disputada nas transmissões de e-sports, particularmente nos momentos de celebração, conflito ou comparação com outras nações.

Esses dois eixos permeiam conceitos centrais da AD, como posição de sujeito, formação discursiva e memória discursiva, permitindo explorar como os efeitos de sentido operam na constituição de sujeitos e de comunidades simbólicas no interior do campo midiático dos e-sports.

Pois, reconhecendo que a noção de formação discursiva se refere ao conjunto de dizeres possíveis em um determinado contexto histórico e ideológico, delimitando o que pode ser dito, por quem, e em que condições, no universo dos e-sports, interessa-nos compreender quais discursos são legitimados, que posições de sujeito são possíveis dentro desse campo, e de que modo se estruturam suas regularidades discursivas.

A posição-sujeito, por sua vez, diz respeito ao lugar ocupado pelo sujeito no interior de uma formação discursiva, sendo esse lugar constituído pela interpelação ideológica. Analisamos, assim, como jogadores, narradores, fãs e organizadores se posicionam discursivamente - e também como são posicionados - nas narrativas que circulam nas transmissões, redes sociais e demais práticas comunicativas do ecossistema dos jogos eletrônicos competitivos.

Além disso, as noções de interdiscurso e memória discursiva são fundamentais para compreender que todo discurso se constitui sempre em relação a outros discursos anteriores. Investigamos, então, como sentidos herdados de campos como o esporte tradicional, a cultura

*gamer* e as mídias digitais são retomados, reformulados ou mesmo apagados nas práticas discursivas atuais dos e-sports, contribuindo para a produção de novos sentidos e identidades.

Assim, esta pesquisa tem como objeto de estudo as transmissões via plataformas de *streaming* de campeonatos internacionais de e-sports. E para efeitos da presente análise, reconhecemos a transmissão de e-sports como um texto audiovisual no qual linguagens convivem e são colocadas em relação.

O procedimento metodológico adotado envolve a análise de materialidades discursivas vinculadas às transmissões e aos conteúdos que circulam no ecossistema midiático dos e-sports. Entre os materiais considerados estão falas de narradores, *streamers* e comentaristas, declarações de jogadores, comentários de fãs, postagens em redes sociais e conteúdos audiovisuais diversos, todos analisados à luz das condições de produção que os atravessam.

## 5 O QUE TRANSMISSÕES DE CAMPEONATOS DE E-SPORTS NOS DIZEM?

A partir dos eixos temáticos estabelecidos, passamos à escuta atenta do corpus, e como ponto de entrada da análise identificamos marcas linguísticas recorrentes que operam na construção de efeitos de pertencimento e diferenciação. Expressões como “a gente”, “nós” e “nosso/a” são mobilizadas por narradores, comentaristas e *streamers* para convocar a audiência à identificação com uma coletividade nacional — no caso, a comunidade brasileira de e-sports.

Tais expressões não apenas inserem os interlocutores num campo comum de afetos e expectativas, mas também produzem uma fronteira simbólica em relação aos que não compartilham da mesma origem. A oposição discursiva torna-se evidente na contraposição com os pronomes “eles” e “deles”, usados para se referir aos jogadores, torcedores e times estrangeiros, frequentemente acompanhados de adjetivações como “os gringos” ou expressões genéricas como “os caras lá”. Essa polarização discursiva mobiliza uma lógica de alteridade que reforça a coesão do grupo por contraste com o outro, construindo uma identidade por oposição.

A partir desse ponto, os eixos temáticos iniciais desdobram-se em subtemas que se mostraram frutíferos para a análise: 1) “a tribo” que explora a ideia de pertencimento simbólico; 2) “isso aqui é Brasil” que traz a construção discursiva da brasilidade; 3) “nós versus eles” que trabalha a polarização enquanto operador ideológico; e 4) “torcida midiática” que evidencia a espetacularização dos eventos.

Ao trabalhar com esses subtemas, buscamos revelar não apenas como os sujeitos se inscrevem nos discursos, mas também como produzem e reproduzem imaginários coletivos em torno da identidade nacional nos e-sports.

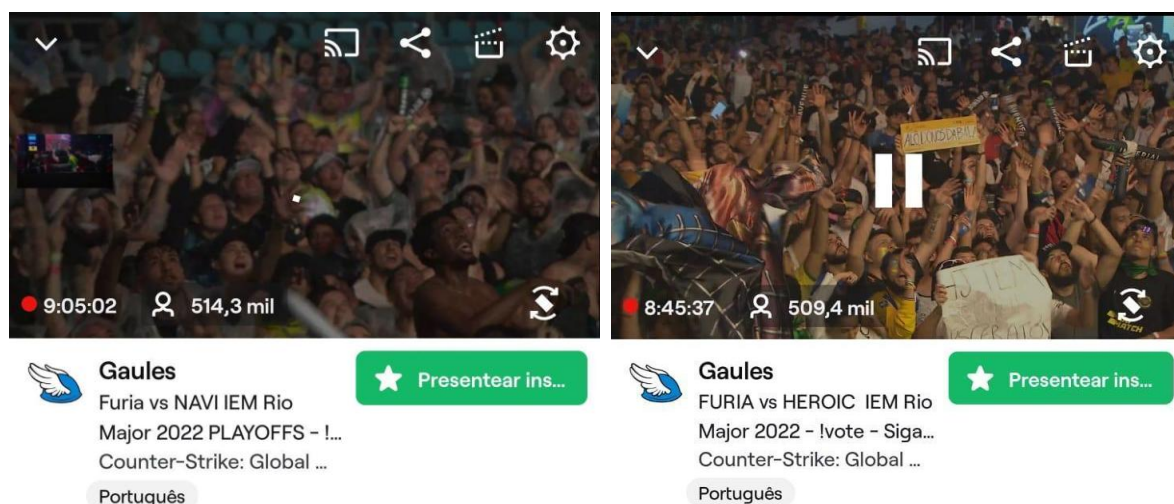
### 5.1 A Tribo

O campeonato IEM Major Rio 2022 foi transmitido para o público brasileiro pelo canal do *streamer* Gaules, sendo essa a transmissão oficial escolhida como corpus da presente análise. Ex-jogador profissional do *game*, Gaules é, normalmente, quem detém os direitos de transmissão dos campeonatos de CS no Brasil, alcançando altos índices de audiência e consolidando uma comunidade extremamente engajada.

Durante o Major realizado no Rio de Janeiro, a cobertura das partidas da equipe brasileira Furia alcançou picos de cerca de 500 mil espectadores simultâneos (Figura 4),

evidenciando a força do cenário competitivo, mas, sobretudo, a dimensão afetiva e simbólica da transmissão comunitária conduzida por Gaules.

Figura 4 - Audiência durante transmissão brasileira na Twitch das partidas da Fúria contra Navi e contra Heroic



Fonte: Capturas de tela da Twitch - canal Gaules, 2022

Hoje uma figura de referência nas transmissões de e-sports, Gaules construiu sua trajetória como *streamer* enfrentando momentos difíceis em sua vida pessoal, como episódios de depressão e dificuldades financeiras. Essa narrativa de superação foi compartilhada com seus seguidores, e, segundo o próprio *streamer*, “a cura foi a tribo” (ESPN, 2018), ou seja, o apoio ativo da comunidade foi fundamental para sua recuperação. Aliada a um estilo informal e carismático, essa relação direta e afetiva com o público cativou uma audiência que passou a acompanhá-lo não apenas pelas partidas, mas também pela conexão pessoal que suas *lives* proporcionam.

Ao longo dos anos, seus números cresceram exponencialmente. Em *rankings* globais, Gaules costuma figurar entre os *streamers* mais assistidos do mundo, disputando posições com grandes nomes internacionais do entretenimento digital (Forbes Brasil, 2022). Seu canal transmite conteúdo vinte e quatro horas por dia, incluindo reprises, jogos clássicos, transmissões de NBA e Fórmula 1.

Essa convivência virtual diária e constante criou laços entre *streamer* e espectadores que extrapolam a lógica tradicional da audiência. Seus seguidores passaram a integrar parte de algo maior: uma comunidade com valores em comum, a chamada “Tribo”. O termo não é aleatório: remete à ideia de pertencimento - bem como a de Maffesoli que abordamos no

segundo capítulo - união simbólica e identidade compartilhada entre Gaules e seus espectadores, que dividem experiências, afetos, dores e alegrias.

Além disso, há um elemento simbólico que se entrelaça ao próprio nome do *streamer*: historicamente, os gauleses foram povos celtas que resistiram à dominação do Império Romano, formando comunidades marcadas por laços tribais, cultura própria e espírito combativo. Assim, a “Tribo do Gaules” carrega também, ainda que de forma implícita, uma referência à ideia de resistência, coletividade e identidade cultural – aspectos que ecoam nas relações afetivas estabelecidas entre o *streamer* e seu público, sua tribo.

Nas transmissões, esse sentimento é constantemente alimentado por interações e menções ao *chat*, reconhecimento de seguidores antigos e novos, e por uma atmosfera de acolhimento coletivo com o mote “a tribo cuida da tribo”. Mesmo que virtualmente e do outro lado da tela, a comunidade funciona como espaço de encontro e pertencimento para essas pessoas que se identificam como membros da tribo.

Como aponta o professor André Lemos, pesquisador referência nos estudos sobre cibercultura no Brasil, as tecnologias digitais reconfiguram as formas de interação social, permitindo o surgimento de novas comunidades e modos de sociabilidade que transcendem o espaço físico. Nesse contexto, “a cibercultura, pela socialidade que nela atua, parece, antes de isolar indivíduos terminais, colocar a tecnologia digital contemporânea como um instrumento de novas formas de sociabilidade e de vínculos associativos e comunitários” (Lemos, 2002, p. 86).

Nesse sentido, a Tribo do Gaules pode ser compreendida como uma comunidade simbólica midiaticizada, formada por sujeitos que compartilham práticas, afetos e formas de identificação, mesmo sem estarem fisicamente juntos. A lógica da audiência tradicional é superada por uma dinâmica de presença simbólica, em que os espectadores se percebem como parte ativa de um coletivo. Não se trata apenas de assistir, mas de pertencer, participar e se reconhecer no outro, uma forma de estar-junto, ainda que mediada por telas.

Durante a realização do campeonato em solo carioca, foi possível observar que muitos torcedores presentes na arena e na *fan fest* faziam questão de demonstrar seu vínculo com a tribo virtual, levando para o espaço físico elementos simbólicos próprios da comunidade. Cartazes com expressões conhecidas dos espectadores das transmissões, tais como o bordão “Tô Pá” ou faixas com os dizeres da “Torcida Organizada da Tribo” (Figura 5) que reforçavam esse pertencimento coletivo. Em algumas situações, esse envolvimento se materializava também por meio de manifestações visuais criativas, como a de um grupo de cinco pessoas vestindo camisetas com letras que, lado a lado, formavam a palavra “TRIBO” (Figura 6).

Figura 5 – Torcida na *fan fest* com cartazes e faixa de identificação com a Tribo



Fonte: Captura de tela do Youtube – canal Gaules Vods, 2022

Figura 6 – Torcedores com camisetas estilizadas que juntas formam a palavra “Tribo”



Fonte: Captura de tela do Youtube – canal Gaules Vods, 2022

Essa dinâmica pode ser compreendida à luz das reflexões de Muniz Sodré (2002) quanto à ligação da comunicação contemporânea e da sociabilidade, isto é, nas formas de convivência que mobilizam tanto afetos quanto identidades. Para o autor, como abordamos no terceiro capítulo, a comunicação é, fundamentalmente, um processo de vínculo social no qual as tecnologias se inserem profundamente nas formas de vida.

Cabe lembrar que, atualmente, “Tribo” é também uma empresa, uma marca registrada do *streamer*, incorporada como parte de sua identidade midiática e comercial. Mais do que uma

simples designação simbólica da comunidade, o termo passou a nomear projetos vinculados ao canal, como eventos presenciais, produtos licenciados e iniciativas sociais promovidas por Gaules e sua equipe que inclui outros *streamers*. Essa institucionalização do pertencimento revela como os laços afetivos e culturais estabelecidos nas transmissões ultrapassam o espaço digital, ganhando materialidade em práticas mercadológicas, ações coletivas e representações públicas da comunidade.

Essa espécie de apropriação do vínculo comunitário em estrutura midiática e mercadológica pode ser entendida a partir do conceito de mediação (Sodré, 2002). A mediação, nesse contexto, não diz respeito apenas à presença da mídia como canal de difusão, mas como força modeladora das interações sociais e das formas de pertencimento. Pois, como afirma Sodré “as descrições correntes de ambientes interativos e imersivos digitalmente criados apontam para traços análogos às formas de vida” (Sodré, 2002, p. 25).

Nesse sentido, a Tribo do Gaules configura-se como uma forma contemporânea de comunidade, em que os dispositivos midiáticos operam como vetores de conexão entre sujeitos por meio de narrativas compartilhadas e práticas de reconhecimento mútuo.

Durante o IEM Major Rio, essa dimensão comunitária se evidenciou de forma particular, uma vez que a transmissão promovida por Gaules e sua equipe se desdobrou em duas frentes simultâneas: por um lado, a audiência virtual que acompanhava de casa; por outro, a torcida presente na arena, que se alternava entre os papéis de espectadora e de protagonista, criando um ambiente híbrido de participação.

Se o que une essa tribo é a experiência compartilhada de torcer junto e acompanhar campeonatos de jogos eletrônicos, a transmissão via plataformas de *streaming* costuma ser associada, pelos próprios *streamers* da Tribo, a uma vivência semelhante à de ir a estádios de futebol. De forma que em diversos momentos da cobertura, é possível observar metáforas e expressões que reiteram esse paralelismo, como na fala “Cabe mais, portão “S” aberto”, dita pelo *streamer* Velho Vamp, o VVV, que alude à abertura simbólica de setores virtuais para acolher mais espectadores. Termos como “portão X” ou “portão Y” são frequentemente utilizados para chamar a audiência a se conectar e acompanhar a partida, reforçando a ambientação simbólica de um estádio digital.

E em outro exemplo de demonstração do sentimento de pertença, a torcida presencial criou e ecoou hinos e gritos de guerra que traziam analogias diretas à tribo, como por exemplo no cântico: “Vou torcer para a Fúria ser campeã, LaTribonera, meu caldeirão”. Sendo “la tribonera” o nome que Gaules atribui a esse “estádio virtual” constituído por ele, sua equipe e seus seguidores/espectadores/fãs. O título faz conotação a duas referências: ao estádio de

futebol do time argentino Boca Juniors, La Bombonera, conhecido por ser um espaço de uma torcida fervorosa e barulhenta; e, ao mesmo tempo articula a palavra “tribo” que é como vimos, como o influenciador costumeiramente chama seu público

Não à toa, percebe-se o sentimento de pertencimento e a presença de um viés identitário que coloca espectadores/torcedores como membros da comunidade brasileira do jogo CS e do e-sports. Nota-se também, que a particularidade da transmissão de e-sports passa pelo torcer junto com o *streamer*.

Isso é explorado já na escolha feita para o local em que os *streamers* Gaules, Michel e VVV são instalados dentro da arena de forma que possam fazer a transmissão em loco e ao lado da torcida presencial passando toda a atmosfera para o público de casa e inserindo os apresentadores no mesmo espaço físico que os torcedores, como que numa representação de “somos todos igualmente membros dessa comunidade”.

Gaules traz explicitamente essa ideia de igualdade e união ao dizer que “isso aqui só é legal porque é de todo mundo. Entendeu? Os nossos sonhos são maiores quando está todo mundo junto”. Bem como na fala que ele dirige ao público que está na *fan fest* do lado de fora da arena: “Tamu junto, pessoal que está aí na fan fest. Amo vocês. Acabando aqui (a partida/transmissão), eu vou pra lá”; sendo complementado por VVV que afirma “acabando, a gente vai pros braços do povo, curtir com essa galera lá na fan fest”.

Ou quando com lágrimas nos olhos, o *streamer* fala que:

Eu não sou um narrador, eu sou um torcedor, tá ligado? Botaram pela primeira vez um torcedor na frente da porra da câmera. E é isso que um torcedor faz, ele representa vocês. Eu sou igual vocês. Essa é a diferença, essa é a diferença. Eu sou igual vocês! Eu estou aqui, mas eu sou vocês e vocês sou eu, tá ligado, velho? (Gaules, 2022).

Abertamente, ao longo da transmissão do campeonato, Gaules desempenha um duplice papel temático, com sua posição discursiva se alternando entre o sujeito apresentador ao narrar a partida e o de sujeito torcedor tal qual os demais torcedores presentes. Nessa alternância, evidencia-se o funcionamento daquilo que a Análise do Discurso denomina posição-sujeito: não se trata de uma identidade fixa, mas de um lugar de enunciação que se constrói na relação com a ideologia e com as condições de produção.

Se no mundo da neutralidade da comunicação tradicional, que busca não demonstrar quais as preferências pessoais do profissional da narração e ou comentaristas e repórteres, na seara da transmissão de e-sports a presença do “eu” e suas vontades, desejos e preferências é costumeira. Exatamente pelo fato de que, normalmente, as transmissões dos campeonatos de jogos eletrônicos são conduzidas por entusiastas dos *games*, por vezes, ex-jogadores das modalidades. Logo, alguém muito vinculado ao universo e exatamente por isso tem voz e papel

de influenciador para seus espectadores/fãs. E, vale frisar, ao se colocar no lugar de torcedor, Gaules não deixa para trás o lugar de *streamer*, mantendo ambas as posições em seu discurso.

Paralelamente, outros membros da equipe, como BT e Liminha, interagem com o público presente e entrevistam jogadores, aproximando-se de práticas do jornalismo esportivo. Ainda que não sejam jornalistas de formação — o que é amplamente sabido pelo público —, apropriam-se de técnicas narrativas e de certos gestos profissionais típicos da função, produzindo uma imagem que transita entre a informalidade do fã e a performada credibilidade do repórter.

Para compreendermos esse movimento, recorreremos à noção de formações imaginárias.

Resta acrescentar que todos esses mecanismos de funcionamento do discurso repousam no que chamamos formações imaginárias. Assim não são os sujeitos físicos nem os seus lugares empíricos como tal, isto é, como estão inscritos na sociedade, e que poderiam ser sociologicamente descritos, que funcionam no discurso, mas suas imagens que resultam de projeções. São essas projeções que permitem passar das situações empíricas - os lugares dos sujeitos - para as posições dos sujeitos no discurso. Essa é a distinção entre lugar e posição (Orlandi, 2012, p.40).

Ademais, contextualiza Orlandi que numa relação discursiva, imagens constituem diferentes posições. Explica a autora que “isto se faz de tal modo que o que funciona no discurso não é o operário visto empiricamente mas o operário enquanto posição discursiva produzida pelas formações imaginárias. Daí que, na análise, podemos encontrar, por exemplo, o operário falando do lugar do patrão” (Orlandi, 2012, p. 40-41).

Cria-se, então, uma zona de ambiguidade entre o que “representa ser” e o que “de fato é”: BT e Liminha performam o papel de repórteres, sem efetivamente o serem, instaurando uma lógica discursiva em que o “falso repórter” adquire legitimidade dentro da cena comunicativa. Esse processo é sustentado pela imagem que o público das *lives* constrói deles e de suas posições. Enquanto o lugar de torcedor é escancarado e assumido sem reservas, esse “faz-de-conta” jornalístico adquire o estatuto de verdade para os sentidos produzidos naquele espaço, ativando a categoria de veridicção: o “dizer verdadeiro” não está condicionado a uma formação técnica, mas à identificação afetiva e coletiva.

Em determinado momento, por exemplo, Gaules diz sobre VVV, *streamer* com quem está dividindo a narração, “está rezando aqui do lado”, numa referência direta do quanto eles estão torcendo pela vitória da equipe brasileira. As comemorações *round a round* são explicitadas tanto no verbal falado quanto gestualmente. E, são vários os momentos nos quais os *streamers* cantam junto com a torcida e até mesmo puxam os gritos de guerra.

Nessa conjuntura, o *streamer* assume também a função de interlocutor mobilizador, alguém que convoca e incita o engajamento do público, como na fala: “tem que fazer barulho

que eles vão escutar”, à qual a torcida responde com gritos ainda mais intensos. A linguagem performática opera como um dispositivo de coesão e pertencimento simbólico. O discurso, nesse caso, não apenas descreve, mas age — é performativo, no sentido de produzir efeitos concretos sobre os sujeitos e o ambiente.

No ápice da partida entre Fúria e Navi, Gaules, Michel e VVV, os três *streamers* presentes narram o ponto final literalmente abraçados. E, a comemoração se concretiza com jogadores e *streamers* indo ao encontro dos torcedores. Assim, a celebração se desloca do espaço técnico da narração para a arquibancada, onde Gaules, ao lado dos atletas e da bateria que animava a torcida, celebra a vitória junto ao público. Ali, reforça-se o discurso de que todos, *streamers*, jogadores e espectadores são parte de uma mesma comunidade simbólica: a do Counter-Strike, a dos e-sports, a comunidade brasileira unida por uma paixão comum.

Quando numa situação de desvantagem, com a Fúria perdendo para a Heroic, Gaules afirma “Vai ter que ter fé” e momentos depois invoca novamente a torcida dizendo “se a gente parar quando tomar round, os caras vão querer fazer mais. Não pode parar, levanta”. Pouco depois, quando a torcida começa a cantar “Eu acredito”, o *streamer* corresponde “Quer sonhar? A gente sonha junto”, se unindo ao coro. E pede ainda “Empurra, não pode parar. Depois a gente descansa”.

Mais adiante, após um momento de domínio da Fúria, Gaules exclama sobre o jogador adversário: “Ele está em choque! Meu Deus! Esse é o poder da tribo, o poder da torcida, o poder da Fúria”. Aqui, a vinculação direta entre desempenho e apoio coletivo se explicita: o resultado dentro do servidor é discursivamente atrelado à força simbólica da torcida.

No último mapa da série, Gaules reforça: “Acredita!”, com Michel complementando: “tem que acreditar. Tem que se manter positivo. Vamos nessa”. À medida que o jogo avança, torcida e *streamers* se revezam na manutenção da esperança. A torcida grita “Levanta, levanta!”, ao que Gaules responde: “tem que levantar, vamo bora”. VVV também participa desse movimento coletivo ao dizer: “a gente acabou de empatar um jogo que estava 15 a 5, galera. Vamos lá, dar esse gás final. Tá todo mundo cansadão. Vamo lá, pela Fúria”, provocando nova reação sonora da arquibancada.

Em um momento de tensão, Gaules questiona: “o que a Heroic está aprontando pra cima de nós, Tigrão?”, ao que Michel responde com firmeza: “não pode desacreditar”, sendo imediatamente acompanhado pelo coro da torcida em “Eu acredito”. De forma que, retomando uma das máximas da análise do discurso que é reconhecer que “o discurso é efeito de sentidos entre locutores” (Orlandi, 2012. p.21), podemos dizer que essa dinâmica revela a natureza

dialógica do discurso: como em uma conversa entre amigos, as falas dos *streamers* encontram eco e reforço na torcida e vice-versa, numa construção coletiva de sentido.

No intervalo da partida, Gaules se vira para a torcida e convoca:

Seguinte, 10 a 5. (...) Tem que acreditar. Vamos fazer barulho. (...) Levanta todo mundo agora (...) quando começar o jogo. Vamos terminar isso aqui hoje dando nosso máximo, velho. Eu tô cansado. Vocês estão cansados. Mas se a gente ficar calado, velho, a gente já vai ter perdido. Então, vamos bora, velho. Eu conto com vocês. Mas eles (Fúria) contam com a gente! Até acabar, velho. Enquanto não acabar, nós vai pular (Gaules, 2022).

Aqui, nota-se a partilha de responsabilidade simbólica. Todos são convocados a agir como se tivessem papel decisivo no desfecho do jogo. Essa construção coletiva do “nós” é reiterada mais adiante, quando Gaules pede:

Vamos acender a luz. Eles estão lá (jogadores). E, às vezes, estão ali e tudo que eles precisam ver é que a gente está aqui com eles. Não precisa falar nada. Vamos descansar esse um minuto, só com a luzinha. Quando começar, a gente coloca isso aqui abaixo. Na fan fest também, acende essa luz lá fora (Gaules, 2022).

Neste gesto, temos a materialização do vínculo entre discurso e prática, palavra e afeto. Não se trata apenas de falar, mas de sinalizar — literalmente — pertencimento e apoio. É o laço simbólico da comunidade que se faz visível e iluminado.

Já a transmissão do Six Invitational é conduzida pela Ubisoft, desenvolvedora do Rainbow Six, R6, que mantém equipes especializadas e canais oficiais para diferentes regiões. No Brasil, a cobertura conta com apresentadores, narradores, comentaristas, analistas e repórteres. Entre os profissionais envolvidos, destacam-se dois jornalistas de formação: Leo Bianchi, ex-jornalista esportivo e atual apresentador do canal oficial Rainbow Six Br, e Otávio Ceschi, conhecido como Retalha, um dos principais comentaristas da modalidade.

Além deles, a equipe brasileira de transmissão inclui nomes reconhecidos da comunidade de Rainbow Six Siege, como Ique, analista e formado em game design, e Meligeni, narrador premiado no Prêmio e-sports Brasil 2022 como melhor caster, consolidando seu prestígio na cena nacional. Curiosamente, Maria Bonino, que atua como repórter de campo entrevistando torcedores e jogadores durante os eventos, não possui formação em jornalismo. Essa mescla de trajetórias ilustra uma característica marcante do campo dos e-sports: a fluidez entre os papéis institucionais e a legitimação que se dá, muitas vezes, não pela titulação formal, mas pelo reconhecimento da comunidade.

A transmissão da Ubisoft segue um modelo estruturado que incorpora diversas características do jornalismo esportivo tradicional, incluindo o uso de infográficos, estatísticas

analíticas, entrevistas pré e pós-jogo, mesa de comentaristas, entre outros recursos. Normalmente, as transmissões ocorrem a partir de um estúdio e, em momentos de partidas simultâneas, há divisão da cobertura entre dois canais distintos (*Stream A e Stream B*).

A equipe brasileira de transmissão também se destaca pela presença feminina em diferentes funções, desde apresentação e reportagem até análise e comentários. Além disso, essa é a mesma equipe responsável pela cobertura de outros campeonatos de Rainbow Six Siege para o público brasileiro.

Apesar de se apropriar de características do jornalismo esportivo tradicional e contar com uma estrutura técnica, a transmissão da equipe do canal oficial de Rainbow Six Siege no Brasil está longe de adotar a imparcialidade do gênero — ao menos quando se trata de torcer pelo país.

Ainda que os profissionais busquem manter uma postura neutra em confrontos entre equipes brasileiras, a mesma objetividade não se aplica quando o Brasil enfrenta times estrangeiros. De forma que mesmo no *showmatch*, apresentadores e *streamers* cantam com a torcida e chegam a puxar gritos de guerra em apoio aos brasileiros. Da mesma forma como na transmissão de CS, vemos aqui estabelecida a questão de identidade e pertencimento com a comunidade brasileira de e-sports.

Enquanto para o CS, a comunidade é denominada “tribo”, no R6 é frequente o uso da expressão “família” durante a transmissão do campeonato. Leo, por exemplo, chama a torcida dizendo “Vamos lá, família”, e Alexandre Branco, narrador, cita a comunidade do Siege como “minha família”. Essa nomeação, longe de ser aleatória, constitui um gesto enunciativo que produz efeitos de sentido vinculados à proximidade, solidariedade e pertencimento.

Nesse sentido, o “torcer junto” vem como natural, como parte constitutiva da performance comunicativa, não é percebido como uma quebra de profissionalismo, mas como um gesto de coesão e apoio afetivo a um coletivo com o qual se compartilha identidade. Então, de forma muito explícita, Retalha lembra ter torcido ao narrar a classificação da equipe brasileira no dia anterior e alega que por isso deixou parte da voz na arena na ocasião.

Já Meli enfatiza que “o Six Invitational aqui no Brasil só está acontecendo por causa de vocês da comunidade. Vocês é que movem a paixão, toda a alegria, a emoção que eu trago vem de vocês”. A comunidade é elevada à condição de motor afetivo da realização do campeonato.

Por outro lado, antes do início da partida pela semifinal entre a equipe brasileira W7M e a estrangeira Virtus.Pro, os apresentadores pedem licença para comentarem sobre um incidente entre torcida e jogadores da VP ocorrido no dia anterior e que se tornou público com

uma postagem de desabafo do *player* em suas redes sociais falando sobre o comportamento ofensivo de um torcedor brasileiro.

Queria fazer um pedido de coração para todos vocês que estão aqui no Ibirá (...) Aconteceu um caso muito chato com os jogadores da VP ontem. E eu sei que vocês são muito melhores que isso. Que essa pessoa não representa vocês. E o meu pedido é que a gente faça muito barulho, bata muita palma nesse exato momento pra vocês que não são como essa pessoa que fez esse caso terrível contra o Joystick, contra os jogadores da VP. Vocês estão de parabéns (Meli, 2024)

O narrador, ao endereçar sua fala à torcida, interpela os sujeitos torcedores a se reconhecerem como pertencentes a uma comunidade com valores partilhados — respeito, civilidade e apoio mútuo. Nesse processo, a figura do torcedor infrator é deslocada da comunidade, colocado como "fora do conjunto", como alguém que “não representa” o coletivo. Trata-se, portanto, de um efeito de sentido produzido por meio da separação simbólica entre “nós” e “aquele”.

Ademais, durante a transmissão do Six Invitational, observamos situações em que - assim como no IEM Major Rio - há uma dinâmica constante de incentivo mútuo entre apresentadores e torcedores, fundamentado na ideia de “empurrar” a equipe brasileira. Esse engajamento se manifesta, por exemplo, nas palavras de Meli: “Continuem fazendo barulho. Faz muito barulho Ibirapuera. (...) Hoje, a W7M é toda sua, Ibirapuera (...) Vamos derrubar tudo para a W7M” e ainda “A obrigação de vocês é essa, é fazer barulho”.

O papel ativo da torcida é constantemente enaltecido, como nas declarações de Retalha: “você que está aqui no ginásio fazendo barulho e empurrando a W7M, está sendo um dos responsáveis pela vitória dos garotos por ali” ou “vocês causaram impacto e vamos torcer para que isso tenha afetado a VP”. Os jogadores brasileiros reforçam essa narrativa, como JV em entrevista pré-jogo: “a torcida aí a nosso favor. Vamos colocar eles (adversários) no bolso”.

Em outro momento, a comentarista Lari também se apoia nessa lógica afetiva e comunitária ao afirmar: “é o poder do Ibirá”, em alusão ao ginásio lotado, cuja força simbólica teria desestabilizado a equipe adversária, que solicitou um *pause* tático. A transmissão, então, transforma esse momento técnico em uma ocasião de mobilização coletiva, como sugere Meli: “Vamos fazer barulho, Ibirapuera. Tem que ser ensurdecador agora. Quem precisa conversar agora é a VP. Levanta, levanta. Vamos mostrar o poder dessa torcida aqui pra VP”. Retalha complementa: “Bota eles no caldeirão agora durante esse pause tático”. Meli insiste: “Não pode parar. Empurra, brasileirinho. Envia energia positiva. (...) Vamos fazer barulho, vamos acabar com a paz da VP aqui no Ibirapuera. Quero mais celular ligado, liga a luzinha”.

Neste ponto, encontramos dois elementos simbólicos que remetem diretamente ao estilo brasileiro de torcer, já estabelecido no Major Rio 2022: o “caldeirão” de “La Tribonera, meu

caldeirão” e as luzes de celular, utilizadas como forma visual de apoio coletivo. Retalha retoma esse imaginário ao afirmar: “O Ibirapuera é o nosso caldeirão. E é aqui que a gente vai fazer a VP ficar nessa fase”.

Enquanto Meli afirma: “jamais subestime essa galera que está aqui” - em referência à torcida no ginásio - é prontamente complementado por Retalha: “E você que está aí”, olhando diretamente para a câmera, numa interpelação aos que acompanham pela *live*. Sem deixar “ninguém de fora”, a transmissão interage com espectadores remotos. Em outro ponto, Retalha aciona novamente esse vínculo: “empurra, você que está em casa. Seja bem-vindo, estou acompanhando vocês aqui pelo chat. (...) Estou vendo vocês aqui na Twitch. Tô de olho”.

Assim, o que observamos é que tais práticas discursivas ampliam o escopo da comunidade simbólica de torcedores: ela não se limita ao espaço físico da arena, mas se estende aos sujeitos interpelados no ambiente digital, compondo uma rede de pertencimento que ultrapassa as fronteiras geográficas e reforça os laços identitários por meio do discurso.

Contudo, é importante observar que, seja nomeada como “tribo” (no caso do CS) ou “família” (no caso do R6), essa comunidade discursivamente construída é apresentada como homogênea, coesa e afetivamente engajada. As transmissões parecem se empenhar em produzir efeitos de sentido que reforcem essa imagem de união, apagando - ou silenciando - eventuais tensões internas relacionadas a diferenças de classe, gênero, região ou acesso tecnológico. Destaca-se uma lógica de pertencimento que naturaliza a unidade, encobrindo as heterogeneidades que, ainda que existam, não encontram espaço de visibilidade dentro desse jogo discursivo.

## 5.2 Isso aqui é Brasil

“Olha a festa do lado de fora. Velho Vamp, isso aí é NBA? Ou isso aqui é Brasil?” pergunta Gaules. “Gau, NBA não chega nem perto do que é essa torcida aqui. Isso aqui é Brasil!” responde VVV. O diálogo entre os dois *streamers* evidencia um traço recorrente nas transmissões analisadas: a ativação discursiva do orgulho nacional, frequentemente mobilizado em contextos esportivos. Esse sentimento aparece como elemento agregador e performativo, como se vê, por exemplo, nos momentos em que o hino nacional é cantado à capela, algo já característico do torcedor brasileiro.

O sucesso do Major de CS:GO no Rio de Janeiro repercutiu como uma conquista coletiva para os adeptos dos jogos eletrônicos no país — não apenas no sentido de sediar um torneio internacional, mas como reconhecimento simbólico de que o Brasil se consolidava

como protagonista no cenário competitivo mundial. Durante a transmissão, Gaules falou da concretização de “sonhos” e reforçou que “a gente (Brasil) podia e sabia fazer”, evocando uma narrativa de orgulho nacional e competência frequentemente silenciada quando se trata do Sul Global.

Ao longo dos dias de campeonato, frases como “Isso aqui é Brasil” ou “Aqui é Brasil!” ganharam protagonismo - repetidas pelos *streamers*, replicadas nos *chats* das plataformas, estampadas em cartazes improvisados pela torcida e reverberadas nas redes sociais (Figura 7).

Figura 7: “Aqui é Brasil” em sétimo lugar nas tendências de assuntos no X (antigo Twitter) durante a transmissão do jogo da Fúria contra a Navi

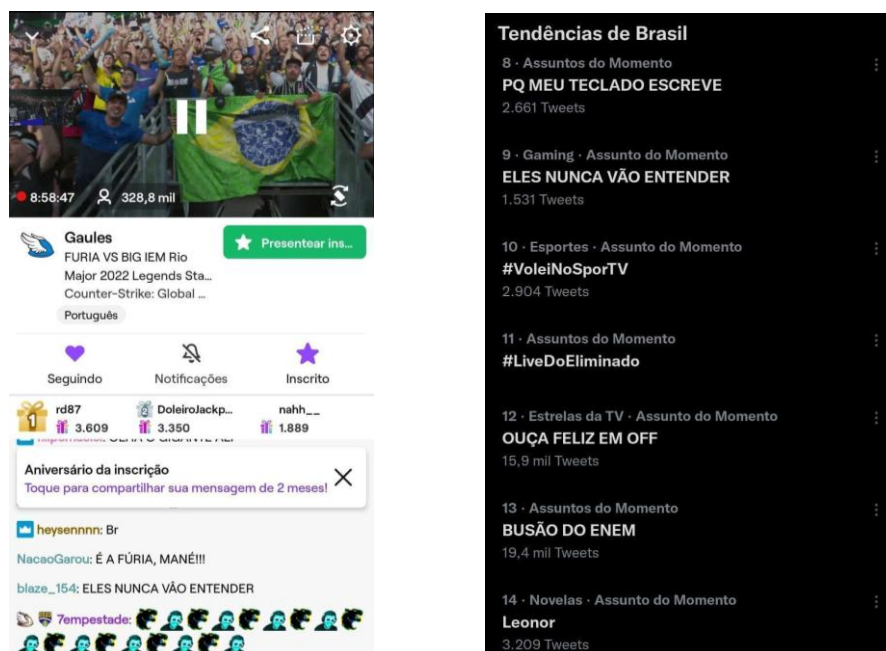


Fonte: Captura de tela da rede social X (antigo Twitter)

Essas expressões atuam como marcadores discursivos de pertencimento, ativando um *ethos* de coletividade e de diferenciação.

Nesse mesmo campo simbólico, emerge com força a frase “eles nunca vão entender”, que se repete nas falas, nas imagens, nos comentários e nas interações entre *streamer* e público, sendo exportadas para fora ao alcançar as redes sociais. (Figura 8).

Figura 8: “Eles Nunca Vão Entender” replicada pelos espectadores no chat da transmissão e nas tendências de assuntos no X (antigo Twitter)



Fonte: Captura de tela do chat da Twitch – canal Gaules, 2022 e da rede social X (antigo Twitter)

Esse enunciado - “eles nunca vão entender” - atua como um código compartilhado, nunca plenamente explicado, mas imediatamente compreendido por quem ocupa a posição de sujeito dessa comunidade brasileira de e-sports. Trata-se de uma fórmula que não precisa ser desdobrada para produzir sentido, pois se ancora em uma memória discursiva comum, que confere um efeito de evidência à identificação com o “nós” e à distinção em relação ao “eles”. O reconhecimento não ocorre pelo conteúdo explícito, mas por uma experiência afetiva compartilhada, que estrutura os sentidos no plano do não dito — ou seja, naquilo que se compreende por que também se sente (Ducrot, 1987).

Assim, essa expressão opera como um marcador de alteridade simbólica: de um lado, o “nós” - brasileiros, afetivamente engajados, barulhentos, resilientes - e de outro, o “eles” - estrangeiros, frios, racionais, distantes. O que está em jogo aqui não é simplesmente uma comparação entre estilos de torcer, mas a produção discursiva de uma identidade coletiva que se define pela emoção, pela intensidade, pela presença ativa. Ao não explicar o que “eles” não vão entender, o enunciado reforça o pertencimento de quem compreende - e ao mesmo tempo exclui quem não compartilha da mesma vivência.

Nesse funcionamento discursivo, “Isso aqui é Brasil” e “eles nunca vão entender” não são apenas frases de efeito: elas condensam sentidos históricos, afetivos e ideológicos. Reativam discursos anteriores sobre a forma como o Brasil é visto (ou subestimado) no contexto

global e, ao mesmo tempo, reposicionam o país como centro simbólico da experiência esportiva nos e-sports. Trata-se de uma forma de resistência discursiva, que transforma o modo brasileiro de torcer em valor - ainda que esse valor esteja fundado num conjunto de práticas que, tradicionalmente, são vistas com desconfiança em ambientes esportivos ditos “civilizados” ou “profissionais”.

Em tom provocativo, Gaules indaga: “O caldeirão vai incendiando. O que é isso aqui, Velho Vamp?”, ao que VVV responde: “Isso aqui é Brasil”. Ao fundo, a bateria da torcida entoava: “Isso aqui não é Europa. Isso aqui é Brasil!”, em alusão crítica já habitual entre a comunidade brasileira de e-sports às edições anteriores do campeonato, realizadas no continente europeu, onde torcidas de posturas passivas levavam a acreditar que as transmissões aconteciam em ambientes que exigem silêncio, sendo comparados com uma “biblioteca”, enquanto a torcida brasileira era ruidosa, vibrante e engajada - um personagem da própria transmissão.

Assim, “Isso aqui é Brasil” emerge como um enunciado polissêmico: ora como desabafo diante de situações adversas, ora como exaltação da garra, da emoção e da entrega. A frase condensa sentidos de resistência, paixão e pertencimento, articulando uma memória discursiva que remete ao imaginário de um povo resiliente. Isso se evidencia em falas como as de Gaules: “Nós somos brasileiros, não é pra desistir”, “vai ter que ser na unha, na garra, no sangue” e “pra gente nunca é fácil” - todas operando como marcas de uma identidade forjada na superação.

A construção de uma “brasilidade” performada por meio da torcida se intensifica nos momentos de tensão. Quando Michel tenta acalmar o colega, explicitando “Calma, Gau”, Gaules responde: “Como calma? Eu sou brasileiro, pô”, justificando o envolvimento emocional extremo como algo inerente à identidade nacional. Essa representação encontra eco no tradicional canto entoado pela arquibancada: “Eu sou brasileiro, com muito orgulho, com muito amor”, reafirmando o pertencimento coletivo e afetivo.

Um dos momentos mais emblemáticos da transmissão é quando na arquibancada, entre jogadores e torcedores, em comemoração à classificação da equipe brasileira Fúria para as semifinais, Gaules profere o seguinte discurso:

E tem uma coisa que eu queria falar que é o seguinte: os cara passam a imagem que o Brasil é o cachorro caramelo. O cachorro caramelo é foda pra caralho. Mas o Brasil é a onça pintada, é a pantera. O Brasil é foda demais. Então, fica isso daqui pro mundo inteiro, tá ligado? Vocês aí que não são do Brasil, vocês nunca vão entender o que é isso aqui. Isso aqui não é Major, isso aqui não é CS, isso aqui é Brasil, porra! Vamo! (Gaules, 2022).

A referência ao cachorro caramelo está ligada à popularidade dos cães sem raça definida no Brasil, que nos últimos anos ganharam espaço e circulação nas redes sociais por meio de memes (publicações virais na internet) e representações afetuosas. Esse símbolo, apesar de

carregar um tom de carinho, também pode remeter ao chamado "complexo de vira-lata", termo cunhado por Nelson Rodrigues<sup>10</sup> para descrever a sensação de inferioridade do Brasil em relação a outras nações. No entanto, ao afirmar que o Brasil é a onça-pintada e a pantera, Gaules ressignifica essa imagem, evocando símbolos de força e imponência. A onça remete à rica fauna brasileira e à sua identidade associada à floresta amazônica, enquanto a pantera representa a Fúria, sendo literalmente o símbolo da equipe. Nesse discurso, há uma tentativa de redefinir a autoimagem do Brasil dentro do esporte e da cultura, reforçando o orgulho nacional e o espírito competitivo.

Na sequência, quando Gaules se dirige diretamente aos estrangeiros - “você aí que não são do Brasil” - e sentencia que “você nunca vão entender o que é isso aqui”, ele constrói uma dicotomia entre o público brasileiro e o público internacional, enfatizando uma experiência coletiva que transcende o próprio jogo. O influenciador sugere, de forma implícita, que a paixão da torcida brasileira não se reduz apenas à celebração da vitória, mas carrega um significado mais profundo, marcado por identidade e pertencimento.

Assim, quando Gaules afirma que os estrangeiros jamais compreenderiam o que aquele momento significava para os brasileiros, ele está evocando não apenas o amor pelo e-sports, mas também um sentimento coletivo de superação e resistência. É como dizer que, se o brasileiro torce com tanta intensidade, comemora a vitória de forma efusiva e se sente parte daquela história, é porque, enquanto para o estrangeiro triunfos como aquele podem ser corriqueiros, para o brasileiro são conquistas árduas, fruto de um contexto de maiores dificuldades. Seu discurso sugere que, para o público brasileiro, vitórias como aquela ultrapassam a esfera esportiva e representam pequenas vitórias diante de desafios estruturais e desigualdades históricas que caracterizam a realidade do país.

Ao complementar com “Isso não é Major, isso não é CS, isso é Brasil!”, ele reforça esse apelo identitário, destacando que a experiência esportiva, naquele momento, se sobrepõe ao contexto competitivo e se torna uma expressão de identidade nacional. A resposta da torcida - com palmas, gritos e manifestações de concordância - evidencia a potência desse discurso, que mobiliza emoções vindas de uma historicidade e reforça o senso de coletividade.

Frases como “Isso aqui é Brasil” e “eles nunca vão entender” passam a ser uma máxima da comunidade brasileira de e-sports em geral, sendo repercutidas em outros momentos, inclusive na transmissão do Six Invitational realizado dois anos depois, em São Paulo. No

---

<sup>10</sup> O texto de Nelson Rodrigues, “Complexo de vira-latas” foi publicado originalmente na revista *Manchete Esportiva* em 31 de maio de 1958 e posteriormente republicado na obra *A Sombra das Chuteiras Imortais – Crônicas de Futebol*, organizada por Ruy Castro e lançada pela Companhia das Letras em São Paulo, em 1993.

ginásio do Ibirapuera, o “Isso aqui é Brasil” volta à tona, repaginado, modernizado, tecnológico e bilíngue, com direito a faixas em verde e amarelo, escritas em inglês empunhadas pela torcida brasileira (Figura 9) e em letreiros de celulares.

Figura 9: A torcida do Six Invitational com faixa da frase “This is Brasil” em verde e amarelo

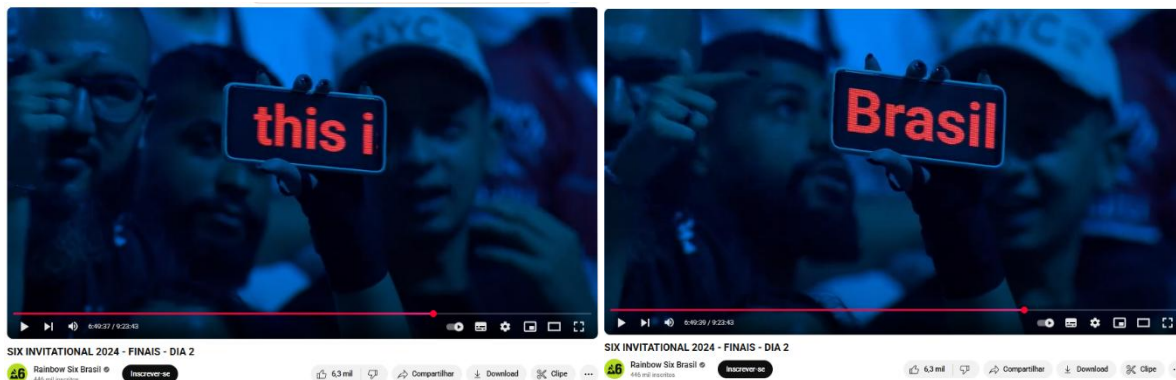


Fonte: Captura de tela do Youtube - canal Rainbow Six Brasil, 2024

O enunciado, que antes se limitava ao português, ganha agora uma camada de internacionalização, ampliando seu alcance e performando também um gesto de provocação. O uso do inglês não é aleatório, mas intencional: visa garantir a compreensão internacional da provocação, funcionando como um mecanismo de inversão simbólica - agora somos nós que dizemos ao mundo: "Olhem para nós!".

Quando a câmera foca um torcedor com o letreiro em destaque (Figura 10), Retalha imediatamente verbaliza: “This is Brasil. Estamos no Brasil, meu amigo. Respira você que está em casa. A W7M vai tranquila nesse mapa.”

Figura 10 – A torcida do Six Invitational transmite o “This is Brasil” usando celulares e a transmissão coloca a imagem em destaque



Fonte: Capturas de tela do Youtube - canal Rainbow Six Brasil, 2024

Assim, autoafirmação e enfrentamento simbólico passam a ser visíveis em diversos momentos da transmissão. Meli, por exemplo, enaltece o país em declarações efusivas como: “Brasil, maior que todo mundo” e “Estou me emocionando a cada segundo, estou me arrepiando a cada momento, porque só o brasileiro pra trazer essa emoção maravilhosa pra um evento de e-sports tão lindo como esse. Meu muito obrigado mais uma vez. Meu coração é todo de vocês.” Aqui, mais uma vez, temos um discurso intensamente afetivo, que transforma o evento em celebração da identidade nacional - um momento de fusão entre emoção, pertencimento e espetáculo.

Em termos discursivos, estamos diante de uma polifonia que estrutura sentidos múltiplos: há o enunciador que afirma o Brasil para os seus (nós, brasileiros), mas também há o enunciador que se dirige a um “eles” implícito - o estrangeiro, o espectador internacional, a figura simbólica de quem não compreende a paixão brasileira. O enunciado “This is Brasil”, nesse sentido, faz sentido em dois registros ao mesmo tempo: é reforço identitário interno e mensagem provocativa externa, o que só é possível porque há uma memória discursiva que sustenta esse dizer, permitindo que ele seja imediatamente reconhecido por quem “faz parte” (Orlandi, 2012; Ducrot, 1987).

### 5.3 Nós versus Eles

Assim, nossa análise encontra um outro desdobramento discursivo presente nas transmissões observadas: a polaridade simbólica “nós” versus “eles”. Tal estruturação não apenas reforça a coesão do grupo, mas também produz o “nós” pela negação de um “outro”, ou seja, pela constituição de uma alteridade. Como destacam os estudos da Análise do Discurso (Pêcheux, 1997; Orlandi, 2012), a identidade do sujeito só se constitui em relação à diferença,

e é por meio do confronto com o “não nós” que emergem os efeitos de sentido que sustentam a pertença simbólica.

Há uma particularidade no contexto das transmissões elencadas: não se trata de jogos de uma “seleção brasileira” oficial, mas sim de equipes brasileiras distintas que competem internacionalmente. Ainda assim, nas transmissões e nas práticas discursivas que as circundam, observa-se a emergência de sentidos ligados ao pertencimento nacional.

Seria como, por exemplo, um são paulino torcer para o Flamengo no Mundial de Clubes, para que o “Brasil ganhe”. Mas nas competições de jogos eletrônicos, essa espécie de “suspensão” das diferenças locais parece operar quase como um gesto automático, um “movimento discursivo naturalizado”, em que a identificação simbólica com o Brasil se sobrepõe às divisões internas.

É possível observar esse efeito nas arquibancadas das competições analisadas, onde torcedores brasileiros vestem camisas de “seus times do coração” já eliminados e passam a apoiar os times nacionais remanescentes. A comunidade, embora fragmentada em suas afiliações locais, se unifica discursivamente sob a “categoria Brasil”.

Durante o Six Invitational, por exemplo, a torcida presencial sustenta uma enorme bandeira estilizada do Brasil com o rosto de um jogador de cada uma das equipes brasileiras acompanhados do símbolo/escudo da equipe, expressando assim que a arquibancada torceria para todos os representantes brasileiros (Figura 11).

Figura 11: “Bandeirão” que une diversas equipes brasileiras com rostos dos jogadores é aberto pela torcida durante o Six Invitational

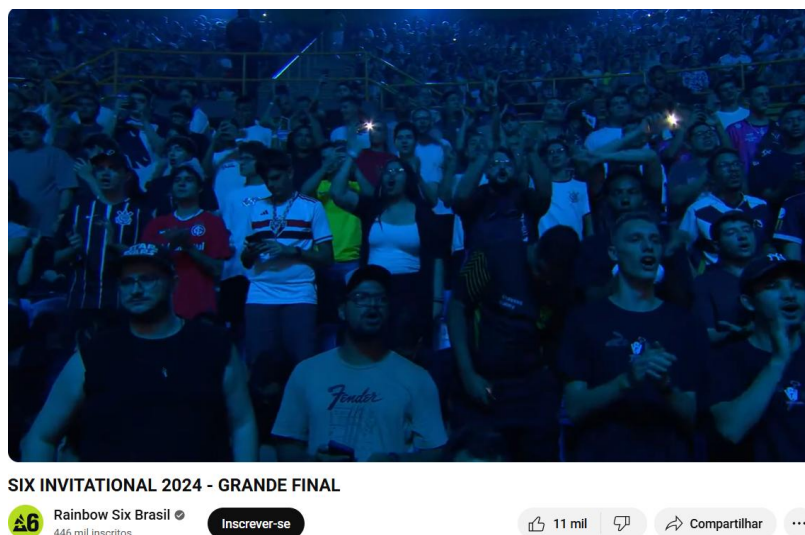


Fonte: Captura de tela do Youtube – canal Rainbow Six Brasil, 2024

Curiosamente, não há grande presença de camisas da seleção brasileira de futebol, mas há muitas bandeiras do país. No entanto, nota-se torcedores com camisas de times de

futebol rivais clássicos (Figura 12), lado a lado na arquibancada do Major ou do Six Invitational, é como se o sujeito ao escolher tal camiseta esteja “vestido de torcedor” e pronto para torcer por quem for representar a comunidade.

Figura 12: Torcedores com camiseta de diferentes times de futebol



Fonte: Captura de tela do Youtube – canal Rainbow Six Brasil, 2024

E, nesse contexto, falas e expressões de apoio para os brasileiros e de provocações para os estrangeiros vêm tanto da torcida presencial quanto do *chat*, dos apresentadores ou *streamers* e até de jogadores. Pois, como abordamos anteriormente, em contraste com as transmissões esportivas das mídias tradicionais — nas quais se costuma recorrer a referências mais neutras e institucionais como “a seleção brasileira”, “o time do Brasil”, “a equipe adversária”, preservando certo grau de profissionalismo ou formalidade —, nas transmissões de e-sports, via plataformas como Twitch e YouTube, o tom é mais informal, afetivo e comunitário. Deixando mais evidente uma discursividade que acentua a proximidade entre enunciador e público, ativando laços de pertencimento, bem como de diferenciação.

Essa dinâmica se manifesta em diversas cenas. Observamos, por exemplo, que é recorrente que o pedido de pausa tática por parte das equipes adversárias seja interpretado como um sinal de fraqueza. “Eles pausaram”, anuncia Gaules, transformando o momento estratégico do oponente em motivo de provocação, ao incitar a torcida a fazer mais barulho com o intuito de atrapalhar a comunicação da equipe rival. O barulho não é apenas ruído: é uma prática discursiva performativa, carregada de intenção. Já quando a pausa é solicitada por uma equipe

brasileira, a resposta narrativa é outra: “calma, estão conversando, vão alinhar”, diz o *streamer*, atribuindo um valor tático legítimo ao gesto.

Enunciados abertamente provocativos também marcam o confronto simbólico com o “outro”. “Eles vão correr. Eles estão em choque”, afirma Gaules. Em tom mais cômico, VVV reforça: “chama sua mamãezinha”, infantilizando o adversário estrangeiro ao associá-lo a uma figura infantilizada que precisa de amparo materno. A ironia atua como operador discursivo de diferenciação, uma forma de reafirmar a força e a coesão do “nós” brasileiro pela via da fragilização do “eles”.

Já quando a equipe brasileira está em desvantagem, Michel busca justificar e alega que “as estrelas estão se alinhando pra eles (adversários)”. Aqui, a derrota não é interpretada como fraqueza, mas como acaso ou força externa, um desvio passageiro e justificável.

Na mesma linha, no outro campeonato, durante uma eliminação de um jogador adversário, Meli comenta: “Bota a cara, gringo safadinho”. A provocação explícita constrói o outro como figura caricatural — não apenas adversário, mas “estrangeiro”, “gringo”, passível de zombaria. Em contrapartida, quando a equipe brasileira perde um *round*, a modulação discursiva retorna ao cuidado: “Calma, W7M. Vamos, brasileirinho. Vamos passar energia agora pros jogadores da W7M”.

Esse jogo de sentidos é particularmente expressivo na emblemática partida entre Fúria e NaVi, pelas quartas de final do IEM Major Rio 2022 — um confronto que ficou marcado na memória coletiva da comunidade de CS:GO no Brasil, tanto pelo peso simbólico da classificação quanto pela qualidade técnica dos adversários. No mapa decisivo, a câmera foca o rosto de Simple, jogador ucraniano da NaVi e ícone mundial da modalidade. Sua expressão abatida após a perda de mais um *round* é rapidamente capturada e ressignificada por Gaules: “Ele está em choque!”, afirma o *streamer*. A torcida responde de imediato, gritando o nome do jogador e o provocando. O *streamer* conclui: “Ele não sabia o que seria isso aqui” — referindo-se ao ambiente de pressão criado pela torcida brasileira, entendido como elemento diferencial que desestabiliza psicologicamente o adversário.

Derrotar a equipe NaVi, uma das maiores vencedoras da história do CS, é um feito marcante. Um adversário reconhecidamente superior e difícil de ser batido, a ponto de em determinado momento da partida, Michel apontar “Eles também sangram” numa referência de que era possível derrubar quem até então era favorito. Para além do *server*, ao garantir a classificação, em cima na NaVi, a Fúria passa a representar simbolicamente o Brasil superando uma potência europeia, evocando, ainda que de forma indireta, uma lógica revanchista ligada ao passado colonial.

Já no contexto do outro campeonato analisado, a decisão com equipes brasileiras reforçou o domínio do país no competitivo do Rainbow Six Siege, sendo a segunda vez na trajetória do campeonato instituído em 2018, que o título era disputado entre duas equipes do Brasil. A primeira aconteceu em 2021, quando a Ninjas in Pyjamas (NIP) venceu a Team Liquid na grande final. Além disso, o Brasil soma dois vice-campeonatos em outras edições do Six Invitational, consolidando-se como uma das regiões mais vitoriosas da competição.

No cenário internacional, as equipes brasileiras acumulam ainda conquistas expressivas nos Majors, torneios de grande relevância abaixo apenas do Six Invitational. Ao todo, o Brasil contabiliza cinco títulos de Major, além de dois vice-campeonatos.

O desempenho consistente das equipes brasileiras, que frequentemente figuram entre as melhores do mundo, solidifica o país como uma potência no cenário competitivo de Rainbow Six Siege. Diferentemente do que ocorre em outras modalidades, como Counter-Strike, por exemplo, onde as vitórias brasileiras podem ser consideradas menos frequentes, no R6 os times do Brasil não apenas competem em alto nível, mas são os principais adversários a serem superados, sendo colocados na posição de favoritos.

Ainda que sob diferentes perspectivas, o discurso que busca colocar o Brasil numa visão daquele que supera adversidades segue prevalecendo dentro do cenário competitivo também na transmissão do Six Invitational.

Um exemplo claro dessa narrativa pôde ser visto no *showmatch* (jogo comemorativo e amistoso com nomes conhecidos do cenário que antecede a partida principal), anunciado como “Brasil contra o mundo”. Embora a nomenclatura pudesse ser mais neutra, como “jogadores brasileiros versus seleção do mundo” ou “brasileiros versus estrangeiros”, a escolha do termo reforça a percepção de um Brasil superior, que se coloca como o desafiante a ser derrubado. Esse tipo de construção simbólica contribui para fortalecer a imagem do país como referência no Rainbow Six Siege e alimenta a ideia de hegemonia brasileira dentro da modalidade.

Assim, já no início da transmissão, no “esquentar” para a final, mesmo em um dia de confronto Brasil versus Brasil, a abertura com o jogo de exibição já indicava a busca por um discurso de rivalidade: Brasil contra os “gringos”. A escolha narrativa reforça o papel do Brasil como protagonista e adversário a ser vencido. Durante a transmissão, os narradores enfatizaram essa ideia, brincando com a suposta apreensão dos estrangeiros em enfrentar os brasileiros. Em determinado momento, o ex-jogador e comentarista Intact enfatizou essa superioridade ao recorrer ao “Isso aqui é Brasil” que exploramos antes e afirmar, em inglês, “*This is Brazil*”.

A apresentação principal ficou a cargo de Leo Bianchi, que tradicionalmente conduz as transmissões de Rainbow Six Siege no Brasil, e Iain Chambers, apresentador britânico

responsável pelas transmissões internacionais oficiais da Ubisoft. E, durante a transmissão do Six Invitational, foi construída uma leve narrativa de disputa entre os dois apresentadores, com provocações pelo apoio da torcida. Em determinado ponto, Leo Bianchi pediu para que seu lado da plateia gritasse mais alto, dizendo: “não vão me deixar perder pra gringo”. Em vários momentos, ambos atuaram como praticamente animadores de torcida, brincando com a dinâmica de “quem torce pra quem” e intensificando o espírito de rivalidade. Chambers, no entanto, se esforçou para se aproximar do público brasileiro, aprendendo expressões como “Boa tarde, Brasil”, “Tamo junto”, “Vamos!” e “Eu te amo, Brasil”, numa tentativa de criar uma conexão com a torcida.

Não nos deparamos aqui com a formação discursiva das disputas de classe de outrora, exatamente, pois, como abordamos no capítulo anterior, lidamos com as especificidades do contexto sociocultural e histórico brasileiro. Dessa forma, o que observamos aqui são formações discursivas que colocam o "Brasil" ora como país subjugado globalmente, por referências, memórias discursivas que remetem ao "país de terceiro mundo", abaixo da "elite europeia", que precisa portanto se mostrar capaz por ser desacreditado (ou descreditado) pelos adversários "gringos" (europeus) que são historicamente superiores (contexto encontrado na transmissão do campeonato de CS); ora como "Brasil" que já se mostra superior de forma inerente, numa referência ao talento, à "brasilidade", a forma de jogar do brasileiro que se sobrepõe ao "gringo" dentro do servidor (contexto encontrado na transmissão do campeonato de R6).

Tais formações discursivas apresentam-se assim porque são produção de sentido de brasileiros, falando com e para brasileiros. Pois essas são as condições de produção e as posições sujeitos que regem os discursos analisados. E, possivelmente, não seriam as mesmas formações discursivas encontradas em transmissões feitas por estrangeiros em canais internacionais. Uma vez que o discurso então seria produzido por outros sujeitos, em outras posições e condições históricas e ideológicas.

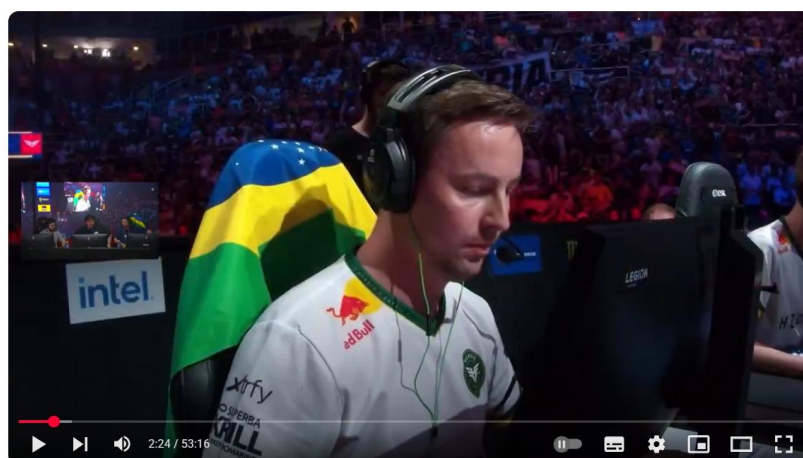
Nas palavras de Orlandi: “podemos dizer que o sentido não existe em si mas é determinado pelas posições ideológicas colocadas em jogo no processo sócio-histórico em que as palavras são produzidas. As palavras mudam de sentido segundo as posições daqueles que as empregam” (Orlandi, 2012, p.42).

Importante observar que a trajetória discursiva da oposição simbólica “nós” versus “eles” não foi construída de forma unilateral pelas transmissões brasileiras. Ao contrário, os jogadores estrangeiros também passaram a operar dentro dessa lógica (da condição dada), interagindo com os sentidos já estabilizados pelo discurso torcedor — ora reforçando-os, ora tensionando-os.

Durante o Major Rio 2022, por exemplo, o jogador ucraniano Simple, um dos nomes mais reconhecidos mundialmente no cenário de Counter-Strike, realizou um gesto que foi imediatamente ressignificado pela torcida brasileira. Após a NaVi vencer o primeiro mapa da série melhor de três, Simple levou as mãos às orelhas, indicando simbolicamente que não estava ouvindo a torcida, como quem afirma, sem palavras, que havia “calado a arena”. A reação de Gaules foi imediata: “Ele não tá ouvindo a gente, Tigrão, ah lá”, interpretando o gesto como provocação. A torcida, por sua vez, respondeu com mais barulho, como forma de recusar o silenciamento simbólico proposto pelo jogador. Nesse caso, temos um exemplo claro de disputa de sentidos em torno do gesto — onde um mesmo movimento corporal é interpretado de forma oposta por diferentes posições de sujeito (jogador versus torcida/streamer), funcionando como um jogo de afirmação e contra-afirmação identitária.

Por outro lado, nem todos os jogadores estrangeiros assumiram uma postura antagonista frente à comunidade brasileira. Cadian, líder da equipe Heroic — responsável por eliminar a brasileira Fúria —, adotou uma conduta simbólica de aproximação. Em diversos momentos da competição, o jogador se posicionou de forma respeitosa e afetuosa com o público local, chegando a jogar com uma bandeira do Brasil sobre sua cadeira (Figura 13).

Figura 13: Cadian da Heroic com a bandeira do Brasil na partida contra a Fúria



(MAPA 1) FURIA vs HEROIC - IEM MAJOR RIO 2022 - SEMI FINAL

Gaules Vods [OFICIAL] 152 mil inscritos Inscrever-se 487 Compartilhar Salvar

Fonte: Captura de tela do Youtube – canal Gaules Vods, 2022

O gesto foi rapidamente acolhido pela narrativa transmitida por Gaules: “Cadian, amigo do brasileiro. Pacifista. Ele está jogando com uma bandeira do Brasil nas costas. Às vezes, ele só quer dar alegria pro nosso povo”. Em outro momento, a fala se intensifica: “Cadian, o homem que queria ser brasileiro”.

A própria organização Heroic adotou uma estratégia voltada à construção de laços com a torcida local: lançou uma camisa oficial para o campeonato com as cores verde e amarela, substituindo o tradicional vermelho; inseriu um trecho do hino nacional brasileiro no uniforme; e criou um perfil nas redes sociais em português. A reação dos *streamers* foi de reconhecimento dessa “postura na moral”. “Cadian mandou uns corações, bandeirinha do Brasil. Acho que eles vieram na moral”, comentou Gaules. “Eles estão na moral desde o início, por isso que a torcida brasileira gosta tanto deles”, completou VVV.

Ao invés de comemorar de forma efusiva, os jogadores da Heroic aplaudiram e abraçaram os adversários brasileiros, visivelmente abalados com a derrota em casa. A atitude de respeito foi imediatamente valorizada pela narrativa da transmissão. “Valeu, valeu. Obrigado, Tribo. Obrigado, Fúria. E eu vou falar, veio. Esses caras da Heroic vieram aqui, eles respeitaram nossa bandeira, respeitaram nossa comunidade. Vamo aplaudir quem jogou na moral e respeitou o Brasil também. Valeu, Heroic”, concluiu Gaules.

Esse conjunto de práticas discursivas revela que a oposição “nós” versus “eles” não é fixa nem absoluta. Ela pode ser tensionada, negociada e até suavizada por determinados gestos simbólicos – que, por exemplo, quando reconhecidos como respeitosos, autorizam a entrada temporária do “outro” no espaço simbólico do “nós”. A lógica do pertencimento, portanto, é atravessada por um funcionamento ideológico que permite graus de inclusão simbólica, desde que se reforce o reconhecimento, o respeito e o afeto em relação à comunidade brasileira.

Ademais, apesar da lógica discursiva predominante de antagonismo simbólico entre “nós” (Brasil) e “eles” (estrangeiros), alguns gestos deslocam essa dicotomia e revelam camadas mais complexas de identificação e solidariedade. Um exemplo notável ocorreu durante a semifinal do Major Rio 2022, quando o jogador brasileiro Yuri, da equipe Fúria, entrou no palco com uma bandeira da Ucrânia sobre os ombros — em homenagem a Simple, principal jogador da equipe ucraniana NaVi, eliminado na fase anterior justamente pela Fúria. O gesto silencioso ressoou de forma potente, sobretudo porque Simple havia carregado a mesma bandeira em edições anteriores como símbolo de resistência e apoio ao seu país devido à guerra contra a Rússia. Ao adotar esse símbolo, Yuri operou uma reconfiguração momentânea da alteridade, aproximando-se de seu adversário pelo compartilhamento de uma causa humanitária maior e inserindo uma pauta social e política no âmbito da competição.

## 5.4 Torcida Midiática

Dentro da narrativa construída em ambos os campeonatos, a torcida brasileira se estabeleceu como um elemento central, participando ativamente da construção do espetáculo e influenciando a atmosfera dos eventos.

Em geral - e como é característico das transmissões de e-sports - os *streamers* realizam suas *lives* a partir de suas casas, um cenário já familiar à audiência. A interação com o público costuma acontecer por meio do *chat* e com o apoio de plataformas como Discord, que possibilitam a conexão entre narradores, comentaristas e convidados remotos. Contudo, com os campeonatos sediados no Brasil, a cobertura assumiu novos contornos. Desta vez, as equipes de *streamers* e apresentadores realizaram as transmissões diretamente das arenas, lado a lado com a torcida presencial.

No Major Rio, além dos narradores que conduziam a transmissão principal, a equipe de *streamers* brasileira interagiu simultaneamente com a audiência presencial e a virtual. A estrutura da transmissão foi montada no centro da arena - o que proporcionou uma ambiência única: os espectadores online podiam ouvir, em tempo real, os gritos, cantos e reações da torcida presencial, enquanto interagiam pelo *chat* com os *streamers* e outros membros da comunidade. O resultado foi a intensificação de uma experiência imersiva e coletiva, conectando os diferentes espaços físicos e digitais em torno de um mesmo acontecimento.

Dentro da arena, a torcida brasileira protagonizou um espetáculo à parte. Os cantos organizados e os gritos de guerra - muitos herdados de torcidas de futebol, outros adaptados do universo *gamer* - criaram uma atmosfera de pressão sobre os adversários e de exaltação dos jogadores nacionais. Em diversos momentos, ouvia-se o clássico “Eu sou brasileiro, com muito orgulho, com muito amor”, ao lado de entoações mais provocativas como “Acabou o amor, isso aqui vai virar o inferno”, expressando um desejo de intimidar psicologicamente os times estrangeiros.

Ao longo das transmissões, personagens simbólicos foram se consolidando: mascotes como o “Vermelhão” e o “Amarelão” - torcedores fantasiados que se destacaram na arquibancada -, ou ainda figuras que se tornaram populares na comunidade, como o Portuga da Tribo, português que integrou a bateria, e Sapão, torcedor responsável por animar o público com seu surdo. Pessoas antes anônimas que, a partir de sua atuação no evento, tornaram-se figuras reconhecíveis pela comunidade nas redes, ganhando seguidores, engajamento e representatividade simbólica.

A própria torcida brasileira foi convertida em um verdadeiro personagem do evento. “Eles não têm torcida igual a gente, Gau”, se gabava VVV. De fato, a intensidade da participação dos torcedores brasileiros pareceu surpreender jogadores e apresentadores estrangeiros, que passaram a comentar sobre isso ao longo das transmissões e também em suas redes sociais.

Um dos depoimentos mais exemplificativos veio de Michael “CARMAC” Blicharz, vice-presidente de jogos profissionais da ESL e um dos fundadores da Intel Extreme Masters. Em publicação feita em seu perfil no X (Figura 14), Carmac afirmou jamais ter presenciado uma torcida como a do Major no Rio de Janeiro, comparando o comportamento da torcida brasileira a outras pelo mundo. Segundo ele, mesmo em momentos sem jogo acontecendo, o público mantinha um volume de canto superior ao de torcidas internacionais em seus ápices de comemoração. E, que ele não acreditava que o patamar estabelecido pela torcida brasileira fosse superado em outro lugar. Carmac ainda acrescentou que sua visão era possivelmente compartilhada por diversos jogadores do evento.

Figura 14: Declaração do executivo da ESL no seu perfil do X (antigo Twitter)



Fonte: Captura de tela da rede social X (antigo Twitter), perfil oficial de Carmac, 2022<sup>11</sup>

Durante o Major, a torcida brasileira protagonizou cenas emblemáticas. Na *fan fest* do lado de fora da arena, por exemplo, uma multidão cantou sob chuva torrencial durante horas na partida entre Fúria e NaVi. Já dentro da arena, luzes de celulares foram erguidas em momentos decisivos, acompanhadas de cantos puxados por uma bateria formada por torcedores.

<sup>11</sup> Disponível em <<https://x.com/mbCARMAC/status/1588894241891135488?s=08>> Acesso em 10 set 2024

O entusiasmo e a entrega contrastavam, por vezes, com o sacrifício físico da própria torcida. “Doze dias tocando aí na bateria. Mão sangrando, estão dando o sangue pelo Brasil. Guerreiros”, comentou Gaules em um dos momentos em que a câmera focava os torcedores tocando surdos e tamborins na semifinal contra a Heroic.

As produções dos eventos também se empenharam em criar uma atmosfera que transcendesse a lógica da simples competição, apostando na construção de uma experiência estética e emocional marcante para o público. Elementos como pirotecnia, jogos de luz e trilhas sonoras impactantes foram mobilizados para intensificar, por exemplo, os momentos de entrada das equipes na arena, transformando a competição em um verdadeiro espetáculo sensorial.

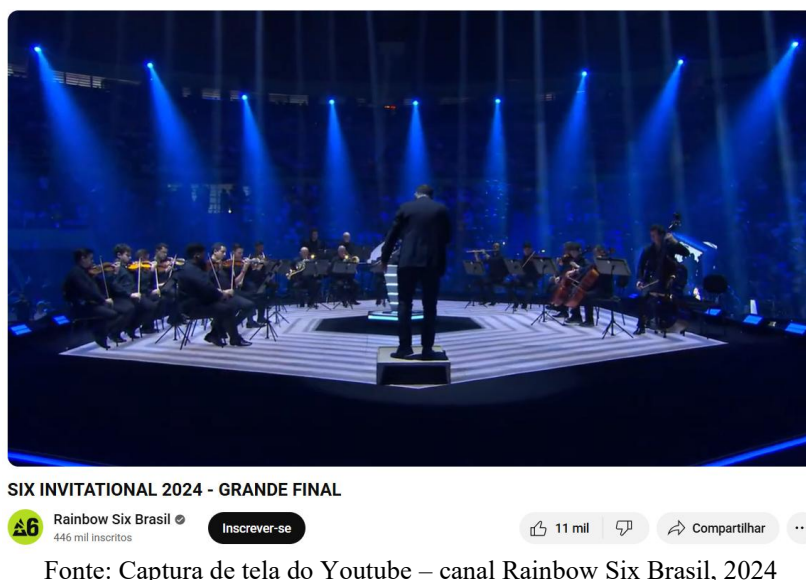
Durante o Major Rio, esse aspecto performático foi reiterado inclusive pelos próprios apresentadores. Em certo momento, Gaules questiona seu parceiro de transmissão: “o maior evento de todos os tempos, Tigrão?”. Ao que Michel responde de forma enfática: “Isso aqui não é Major, Gau. Isso aqui é o maior show da Terra”.

A comparação com um grande show evidencia o grau de espetáculo midiático atribuído ao evento - um enunciado que se inscreve, ainda, na lógica de valorização da realização do campeonato em solo nacional, carregado de sentidos de pertencimento e orgulho coletivo.

Da mesma forma, o Six Invitational 2024, realizado no Ginásio do Ibirapuera, em São Paulo, foi marcado por uma produção robusta e altamente midiática. Com ingressos esgotados e a arena completamente lotada, o evento assumiu contornos de superprodução. A final, disputada entre duas equipes brasileiras e que consagrou a W7M como campeã mundial, foi acompanhada por apresentações musicais que reforçaram a atmosfera de “espetáculo”.

Um dos momentos mais simbólicos foi uma performance ao vivo de orquestra (Figura 15), que executou uma adaptação da trilha sonora oficial do jogo Rainbow Six Siege para a entrada dos jogadores no palco. O uso de música orquestrada, tradicionalmente associada a solenidades e grandes eventos, ampliou o sentido de grandiosidade do momento, conferindo um tom épico à ocasião.

Figura 15: Apresentação da orquestra sinfônica no Six Invitational



Pela primeira vez na trajetória do torneio, uma música foi criada exclusivamente para ser a trilha sonora oficial daquela edição do Six Invitational. Com o título *We Move As One*, o tema musical foi resultado de uma parceria entre a banda paulistana Ego Kill Talent com Andreas Kisser, guitarrista do Sepultura, e o britânico Rob Damiani, vocalista do Don Broco. A canção que embalou o *teaser* do evento foi também executada ao vivo no palco central da grande final (Figura 16).

Figura 16: Apresentação de Andreas Kisser com outros músicos da trilha sonora oficial do campeonato no palco da final do Six Invitational

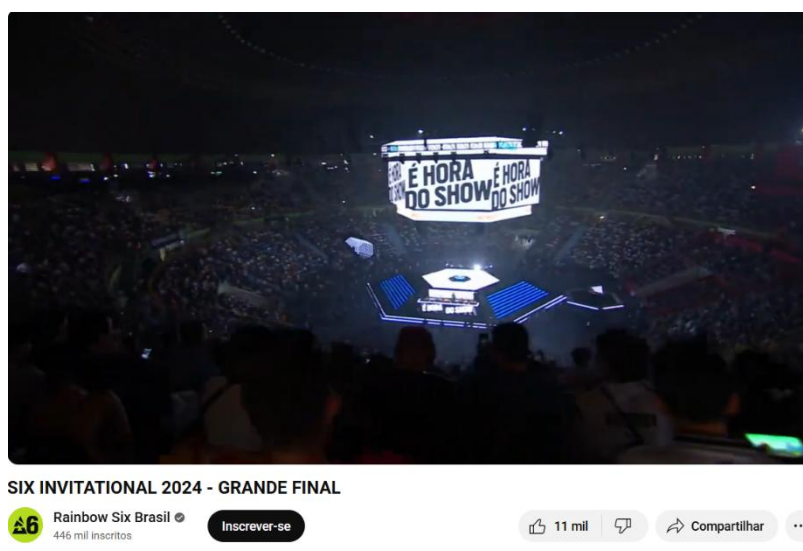


Na ocasião, Andreas Kisser - paulistano com carreira consolidada internacionalmente - conversou com os apresentadores e celebrou o fato de o torneio acontecer em “casa”, com arquibancadas lotadas e atmosfera vibrante. O músico destacou a pluralidade cultural do país e afirmou que não se surpreendia com a energia do público, lembrando que é justamente essa paixão dos fãs que leva diversas bandas a escolherem o Brasil para a gravação de DVDs ao vivo. “É muito legal estar aqui, no Brasil, ver essa mistura de elementos. O brasileiro tem esse talento de aprender técnicas e tecnologias novas, o próprio Sepultura é um exemplo disso (...) e ver isso aqui no Brasil pela primeira vez é maravilhoso”, declarou.

A inserção de outras expressões culturais, tais como as apresentações musicais no Six Invitational ou as batalhas de rima promovidas durante a *fan fest* do Major, evidencia que essas competições são pensadas não apenas como eventos esportivos, mas também como experiências midiáticas e espetaculares. Nessa lógica, tudo se articula para produzir um grande show: as luzes, a trilha sonora, a emoção da torcida, o carisma dos *streamers* e apresentadores, as performances dos jogadores.

A própria transmissão assume esse papel performático. Não por acaso, o bordão do narrador Alê, do Rainbow Six, ao anunciar o início de um mapa - “É hora do show” - já se incorporou ao repertório da comunidade brasileira. No Six Invitational 2024, a frase ganhou ainda mais destaque ao ser estampada no telão central da arena, sincronizada com a locução do narrador (Figura 17), reforçando a ideia de que o campeonato não é apenas uma disputa: é um espetáculo em cena.

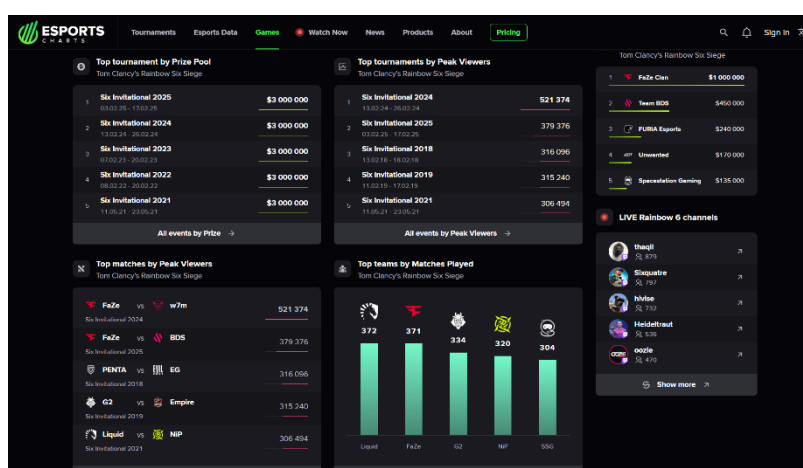
Figura 17: A frase “É hora do show” nos telões do Six Invitational



Fonte: Captura de tela do Youtube – canal Rainbow Six Brasil, 2024

Esse espetáculo, por sua vez, não se restringe ao espaço físico da arena, ele é assistido por milhares de pessoas ao redor do mundo. A audiência global do Six Invitational 2024, por exemplo, atingiu um pico de mais de 521 mil espectadores simultâneos, segundo dados da plataforma Esports Charts, especializada na análise de métricas de transmissões esportivas e de e-sports (Figura 18). Esse número estabeleceu um novo recorde de audiência para o principal campeonato de Rainbow Six Siege, consolidando o torneio como um marco na história da modalidade (IGN, 2024).

Figura 18: Dados da audiência do Six Invitational medidos pelo Esports Charts



Fonte: Esports Charts, 2024<sup>12</sup>

Enquanto incentivam a torcida, os apresentadores, narradores e *streamers* utilizam discursos que reforçam constantemente a importância do público brasileiro, destacando sua presença e participação como elementos centrais não só na atmosfera do evento, mas também na construção simbólica de vitórias, memórias e projeções futuras.

Durante um dos intervalos do jogo, por exemplo, os apresentadores pedem aos torcedores que acendam as luzes dos celulares para formar um momento simbólico coletivo — ao qual atribuem um caráter histórico. Leo Bianchi, ao se dirigir à plateia, afirma: “Guarde esse momento, ginásio do Ibirapuera. Guarde esse momento, Brasil. Vamos fazer uma festa bonita porque essa festa vai ficar na história dos e-sports. Vocês são lindos e estão nos propiciando um momento maravilhoso. Daqui cinco, dez anos essa imagem vai girar o mundo. Vamos curtir. Vocês são o motivo de nós estarmos aqui hoje” (Bianchi, 2024).

Acompanhando a fala de Leo, o apresentador britânico Iain Chambers complementou que aquele era um momento que ninguém presente na arena esqueceria. Ao fundo, a torcida

<sup>12</sup> Disponível em <<https://escharts.com/pt/games/rainbow-6>> Acesso em 17 mar. 2025

cantava o clássico “Eu sou brasileiro, com muito orgulho, com muito amor”, reforçando o apelo emocional e identitário daquele instante. Trata-se, aqui, de uma estratégia discursiva que não apenas valoriza a presença do público, mas também constrói sentidos de pertencimento e consagração coletiva, projetando aquela experiência como “única”, “histórica” e digna de memória compartilhada.

Ao longo da transmissão, outros momentos reiteram essa valorização da torcida como agente indispensável do espetáculo. O narrador Meli, por exemplo, enfatiza que era preciso “mostrar pro mundo que o e-sports do Brasil é gigante”, enquanto Retalha pontua que “o evento aqui é diferenciado, outros *casters* dizem que nada se compara à energia no Brasil”. Ou quando mais diretamente, o comentarista explicita o que está em jogo: “Afinal, a gente trouxe o Six Invitational aqui pro Brasil, e é uma chance única. Eu tenho certeza que isso abre portas para outros futuros eventos”. Meli complementa: “E eu sei que é muito importante, assim como pra gente, pra vocês, trazermos cada vez mais eventos maravilhosos como esse. Então vamos manter essa alegria, essa paixão”.

Ao enaltecer o público com expressões que ativam o sentimento de orgulho nacional e pertencimento, tais como em “porque nós somos diferentes, nós somos brasileiros”, dita por Leo Bianchi ou “Bandeirão, mosaico. Que festa linda. Quem está aqui está vivendo um momento especial” de VVV, as equipes de transmissão direcionam suas falas não apenas para entreter, mas para produzir um espetáculo que seja percebido como memorável, digno de engajamento e de reprodução futura. Há, portanto, uma preocupação explícita com a construção de um momento “que ficará marcado na história”, o que revela não só uma lógica de espetáculo e midiaticização, mas também uma dimensão estratégica: a ideia de que criar um ambiente “diferenciado” pode estimular a vinda de novos eventos internacionais ao país.

Esse movimento conecta-se diretamente com os interesses políticos e institucionais discutidos no primeiro capítulo deste trabalho, em que identificamos os esforços de autoridades locais e internacionais para atrair grandes campeonatos de jogos eletrônicos como forma de investimento simbólico, cultural e econômico. Assim, a torcida não é apenas público: ela é performance, personagem e, sobretudo, argumento - uma peça-chave no discurso que apresenta o Brasil como território legítimo e desejável para os e-sports globais.

## **5.5 Brasil, País do e-sports?**

Ao longo da análise, o que se observa não é apenas a representação de uma comunidade em torno dos jogos eletrônicos, mas sim a construção discursiva de um “nós” nacional -

performativo, reiterado e reforçado em tempo real - a partir de uma memória discursiva que associa o esporte, e por extensão os e-sports, a narrativas de orgulho, rivalidade e pertencimento. Trata-se de um processo discursivo que opera estrategicamente sobre a afetividade e o engajamento dos sujeitos, instaurando sentidos de comunidade e identidade nacional dentro de um espaço midiático que é, ao mesmo tempo, simbólico e espetacular.

Essa construção se faz presente em múltiplas instâncias das transmissões analisadas, seja pela mobilização de signos nacionais (bandeiras, cânticos, cores, linguagem), seja por discursos que reposicionam o Brasil não apenas como parte do circuito global dos e-sports, mas como um protagonista afetivo, engajado, apaixonado - um “país do e-sports”.

Encontramos uma síntese dessa trilha discursiva nas palavras de Gaules ao final da transmissão da partida da equipe brasileira Imperial contra a Cloud9, quando com lágrimas nos olhos, o *streamer* se dirige à torcida ao seu lado e fala sobre “sonho”, “legado” e “futuro”. A seguir, transcrevemos parte desse discurso:

Deixa eu falar pra vocês, velho. Mano, dá um recado pra vocês, do coração. Tudo que eu sempre sonhei tá aqui, tá ligado? Porque a gente é uma nação torcedora. Os caras falam de esporte eletrônico e a gente é a única porra do mundo inteiro que consegue colocar torcedor do Brasil inteiro, torcedor de todos os times. Os caras têm medo de nós porque a gente é foda pra caralho, tá ligado? Enquanto a gente mostrar que junto a gente pode fazer essa diferença, a gente vai fazer história, velho. O que a gente ama, o Counter-Strike, o esporte eletrônico, é um bagulho que eles não entendem, porque a gente é do futuro, tá ligado? Então, quero agradecer vocês de coração, porque eu não sei quanto tempo vai demorar. Um dia, o esporte tradicional e gente do esporte tradicional vai querer pegar isso aqui e falar que foi ele que inventou. Vai falar que eles que fazem essa porra, mas o esporte eletrônico que é o moderno. Nós que conseguimos juntar torcedor do Flamengo, do Corinthians, do Vasco, do São Paulo, da porra toda, pelo mesmo sentimento de empurrar um país. Então, obrigado de coração, hoje, vocês fizeram meu sonho. Esse é o nosso legado. Tamu junto! Vamo bora. Eles nunca vão entender. Eles nunca vão entender, velho. Não é 90, não é 100, foram 720 minutos hoje, do começo ao fim. Nós torceu pra irmão da Argentina, irmão do Uruguai, irmão do Chile, às vezes, a gente torceu pelo que a gente acredita, que a gente nem sabe porque acredita, mas a gente está aqui torcendo (Gaules, 2022).

Esse excerto é potente não apenas pelo tom afetivo e emotivo de Gaules, mas pelo funcionamento ideológico que sustenta seus efeitos de sentido. O *streamer* não fala apenas como indivíduo; ele ocupa uma posição de sujeito investido pela comunidade, e sua enunciação se configura como uma performance identitária. Ao falar em “nação torcedora”, ele aciona uma formação discursiva recorrente no imaginário brasileiro, profundamente associada ao futebol, mas aqui deslocada e reinscrita no campo dos e-sports — campo este que, segundo ele, representa “o futuro”.

A fala de Gaules também opera uma crítica implícita aos discursos hegemônicos do “esporte tradicional”, ao mesmo tempo em que reivindica o valor simbólico e afetivo dos e-sports como prática legítima, moderna e comunitária. Há ainda uma marca fundamental de sua

enunciação: o “eles nunca vão entender” - uma espécie de refrão identitário que percorre diferentes momentos das transmissões e atua como código compartilhado, como vimos anteriormente. Trata-se de um enunciado que não se explica: ele é sentido. Seu funcionamento se dá justamente no plano do “não dito” explícito, um implícito discursivo que depende da identificação afetiva com a comunidade para ser compreendido (Ducrot, 1987; Orlandi, 2012). Ele delimita um “nós” cúmplice e um “eles” excluído - seja estrangeiro, seja o “*mainstream*” esportivo que ainda não reconhece os e-sports como legítimos.

Além disso, o discurso de Gaules tensiona a lógica de segmentação típica das torcidas rivais, ao exaltar a capacidade de união entre torcedores de clubes historicamente adversários (Flamengo, Corinthians, São Paulo, etc.) em nome de um pertencimento maior: a torcida pelo Brasil no cenário internacional dos e-sports. Há aqui um gesto simbólico de deslocalização da rivalidade - de “nós contra nós” para “nós contra eles” - que falamos anteriormente, que opera a partir de uma lógica de nacionalização simbólica do evento e de sua audiência.

Além disso, o *streamer* traz os povos “irmãos” sul-americanos para a narrativa, por compartilharem as mesmas adversidades que os brasileiros frente aos europeus, histórica e socialmente em “vantagem”. E torcer pelo sul-americano, na perspectiva de Gaules, é torcer pelo que se acredita que é certo “sem nem saber”, ou seja, naturalmente, uma memória discursiva enraizada, uma historicidade presente, o que a Análise do Discurso visualiza como “memória constitutiva (o interdiscurso), o trabalho histórico da constituição do sentido”.

Aparece aqui como parte do que na AD chama de “esquecimento número um”. E que Orlandi explica como:

um chamado esquecimento ideológico: ele é da instância do inconsciente e resulta no modo pelo qual somos afetados pela ideologia. Por esse esquecimento temos a ilusão de ser a origem do que dizemos quando, na realidade, retomamos sentidos preexistentes. (...) Na realidade, embora se realizem em nós, os sentidos apenas se representam como originando-se em nós: eles são determinados pela maneira como nos inscrevemos na língua e na história e é por isso que significam e não pela nossa vontade (Orlandi, 2012, p. 35).

Ademais, a formação discursiva que aqui se apresenta traz a particularidade de colocar os sul-americanos como pares por historicamente “sofrermos” as mesmas adversidades, inclusive, sermos países que foram colonizados por europeus. Essa história não é explicitamente abordada, mas para o olhar dessa analista (que também consegue decodificar tais menções por própria condição e posição-sujeita brasileira) está presente no “acolher ao irmão sul-americano” tanto quanto no “eles (gringos) nunca vão entender”.

Em suma, o trecho enunciado por Gaules atua como um discurso-síntese, condensando valores, afetos e estratégias que atravessam toda a cobertura do IEM Major Rio 2022 e que é posteriormente replicado na discursividade encontrada na transmissão do Six Invitational 2024.

O apelo discursivo de Gaules reivindica lugar, valor e pertencimento para o Brasil no mapa global dos jogos eletrônicos. E nesse gesto, o *streamer* performa, simultaneamente, a voz do torcedor, do comunicador, do representante simbólico e do sujeito-histórico de um processo que busca consolidar o Brasil como “país do e-sports”.

Para compreender essa construção discursiva, recorreremos aos conceitos de Oswald Ducrot (1987) sobre o explícito e o implícito, além da noção de pressuposição. Pois, como visto, no discurso das transmissões de e-sports, muitas vezes a ideia de Brasil como um “país do e-sports” é explicitada, mas paralelamente surge de maneira implícita a ênfase na representatividade nacional e no desempenho de jogadores e equipes brasileiras como formas de “superação” frente ao estrangeiro, ao colonizador, ao adversário mais poderoso e rico.

De acordo com Ducrot (1987), os enunciados carregam significados que ultrapassam o nível literal, ativando pressuposições e implicações discursivas. Nesse contexto, a recorrência de certas expressões e narrativas nas transmissões esportivas não apenas constrói um efeito de sentido compartilhado, mas também orienta a interpretação do público, reforçando uma visão de Brasil como potência nos e-sports como forma de “revide social”.

Nesse sentido, a memória discursiva desempenha um papel fundamental, pois o imaginário do Brasil como um país do futebol, historicamente consolidado, uma identidade forjada pelo talento nato dos brasileiros com a bola nos pés, pela paixão fervorosa de sua torcida e pelas conquistas marcantes nos gramados, como o pentacampeonato mundial, que solidificaram essa imagem ao longo dos anos (Helal, 2011), serve como base para a construção da identidade nacional também no cenário dos e-sports. Desde o século XX, a narrativa do “país do futebol” foi amplamente difundida, alimentada por conquistas esportivas e um envolvimento massivo da população com o esporte. Essa construção foi fortalecida por meio da mídia (Gastaldo, 2009), que contribuiu para a difusão desse imaginário nacional, associando o Brasil a uma identidade futebolística quase inquestionável.

Com a midiaticização contemporânea e a ascensão dos jogos eletrônicos, essa memória é ressignificada, sendo adaptada ao contexto digital. Dessa forma, a tradição esportiva do Brasil, que já sustentava um forte vínculo com a identidade nacional, é transportada para um novo domínio: o dos e-sports. Esse processo demonstra que, ainda que os interlocutores das transmissões de e-sports se distanciem da mídia tradicional, suas falas ainda são perpassadas por construções discursivas anteriores que orientam e moldam a narrativa.

Assim, as narrativas promovidas nessas transmissões - desde as interações entre narradores e analistas até a participação ativa do público - desempenham um papel fundamental na construção sobre o imaginário do cenário competitivo nacional. Ao enfatizar momentos de representatividade brasileira, ressaltar a presença de equipes nacionais e mobilizar elementos culturais compartilhados, esses discursos podem reforçar um sentimento de pertencimento dentro da comunidade e consolidar a imagem do Brasil como um polo relevante no ecossistema global dos e-sports.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como ponto de partida compreender os e-sports como um fenômeno midiático, analisando suas dinâmicas discursivas, seus processos de midiatização e as formas de pertencimento que emergem nas comunidades digitais. Ao longo do trabalho, procuramos evidenciar como a circulação dos sentidos nas transmissões de campeonatos de jogos eletrônicos se articula a circuitos de visibilidade, identidades e narrativas coletivas, tensionando fronteiras entre jogo, espetáculo e mídia.

Nesse processo, entendemos que mais do que uma modalidade para praticar e aprender a jogar, é possível assistir aos jogos eletrônicos. Não falamos, portanto, dos *games* em si, embora a narrativa presente em cada título tenha sua própria história a contar. Referimo-nos, aqui, ao ambiente comunicacional constituído em torno da experiência de acompanhar partidas competitivas, eventos e campeonatos, seja presencialmente, seja pelas transmissões em plataformas de *streaming*.

No que diz respeito a linguagens e gêneros, nossa análise se deparou com transmissões de características híbridas, que se inspiram em formatos já existentes e, ao mesmo tempo, os ressignificam. Apropriam-se e mesclam elementos do jornalismo tradicional, da narração esportiva, de espetáculo midiático, bem como da cultura *gamer*, além dos elementos de conectividade e interação possibilitados pela era digital. De forma que consideramos as transmissões de campeonatos de e-sports como exemplo de narrativa transmídia.

A convergência midiática aparece de modo evidente na circulação simultânea de conteúdos em plataformas como Twitch, YouTube, X (antigo Twitter) e Discord, permitindo que os fãs participem ativamente das narrativas e interajam diretamente com jogadores e equipes. Nesse fluxo, destaca-se a construção de uma identidade coletiva sustentada por símbolos próprios, conteúdos virais e narrativas que ressignificam as competições.

As redes sociais desempenham papel central nesse processo, ampliando a visibilidade dos campeonatos para além das comunidades específicas. Apresentadores e *streamers* reforçam a proximidade com o público por meio de chamadas como “vocês que estão em casa” ou “a galera do chat”, enquanto votações, discussões e *hashtags* movimentam a experiência coletiva, reverberando em escala ampliada no ecossistema digital.

Isso tudo acontece fora da lógica vertical da comunicação tradicional. Pois, nas transmissões dos campeonatos de jogos eletrônicos, a comunidade é representante do “receptor ativo”. Portanto, o que se observa no universo midiatizado do e-sports é um modelo de comunicação horizontal, no qual a informação circula de forma intensa, contínua e direta entre

fonte e audiência. Nesse contexto, jogadores, *streamers* e até mesmo as empresas organizadoras dialogam sem intermediários com a comunidade, anunciando em primeira mão e permitindo que os conteúdos circulem pelas redes sociais.

Esse acesso direto ao conteúdo, sem a mediação do jornalista tradicional, evidencia um processo de desintermediação, característico do ambiente digital. Todavia, ainda que tal dinâmica possa sugerir liberdade e originalidade de pensamento, é necessário reconhecer que os fluxos informativos são condicionados e direcionados pelas plataformas digitais, organizados pela lógica algorítmica e sustentados por uma “economia afetiva”.

Do amor de fã à paixão do torcedor, alcança-se a lealdade do espectador. Nesse cenário, ser espectador de e-sports implica também tornar-se produtor e disseminador de conteúdos, mas sempre mobilizado pelo afeto: o desejo de pertencer a uma comunidade, a identificação com um time, o engajamento em torno de um *streamer* preferido. Dessa forma, o sujeito ocupa simultaneamente o lugar de fã e de consumidor, inserido em dinâmicas comunicacionais que articulam participação, visibilidade e mercado.

Ao longo desta pesquisa, procuramos examinar também as diferentes nuances entre a pretensa objetividade do jornalismo tradicional e a comunicação contemporânea dos e-sports, marcada pela participação ativa de múltiplos interlocutores — *streamers*, *casters*, narradores, jogadores e torcedores — na construção e circulação dos sentidos, bem como na formação da imagem de um país apaixonado pelo universo competitivo.

Ao analisar essas transmissões, buscamos compreender como a voz da comunidade brasileira de e-sports se manifesta, se fortalece e circula nos ambientes midiáticos, contribuindo para a construção da identidade do Brasil no cenário global dos jogos eletrônicos. Observamos que ambas as transmissões adotam uma narrativa que valoriza a imagem do país, destacando o sentimento de pertencimento e a ideia de comunidade no interior do ecossistema dos e-sports. Essa valorização reforça a identidade nacional e aproxima os torcedores das competições.

Os resultados da análise discursiva permitem elencar que esse imaginário coletivo se materializa em expressões recorrentes, como “aqui é Brasil” e “orgulho de ser brasileiro”, que exaltam o patriotismo, o pertencimento e a identificação nacional. Também se manifesta em conotações como “eles nunca vão entender” e “não vão me deixar perder pra gringo”, que estabelecem uma relação de alteridade diante dos estrangeiros. Tais enunciados, mais do que simples demonstrações de apoio, revelam um processo de identificação coletiva que remete a um contexto histórico-social, no qual as vitórias sobre equipes estrangeiras assumem o valor de uma revanche simbólica. Carregado de sentidos que transcendem o âmbito esportivo, esse

processo contribui para a produção de uma identidade nacional discursivamente reiterada no universo dos e-sports.

Nessas transmissões a performatividade da torcida brasileira é emblemática, pois assume papel central no espetáculo. Ao longo dos eventos, cantos, gritos e tradições herdadas do futebol, bem como o entusiasmo dos torcedores, reforçam a presença do público como agente ativo, protagonista do espetáculo e da construção identitária do Brasil nos e-sports. A atmosfera criada em arenas e *fan fests*, reforçada por pirotecnia, trilhas sonoras, performances ao vivo e elementos de luz e som, amplia a experiência sensorial e emocional, conectando público presencial e virtual.

Neste sentido, o discurso de figuras como Gaules sintetiza os elementos afetivos, identitários e performativos, articulando torcedor, *streamer* e sujeito histórico. Ao enfatizar a união de torcedores de clubes rivais em prol de um sentimento maior, “torcer pelo Brasil”, e incluir os povos sul-americanos na narrativa, o enunciador constrói um “nós” nacional reforçado pelo sentimento de pertencimento e pela historicidade compartilhada. O uso de implícitos, expressões de orgulho e referências simbólicas opera configurando uma formação discursiva que reitera a ideia do Brasil como um país dos e-sports.

No contexto econômico e social, o impulsionar a imagem de “torcida sem igual” contribui para posicionar o Brasil como destino estratégico para grandes competições internacionais. Sendo, portanto, uma imagem construída por acionamento emotivo mas que tem interesses de mercado e até políticos com foco em despertar o interesse de empresas organizadoras de campeonatos, que têm optado por sediar eventos de grande porte em solo brasileiro.

Assim, a combinação entre uma comunidade engajada, talentos em ascensão e grandes eventos no país constituem elementos de um discurso que busca consolidar a imagem do Brasil como um verdadeiro “país dos e-sports”.

Por fim, compreendemos que os e-sports constituem um universo comunicacional autossustentado, cujas características podem contribuir para uma compreensão mais ampla da comunicação contemporânea. Bem como que o discurso que reverbera na comunidade brasileira de e-sports busca impulsionar a imagem do país como polo dos jogos eletrônicos.

Reconhecemos que esta pesquisa não esgota as questões do tema, uma vez que este estudo se concentrou em um corpus específico e apresenta resultados próprios desse recorte. Mas contribui para compreender como os e-sports, ao articular práticas digitais, narrativas midiáticas e pertencimento comunitário, oferecem um campo fértil para análises de comunicação contemporânea e de formação discursiva. Além disso, abre caminhos para estudos

futuros de seus desdobramentos, como investigações tendo como foco outras competições, tais como as aguardadas edições da Copa do Mundo ou dos Jogos Olímpicos de jogos eletrônicos, bem como um olhar direcionado sobre o papel dos algoritmos como mediadores ideológicos ou sobre comparações internacionais que permitam aprofundar a compreensão desse fenômeno diante de sujeitos diferentes e outras condições de produção de sentido.

## REFERÊNCIAS

- ASSIS, Bruno Monte; MACEDO, Tarcízio. Comunicação e Games: o Desenvolvimento do Jogo como Mídia. *In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORTE*, 2015, Manaus. **Anais [...]**. Manaus: Intercom, 2015
- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**: dispositivos de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. *In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JÚNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (orgs.). **Mediação e Mdiatização***. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 31-52.
- BUCCI, Eugênio. **A superindústria do imaginário**: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.
- CARVALHO, Carlos Alberto; LAGE, Leandro. Mdiatização e reflexividade das mediações jornalísticas. *In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JÚNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (orgs.). **Mediação e Mdiatização***. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 245-269.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: Reflexões sobre a Internet, os Negócios e a Sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CASTELLS, Manuel. **O Poder da Comunicação**. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.
- CNN BRASIL. Six Invitational: diretor da Ubisoft exalta domínio "surpreendente" do Brasil. 25 fev. 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/esports/six-invitational-diretor-da-ubisoft-exalta-dominio-surpreendente-do-brasil/>. Acesso em: 18 mar. 2025.
- CORREIO BRASILIENSE. Congresso cria Frente Parlamentar para defender interesses dos e-sports. 22 fev. 2024. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/esportes/2024/02/6811796-congresso-cria-frente-parlamentar-para-defender-interesses-dos-e-sports.html>. Acesso em: 18 mar. 2025
- DUCROT, Oswald. **O Dizer e o dito**. Campinas: Pontes, 1987.
- DUST2. Governo sanciona criação da Diretoria de Esports. 19 jul. 2024. Disponível em: <https://www.dust2.com.br/noticias/50787/governo-sanciona-criacao-da-diretoria-de-esports> Acesso em: 30 jan. 2025
- DUST2. Major do Rio movimentou quase R\$ 200 milhões na cidade-sede. 15 abr. 2023. Disponível em: <https://www.dust2.com.br/noticias/35409/major-do-rio-movimentou-quase-r-200-milhoes-na-cidade-sede/>. Acesso em: 17 mar. 2025.
- ESI. Esports Around The World: South Korea. 11 ago. 2023. Disponível em: <https://esportsinsider.com/2023/07/esports-around-the-world-south-korea>. Acesso em: 30 ago. 2024.
- ESPN. Criado na resiliência, curado pela tribo: a história de Gaules. ESPN, 25 out. 2018. Disponível em: [https://www.espn.com.br/gaming/artigo/\\_id/4907344/criado-na-resiliencia-curado-pela-tribo-a-historia-de-gaules](https://www.espn.com.br/gaming/artigo/_id/4907344/criado-na-resiliencia-curado-pela-tribo-a-historia-de-gaules). Acesso em: 20 jul.2025.
- ESPN. Esports são ou não esporte? Entenda a polêmica após fala de Ana Moser e o que as estrelas do cenário falaram sobre o tema. ESPN, 11 jan. 2023. Disponível em: [https://www.espn.com.br/gaming/artigo/\\_id/11463538/esports-sao-ou-nao-esporte-entenda-polemica-apos-fala-ministra-o-que-as-estrelas-do-cenario-falaram-sobre-tema](https://www.espn.com.br/gaming/artigo/_id/11463538/esports-sao-ou-nao-esporte-entenda-polemica-apos-fala-ministra-o-que-as-estrelas-do-cenario-falaram-sobre-tema). Acesso em: 20 jul. 2025.
- EXAME. Investimento em eSports consolida liderança da China no mercado global de games, diz executivo. 21 mar. 2025. Disponível em: <https://exame.com/pop/investimento-em-esports-consolida-lideranca-da-china-no-mercado-global-de-games-diz-executivo> Acesso em: 30 abr. 2025.
- FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma analítica da mdiatização. **Matrizes**. São Paulo, v.1, n.2, p. 89-105, 2008a. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/38194> .Acesso em: 20 maio 2024.

FAUSTO NETO, Antônio. Comunicação das organizações: da vigilância aos pontos de fuga. *In*: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes.; SOARES, Ana Thereza Nogueira (orgs.). **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008b, p.39-61.

FAUSTO NETO, Antônio. Jornalismo: sensibilidade e complexidade. **Galáxia**. São Paulo: PUC. p. 17-30, 2009. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2030/1670>. Acesso em: 19 maio 2024.

FERREIRA, Maria Cristina. Leandro. O quadro atual da análise de discurso no Brasil. **Letras**. n. 27, p. 39–46, 2003. DOI: 10.5902/2176148511896. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/letras/article/view/11896> Acesso em: 10 abr. 2023.

FERREIRA, Maria Cristina. Leandro. Os desafios de fazer avançar a análise do discurso no Brasil com singularidade e liberdade. **Revista Desenredo**, p. 135–143, 2008. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/184745> Acesso em: 11 abr. 2023.

FORBES BRASIL. Os 10 streamers de games mais assistidos do mundo. Forbes, 26 maio 2022. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/05/quem-sao-os-streamers-de-games-mais-assistidos-do-mundo/>. Acesso em: 30 ago. 2024.

FRAGOSO, Suely; AMARO, Mariana. **Introdução aos Estudos dos Jogos**. São Paulo: XYZ, 2018.

FRANÇA, Vera Veiga. Alcance e variações do conceito de mediação. *In*: FERREIRA, Jairo *et al.* (orgs.) **Redes, sociedade e pólis: recortes epistemológicos na mediação**. Santa Maria: FACOS-UFMS, 2020, p. 23-44.

FRASCA, Gonzalo. **Simulation versus narrative: introduction to ludology**. *In*: PERRON, B.; WOLF, M. J. P. (Ed.). *The video game theory reader*. Nova Iorque: Routledge, 2003. Cap. 10, p. 221-236.

GALDINO, Jéssica; SILVA, Tarcisio Torres; ZANOTTI, Carlos Alberto. Do jogo ao espetáculo: a mediação do streaming de games na plataforma Twitch. **Comunicação & Inovação**. São Caetano do Sul. v. 22, n. 49, p.79-96, 2021. DOI: <https://doi.org/10.13037/ci.vol22n49.7463>. Disponível em: [https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista\\_comunicacao\\_inovacao/article/view/7463](https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/7463). Acesso em: 20 fev. 2024.

GAMEARENA. Ingressos para o Major do Rio estão esgotados. 11 out. 2022. Disponível em: <https://gamearena.gg/esports/csgo/ingressos-major-rio-esgotados/>. Acesso em: 17 mar. 2025.

GASTALDO, Édison. “O país do futebol” mediado: mídia e Copa do Mundo no Brasil. **Sociologias**. Porto Alegre, v. 11, n. 22, p. 352-389, jul./dez. 2009. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/sociologias/article/view/9651>. Acesso em: 15 jul. 2023.

GE. COI anuncia Olimpíada de Esports na Arábia Saudita. São Paulo, 12 jul. 2024. Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/noticia/2024/07/12/coi-anuncia-olimpiada-de-esports-na-arabia-saudita.ghtml>. Acesso em: 16 mar. 2025.

GE. IEM Major Rio 2022: ingressos estão esgotados. São Paulo, 25 maio 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/csgo/noticia/2022/05/25/iem-major-rio-2022-ingressos-estao-esgotados.ghtml>. Acesso em: 17 mar. 2025.

GE. Ministra Ana Moser diz que esports não são esportes. São Paulo, 10 jan. 2023. Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/noticia/2023/01/10/ministra-ana-moser-diz-que-esports-nao-sao-esporte.ghtml>. Acesso em: 20 jul. 2025

GE. Prefeitura do RJ cria coordenadoria focada nos games e esports. 27 maio 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/noticia/2022/05/27/prefeitura-do-rj-cria-coordenadoria-focada-nos-games-e-esports.ghtml>. Acesso em: 10 fev. 2024.

GE. Rio receberá primeiro torneio internacional de R6 em 2025. Boston, 15 fev. 2025. Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/blogs/por-dentro-dos-esports/post/2025/02/15/rio-recebera-primeiro-torneio-internacional-de-r6-em-2025.ghtml>. Acesso em: 18 mar. 2025.

GE. VCT LOCK IN: coleção arrecadou um total de US\$ 20 milhões. 08 mar. 2023. Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/valorant/noticia/2023/03/08/c-vct-lock-in-colecao-arrecadou-um-total-de-us-20-milhoes.ghtml>. Acesso em: 11 fev. 2024.

GOMES, Pedro Gilberto. Mídiação: um conceito, múltiplas vozes. **Revista FAMECOS**, v. 23, n. 2, 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2016.2.22253> Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/22253/14176> . Acesso em: 20 jul. 2024.

GOMES, Pedro Gilberto. Mídiação em Debate. In: FERREIRA, Jairo *et al.* (org.) **Redes, sociedade e pólis: recortes epistemológicos na mídiação**. Santa Maria: FACOS-UFMS, 2020, p.55-66.

GREGOLIN, Maria do Rosário. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 4, n. 11, p. 11-25, 2007. DOI: 10.18568/cmc.v4i11.105. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/105>. Acesso em: 21 ago. 2024.

HJARVARD, Stig. Da mediação à mídiação: a institucionalização das novas mídias. **Parágrafo**, v. 3, n. 2, p. 51–62, 2015. Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/331/339>. Acesso em: 17 abr. 2024.

HJARVARD, Stig. Mídiação: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes**, v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/82929> Acesso em: 17 abr. 2024.

HELAL, Ronaldo. Futebol: Mitos e Verdades (que nos ajudam a entender quem somos). In: **Insight Inteligência**, v. 52, n. 52, pp. 68-81, 2011. Disponível em: <https://insightinteligencia.com.br/pdfs/52.pdf>. Acesso em: 18 mar. 2024.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens: O Jogo como Elemento da Cultura**. São Paulo: Perspectiva, 1938.

HUTCHINS, Brett. Esports and the rise of game live streaming. **New Media & Society**. v. 21, n. 1, p. 20-35, 2019.

IGN BRASIL. Brasil no topo e recorde garantido! Six Invitational 2024 registra maior audiência da história de Rainbow Six Siege. 26 fev. 2024. Disponível em: <https://br.ign.com/rainbow-six-siege/120259/news/brasil-no-topo-e-recorde-garantido-six-invitational-2024-registra-maior-audiencia-da-historia-de-rai>. Acesso em: 18 mar. 2025.

IGN BRASIL. Era de ouro do Brasil no Rainbow Six é reflexo de renovação constante de talentos e suporte contínuo. 19 fev. 2025 Disponível em: <https://br.ign.com/rainbow-six-siege/136763/news/era-de-ouro-do-brasil-no-rainbow-six-e-reflexo-de-renovacao-constante-de-talentos-e-suporte-continuo>. Acesso em: 18 mar. 2025.

INSIDER SPORT. BLAST's debut Six Invitational 2024 sets record numbers. 27 fev. 2024. Disponível em: <https://insidersport.com/2024/02/27/blasts-debut-sets-record-numbers/>. Acesso em: 18 mar. 2025.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, André. **Cibercultura: Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LOGAN, Robert. **Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan**. New York: Peter Lang Publishing, 2010.

KENT, Steven. **The ultimate history of video games: from Pong to Pokemon - the story behind the crazy that touched our lives and changed the world**. New York: Three River Press, 2001.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MACEDO, Tarcízio. Querelas esquecidas dos game studies: monopólio e diversidade configuracional nos esports. **Galáxia**. São Paulo, v. 48, n. 1, 2023. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-2553202358769>. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/58769/41725> Acesso em: 19 abr. 2024

- MACEDO, Tarcízio. FALCÃO, Thiago. E-Sports, herdeiros de uma tradição. **Intexto**. Porto Alegre, v. 45, n. 2, p. 246-267, maio/ago. 2019. DOI: 10.19132/1807-858320190.246-267. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/83818>. Acesso em: 17 mar. 2023.
- MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.
- MAFFESOLI, Michel. Arcaísmo, cibercultura e reencantamento do mundo: as dobras do cotidiano tecnológico. **Comunicação & Informação**. Goiânia, v. 21, n. 2, p. 4-18, 2018. DOI: <https://doi.org/10.5216/ci.v21i2.54305> Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/54305>. Acesso em: 30 jan. 2025.
- MAIS ESPORTS. LoL: Riot anuncia campeonato internacional no Brasil em 2026. 08 jan. 2025. Disponível em: <https://maisesports.com.br/lol-riot-anuncia-campeonato-internacional-no-brasil-em-2026/>. Acesso em: 20 mar. 2025
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teorias das Mídias Digitais**. Petrópolis: Vozes, 2014.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 13ª ed. São Paulo: Cultrix, 2003.
- NEWZOO. How consumers engage with video games today | Free consumer research report. Newzoo, 2023. Disponível em: <https://newzoo.com/resources/blog/how-consumers-engage-with-video-games-in-2023> Acesso em: 20 jul. 2023.
- NEWZOO. Global Gamer Market Report 2024. Newzoo, 2024. Disponível em: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoos-global-games-market-report-2024-free-version> Acesso em: 20 jan. 2025.
- NEWZOO. Global Esports & Live Streaming Market Report 2022. Disponível em: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoo-global-esports-live-streaming-market-report-2022-free-version>. Acesso em: 21 jul. 2023.
- ORLANDI, Eni Pulcinelli. Análise do Discurso. *In*: ORLANDI, Eni Pulcinelli; LAGAZZI-RODRIGUES, Suzy. (Orgs.). **Discurso e textualidade**. Campinas: Pontes, 2006. p.13-31.
- ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Análise do Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2012.
- PGB. Relatório Pesquisa Game Brasil 2024. **PGB**, 2024. Disponível em: <https://www.pesquisagamebrasil.com.br> Acesso em: 20 jul. 2025.
- PÊCHEUX, Michel. Análise automática do discurso (AAD69). *In*: GADET, Françoise; HACK, Tony. **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Campinas: Editora Unicamp, 1997, p. 61-162.
- PÊCHEUX, Michel. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas (1975). *In*: GADET, Françoise; HACK, Tony. **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Campinas: Editora Unicamp, 1997, p. 163-252.
- PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. 2ª. ed. Campinas: Editora Unicamp, 1995.
- REUTERS. Inaugural Olympic Esports Games to be held in 2027 in Saudi Arabia. 11 fev. 2025. Disponível em: <https://www.reuters.com/sports/olympics/inaugural-olympic-esports-games-be-held-2027-saudi-arabia-2025-02-11>. Acesso em: 18 mar. 2025.
- SANTAELLA, Lucia. **Cultura e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2013.

SENADO NOTÍCIAS. CEsp: debatedores discordam sobre oficialização de confederação de e-sport. **Agência Senado**, 09 out. 2024. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2024/10/09/cesp-debatedores-discordam-sobre-oficializacao-de-confederacao-de-e-sport> . Acesso em: 17 mar. 2025

SILVA, Gislene. Pode o conceito reformulado de bios midiático conciliar mediações e midiatização? *In*: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JÚNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (orgs.). **Mediação e Midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 107-121.

SCOLARI, Carlos A. Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico. **Quaderns del CAC**. v. XIII, n. 34, p. 17-25, 2010.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

SODRÉ, Muniz. **A sociedade incivil**: mídia, iliberalismo e finanças. Petrópolis: Vozes, 2021.

SODRÉ, Muniz. Midiatização e jornalismo. *In*: FERREIRA, Jairo *et al.* (org.) **Redes, sociedade e pólis**: recortes epistemológicos na midiatização. Santa Maria: FACOS-UFMS, 2020, p.45-54.

TAYLOR, T. L. **Raising the Stakes**: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming. Cambridge: MIT Press, 2012.

THE ENEMY. Gaules bate recorde de espectadores durante IEM Rio Major 2022. 22 nov. 2022. Disponível em: <https://www.theenemy.com.br/esports/csgo-gaules-somou-mais-de-206-milhoes-de-horas-assistidas>. Acesso em: 17 mar. 2025.