



Marzo 2019 - ISSN: 1989-4155

GAME CULTURA: Um panorama pela cultura gamer

**Luan Gomes Da Silva,
Taisiely Sayure Kikuchi,**

Alunos do Curso de Tecnologia em Jogos Digitais, Universidade Cruzeiro do Sul, São Paulo/SP

Juliano Schimiguel,

Professor – Universidade Cruzeiro do Sul, São Paulo/SP (schimiguel@gmail.com)

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Luan Gomes Da Silva, Taisiely Sayure Kikuchi y Juliano Schimiguel (2019): “Game cultura: Um panorama pela cultura gamer”, Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo (marzo 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/atlante/2019/03/game-cultura.html>

Resumo

Este artigo tem como objetivo descrever conceitos e características da Game Cultura. Pretendemos discutir e apresentar os jogos como formas de comunicação e socialização dentro do mundo digital, bem como, na vida real. Discutimos questões como desvalorização e preconceitos; o potencial, força e aspecto lúdico dos jogos; e retratamos o vício em vídeo games de acordo com o viés da Organização Mundial de Saúde. Finalmente, destacamos o mercado de jogos, e exemplificamos consoles e jogos de e-sports, e também ressaltando o cenário cosplay.

Abstract

This paper aims to describe concepts and features of Game Culture. We intend to discuss and present the games as forms of communication and socialization within the digital world as well as in real life. We discuss issues such as devaluation and prejudice; the potential, strength and playful aspect of the games; and we portray the addiction in video games according to the bias of the World Health Organization. Finally, we highlight the gaming market, and we exemplify consoles and e-sports games, and also highlighting the cosplay scenario.

1 Introdução

Em uma sociedade envolvida e cada vez mais intensificada por um clima de consternação e preocupação, surgiram pesquisas e se desenvolveram e/ou melhoraram métodos para promover transformações necessárias ao meio sociocultural. Neste contexto, acredita-se que as mídias possuem grande influência sobre a sociedade, consistindo em meios para a difusão de informações e criação de ambientes virtuais. Dentre seus diversos veículos de comunicação, atualmente os games

vêm revelando a sua complexidade e poder sobre o lúdico, adentrando em diversas áreas, como a educacional, a área da saúde, economia e das artes.

Os jogos eletrônicos em rede vêm configurando e originando processos de comunicação e socialização tanto no mundo cibernético, quanto no mundo real, potencializando as interações sociais dentro do universo gamer. Como discutido por André Lemos, essa inerente característica torna a cultura de games uma cultura também participativa, não apenas corporativa e mercadológica, sendo desenvolvida acoplada à cultura dos jogadores.

São infinitas as definições para cultura, passando por transformações conforme o passar da história e o desenvolver da sociedade. Observa-se que a cultura é a parte do ambiente que é feito pelo homem, indo além de um fenômeno biológico (SANTAELLA, 2003, pag. 29-31). Neste mesmo contexto, a palavra jogo abrange diversas concepções. Para Johan Huizinga:

Seria mais ou menos óbvio, mas também um pouco fácil, considerar “jogo” toda e qualquer atividade humana (...) Não vejo, todavia, razão alguma para abandonar a noção de jogo como um fator distinto e fundamental, presente em tudo que acontece no mundo (HUIZINGA, 2004).

Podendo-se refletir que, um jogo é muito mais que um fenômeno físico ou biológico, é uma função significativa. “Todo jogo significa alguma coisa” segundo Huizinga.

2 O jogo como elemento da cultura

“Cultura das mídias” foi uma expressão utilizada por Lúcia Santaella para designar um processo gradativo de produção, distribuição e consumos comunicacionais, sendo um intermediário entre a cultura de massa e a cibercultura.

Para compreender essas passagens de uma cultura à outra, que considero sutis, tenho utilizado uma divisão das eras culturais em seis tipos de formações: a cultura oral, a cultura escrita, a cultura impressa, a cultura de massas, a cultura das mídias e a cultura digital. Antes de tudo, deve ser de clara do que essas divisões estão pautadas na convicção de que os meios de comunicação, desde o aparelho fonador até as redes digitais atuais, não passam de meros canais para a transmissão de informação. (SANTAELLA, Lúcia – Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. 2003 – Porto Alegre).

Em seu livro “Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura”, Santaella explica o processo de “semeação e fertilização” para o aparecimento da cibercultura através da dinâmica da cultura das mídias. Sendo esta, dependente do modelo capitalista de desenvolvimento da cultura de massa.

O intenso desenvolvimento e produção de novas tecnologias nos proporcionou funções e mediações das relações humanas, amadurecendo e criando esferas socioculturais que o englobam. Para Lévy não se deve enfatizar os impactos das tecnologias, e sim pensar que as tecnologias são produtos de uma sociedade e de uma cultura (1999, p.20-21).

As verdadeiras relações, portanto, não são criadas entre "a" tecnologia (que seria da ordem da causa) e "a" cultura (que sofreria os efeitos), mas sim entre um grande número de atores humanos que inventam, produzem, utilizam e interpretam de diferentes formas as técnicas (LÉVY, 1999, p.21).

Dado a devida importância da relação entre a cultura das mídias e a cibercultura, temos o fenômeno conhecido como convergência das mídias. Tal acontecimento é consequência da inserção das mídias tradicionais à internet conectadas à uma rede global. Segundo Assis, antecedendo a convergência, é necessária uma adaptação da linguagem para o meio.

Para que essa convergência (convergência de mídia) aconteça, não basta que os conteúdos sejam traduzidos para vários meios. Antes, é preciso que esses mesmos conteúdos se transformem, de forma a poder ser traduzidos com pouca ou nenhuma perda. As experiências de tradução entre mídias são muitas, mas os casos em que elas são isoladas, isto é, o autor de um livro nunca pensou em cinema ou o autor de um filme fez tudo antes de que houvesse games, são muito raras (ASSIS, 2006, p.25).

No mesmo contexto, Santaella diz que “cada meio de representação (...) deve desenvolver conceitos representativos e formas de representação que lhe são próprias” (SANTAELLA, 2005, p.208). Desta abstrusa e profusa rede de relações da qual emerge a cibercultura surgem também seus “tentáculos”. Sendo este o caso da Gamecultura, originada do universo de entretenimento, essa

esfera vem absorvendo e influenciando outros meios através da sua notória adaptação à linguagem hipermídia¹.

Para Huizinga o jogo em si é entendido como um fenômeno cultural de suma importância para o desenvolvimento da cultura e civilização, consistindo em uma cultura que surge e se desenvolve sob a forma de jogo, como que “jogada”. Entendendo-se que a civilização humana em si não acrescentou uma característica fundamental à natureza do jogo, apenas o incorporou e o desenvolveu em certos aspectos. Sendo possível especular que o jogo antecede a própria cultura, já que animais brincavam antes e longe de nós.

Na década de 50 surgem os primeiros jogos eletrônico, e até os dias de hoje os games (jogos de videogame) tem apresentando ser uma poderosa ferramenta de influência através da sua capacidade de emergir os usuários a novas realidades, onde não raramente estendem para a vida real. E da mesma forma que as mídias tradicionais na cibercultura, os games se adaptaram à linguagem hipermídia originando os games on-line. Desse modo, como em outras esferas culturais, a Gamecultura pode ser apresentada pela ação das pessoas de seu meio, ou de alguma forma ligada a ela, por seus efeitos materiais e imateriais.

Os games vêm amadurecendo, desde suas primeiras manifestações, e se transformando de forma aberta a influências externas, atuando já em diversos outros campos como na arte e educação. Observa-se o encontro entre as grandes áreas das ciências exatas e das ciências humanas no universo dos games, e uma intensificação nos investimentos voltados para essa esfera como veremos nos capítulos à frente.

2.1 Desvalorização e preconceitos

A uma discussão se jogos são ou não cultura, mas afinal qual a definição de cultura? Para Edward Tylor, cultura significa todo aquele “complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral a lei, os costumes e todos os hábitos e capacidades adquiridos pelo homem como membro da sociedade.”

A discussão se jogos são cultura ou não se situa em duas frentes, de um lado a Ministra da Cultura do Brasil [Marta Suplicy] declarou que alguns meios, como jogos e TV a cabo, não são cultura, e que revistas de diversos gêneros são. Do outro lado, milhares de jogadores se sentem menosprezados porque consomem avidamente um produto que eles consideram cultural.

- Mas por que essa discussão?

Em dezembro de 2012, a presidente Dilma Rousseff sancionou o projeto do vale-cultura. A lei prevê que trabalhadores contratados em regime CLT (Consolidação das Leis do Trabalho) que recebem até cinco salários mínimos (R\$ 3.390 mil) vão poder receber um vale mensal de R\$ 50 para gastar em eventos ou produtos culturais. A problemática entre games e cultura surgiu depois que a ministra, durante uma audiência na Assembleia Legislativa de São Paulo, no dia 19 de

¹ “(...)conjunto de meios que permite acesso simultâneo a textos, imagens e sons de modo interativo e não linear, possibilitando fazer links entre elementos de mídia, controlar a própria navegação e, até extrair textos, imagens e sons cuja sequência constituirá uma versão pessoal desenvolvida pelo usuário”. - “Roteiro para as Novas Mídias” - GOSCIOLA, Vicent.

fevereiro deste ano, foi questionada pelo pesquisador e game designer Francisco Tupy sobre a inclusão de games no programa. “Eu não acho que jogos digitais sejam cultura”, respondeu a ministra e aí começou a discussão.

A função deste tópico não é discutir se os jogos são cultura ou não, até porque não temos a menor dúvida que os jogos sejam não apenas cultura, mas sim uma das manifestações mais impressionantes da atual cultura humana, assim como foram séculos atrás a música, o teatro, a literatura, o cinema e tantas outras. A função desse tópico é tentar entender porque uma pessoa capaz como um Ministro da Cultura não considera as formas contemporâneas de cultura dignas de investimento.

O problema começa a surgir quando adentramos o meio pantanoso da Cultura de Massas, aonde se encaixam os jogos digitais, séries televisivas, cinema hollywoodiano, música pop e outras manifestações igualmente importantes. Os argumentos contra essa cultura são diversos, alguns as acusam de dar grande importância às emoções e sentimentos, assim como aos apelos de marketing para as massas, com perda da qualidade e da inovação. Um exemplo clássico são as minisséries televisivas baseadas em romances históricos, nas quais todo o conteúdo social e histórico vira um vago pano de fundo para as relações de amor e intriga entre as personagens.

A partir desse ponto de vista, esta não poderia ser considerada Cultura porque em seu objetivo não se encontra o ser humano em si, e sim os lucros a partir de alvos do mercado. Nesse ponto encontram-se muitos jogos e filmes, especialmente os “mais vendidos”, a maioria esmagadora construída em cima de franquias e propriedades intelectuais bem conhecidas. Mais do mesmo. Por outro lado, os argumentos a favor da Cultura de Massas, apontam a sua importância para a classe média, e que a Alta Cultura se estabelece com uma superioridade, e que nada garante que as pessoas que consomem esses produtos sejam mais ou menos cultas do que as que consomem os produtos representantes de outras culturas.

Aparentemente a Ministra Marta Suplicy é uma dessas milhares de pessoas que não acredita que a Cultura de Massas no caso específico os jogos, possa ser considerada como Cultura. Segundo a ministra os jogos digitais são apenas entretenimento, sim eles são entretenimento, mas não apenas isso.

Ser divertido, ou ter uma certa quantidade de entretenimento, não exclui o potencial cultural destes jogos. Potencial porque o jogo tem várias camadas, eventualmente o jogador pode parar na superfície divertida, e uma pessoa já conformada com essa superfície, não passa para as camadas de conteúdo diferenciadas, como inovação, tradição, qualidade, criatividade, crítica, conteúdo, etc.

Na Cultura Popular pode-se pensar nas danças circulares, na Alta Cultura temos as óperas e o teatro, e na Cultura de Massas, filmes como os de Woody Allen ou o primeiro álbum do Led Zepellin, que mudou toda uma geração de roqueiros. Mas também, nada garante que os consumidores dessas culturas específicas também consigam acessar essas camadas de conteúdo.

Para a Cultura se completar, não basta a fruição desta, deve haver também um certo esforço intelectual, o qual a internet tem facilitado bastante.

Alguns outros meios são quase sempre divulgados como cultura como por exemplo a música, os jogos por sua vez, são divulgados como diversão, porém esses jogos podem ter diversos elementos culturais desde sua história, até apresentar em sua trilha sonora a mesma música que é considerada cultura.

E, portanto, se cultura em sua base é o produto de criação do homem sobre a natureza, então livros, vídeos, fotos, calendários, jornais, gravuras, TV aberta e fechada, esculturas, pinturas, internet, cinema, ópera, também os jogos e demais representantes da cultura digital não podem ficar de fora. No panorama complexo da Cultura Contemporânea, da pós-modernidade, das mídias digitais, das micronarrativas, da modernidade líquida, qualquer exclusão é pura censura.

3 A força dos jogos

Em geral, o conceito de jogo está relacionado com o lúdico, tornando-se um importante instrumento de aprendizado, socialização e estímulo à busca de conhecimentos. Em seus estudos sobre cultura lúdica, Brougère explica que é no ato de brincar que a criança constrói e organiza seus conhecimentos de forma mais eficaz. Segundo Huizinga, o jogo:

Ultrapassa os limites da atividade puramente física ou biológica. É uma função significativa, isto é, encerra um determinado sentido. No jogo existe alguma coisa “em jogo” que transcende as necessidades imediatas da vida e confere um sentido à ação. Todo jogo significa alguma coisa (HUIZINGA, 2004).

Sendo definido como uma atividade voluntário e divertida, Huizinga define quatro características fundamentais do jogo: a diversão², a atividade livre, as regras e a separação espacial em relação a vida cotidiana³. Já Roger Caillois define o conceito de jogo a partir das experiências e sensações que são proporcionadas aos jogadores em quatro categorias: competição (agon), chance (alea), simulacro (mimicry) e vertigem (ilinx).

Nesteriuk afirma que, “as manifestações de ilinx fora do jogo, normalmente são associadas ao controle de domínio da vertigem [...] Na vida cotidiana, passa-se dos efeitos da física para os poderes da química, como o uso de drogas e álcool, capazes de alterar o estado de consciência do usuário.” Diante da definição proposta por Caillois de jogo ilinx e o posicionamento de Nesteriuk, entende-se que esse podem causar dependências e até causar doenças (assunto será visto mais adiante).

² “Se os animais são capazes de brincar, é porque são alguma coisa mais do que simples seres mecânicos. Se brincamos e jogamos, e temos consciência disso, é porque somos mais do que simples seres racionais, pois o jogo é irracional.” (HUIZINGA, 2001)

³ “Verificamos que umas das características mais importantes do jogo é sua separação espacial em relação à vida cotidiana. É-lhe reservado, quer material ou idealmente, um espaço fechado, isolado do ambiente cotidiano, e é dentro desse espaço que o jogo se processa e que suas regras têm validade.” (HUIZINGA, 2001)

Em seu livro “Artes do Videogame”, Assis explica que no universo dos videogames é necessário restringir a palavra interatividade em dois tipos: a interatividade trivial, apresentado pelo que nos cerca e reagem a nossas ações; “e a segunda interatividade (v. inteligência), que diz a respeito a programas que reagem de forma inusitada (tanto para o interator como para o autor)”. Nesse contexto, temos as palavras de Santella:

A imersão ocorre porque, de um lado, os ambientes, aos quais os corpos se conectam, são construídos em linguagem computacional tridimensional que compõe paisagens com qualidades proprioceptivas que replicam situações espaciais experimentadas quando deslocamos nosso corpo no mundo físico (SANTAELLA, 2003).

Nesteriuk mostra em seus estudos que a interatividade não é apenas uma ferramenta para imersão, experiência ou agenciamento (agency) daquele que joga, mas uma possibilidade de construção de obras abertas e dinâmicas. Ou seja, o jogador se torna co-autor de um work in progress, onde a cada jogar se elabora diferentemente.

Emergido no ambiente virtual, o jogador desenvolve intensamente suas habilidades cognitivas e encontra o sentimento de completude. Aprendendo a superar etapas através de uma construção e organização de conhecimentos, criando estratégias e usufruindo do método de tentativa e erro. O jogador é encorajado a estimular sua criatividade e buscar informações, e até algumas vezes a intensificar suas relações com outros jogadores, sendo bastante comum em MMORPG's⁴, por exemplo, em missões obrigatoriamente em grupo. Na construção de suas ações e descobertas, ele também amadurece e enriquece sua personalidade, simbolizando o jogo como uma preciosa ferramenta pedagógica.

3.1 O lado negro da força

O vício em jogos de videogame passou a ser considerado um distúrbio mental pela Organização Mundial da Saúde. Podendo ser tão grave a ponto de levar o usuário "a preferir os jogos a qualquer outro interesse na vida", alguns países já identificam essa condição como um problema importante para a saúde pública e muitos incluindo o Reino Unido, têm clínicas autorizadas a tratar o distúrbio. Os sintomas dos distúrbios incluem:

- Não ter controle de frequência, intensidade e duração com que joga videogame.
- Priorizar jogar videogame a outras atividades.
- Continuar ou aumentar ainda mais a frequência com que joga videogame, mesmo após ter tido consequências negativas.

Muitos países já adotam medidas para combater o problema. Na Coreia do Sul, o governo criou uma lei para proibir o uso de games por pessoas menores de 18 anos entre meia-noite e seis da manhã. No Japão, os jogadores são advertidos caso passem mais do que uma certa quantidade de

⁴ “Massive Multiplayer Online Role-Playing Game (MMORPG) é um jogo de computador, celulares e/ou videogames que permite a milhares de jogadores criarem personagens em um mundo virtual e dinâmico ao mesmo tempo na internet.” Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Massively_multiplayer_online_role-playing_game

horas por mês jogando videogame e na China, a Tencent (Tencent é o maior e mais utilizado portal de serviços de internet da China) determina um limite de quantidade de horas que uma criança pode jogar.

Outro problema relacionado aos videogames é a Obesidade. Pesquisas mostram que crianças e jovens com tendência compulsiva por videogame podem estar em risco de privação do sono e distúrbios associados com a obesidade e problemas de saúde cardiometabólica (danos no coração e vasos sanguíneos).

A revista científica americana PLOS ONE, publicou um estudo que analisa o vício de vídeo games em crianças e seu impacto na saúde. Para a pesquisa, a equipe estudou um grupo de crianças e adolescentes com idades entre 10 a 17 anos que estavam em programas de gestão de estilo de vida para controle de peso ou alterações lipídicas.

O estudo analisou se os hábitos de videogames do grupo tiveram impacto sobre os hábitos de sono, obesidade e saúde cardiometabólica, usando rastreadores, a equipe monitorou a duração do sono e comparou isso com o uso de videogame dos participantes. Os dados mostraram que os sintomas de dependência ao videogame resultaram em sono mais curto, pressão sanguínea elevada, de baixo colesterol HDL, triglicérides elevadas e alta resistência à insulina

Uma solução para lutar contra o aumento da obesidade são os chamados vídeo games ativos que permitem que o jogador exerça atividades físicas em mundos virtuais

No Brasil, um dos mais populares consoles que permite jogos ativos é o Wii, da Nintendo e os Xbox One, Xbox 360 através do Kinect. Dentre esses jogos os principais são:

- Your Shape: Fitness Evolved
- Dance Central
- Just Dance
- Kinect Sports
- Microsoft Nike Fitness

O uso excessivo dos Videogames também pode causar problemas visuais. Olhar diretamente para a tela extensivamente causa cansaço visual, nosso olho pisca, em média, de 22 a 24 vezes por minuto.

Porém, quando estamos de frente para um monitor, tendemos a piscar menos, prejudicando a umidade dos olhos e contribuindo para um ressecamento do globo ocular, o uso prolongado do computador é relacionado ao glaucoma, especialmente entre os míopes, olhar para a tela clara é muito prejudicial aos componentes físicos dos olhos.

4 Mercado em expansão

O Brasil é o maior consumidor de jogos da América latina e o quarto maior em todo o mundo (atrás apenas dos EUA, Japão e China) com 3,4 milhões de usuários e uma movimentação de US\$ 1,5 bilhões de dólares, temos um mercado em ampla expansão e ainda inexplorado a nível nacional, temos também os e-sports que estão em alta e seguem aumentando o número de espectadores.

Segundo a Game Brasil 2017, 36,4% dos gamers já assistiram aos campeonatos profissionais (26% em 2016), sendo que 72,1% deles assistiram pela internet (entraremos com maiores detalhes no próximo tópico).

O mercado interno brasileiro é responsável por 35% do total da receita gerada na América Latina, que é de aproximadamente US\$ 4,5 bilhões. Na contramão de outros setores, o setor de jogos digitais cresce expressivamente. O incremento do Mercado de Games no Brasil abriu novas oportunidades, como a organização de eventos e campeonatos voltado ao público dos jogos, o surgimento das mídias especializadas, novos meios de pagamento, canais de distribuição e prestadores de serviços

O setor também se profissionalizou com o surgimento de entidades, como a Associação Brasileira de Games (AbraGames) e a Associação Comercial, Industrial e Cultural dos Jogos Eletrônicos no Brasil (Acigames), com o início de envolvimento do governo e com o intercâmbio de conhecimento entre players nacionais e internacionais.

Se o presente já é animador o futuro do mercado de jogos é ainda mais promissor e desafiador, o e-sports vem caminhando com passos largos para ser um esporte nacional no Brasil. E com diversos desenvolvedores brasileiros “indies” o mercado de desenvolvimento só tem a crescer e a ganhar destaque e reconhecimento internacional, estamos no caminho certo, pois este mercado mesmo sendo pequeno (se comparado aos poderosos mercados europeu, japonês e norte-americano) está em ascensão e muito disso é graças a eventos importantes como a Brasil Game Show, Brasil Game Cup e ao trabalho duro e cheio de paixão de diversos desenvolvedores nacionais e jogadores profissionais de eSports

5 E-sports

5.1 História

As origens do esporte eletrônico estão, possivelmente, na Coreia do Sul e em alguns pontos da Ásia e Europa. Os jogos do gênero de estratégia em tempo real cresceram nesses locais, além da popularidade aos jogadores profissionais que surgiram. Na Coreia do Sul, por exemplo, o eSport é uma modalidade competitiva reconhecida oficialmente desde o ano 2000, porém já aconteciam campeonatos de esportes eletrônicos em outros países.

Considerado o “pai” dos eSports, o gênero de estratégia em tempo real foi o grande início de todo o sucesso. O maior exemplo do gênero é StarCraft. Graças aos países asiáticos, esse tipo de jogo cresceu no eSport e fez a popularidade da competição World of Warcraft.

Apesar de ter sido reconhecido oficialmente em 2000 os campeonatos são bem mais antigos que isso, A primeira competição esportiva eletrônica que se tem notícia data de 19 de outubro de 1972 para estudantes da Universidade Stanford nos Estados Unidos com o jogo Spacewar, a competição tinha o nome oficial de "Olimpíadas Intergaláticas de Spacewar", o prêmio foi um ano de assinatura da revista Rolling Stone.

Já em 1980, a Atari organizou o Space Invaders Championship, essa é considerada a primeira competição de esporte eletrônico em larga escala. Com aproximadamente 10 mil participantes de várias partes dos Estados Unidos.

Em 1981 é fundada a Twin Galaxies, organização criada com objetivo de catalogar recordes de jogos eletrônicos, durante a década de 1980 houve diversas competições para incluir recordes no livro Guinness World Records, algumas dessas competições foram transmitidas por programas de Tv.

Em 1990 é criado o Nintendo World Championships com etapas em várias cidades dos Estados Unidos e com a final disputada na Califórnia, teve sua segunda edição em 1994, a Nintendo PowerFest '94.

A partir da década de 2000 o esporte eletrônico passou por um grande crescimento, de 10 torneios no ano 2000 para 160 em 2010, durante essa década os principais torneios foram o World Cyber Games, o Intel Extreme Masters e a Major League Gaming.

A primeira organização internacional foi a G7 fundada pelos times 4 Kings, Fnatic, Made in Brasil, Mousesports, NiP, SK Gaming, Team 3D. Na Coreia do Sul foram criados dois canais com programação dedicada jogos eletrônicos, que começaram a transmitir campeonatos de Starcraft e Warcraft III.

5.2 Atualmente

Hoje em dia os maiores torneios possuem etapas presenciais com milhares de pessoas na plateia e até mesmo narradores oficiais. Como todo esporte tradicional, os esportes eletrônicos também possuem times e jogadores oficiais. O Grande sucesso dos e-sports se deve principalmente a dois motivos:

- Games populares com torneios que pagam grandes prêmios
- Jogadores que se tornaram celebridades.

A cobertura de jogos eletrônicos é feita hoje, em sua maioria, através da Internet. São poucos os canais que dão alguma atenção a esse gênero (Alguns principais canais de esporte já transmitiram os e-sports (BandSports, Esporte Interativo, Fox Sports e SporTV)). Entre os jogos mais populares estão:

- Futebol (Pes, Fifa)
- Dota 2

- League of Legends
- Counter Strike
- StarCraft II, entre outros.

Com campeonatos que entram prêmios milionários vários atletas deixaram seus antigos empregos para se dedicar 100% aos e-sports. Algumas das premiações milionárias:

- Dota2 - US\$ 37 milhões
- Counter-Strike: Global Offensive - US\$19 milhões
- League of Legends - - US\$11 milhões

5.3 No Brasil

Segundo consultoria, o país tem 7,8 milhões de entusiastas de e-sports e está atrás só de China e EUA. Audiência total, que engloba espectadores ocasionais, corresponde a 8,5% da população brasileira

O e-sport ainda está crescendo, apesar de ser um gênero de competição já bem popular. O game mais famoso no Brasil é o League of Legends, graças ao suporte dado pela produtora Riot Games em torneios oficiais, como o Campeonato Brasileiro, ou CBLol, como também é chamado.

Jogos como Counter-Strike, Street Fighter e Fifa também possuem torneios locais, porém menores. Além disso, eventos como Brasil Mega Arena e Brasil Game Show tem seus torneios próprios de eSports, contemplando diferentes jogos e com premiações variadas.

5.4 E-Sports nas Olimpíadas?

Os e-sports podem fazer parte do quadro de esportes olímpicos em um futuro não tão distante. Esta é a ideia de Estanguet, co-presidente da candidatura de Paris sede dos Jogos Olímpicos em 2024.

Em entrevista à Associated Press, Estanguet não anulou a possibilidade de incluir os e-Sports, como Fifa e League of Legends — já em 2024, quando a cidade francesa receberá as olimpíadas. “Não quero dizer ‘não’ logo de cara. Eu acho que é interessante interagir com o Comitê Olímpico Internacional com a família dos e-Sports, para entender melhor o que é o processo [de crescimento dos games] e por que é um sucesso tão grande”, disse o francês.

Ao mesmo tempo, essa possibilidade desagrade quem não acha que os videogames se qualificam como um esporte de fato.

O presidente do Comitê Olímpico Internacional, Thomas Bach, adotou um tom mais reticente que o de Estanguet em entrevista ao site Inside the Games. De acordo com ele, não há certeza de que o e-Sports é realmente um esporte, considerando a atividade física e o que é necessário para ser considerado um esporte, complementou acrescentando que os games são contrários “às regras olímpicas e aos valores do esporte”.

6 Cosplay

O incessável contato via internet, principalmente entre o público mais jovem, vem disseminando muitos hábitos manifestados de diversas formas. Entre eles, na década de 70 nos Estados Unidos, surgem as chamadas festas Cosplay⁵, que logo são popularizadas pelos japoneses a partir de 1980.

Na primeira Worldcon⁶, em 1939, Forrest Ackerman e Myrtle R utilizaram pela primeira vez uma fantasia durante um evento. Desde então, o hábito de se transformar em um personagem popularizou, tornando-se comum entre os fãs de fantasia e quadrinhos. No Japão, o cosplay foi incentivado por Nobuyuki Takahashi através de revistas de ficção científica, sendo rapidamente disseminada entre os fãs de mangás, animes⁷, comic e videogames. Diferente dos primeiros cosplays, os japoneses vestiam-se de seus personagens preferidos, não se estendendo à criação de personagens. Nos anos 90, os animes se popularizaram pelo mundo e consigo levou o esse hábito de caracterização de um personagem existente, tornando comum esse costume.

Hoje, grandes eventos ocorrem pelo mundo todo, como o Anime Expo em Los Angeles, o Japan Expo em Paris e a Comic-con, que teve início em San Diego no ano de 1970 e hoje já chegou em solo brasileiro com o título “Comic com Experience”. Estes e diversos outros eventos, reúnem milhares de fãs da cultura nerd, além de um crescente investimento público e privado para suas realizações. Nelas podemos ver a força imersiva da cultura cibernética e da Gamecultura inserida nos hábitos daqueles que compõe o universo nerd.

Na sociedade contemporânea, os cosplayers (pessoas que fazem cosplay) são considerados artistas completos, explorando a arte do cosplay como hobby ou até mesmo profissionalmente. Utilizando de maquiagem, vestuário, acessórios, interpretação e diversas outras técnicas, esses artistas vem ganhando cada vez mais destaque no mundo do entretenimento, abusando não apenas de personagens ficcionais (personagem de animes, mangás, comics ou videogames), mas de personagens reais também.

⁵ Cosplay é uma abreviação das palavras em língua inglesa costume (roupa) e play (atuar), é a arte de se transformar em um personagem utilizando de maquiagem, interpretação, vestuário e demais técnicas exigidas pelo álter ego do artista ou do personagem interpretado.

⁶ “A Worldcon, ou mais formalmente The World Science Fiction Convention, é a mais longa convenção de ficção científica existente, tendo existido de 1939 a 1941 e, após a interrupção forçada pela Segunda Guerra Mundial, anualmente desde 1946.” Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/World_Science_Fiction_Convention.

⁷ “Anime se refere à animação que é produzida por estúdios japoneses. A palavra é a pronúncia abreviada de “animação” em japonês, onde esse termo se refere a qualquer animação. Para os ocidentais, a palavra se refere às animações oriundas do Japão.” Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Anime>.

7 Conclusão

Nos estudos, os jogos se mostraram elementos de extrema importância para o desenvolvimento da cultura, tendo seus sentidos conotativos e ideias transformados ao longo da história. Neste contexto os jogos eletrônicos são os jogos da cultura contemporânea, que desde o seu surgimento, vêm extrapolando cada vez mais suas fronteiras no universo da Cibercultura e se desenvolvendo como uma importante ferramenta para outras áreas socioculturais.

Os games se tornaram foco de atenção para muitos pesquisadores, mostrando-se ser uma importante ferramenta para o aprendizado, socialização, desenvolvimento das habilidades cognitivas, construção e organização de informações, expansão da criatividade, amadurecimento e enriquecimento da personalidade. Da emersão dos games, traz-se elementos que interferem de forma significativa no meio sociocultural, sejam elas boas ou ruins, mas sempre significativa aos jogadores emergidos.

A inteira adaptação dos jogos às linguagens hipermídias e como já dito, sua perfeita propriedade de emersão, permitiram a expansão dos games para outras áreas, como a da saúde e da educação, trazendo intensos investimentos financeiros envolvendo não apenas a indústria como também a área acadêmica. Também são manifestadas em conjunto com o sentimento de completude gerado pelos games, através de cosplays, filmes, artes plásticas, livros e muitos outros.

No Brasil o mercado de desenvolvimento de jogos ainda é um mundo inexplorado de oportunidades, porém, com o grande número de desenvolvedores “indies” o mercado brasileiro tem tudo para crescer e se tornar reconhecido internacionalmente.

Os “joguinhos de criança” se tornaram grandes negócios e vem atraindo investimentos bilionários, os e-sports transformaram alguns jogadores considerados “Nerds” em ciberatletas que competem em campeonatos de premiações milionárias, essas foram algumas das grandes transformações do mundo dos jogos na última década e este mercado só tem a crescer cada vez mais.

8 Referências bibliográficas

ABREU, Roberta Fialho de. Gamearte e o caminho da espada. 2010. 148 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de Artes de São Paulo, 2010. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/86938>

ASSIS, J. Antes do Videogame: conceitos e técnicas Disponível em: http://www2.eca.usp.br/cap/poeticasdigitais/artigos/artesdovideogame_1ponto1.pdf

GALLO, Sérgio. Jogo como elemento da cultura: aspectos contemporâneos e as modificações na experiência do jogar. PUC/SP, 2007. Disponível em: <http://livros01.livrosgratis.com.br/cp032117.pdf>

HUIZINGA, Johan. (2004). Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva.

JAPIASSÚ, Hilton; MARCONDES, Danilo. Dicionário básico de filosofia. Rio de Janeiro: Jzahar, 1996.

JOHNSON, Steven. (2001). Cultura da Interface – Como o Computador Transforma Nossa Maneira de Criar e Comunicar. Rio de Janeiro. Jorge Zahar. Disponível em: <http://www.nieth.unirio.br/public/upload/ff79006eb77a377f5a7500dc5e672255.pdf>

LEMONS, André. Agregações eletrônicas ou comunidades virtuais? Análise das listas facom e cibercultura

LÉVY, P. Cibercultura. Rio de Janeiro: Editora 34. 1999. Disponível em: <https://mundonativodigital.files.wordpress.com/2016/03/cibercultura-pierre-levy.pdf>

NESTERIUK, Sérgio. Jogo como elemento da cultura: aspectos contemporâneos e as modificações da experiência de jogar. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2007.

SANTAELLA, L. Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003. Disponível em: <https://identidadesculturas.files.wordpress.com/2011/05/santaella-culturas-e-artes-do-pc3b3s-humano.pdf>

SANTAELLA, L. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. São Paulo: Paulus, 2003. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3229/2493>

SOUSA, Igor. A cultura Participativa nos Jogos em Rede. UFRN, 2013. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-1116-1.pdf>

SOUSA, Igor e MAGALHÃES, Paiva. Interseções entre cultura midiática, cibercultura e gamecultura: o Ragnarok como processo sociocomunicacional e mediador da conscientização ambiental. PPGC/UFPB, 2008. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/cm/article/view/11631>

https://pt.wikipedia.org/wiki/Cosplay#cite_note-2

https://pt.wikipedia.org/wiki/Hist%C3%B3ria_dos_jogos_eletr%C3%B4nicos

<https://serounaosei.com/anime-manga/5-melhores-eventos-mundo-nerd/>

<http://universonerd.net/portal/eventos/os-maiores-eventos-de-games-do-mundo/>

<http://revistapontocom.org.br/artigos/mi-mi-mi-meus-jogos-nao-sao-cultura-e-eu-nao-sou-culto>

<https://jogos.uol.com.br/ultimas-noticias/2017/02/15/brasil-tem-terceiro-maior-publico-de-esports-do-mundo.htm>

<https://www.terra.com.br/noticias/dino/mercado-de-games-nacional-e-um-mundo-inexplorado-de-oportunidades,5cd0affd43ee184903db06153df8dc31aomryyai.html>

