



**GESTÃO DA INFORMAÇÃO PARA TOMADA DE DECISÃO DE UMA EMPRESA DE
ESPORTES ELETRÔNICOS: O caso da Neo Llamas
INFORMATION MANAGEMENT FOR DECISION MAKING OF AN ELECTRONIC SPORTS
COMPANY: The Neo Llamas case**

Thiago Melo Veras de Siqueira¹

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6308-3999>
thiagomsiqueira@hotmail.com

Sílvia Luiz de Paula²

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8496-9163>
silviodepaula1@gmail.com

^{1, 2} Departamento de Ciência da Informação, Universidade Federal de Pernambuco, UFPE, Recife, PE, Brasil

RESUMO

O presente trabalho refere-se à identificação do fluxo informacional e tomadas de decisão de uma organização de esporte eletrônico de Pernambuco. Através de entrevistas com indivíduos desta área de atuação, foi possível identificar a demanda informacional dos atores entrevistados e assim analisar o quanto influencia na tomada de decisão nos diferentes níveis da organização. Também foi utilizada a pesquisa documental para coleta de dados, visto que é uma pesquisa qualitativa. A organização em questão está inserida em dois jogos distintos, o *League of Legends (LoL)* e o *Counter Strike: Global Offensive (CS:GO)*, os jogos mais jogados do mundo atualmente. Os resultados da pesquisa evidenciam como é dividida a organização em departamentos, como é feito o ciclo informacional, os recursos para recuperar as informações utilizadas pela mesma e como é tomada a decisão.

ABSTRACT

The present work refers to the identification of the information flow and decision-making of an electronic sports organization of Pernambuco. Through interviews with individuals in this area, it was possible to identify the informational demand of each interviewee and to analyze how much influence in decision making at different levels of the organization. Documentary research was also used for data collection, since it is a qualitative research. The organization in question is embedded in two separate games, the *LoL* and *Counter Strike: Global Offensive (CS:GO)*, the most played games in the world today. The results of the research show how the organization in departments is divided, how the informational cycle is done, the resources to recover the information used by it and how the decision is made.

Palavras-chave: Esporte eletrônico; Jogos eletrônicos; Gestão da informação; Tomada de decisão.

Keywords: Eletronic Sports; Electronic games; Information management; Decision making.

1 INTRODUÇÃO

E-Sports – ou *eSports* - é um termo que literalmente significa “Esportes Eletrônicos”. Tomando cuidado de evitar polêmica exaustiva sobre conceito de esportes, a ideia central é que jogos encarados como E-Sports não são simples passatempos, mas atividades que englobam muito do que um esporte tradicional proporciona, mas em uma plataforma eletrônica. É importante observar que, de uma comunidade envolvida com um jogo, não necessariamente todos seus membros são envolvidos ou engajados com o *E-Sport*. Em outras palavras, de comunidade de pessoas que gostam e jogam um determinado jogo, parte consiste de jogadores casuais, e parte consiste de praticantes de um *E-Sport* (Paula & Souza, 2019).

A analogia que pode ser traçada para ilustrar este conceito é a diferença entre o jogador que pratica o futebol de forma profissional e regular, buscando sempre melhorar; e o jogador de futebol que se envolve apenas por diversão, de maneira ocasional – na tal “pelada” de fim de semana, ou seja, uma questão de postura.

Se o grande público não pudesse ver o jogo do seu time favorito de futebol, dificilmente haveria fluxo de recursos que justificasse tanto investimento em estrutura para realização de grandes eventos, com atletas de elite etc (Paula, 2018). Da mesma forma, os *E-Sports* tem como plataforma a tecnologia *streaming*, tanto para sua realização, como para sua difusão.

Um jogador profissional de videogame tem uma rotina muito semelhante a de um praticante de qualquer outro tipo de esporte. O jogo deve ser encarado com disciplina, com atividades que englobam desde o plano conceitual até a finalização do treinamento de habilidades físicas. O plano conceitual é detalhado pela comissão técnica da equipe do determinado jogo, é o estudo e execução da parte teórica do jogo, onde a comissão técnica elabora uma série de atividades em time e individualmente para evolução da equipe. O técnico observa os jogos da equipe e aponta os erros e acertos para posteriormente passar para o time e assim gerar conhecimento a partir destas observações.

Como treinamento de habilidades físicas os jogadores além de praticar o jogo de videogame, também são direcionados a praticar outros tipos de jogos, como por exemplo jogos de raciocínio lógico, reflexo, etc. Esse treinamento ajuda o jogador a tomar decisões dentro do jogo com mais velocidade e diminuindo os riscos ao erro. É necessário muito entendimento e muita elaboração conceitual para ser um jogador profissional. Não é possível chegar nesse nível em pouco tempo. Apesar de ser possível subir às ligas altas, o que diferencia um jogador de nível profissional de um oportunista é justamente a consistência na qualidade das decisões que toma o profissional. Há verdadeiros compêndios estratégicos elaborados por jogadores experientes,

codificados na forma de livros, de vídeos disponíveis na *web*. Além disso, há também sites que oferecem serviços de *coaching* (treinamento) para jogadores.

No Brasil o fenômeno do *E-Sports* cresce em popularidade, principalmente com a difusão de plataformas como *YouTube* e outras formas de transmissão de vídeo, como os serviços de *Streaming* (transmissão ao vivo pela internet). É um grande desafio angariar o apoio de patrocinadores, além de uma considerável resistência do público que não está inserido diretamente nas comunidades que possuem seu braço de *E-Sports*. O fato é que o cenário é muito promissor, com o verdadeiro *E-Sport* conquistando seu espaço, com o surgimento de ligas nacionais e o olhar estrangeiro para o país, tanto como um mercado consumidor do game, quanto como um participante de peso na comunidade de *E-Sports* mundial – pela qualidade de seus *cyber* atletas.

Em 2011, foi fundada em Pernambuco uma equipe de esporte eletrônico nomeada Llamas and Friends. Fazendo jus à segunda palavra do nome, inicialmente foi criada com o intuito de reunir os amigos para jogar e se divertir em jogos online, mais precisamente o jogo chamado *League of Legends (LoL)*. Com o tempo, outros times no cenário nacional apareceram, gerando uma evolução do cenário de *E-Sport* nacional, promovendo a profissionalização de equipes que inicialmente eram também movidas apenas pelo divertimento e entretenimento.

O amadurecimento das organizações gerou retorno de investidores, principalmente empresas do setor de tecnologia (ex: Kingston, Intel, NVIDIA, entre outros) e até pessoa física como no caso de Ronaldo Nazário, mais conhecido como Ronaldo Fenômeno, ex-jogador de futebol pentacampeão mundial. A organização em questão é o objeto de análise deste trabalho, atualmente denominada *Neo Llamas*, possui dois times de jogos diferentes. Em jogos, *line up* é a composição dos jogadores de uma equipe, no caso: 1) *line up* de *LoL* é um *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA); e 2) *line up* de *CS:GO* é um *First Person Shooter* (FPS). A equipe começou a fazer a diferença no meio competitivo pernambucano, hoje tendo a maior torcida do estado e uma das maiores do nordeste, sendo reconhecido regionalmente em ser o time a ser vencido, a *Neo Llamas* tem seu destaque no cenário nordestino como um dos melhores times do nordeste. Atualmente, atuando nos cenários competitivos do *LoL* e *CS:GO*, dois jogos que são conhecidos nacionalmente e mundialmente (os 2 mais jogados em 2014/2015/2016/2017), sendo a *Neo Llamas* considerada no começo do competitivo nacional de *LoL* uma das mais promissoras equipes (Paula & Souza, 2019).

LoL é um jogo *online* competitivo que mistura a velocidade e a intensidade de um *Real Time Strategy* (RTS) com elementos de *Role Playing Game* (RPG), unindo essas duas nomenclaturas, surge o conceito MOBA. Duas equipes de poderosos campeões, cada um com

design e estilo único, lutam em diversos campos de batalha e modos de jogo. Com um elenco de campeões em constante expansão, atualizações frequentes e uma cena competitiva exuberante, *LoL* oferece diversão incessante para jogadores de todos os níveis de habilidade.

O *CS:GO* divide duas equipes entre si: os terroristas e os antiterroristas. Ambos os lados são encarregados de eliminar o outro enquanto também pode completar objetivos separados. Os terroristas, dependendo do modo de jogo, devem plantar a bomba ou defender os reféns, enquanto os contraterroristas devem impedir que a bomba seja plantada ou resgatar os reféns. Existem seis modos de jogo, todos com características distintas específicas desse modo.

Como toda organização, é necessário que exista um tratamento dos dados e informações adquiridos para que haja uma tomada de decisão correta e eficiente, numa organização de *E-Sports* não é diferente. No caso da *Neo Llamas*, pelo tempo atuando nessa área e cada vez mais perto da profissionalização da equipe, há a necessidade de administrar as informações captadas, estudá-las e transformá-las em conhecimento para apoiar a tomada de decisão. A informação sobre os processos e a clareza nas decisões são elementos que merecem atenção por parte das empresas, pois se trata de suportes para alavancar a produção e para definir o papel de cada membro dentro da organização.

Para Paula (2018), a gestão da informação pode contribuir com o processo de identificação, coleta, organização e representação da informação, auxiliando assim a tomada de decisão. Além das etapas anteriormente descritas, para que a gestão da informação aconteça “faz-se necessário a compreensão do contexto, o entendimento do fluxo informacional e do processo de mediação da informação” Paula (2018, p.20). Assim, este trabalho tem como problema de pesquisa: “Como funciona a gestão da informação na tomada de decisão numa organização de esporte eletrônico?”. Buscando responder o problema de pesquisa, apresenta-se a seguir os objetivos definidos e a estrutura do documento.

Este artigo justifica-se pela perspectiva teórica ao apresentar a possibilidade de articulação dos entendimentos sobre gestão da informação e tomada de decisão, e pela perspectiva prática ao aplicar os entendimentos no contexto de esporte eletrônico, especificamente o caso da empresa *Neo Llamas*.

Para alcançar os objetivos elencados, o manuscrito divide-se na seção de referencial teórico, que possibilita o entendimento do solo epistemológico em que se firma a pesquisa; seguido da seção de metodologia que apresenta o caminho percorrido para o atingimento dos objetivos, por fim, apresenta os resultados, as considerações finais, com o referencial e alguns anexos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 TOMADA DE DECISÃO E GESTÃO DA INFORMAÇÃO

Antes de conceituar o termo “tomada de decisão” para gestão da informação, deve-se saber o que é “decidir” propriamente dito. Decisão é uma determinação ou resolução que se toma acerca de um determinado assunto a fim de começar ou finalizar uma situação impondo uma mudança de estado. Toma-se decisões diariamente e para que tomássemos corretamente tais decisões, precisamos ter conhecimento do assunto em questão, sendo um resultado de um processo mental cognitivo pessoal ou de um grupo de indivíduos.

Maximiano (2009) e Robbins, Judge e Sobral (2010) ressaltam que o processo de tomada de decisão é uma atividade passível de erros, pois ela será afetada pelas características pessoais e a percepção do tomador de decisões. A tomada de decisão é dependente de informações, principalmente em organizações. É possível, porém não desejável, apenas tomar uma decisão intuitivamente ou na base de “achismos”, ao se tomar uma decisão é analisada uma série de fatores que contribuem para um processo decisório satisfatório.

Os processos decisórios possuem etapas que devem ser seguidas para diminuir possíveis erros. Para Milanez (2010) as etapas são: i) percepção da situação que envolve algum problema; ii) análise e definição do problema; iii) procura de alternativas de solução ou de cursos de ação; iv) avaliação e comparação das soluções alternativas (e suas consequências); v) escolha da alternativa mais adequada ao alcance dos objetivos; vi) comunicação da decisão escolhida; e vii) implantação das alternativas escolhidas.

Há também modelos de tomadas de decisão: modelo racional, anárquico, político e processual. Segundo Choo (2003) o modelo racional, geralmente utilizado por organizações mais burocráticas e formais, é realizado por uma sequência de passos estruturados orientados para atingir objetivos por meio da resolução de problemas. O modelo anárquico é conhecido por não existir uma organização nos processos de tomada de decisão, não possui estrutura definida e a resolução é feita quando os problemas e as soluções se encontram.

O modelo processual, segundo Choo (2003) concentra-se nas fases, nas atividades e na dinâmica dos comportamentos decisórios. Possui semelhança com o modelo racional por utilizar métodos sequenciais, mas difere quanto a flexibilidade deste modelo, permitindo ao gestor realizar mudanças e ajustes se necessário. O modelo político consiste em decidir baseado nas influências dos seus gestores. O pessoal se sobressai à organização, Choo (2003) argumenta que o modelo político foca nos efeitos dos objetivos conflitantes sobre as decisões.

A ciência da informação é uma ciência interdisciplinar, ou seja, a tomada de decisão deve ser feita analisando o fluxo informacional, investigando as propriedades e o comportamento da

informação, fazendo a recuperação e sua disseminação. Para isso acontecer de maneira eficaz existem várias ferramentas que auxiliam o gestor a tomar as decisões necessárias para a organização, por exemplo, um Sistema de Informação (SI).

O SI deve dar o suporte necessário ao produzir, coletar e organizar o fluxo informacional. Ao utilizar esta ferramenta, o gestor conseguirá adquirir conhecimento e tomará uma decisão baseada no que absorveu das informações coletadas. No âmbito organizacional é necessário compreender a cultura da organização na qual estão inseridos o estudo e a prática da tomada de decisão, os conjuntos de valores, crenças, tecnologias, níveis hierárquicos, etc. Todas essas variáveis modificam o processo decisório do gestor (Paula, 2018). A tomada de decisão em organizações exige também o trabalho em equipe. Cada indivíduo tem informações e conhecimentos diversos que podem ajudar ou interferir no processo, o gestor deve estimular o diálogo e a troca de conhecimento da equipe para a obtenção de diferentes pontos de vista de modo a agregar as alternativas da tomada de decisão. Ao organizar as ideias, comportamentos, informações, a decisão surge quase que naturalmente e é a função e responsabilidade do gestor gerir e decidir.

Informação é a base dos processos organizacionais, obtida através da estruturação dos dados recolhidos e deve ser gerida de modo que modifique quantitativa ou qualitativamente o conhecimento de um sistema (indivíduo ou grupo social). Para Le Coadic (1996), a informação varia conforme o indivíduo, as necessidades e o contexto no qual está inserida, sendo relevante para um grupo ou indivíduo e não para outros.

Para gerir a informação é necessário observar as fontes para diminuir possíveis erros e reproduzir algo válido e pertinente ao conceito que a organização está inserida a fim de não comprometer o processo decisório organizacional. Outro aspecto a ser considerado é a decisão dos gestores, inclusive para apoiar o envolvimento da informação e ampliar a eficácia da mesma.

A gestão da informação envolve todo o processo de recuperação, coleta, disseminação e uso. Nas organizações deverá ser a base para os processos decisórios, mas para que isto ocorra de forma útil as políticas deverão ser bem traçadas e coerentes, o ciclo informacional deverá possuir uma arquitetura simples e de fácil entendimento aos usuários para que o resultado final possa servir aos clientes.

Sabe-se que a informação é um dado estruturado coletado, armazenado e selecionado que influencia na tomada de decisão de uma organização. Obtém-se informações de diferentes fontes formais ou informais.

Há tipos de informações dentro das organizações desde não estruturadas a estruturadas. As informações não estruturadas geralmente não se relacionam com os processos formais de trabalho, pois não estão preparadas para o uso e o capital intelectual são as informações e conhecimento individual que o usuário obtém através das experiências e de meios informacionais analógicos e digitais. Em relação aos meios analógicos, podem ser as informações estruturadas em papel, registros pessoais, ferramentas bibliotecárias para armazenamento e distribuição das informações úteis. Já as digitais, são informações estruturadas em meio digital, mais utilizadas pelas organizações, atualmente, por serem fáceis de serem recuperadas e aplicadas.

Ao relacionar informação e tomada de decisão num cenário organizacional, limita-se a informação para um determinado assunto, seja ela, financeira, tecnológica, etc. O gestor não deve se limitar apenas ao sistema de informação, como foi dito, ao gerir informações o gestor deverá utilizar sim o sistema e sua equipe, ambos têm informações necessárias para uma tomada de decisão satisfatória para a organização.

Fluxo de informação é o processo de comunicação e/ou transmissão da informação do emissor (gestor) para o receptor (usuário). Os gestores informacionais são considerados mediadores e facilitadores deste processo que mudarão o “pensamento” da organização na qual estão inseridos. Segundo Tarapanoff (2006) o principal objetivo da gestão da informação é identificar e potencializar recursos informacionais de uma organização ou empresa e sua capacidade de informação, ensinando-a a aprender e a se adaptar a mudanças.

Pode-se concluir que todos aqueles que são gestores da informação podem influenciar no processo de tomada de decisão e a organização e escolha da relevância das informações são cruciais para a melhoria do processo de conhecimento para se tomar uma decisão correta e para otimizar a gestão processual da organização como um todo.

2.2 JOGOS ELETRÔNICOS

Com a evolução tecnológica, novas formas de entretenimento surgiram, os jogos eletrônicos vêm numa crescente significativa quando o objetivo é a diversão e fazem parte da cultura do adulto, eram considerados pela indústria brinquedos de crianças, mas segundo a pesquisa feita em 2019 por Paula e Souza (2019) a maioria dos jogadores é de jovens e adultos entre 13 e 59 anos, distribuídos em diversas plataformas como *Personal Computer (PCs)*, consoles e portáteis.

O público dos jogos está dividido nos mais diversos gêneros existentes. Os gêneros mais conhecidos são: ação, aventura, estratégia, *RPG*, esporte e os simuladores. Esses gêneros inicialmente estavam inseridos no meio *off-line* (desconectados da internet), ou seja, o jogador

interagia apenas com a inteligência artificial do jogo, popularmente chamado de “máquina”, pela falta de tecnologia da época. Atualmente, com o avanço não só das tecnologias dos consoles e PCs, mas também da internet, é possível se conectar e jogar com pessoas do mundo todo. Essa revolução possibilitou a criação de diversos jogos e novos gêneros dos videogames, dentre os mais jogados em 2017 estão os gêneros MOBA, FPS e o *Massively Multiplayer Online Role-Playing Game (MMORPG)*, segundo o portal especialista em jogos eletrônicos Newzoo.

A sigla MOBA em português, arena de batalha online de multijogadores, são jogos que o jogador deve realizar ações e estratégias em tempo real com outros jogadores visando um objetivo comum. No MOBA, cada jogador controla um personagem distinto formando duas equipes rivais batalhando entre si, a partida é finalizada quando uma das equipes destrói a base inimiga. Os jogos mais jogados deste gênero são DOTA e *LoL*.

Os FPSs são os jogos de tiro em primeira pessoa, no qual o jogador está, praticamente, dentro do personagem. O jogo de FPS Online mais jogado atualmente é o (*CS:GO*), os jogos de FPS online, assim como o MOBA, divide os jogadores em equipes para realizar objetivos específicos seja desarmar bombas, resgatar reféns e até eliminar terroristas.

Para entender o significado da sigla *MMORPG* deve-se dividi-la em duas partes, *Massively Multiplayer Online (MMO)* e *RPG*. *MMO* quer dizer jogo de multijogadores massivo online, que são jogos que se passam em mundos virtuais criados por um servidor no qual milhares ou milhões de pessoas interagem em tempo real. O sufixo *RPG* significa *Role Playing Game*, traduzindo ao português, jogo de interpretação de papéis. O gênero *MMORPG* permite que o usuário crie um personagem, interprete-o e viva num mundo aberto digital interagindo com pessoas do mundo inteiro. O *MMORPG* mais jogado atualmente é o *World of Warcraft*.

De acordo com o portal Newzoo, o mercado de jogos eletrônicos vem movimentando cerca de 90 bilhões de dólares por ano desde 2015. Na classificação por tipo de tela, os computadores saem na frente, com uma fatia de US\$ 33,7 bilhões (R\$ 102 bilhões), sendo que US\$ 27,1 bilhões (R\$ 81,8 bilhões) são referentes a jogos tradicionais e *MMO* e US\$ 6,6 bilhões (R\$ 19,9 bilhões) a games casuais de web. A segunda maior parte é o dos consoles, que respondem por US\$ 25,1 bilhões (R\$ 75,7 bilhões). As chamadas telas flutuantes vão contribuir com US\$ 12,1 bilhões (R\$ 36,5 bilhões). Essa categoria inclui os portáteis, que devem sofrer uma queda anual de 16%, e os *tablets*, que crescerão, segundo as projeções, 27%. Por fim, as telas pessoais (celulares e relógios inteligentes) ficam com US\$ 20,6 bilhões (R\$ 62,1 bilhões).

Com a revolução da internet está cada vez mais fácil de se comunicar com outra pessoa em qualquer lugar do mundo. A ferramenta utilizada para isso são as redes sociais e elas não se

limitam mais apenas para o relacionamento entre usuários, pois são utilizadas também como fontes de informação para pesquisas e notícias. Atualmente o usuário é capaz de produzir seu próprio conteúdo na rede social, disseminando para outros usuários, interagindo e colaborando com informações diversas.

3 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do trabalho proposto foi escolhida a pesquisa qualitativa, que visa a compreensão e o aprofundamento do conhecimento de uma organização. Adota-se este método de pesquisa para trabalhos que visam explicar outros pontos de vista acerca do mesmo assunto, pois não há um modelo único de pesquisa para todas as ciências, principalmente as ciências sociais que possuem suas especificidades e formas de analisar o mesmo assunto (Prodanov & Freitas, 2013).

Quanto aos fins, é uma pesquisa descritiva e exploratória. Segundo Vergara (2000), o método descritivo consiste em expor ou descrever as características de um determinado assunto ou fenômeno, levantando informações sobre situações específicas e que tenham relação para possibilitar a visualização da pesquisa de um modo geral. O tipo de pesquisa exploratório também foi agregado ao trabalho, pois o tema a ser desenvolvido é uma área no qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado. Este tipo de pesquisa segundo Gil (2007), serve também como um complemento, ajuda o desenvolvimento do trabalho e do assunto – Organização de Esportes Eletrônicos e Gestão da Informação – e a identificar a relação entre os temas.

O método exploratório consiste em definir o problema de pesquisa com técnicas e permite ao pesquisador definir o problema e formular hipóteses com precisão, geralmente utilizados em estudos de caso, observações ou análises teóricas, fornecendo dados qualitativos, se encaixando na proposta do trabalho em questão.

Sobre a coleta, foram feitas 8 entrevistas com pessoas que vivenciam o ambiente do tema para analisar os diferentes pontos de vista e experiência de cada entrevistado. A entrevista foi realizada num período de duas semanas no mês de setembro de 2018, conforme disponibilidade dos entrevistados.

Segundo Dencker (2000), as entrevistas podem ser estruturadas, constituídas de perguntas definidas; ou semiestruturadas, permitindo uma maior liberdade ao pesquisador, para este trabalho foi definida a utilização da entrevista semiestruturada, pois esta proporciona respostas mais subjetivas e elaboradas dos entrevistados de modo a agregar mais as informações e conhecimento deste trabalho. Outra técnica utilizada para coleta de dados foi a pesquisa documental, no qual, segundo Lüdke e André (1986) constitui uma técnica importante na pesquisa qualitativa, seja

complementando informações obtidas por outras técnicas, seja desvelando aspectos novos de um tema ou problema. O documento consultado para pesquisa foi o “*media kit*” da organização. *Media kit* é uma espécie de portfólio ou “currículo” das organizações de esporte eletrônico que são utilizadas, principalmente em reuniões empresariais com possíveis investidores.

4 RESULTADOS

4.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Foram realizadas entrevistas com 8 pessoas que têm conhecimento na área de esporte eletrônico. A idade dos entrevistados varia entre 17 e 27 anos, todos os indivíduos entrevistados são do sexo masculino. Quanto a escolaridade, metade dos entrevistados possui ensino superior completo, a outra metade está dividida em partes iguais entre superior incompleto e ensino médio completo.

Dentre os jogos eletrônicos, todos os entrevistados jogam *LoL*, o jogo mais jogado atualmente e vem seguido de *CS:GO*, sendo assim o segundo mais jogado entre os entrevistados.

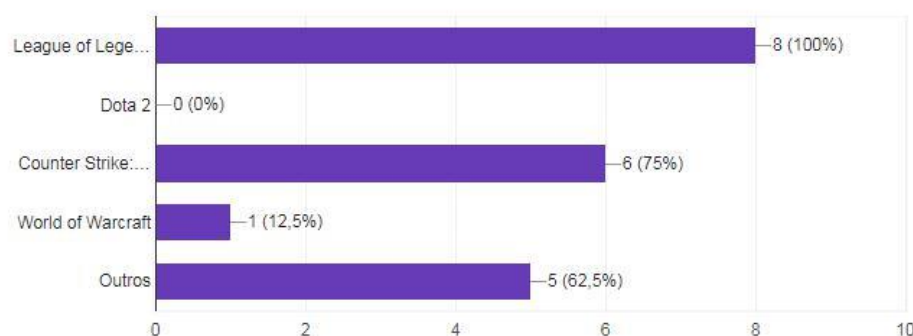


Figura 1. Jogos mais jogados pelos entrevistados.

As funções foram divididas em: jogador, técnico, *manager*, *social media*, *designer* e administrador. Dos 8 entrevistados, 62,5% responderam que são administradores, o que se identifica que a maioria das informações necessárias é do nível estratégico.

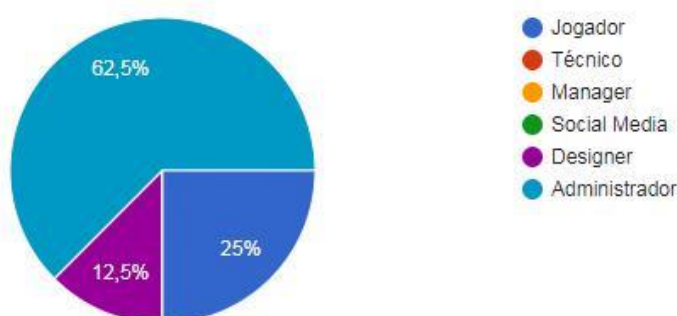


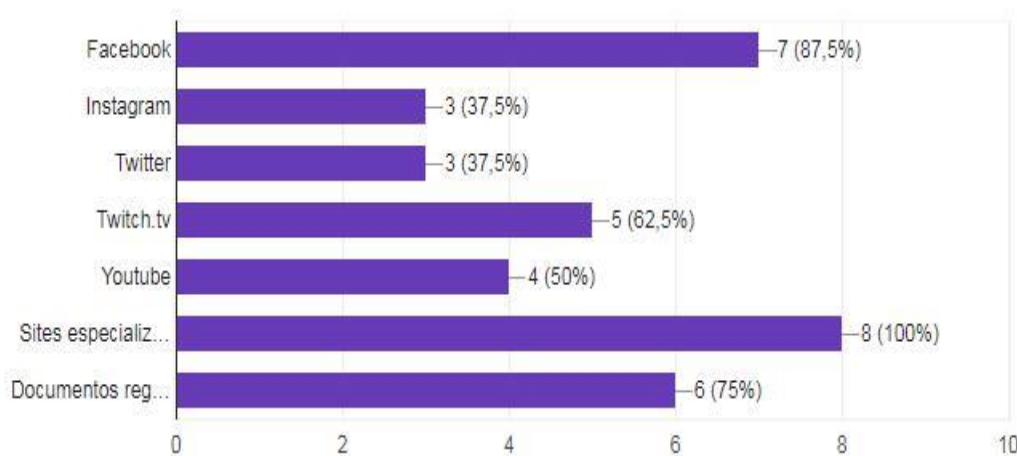
Figura 2. Funções dos entrevistados em suas organizações.

As informações que cada entrevistado depende para exercer sua função foram similares. Quem tem a função de administrador depende de informações financeiras, de patrocinadores, do público-alvo e da comissão técnica. Um administrador, segundo a entrevista, deve conhecer o básico dos jogos no qual a sua organização está inserida para tomar decisões baseadas nas informações recuperadas pela sua comissão técnica. Outro tipo de informação citada foi do tipo judicial. É importantíssimo para a organização estar a par das leis para não ter problemas contratuais com seus funcionários e técnicos com as organizações de eventos, por exemplo.

Os designers dependem de informações tanto da direção da organização quanto do público em geral. Quanto aos jogadores, eles necessitam de informações referentes aos jogos e também dos equipamentos que utilizarão, os componentes e periféricos de um computador.

Como designer gráfico eu preciso estar sempre alinhado ao pensamento do responsável pelo conteúdo da página ou pelo manager da equipe, dependendo da função que estarei. Ele me passa os dias que os jogos acontecerão, horários, o time que participará, o evento e o local, o jogo e um pouco do contexto do jogo (Entrevistado 4, 2017).

As ferramentas mais utilizadas são as redes sociais. Os sites oficiais especializados nas diversas áreas da organização são as mais utilizadas pelos entrevistados, seguido do *Facebook* (87,5%) e dos documentos registrados pela própria organização (75%).

**Figura 3.** Ferramentas mais utilizadas para recuperação de informação entre os entrevistados.

Para comunicação e divulgação das informações, as ferramentas mais utilizadas são também as redes sociais com superioridade de uso do *Facebook* (100%) e *Instagram* (87,5%).

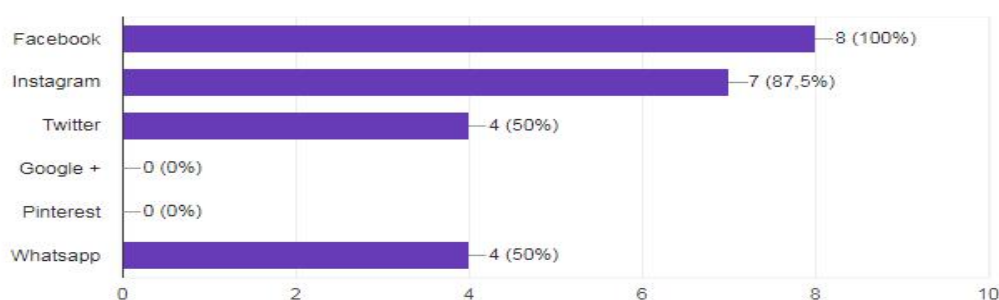


Figura 4. Ferramentas para divulgação de informações entre os entrevistados.

Ao tomar decisões os entrevistados citaram a importância das fontes de informação serem confiáveis. A tomada de decisão também depende do ambiente interno, na precisão das informações que cada participante da organização possui, o planejamento interno, a organização dos processos e o consentimento dos parceiros de equipes.

4.2 ESTRUTURA DA ORGANIZAÇÃO

A organização objeto deste trabalho foi criada por um grupo de amigos com o intuito de participação em pequenos torneios de jogos eletrônicos na região, fundada em 2011 no estado de Pernambuco. Inicialmente a organização possuía apenas uma equipe de *LoL* e não havia uma estrutura organizacional definida, como um organograma no qual demonstrasse a estrutura hierárquica determinando os diferentes elementos do grupo e suas ligações. Os jogadores muitas vezes tinham diversas funções administrativas que a organização necessitava como: *coachs* (técnicos), *managers* (gerentes), social media, designers e diretores.

Atualmente, a organização dispõe de uma estrutura organizacional desde os jogadores aos diretores. Os jogadores têm a função de participar dos torneios no qual a organização se inscreve, mas para que isto ocorra de uma maneira efetiva há uma comissão técnica competente nos bastidores composta pelo *manager* e pelo *coach*. Os managers são responsáveis por informar à organização sobre torneios, eventos que estão por vir, no meio eletrônico também são responsáveis por contatar outros times para marcar treinos para a equipe, chamados *scrims* no meio dos esportes eletrônicos.

Os *coachs* são literalmente os técnicos da equipe, cada técnico tem especialidade em um determinado jogo e são eles que analisam cada jogador, os treinos e também analisam os times rivais, gerando conhecimento ao grupo a fim de melhorar a performance da equipe. A função do designer é desenvolver as artes da organização, imagens, vídeos para divulgação. O social media é responsável pela interação do público e o time nas redes sociais, atualizando-os com informações

relevantes para aproximar o público e até possíveis investidores com a organização. Os diretores são responsáveis por monitorar todas as funções da organização, coletar informações internas e externamente para tomar decisões.

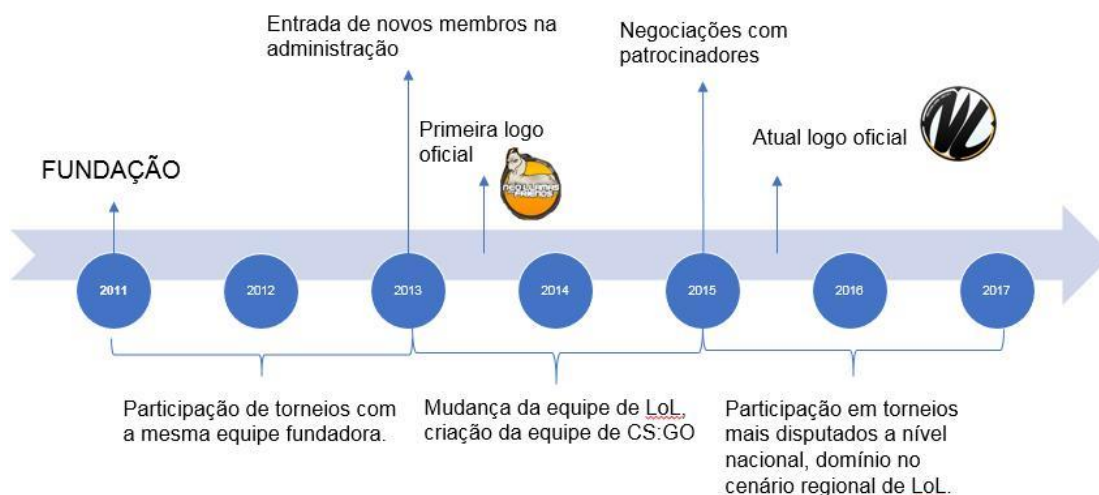


Figura 5. Linha do tempo da empresa de *E-Sports*.

A linha do tempo evidencia os marcos mais importantes da organização objeto de pesquisa desde a fundação aos dias de hoje. O organograma da empresa mostra como é feita a organização e suas posições quanto a hierarquia na organização.

4.3 DEMANDA INFORMACIONAL

Uma organização de esporte eletrônico possui um fluxo informacional similar a qualquer outra empresa. Os diversos tipos de informação coletados são importantes para manter uma organização ativa, seja ela financeira ou com informações relativas a um determinado jogo. A informação financeira é recuperada diretamente pela direção da instituição para que tomem decisões acerca dos números obtidos. Informações da parte de marketing são recuperados pelo próprio departamento, no qual estão inseridos o social media e o designer a fim de detectar as mudanças de comportamento do público-alvo e tomar decisões com o objetivo de suprir a demanda publicitária e de divulgações. As informações associadas aos jogos são recuperadas pela comissão técnica, através dos dados coletados dos jogadores, treinos, torneios e até de outros times.

Tratando-se de uma empresa de *E-Sports*, os meios que prevalecem para recuperação da informação, são digitais. Na Figura 6, que segue, são apresentadas as demandas informacionais dos departamentos da organização.

DEPARTAMENTO	INFORMAÇÃO	FONTE
Financeiro	Análise e planejamento financeiro: analisar os resultados financeiros e planejar ações necessárias para obter melhorias; Informações sobre recebimento e uso de caixa da organização; Contas a receber e a pagar.	Registros financeiros em documentos, planilhas. Saldo bancário, movimentação financeira.
Marketing	Informações associadas ao público em geral; Identificação de mudanças no cenário do jogo específico; possíveis investidores na área de esporte eletrônico; Pesquisa de mercado; Novas tendências de produtos (camisas, casacos, <i>mouse pads</i> , etc).	Páginas oficiais da equipe nas redes sociais. Fóruns dos jogos para identificar o cenário do jogo. Outras equipes para se relacionar e trocar informações.
Comissão Técnica	Informações relacionadas ao jogo propriamente dito; Identificação de mudanças no jogo através de atualizações (patches); Treinamento dos jogadores; Informações sobre novos torneios, novos times, novos jogos; Informações sobre os times rivais.	Sites especializados nos jogos específicos. Site oficial dos jogos. Comissão técnica das outras equipes. Redes sociais dos organizadores de eventos.

Figura 6. Demanda informacional dos departamentos da organização.

O departamento financeiro registra e analisa os dados financeiros que a organização recupera. Geralmente as informações são registradas em meio digital através de planilhas e documentos, pois é mais facilmente compartilhar com os outros diretores em meio digital. O marketing recupera informações associadas ao público em geral, identifica mudanças no cenário do jogo específico, através da pesquisa de mercado é possível identificar possíveis investidores na área de esporte eletrônico e também é responsável pela identificação de novas tendências, por exemplo, de produtos para venda (camisas, casacos, *mouse pads*, etc). Essas informações são geralmente recuperadas das páginas oficiais da própria equipe nas redes sociais, de fóruns dos jogos para identificação do cenário do jogo, as outras equipes também trocam informações e para os investidores é possível recuperar esta informação através de portais de notícias.

A comissão técnica depende das informações relacionadas ao jogo propriamente dito, eles necessitam de informações para identificar as mudanças no jogo através das atualizações técnicas que cada um possui, os chamados *patches*. Informações sobre o treinamento dos jogadores, sobre novos torneios, novos times, novos jogos e sobre os times rivais. Todas essas informações são recuperadas nos sites especializados do jogo, nos sites oficiais dos jogos, redes sociais de organizadores de eventos e até com as comissões técnicas de outras equipes.

4.4 RECURSOS DE COMUNICAÇÃO

Para uma instituição de esportes eletrônicos as redes sociais são as principais ferramentas para comunicar e divulgar seu trabalho. A organização objeto de pesquisa utiliza páginas nas principais redes sociais: *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e no serviço de *stream*, *twitch.tv*. No *Facebook*, o meio mais utilizado para divulgações de informações e interação com o público, a organização possui a maior *fanbase* do competitivo regional, atraindo maior visualização para seu conteúdo com postagens de divulgação de novos patrocinadores, novas aquisições na equipe, divulgações de materiais de patrocinadores, promoções e eventuais postagens com conteúdo interativo com a comunidade.

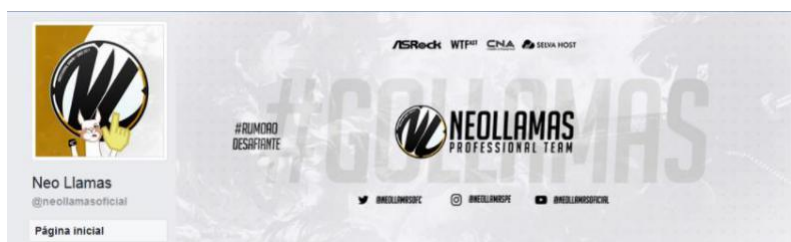


Figura 7. Página do *Facebook*.

Fonte: Neo Llamas E-Sports (2019).

O *Twitter* é utilizado para divulgar conteúdos em tempo real ao público, geralmente utilizado para informar a participação em torneios naquele momento.



Figura 8. Página do *Twitter*.

Fonte: Neo Llamas E-Sports (2019).

O *Instagram* é utilizado para registrar imagens e fotos de momentos marcantes, principalmente em eventos no qual tem o contato com seu público. O serviço de *stream*, consiste em transmitir ao vivo através da *twitch.tv*, por exemplo, jogos, palestras e notícias para o público alvo. Este serviço possibilita interação em tempo real entre o *streamer* (transmissor) e o espectador que utiliza esta plataforma.



Figura 9. Stream da Twitch.tv.

Fonte: Neo Llamas E-Sports (2019).

Assim, apresentados os resultados e discussões da pesquisa, na próxima seção encontra-se as considerações finais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar organização de esporte eletrônico objeto da pesquisa, ficou claro que é uma organização como qualquer outra. A gestão da informação é feita de modo simples e prático com sua maior parte feita digitalmente nas redes sociais. A rede social mais utilizada pela organização é o *Facebook*. A gestão da informação começa a ser realizada pela recuperação, onde os departamentos utilizam as fontes necessárias para recuperar informações corretas e úteis. Cada departamento realiza a coleta na sua fonte especializada para depois compartilhá-la entre a organização através da disseminação. E, por sua vez, utilizam a informação nas tomadas de decisão, este processo diminui os riscos de uma decisão falhar e otimizam o processo de conhecimento dos indivíduos e da organização.

Como descrito, a organização foi criada por amigos em 2011, no estado de Pernambuco. Com a evolução dos jogos eletrônicos e do esporte eletrônico, houve um interesse de se participar de torneios locais e menores aguardando a consolidação do esporte eletrônico nacionalmente, mantendo a organização ativa. Atualmente, a organização atua em dois jogos distintos, possuindo uma equipe de *LoL* e uma de *CS:GO*. A organização é dividida em departamentos básicos para seu funcionamento: financeiro, marketing e a comissão técnica.

A organização possui um fluxo informacional no qual a maior parte é digital. O departamento financeiro necessita de informações que podem ser recuperadas em registros financeiros, em documentos e planilhas digitais ou não. As informações do marketing são totalmente digitais e relacionadas ao público que consome o jogo em que a organização está inserida e o público da própria equipe. A comissão técnica necessita de informações relacionadas

ao jogo, informações sobre jogadores, times rivais e torneios que estão por vir, para isso utilizam como fonte os sites oficiais dos jogos, sites especializados, redes sociais, sites de notícias, etc.

As ferramentas utilizadas pela organização são as redes sociais (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *Twitch.tv*) com destaque para o *Facebook*. Em sua página do *Facebook*, a organização possui cerca de quatro mil e quinhentas curtidas e é o meio mais utilizado para divulgação das informações e interação com o público. As outras redes sociais também têm suas utilidades. O *Twitter* é usado para divulgar em tempo real o que está acontecendo no momento, geralmente utilizado para “narrar” torneios no qual estão participando. O *Instagram* é utilizado para registrar as imagens marcantes dos eventos e o *Twitch.tv* realiza transmissões ao vivo interagindo também em tempo real com o adicional de possuir imagens e áudio como se fosse um programa de televisão.

Os departamentos têm a função de realizar o processo de gestão da informação na organização, pois a gestão da informação é a base para os processos decisórios. A direção da organização recolhe as informações e através delas estudam as melhores decisões a serem tomadas, todas as informações interferem nas decisões a serem tomadas. Por exemplo, uma informação errada durante um torneio gera uma decisão estratégica errada e faz a equipe ser derrotada, mas para conseguir investimento da empresa X a derrota não deveria acontecer, ou seja, uma informação de nível operacional comprometeu toda a organização. Muitas vezes as decisões são tomadas em conjunto, seja entre os diretores ou entre a direção e os departamentos inferiores hierarquicamente, o que muitas vezes agrega valor à decisão final.

Como todo trabalho acadêmico há limitações e com este não foi diferente. Por se tratar de um cenário relativamente novo, o *E-Sports*, há uma dificuldade em recuperar informações sobre o tema de uma forma geral. Outra dificuldade é em identificar o fluxo informacional e a relação com as tomadas de decisão pois muitas vezes as informações geram interpretações diferentes dificultando a decisão.

Como sugestão para trabalhos futuros, conforme foi analisado na entrevista realizada, das oito pessoas dispostas a ser entrevistadas nenhuma era do sexo feminino. Por isso, há uma necessidade de entender os motivos pelos quais as mulheres não estão inseridas no meio profissional do esporte eletrônico.

REFERÊNCIAS

Choo, C. W. (2003). *A Organização do Conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões*. São Paulo: Editora Senac.

- Dencker, A. F. M. (2000). *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. 4. ed. São Paulo: Futura.
- Gil, A. C. (2007). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Le Coadic, Y. (1996). *A ciência da informação*. Brasília: Briquet de Lemos.
- Lüdke, M., & André, M. E. D. A. (1986). *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. São Paulo: EPU.
- Maximiano, A. C. A. (2009). *Introdução à Administração*. Ed. Compacta. São Paulo: Atlas.
- Milanez, R. (2010). *Administração Estratégica e Gestão para Resultados: teorias e testes*. Apostila do Curso Professores Vitoriosos, Recife, PE.
- Paula, S. L. (2018). *Conceituação, condicionantes e impactos da inteligência informacional: um estudo sobre aspectos informacionais no contexto de videogames e suas implicações entre estudantes de graduação em administração (Tese de Doutorado)*. Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, Brasil.
- Paula, S., & Souza, B. C. (2019). Recurso informacional de jogadores de videogame. *Brazilian Journal of Information Science: Research Trends*, 13(1), 21-32. <https://doi.org/10.36311/1981-1640.2019.v13n1.04.p21>.
- Prodanov, C. C., & Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico*. Novo Hamburgo: Feevale.
- Robbins, S., Judge, T., & Sobral, F. (2010). *Comportamento organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro* (14a ed.). São Paulo: Pearson.
- Tarapanoff, K. (2006). *Inteligência, informação e conhecimento em corporações*. Brasília: IBICT, UNESCO.
- Vergara, S. C. (2000). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração* (3a ed.). São Paulo: Atlas.

ANEXO 1 – MEDIA KIT



A STAFF



"INICIANDO NO COMPETITIVO DO ESPORTE ELETRÔNICO (E-SPORT) ATRAVÉS DO DOTA (WARCRAFT3), MAS MIGRANDO PARA O LEAGUE OF LEGENDS, ONDE SE INICIOU A CRIAÇÃO DO TIME LLAMAS AND FRIENDS, ATUALMENTE NEO LLAMAS & FRIENDS, NO QUAL SOU FUNDADOR, ADMINISTRADOR E JOGADOR. CONTINUANDO O DESENVOLVIMENTO DO TIME PARA UMA PROFISSIONALIZAÇÃO NO RAMO DE ESPORTES ELETRÔNICOS QUE VEM CRESCENDO NO BRASIL."

THIAGO "MUCIROK" MELO, 26 ANOS, DIRETOR FINANCEIRO.



"PASSEI POR GRANDES CLÁSSICOS DOS JOGOS, ATÉ CHEGAR A AQUELES QUE TINHAM UM CENÁRIO DO E-SPORTS. PRIMEIRO FOI COUNTER-STRIKE, COM A PRÁTICA FUI FICANDO CADA VEZ MELHOR, ATÉ ENTRAR PARA UM CLÁ DE CS. DEPOIS CONHECI O LEAGUE OF LEGENDS, ERA MUITO RUIM NO COMEÇO, COM O TEMPO FUI MELHORANDO, ATÉ ME SENTIR PREPARADO PARA PARTICIPAR DE COMPETIÇÕES DO JOGO. AGORA ATUO NA PARTE ADMINISTRATIVA DO E-SPORTS E DESEJO MAIS E MAIS ME APROFUNDAR NA ÁREA, JÁ QUE FAÇO PARTE DE UM TIME, ESPERO QUE O E-SPORTS CONTINUE CRESCENDO NO CENÁRIO BRASILEIRO, E CHEGUE A DISPUTAR AUDIÊNCIA COM O FUTEBOL UM DIA"

DIOGO "MYTH" LIMA, 22 ANOS, DIRETOR EXECUTIVO.



"COMECEI A JOGAR A MODALIDADE FPS EM 2006 NO COUNTER STRIKE SEM NENHUMA INTENÇÃO COMPETITIVA, MAS COM O TEMPO FUI PARTICIPANDO DE PEQUENOS CAMPEONATOS, QUANDO RESOLVI MONTAR A MINHA PRÓPRIA ORGANIZAÇÃO A ABYSSUS GAMING, ONDE TIVE SUCESSO NO GAME CROSSFIRE, APÓS O RECONHECIMENTO FUI CHAMADO PARA A ACEZONE E FLIPSIDE, ATÉ ENTRAR PARA A NEO LLAMAS TANTO PLAYER COMO ADMINISTRADOR EM MEADOS DE 2014, ONDE VENHO DESEMPENHANDO UM ÓTIMO TRABALHO, FAZENDO COM QUE A ORGANIZAÇÃO CRESÇA E TOMA PROPORÇÕES IMENSAS NO CENÁRIO DO E-SPORTS."

GUILHERME "MOTTA" MELO, 22 ANOS, DIRETOR DE MARKETING.

SOBRE O E-SPORTS

CONCEITO DE E-SPORTS

E-SPORTS - OU ESPORTS - É UM TERMO QUE LITERALMENTE SIGNIFICA "ESPORTES ELETRÔNICOS". TOMANDO CUIDADO DE EVITAR POLÊMICA EXAUSTIVA SOBRE CONCEITO DE ESPORTES, A IDEIA CENTRAL É QUE JOGOS ENCARADOS COMO E-SPORTS NÃO SÃO SIMPLES PASSATEMPOS, MAS ATIVIDADES QUE ENLOBAM MUITO DO QUE UM ESPORTE TRADICIONAL PROPORCIONA, MAS EM UMA PLATAFORMA ELETRÔNICA.

É IMPORTANTE OBSERVAR QUE, DE UMA COMUNIDADE ENVOLVIDA COM UM JOGO, NÃO NECESSARIAMENTE TODOS SEUS MEMBROS SÃO ENVOLVIDOS OU ENGAJADOS COM O E-SPORT. EM OUTRAS PALAVRAS, DE COMUNIDADE DE PESSOAS QUE GOSTAM E JOGAM UM DETERMINADO JOGO, PARTE CONSISTE DE JOGADORES CASUAIS, E PARTE CONSISTE DE PARTICIPANTES DE UM E-SPORT.

A ANALOGIA QUE PODE SER TRAÇADA PARA ILUSTRAR ESTE CONCEITO É A DIFERENÇA ENTRE O JOGADOR QUE PRÁTICA O FUTEBOL COM SERIEDADE E REGULARIDADE, BUSCANDO SEMPRE MELHORAR; E O JOGADOR DE FUTEBOL QUE SE ENVOLVE APENAS POR DIVERSÃO, DE MANEIRA OCASIONAL - NA TAL "PELADA" DE FIM DE SEMANA. NOTE O LEITOR QUE NÃO É UMA QUESTÃO DE SER BOM OU RUIM NO QUE FAZ, MAS UMA QUESTÃO DE POSTURA!

COMO FUNCIONAM E SE SUSTENTAM?

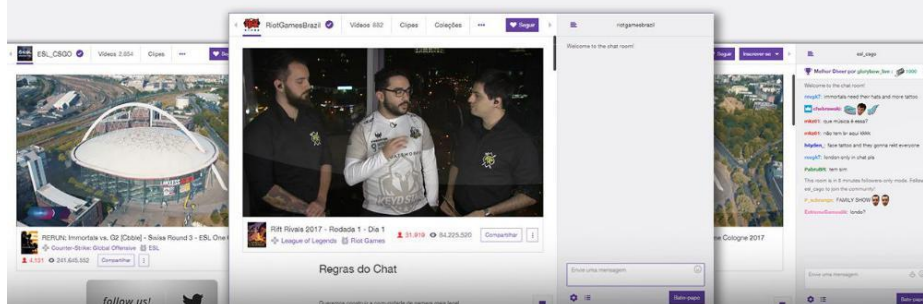
SE O GRANDE PÚBLICO NÃO PUDESSE VER O JOGO DO SEU TIME FAVORITO DE FUTEBOL, DIFICILMENTE HAVERIA FLUXO DE RECURSOS QUE JUSTIFICASSE TANTO INVESTIMENTO EM ESTRUTURA PARA REALIZAÇÃO DE GRANDES EVENTOS, COM ATLETAS DE ELITE ETC.

DA MESMA FORMA, OS E-SPORTS TEM COMO PLATAFORMA A TECNOLOGIA STREAMING, TANTO PARA SUA REALIZAÇÃO, COMO PARA SUA DIFUSÃO. EM RESUMO: OS E-SPORTS SÓ SE SUSTENTAM PORQUE EXISTE O "SHOW" E UM PÚBLICO BASTANTE FANÁTICO.



STREAMS

O PAPEL DAS STREAMS BASICAMENTE É TRANSMITIR PARA QUEM ESTÁ ASSISTINDO A EMOÇÃO DO JOGO E OUTRAS INFORMAÇÕES RELEVANTES, PRINCIPALMENTE LEVANDO EM CONSIDERAÇÃO QUE BOM PARTE DO PÚBLICO NÃO É TOTALMENTE FAMILIARIZADA COM OS CONCEITOS DO JOGO. CADA UM COM SUA CARACTERÍSTICA PESSOAL, ESTE SERVIÇO TEM O OBJETIVO NÃO APENAS DE APRESENTAR O JOGO, MAS DE ATRAIR O PÚBLICO PARA OS EVENTOS E TEM A RESPONSABILIDADE DE DIRIGIR SEUS OLHARES QUANDO ACOMPANHA OS JOGOS.



CYBER ATLETAS

UM JOGADOR PROFISSIONAL TEM UMA ROTINA MUITO SEMELHANTE À DE UM PRATICANTE DE QUALQUER OUTRO TIPO DE ESPORTE. O JOGO DEVE SER ENCARADO COM DISCIPLINA, E SÃO FEITOS TREINAMENTOS QUE VÃO DO PLANO CONCEITUAL AO TREINAMENTO DE HABILIDADES FÍSICAS.



AINDA DUVIDA?

POR EXEMPLO, UM JOGADOR PROFISSIONAL DE STARCRAFT GERALMENTE TEM UMA COORDENAÇÃO MOTORA COM O MOUSE TÃO SUPERIOR À DE UMA PESSOA COMUM, QUANTO À QUE UM JOGADOR DE BASEBALL TEM PARA COLOCAR EFEITOS EXATOS E ARREMESSAR UMA BOLA. A MÉDIA DE AÇÕES POR MINUTO ("APM") DE UM JOGADOR PROFISSIONAL ULTRAPASSA FACILMENTE UMA CENTENA, CHEGANDO EM MOMENTOS CRÍTICOS AO PATAMAR DE 300 APM. PARA COMPARAR, UM JOGADOR CASUAL RARAMENTE ATINGE OU ULTRAPASSA A FAIXA DAS 50 APM. ESTE TIPO DE DIFERENCIAÇÃO É RESULTADO DE LONGAS HORAS DE TREINAMENTO E GRANDE COMPROMETIMENTO. MAS ISTO É SÓ PARTE DA QUESTÃO.

É NECESSÁRIO MUITO ENTENDIMENTO E MUITA ELABORAÇÃO CONCEITUAL PARA SER UM JOGADOR PROFISSIONAL. NÃO É POSSÍVEL CHEGAR NESSE NÍVEL EM POUCO TEMPO. APESAR DE SER POSSÍVEL SUBIR ÀS LIGAS ALTAS, O QUE DIFERENCIA UM JOGADOR DE NÍVEL PROFISSIONAL DE UM OPORTUNISTA É JUSTAMENTE A CONSISTÊNCIA NA QUALIDADE DAS DECISÕES QUE TOMA O PROFISSIONAL. HÁ VERDADEIROS COMPÊNDIOS ESTRATÉGICOS ELABORADOS POR JOGADORES EXPERIENTES, CODIFICADOS NA FORMA DE LIVROS, DE VÍDEOS DISPONÍVEIS NA WEB. ALÉM DISSO, HÁ TAMBÉM SITES QUE OFERECEM SERVIÇOS DE COACHING (TREINAMENTO) PARA JOGADORES.



E NO BRASIL?

NA TERRA TUPINIQUIM O FENÔMENO DO E-SPORTS CRESCEREM EM POPULARIDADE, PRINCIPALMENTE COM A DIFUSÃO DE PLATAFORMAS COMO YOUTUBE E OUTRAS FORMAS DE TRANSMISSÃO DE VÍDEO, COMO OS SERVIÇOS DE STREAMING (TRANSMISSÃO AO VIVO PELA INTERNET). É UM GRANDE DESAFIO ANCIAR O APOIO DE PATROCINADORES, ALÉM DE UMA CONSIDERÁVEL RESISTÊNCIA DO PÚBLICO QUE NÃO ESTÁ INSERIDO DIRETAMENTE NAS COMUNIDADES QUE POSSUEM SEU BRAÇO DE E-SPORTS.

ALÉM DISSO, COM ESSA EXCESSIVA POPULARIZAÇÃO DOS CHAMADOS "NERDS", HÁ MUITA CONFUSÃO SOBRE O QUE É FEITO EM NOSSAS COMUNIDADES, E PRINCIPALMENTE QUANTO AO NÍVEL DE "BITOLAMENTO" (NA FALTA DE EXPRESSÃO MELHOR) DOS PARTICIPANTES. O FATO É QUE O CENÁRIO É MUITO PROMISSOR, COM O VERDADEIRO E-SPORT CONQUISTANDO SEU ESPAÇO, COM O SURGIMENTO DE LIGAS NACIONAIS E O OLHAR ESTRANGEIRO PARA O PAÍS, TANTO COMO UM MERCADO CONSUMIDOR DO GAME, QUANTO COMO UM PARTICIPANTE DE PESO NA COMUNIDADE DE E-SPORTS MUNDIAL - PELA QUALIDADE DE SEUS CYBERATLETAS.

ONDE ATUAMOS

ATUALMENTE A NED LLAMAS ATUA NOS CENÁRIOS COMPETITIVOS DO LEAGUE OF LEGENDS E COUNTER-STRIKE, DOIS JOGOS QUE SÃO FEBRE NACIONALMENTE E MUNDIALMENTE (OS 2 MAIS JOGADOS EM 2014/2015/2016, POSSIVELMENTE EM 2017), SENDO A NED LLAMAS CONSIDERADA NO COMEÇO DO COMPETITIVO NACIONAL DE LEAGUE OF LEGENDS UMA DAS MAIS PROMISSORAS EQUIPES.



LEAGUE OF LEGENDS É UM JOGO ONLINE COMPETITIVO QUE MISTURA A VELOCIDADE E A INTENSIDADE DE UM RTS COM ELEMENTOS DE RPG. DUAS EQUIPES DE PODEROSOS CAMPEÕES, CADA UMA COM DESIGN E ESTILO ÚNICO, LUTAM EM DIVERSOS CAMPOS DE BATALHA E MODOS DE JOGO, COM UM ELenco DE CAMPEÕES EM CONSTANTE EXPANSÃO, ATUALIZAÇÕES FREQUENTES E UMA CENA COMPETITIVA EXUBERANTE, LEAGUE OF LEGENDS OFERECE DIVERSÃO INCESSANTE PARA JOGADORES DE TODOS OS NÍVEIS DE HABILIDADE.



COUNTER-STRIKE: GLOBAL OFFENSIVE É A SEQUÊNCIA DO TALVEZ MAIS CLÁSSICO E INFLUENTE FPS DEPOIS DE DOOM, O QUE MUDAR NUM JOGO TÃO CONSAGRADO, QUE MESMO 17 ANOS APÓS O SEU LANÇAMENTO CONTINUA SENDO UM DOS MAIS JOGADOS DO MUNDO, SEM DESAPONTAR OS FANS E AO MESMO TEMPO TRAZER ALGUM AR DE NOVIDADE? ERA ESSA A DURA TAREFA QUE A VALVE E A HIDDEN PATH TINHAM PELA FRENTE, E JÁ ADIANTO, ELAS CONSEGUIRAM.

REDES SOCIAIS

ATUALMENTE A NED LLAMAS POSSUI A MAIOR FANBASE DO COMPETITIVO REGIONAL, SENDO ASSIM, ATRAIANDO UMA MAIOR VISUALIZAÇÃO PARA SEU CONTEÚDO SEJA ELA COM:

- POSTAGENS DE DIVULGAÇÃO DE NOVOS PATROCINADORES;
- POSTAGENS EVENTUAIS COM CONTEÚDO DE INTERAÇÃO COM A COMUNIDADE; (EXIBIR NÚMEROS E RELATAR A CURVA DE ACESSOS E INTERAÇÃO DA COMUNIDADE, LINKS, COMPARTILHAMENTOS - SEJAM ESTES EM IMAGEM OU NÚMEROS MESMO);
- NOVA AQUISIÇÃO DA EQUIPE (SEJA ESSA NA PARTE ADMINISTRATIVA OU NAS LINEUPS);
- POSTS DE DIVULGAÇÃO DE MATERIAL DO PATROCINADOR;

Facebook	Twitter	Instagram	Twitch
7669 CURTIAS ORGANIZAÇÃO • PLAYERS	356 SEGUIDORES ORGANIZAÇÃO • PLAYERS	872 SEGUIDORES ORGANIZAÇÃO • PLAYERS	1140 SEGUIDORES PLAYERS

The figure includes four screenshots of social media content:

- A Facebook post for #ASRock featuring a Valorant logo and the text "ASRock".
- A Twitter post from Neo Llamas (@neollamas) announcing a tournament, mentioning @beto_loi, @luminale, @NLGrevthar, @nanodespae, and @Marceliniol.
- A Twitch stream titled "WTFast" showing a Valorant match.
- A YouTube video of a Valorant match, showing the game interface and player names like JESTICHER, PSLLO, and XBERE.

Two Valorant jerseys are displayed, featuring the CNA logo and the W7M team name. The jerseys are white with yellow and black accents.