



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO**

**Motivações para ingressar no mercado  
profissional de jogos eletrônicos**

**Gean Carlos Silva Farias**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - CCS**

**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

**Graduação em Administração de Empresas**

Rio de Janeiro, novembro de 2019.



**Gean Carlos Silva Farias**

**Motivações para ingressar no mercado profissional de  
jogos eletrônicos**

**Trabalho de Conclusão de Curso**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao programa de graduação em Administração da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do título de graduação em Administração.

Orientador(a): Andréa Bittencourt

Rio de Janeiro, novembro de 2019.

## Resumo

Farias, Gean. Bittencourt, Andréa. Motivações para ingressar no mercado de trabalho dos jogos eletrônicos, Rio de Janeiro, 2019, Número de Páginas 42, Trabalho de Conclusão de curso - Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O presente estudo foi construído com a finalidade de identificar quais são as motivações que servem de apoio para ingressar no mercado de trabalho de jogos eletrônicos. Para isso o estudo foi baseado em uma pesquisa quantitativa e qualitativa, utilizando um questionário para a coleta de dados e um referencial teórico para embasar a análise dos dados. Com isso foi possível identificar que o público masculino dos 18 a 22 anos, com ensino superior incompleto, possuindo uma renda de 2 a 5 salários mínimos são a grande parcela que desejem ingressar nesse setor por paixão ao game.

Palavras-Chave:

Motivações, Jogos Eletrônicos, *E-sports*, Jogos de computador

## Abstract

Farias, Gean. Bittencourt, Andréa. Motivations to enter the electronic gaming job market, Rio de Janeiro, 2019, Number of Pages 41, Course Completion Paper - Department of Administration. Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro.

This study was built with the purpose of identifying the motivations that support the entry into the work market of electronic games. For this, the study was based on a quantitative and qualitative research, using a questionnaire for data collection and a theoretical framework to support the data analysis. With this it was possible to identify that the male public of 18 to 22 years, with incomplete higher education, having an income of 2 to 5 minimum wages are the large portion who want to enter this sector out of passion for the game.

Keywords:

Motivations, Electronic Games, *E-sports*, Computer games

## Sumário

<b>1 . Introdução</b>	<b>1</b>
1.1. Objetivo Final	2
1.2. Objetivos Intermediários	2
1.3. Delimitação do Estudo	2
1.4. Relevância do Estudo	3
<b>2 . Referencial Teórico</b>	<b>4</b>
2.1. Teorias Motivacionais	4
2.1.1. Teoria das Necessidades	4
2.1.2. Teoria da motivação X e Y	6
2.1.3. Teoria dos dois fatores de Herzberg	7
2.2. Mercado de Trabalho	8
2.2.1. Cargos	10
2.2.2. Salários	11
2.3. Dados do Mercado de <i>eSports</i>	12
2.3.1. História do <i>eSports</i>	12
2.3.2. Modalidades	14
<b>3 . Metodologia da Pesquisa</b>	<b>15</b>
<b>4 . Apresentação e análise dos resultados</b>	<b>17</b>
<b>5 Conclusão</b>	<b>29</b>
5.1. Recomendações para outros estudos	30
<b>6 Referências Bibliográficas</b>	<b>31</b>
<b>Anexo – Questionário</b>	<b>34</b>

## Lista de Figuras

Figura 1: Hierarquia das necessidades	5
Figura 2: Fatores Motivacionais x Fatores Higiênicos	7
Figura 3: As situações de mercado de trabalho	8
Figura 4: Infográfico <i>Hitmarkerjob</i>	9
Figura 5: FPS	13
Figura 6: RTS	13
Figura 7: MOBA	14

## Lista de Gráficos

Gráfico 1: Gênero dos entrevistados	17
Gráfico 2: Idade	18
Gráfico 3: Renda Familiar	18
Gráfico 4: Escolaridade	19
Gráfico 5: Trabalham atualmente – Vínculo de trabalho	20
Gráfico 6: Interesse em trabalhar no mercado de esportes eletrônicos	21
Gráfico 7: Crescimento no setor	22
Gráfico 8: Modalidades de interesse	22
Gráfico 9: Motivações	24
Gráfico 10: Afirmação quanto ao salário	25
Gráfico 11: Salário dos profissionais	26
Gráfico 12: Salário dos jogadores	26
Gráfico 13: Ingressar no mercado	27
Gráfico 14: Largaria seu atual emprego?	27

## Lista de Tabelas

Tabela 1: Faixa etária dos que gostariam de ingressar no setor	21
Tabela 2: Profissões de interesse	23
Tabela 3: Percepção de motivações	25

## 1. Introdução

O mercado de games tem um crescimento contínuo e expansivo no Brasil. Segundo o *site* EXAME (2017), em 2017 o número de jogadores era de 66,3 milhões. Em 2018 são 75,7 milhões, com uma perspectiva de crescimento de 15% no ano de 2019. Os números financeiros são bem empolgantes para quem gostaria de obter uma parcela dessa receita, pois mesmo com a crise, o mercado faturou 1,3 bilhões de dólares em 2017 e 1,5 bilhões de dólares em 2018, com dados levantados pela Newzoo (2018).

O primeiro videogame lançado no Brasil foi no ano de 1972, o console *Odissey*, fabricado pela Magnavox, com gráficos primários, o videogame teve diversas versões e seu fim em 1975. Em 1977 foi lançado o modelo *Atari 2600*, esse modelo revolucionou o mercado pelo simples fato de introduzir cartuchos com diferentes jogos. Com o passar dos anos o mercado foi cada vez mais se aprimorando e inovando até a chegada dos *playstations 4*, *Xbox One* e Nintendo *Switch*. No entanto esses aparelhos mais antigos eram jogados apenas contra o próprio sistema (máquina), depois passou a ter dois controles que dava a possibilidade de jogar com amigos e competir entre seu grupo e atualmente com o acesso à *internet* é possível jogar com qualquer pessoa de qualquer lugar.

Outra plataforma que foi sendo desenvolvida eram os jogos de computador, ao qual era possível jogar somente com um único *player*, a partir da instalação por um CD *Rom* do jogo. Diferente dos primeiros consoles, os jogos de computador já davam a possibilidade de escolher diversos jogos, no entanto, era preciso ter um bom *hardware* para consumir jogos mais pesados, gráficos melhorados, para a época, e integração entre as versões dos jogos. Assim como na primeira plataforma, a *internet* proporcionou maior interatividade entre jogadores, possibilitando jogar e se comunicar com jogadores de outros lugares do Brasil e do mundo.

Como mencionado anteriormente, a *internet* é o elemento que ampliou a competitividade entre os jogadores, independentemente da plataforma. Com a evolução desse fator junto com a tecnologia de computadores e consoles de videogames, foi criado um mercado de pessoas querendo ser profissionais de jogos eletrônicos. No Brasil esse segmento foi se desenvolvendo nos anos 2000,

com a criação das *Lan Houses*. Pessoas marcavam de se reunir nesses locais e competir entre si. Hoje o mercado conta com competições nacionais e mundiais de diferentes modalidades com altas premiações. Em 2018 o campeonato mundial de Dota2, *The International 2018*, deu a seus campeões US\$25 milhões, aproximadamente R\$97 milhões (*site tectudo*, 2018). A competitividade nesse setor se desenvolveu, criando um novo mercado chamado de *eSports* que se resume a criação de campeonatos em nível profissional de diferentes modalidades de jogos eletrônicos, como exemplo o *League Of Legends*, *Counter-Strike Global Offensive* (CS:GO) e Dota 2. Esse setor no Brasil, segundo a Newzoo (2018), já possui 75,7 milhões de jogadores e chegaram a gastar aproximadamente 4 bilhões de reais. A busca por profissionalização se tornou o objetivo de algumas pessoas, com isso qual seria a motivação para se tornar um profissional de jogos eletrônicos? Por que esses jovens buscam entrar nesse mercado?

### **1.1.Objetivo Final**

O objetivo final deste trabalho é identificar as motivações para se tornar um profissional de esportes eletrônicos.

### **1.2.Objetivos Intermediários**

Os objetivos intermediários seriam avaliar quais cargos, além de ser tornar um *cyber* atleta, são de interesse do público para ingressar dentro de um time que compete nesse mercado. Dentre eles estariam o narrador, analista, gerentes de comunidades, treinador, o *manager*, entre outros.

Identificar a faixa etária do público que gostaria de ingressar nesse tipo de mercado de trabalho.

### **1.3.Delimitação do Estudo**

O estudo está delimitado ao mercado de profissionais de esportes eletrônicos de computadores dos jogos: *League Of Legends*, *Counter-Strike: Global Offensive* (CS:GO) e Dota 2. Será focado principalmente em pessoas que moram no Brasil e que gostariam de atuar no cenário brasileiro, delimitando o mercado, nos cargos citados em 1.2.

#### **1.4.Relevância do Estudo**

As informações que serão produzidas neste trabalho, possivelmente serão de interesse para as organizações que competem nesse setor e também aqueles que gostariam de ingressar no mundo de profissionais deste ramo. Assim como para instituições de ensino ofertarem cursos voltados para essa área.



## **2. Referencial Teórico**

### **2.1. Teorias Motivacionais**

A motivação é um conceito bastante utilizado na administração, este procura explicar certos comportamentos de pessoas dentro das organizações, com isso surgiram algumas teorias que buscam identificar necessidades desses indivíduos para que possam mantê-los produtivos. Nos próximos tópicos o estudo explicará sobre algumas teorias motivacionais, sendo elas: teoria das necessidades; teoria da motivação X e Y; e teoria dos dois fatores de Herzberg. Buscando assim vincular com o mercado de jogos eletrônicos.

#### **2.1.1. Teoria das Necessidades**

A teoria das hierarquias das necessidades de Maslow, segundo Chiavenato (2003) mostra as necessidades humanas nas organizações em níveis hierárquicos, representada em uma pirâmide ao qual na base, estão as necessidades mais baixas (necessidades fisiológicas) e no topo dessa pirâmide, as necessidades mais elevadas (as necessidades de autorrealização).

No total são cinco necessidades, divididas em dois grupos, sendo elas: necessidades primárias (fisiológicas e segurança) e necessidades secundárias (sociais, de estima e autorrealização).

**Figura 1: Hierarquia das necessidades**



Fonte: Chiavenato (2003, p.331)

As necessidades fisiológicas, segundo Chiavenato (2003), são as de nível mais baixo, nelas se constituem as necessidades de alimentação, de sono, de abrigo, desejo sexual, entre outras. Essas necessidades estão basicamente no grupo de sobrevivência.

As necessidades de segurança, é a procura do Homem por segurança, estabilidade, proteção contra ameaça ou privação e fuga do perigo, conforme CHIAVENATO (2003). Essa necessidade tem relação do empregado com as empresas, pois tomada de decisões erradas podem provocar insegurança no trabalho quanto a sua permanência na função.

As necessidades sociais, segundo Chiavenato (2003), estão ligadas à necessidade de associação, de participação, de aceitação por parte dos companheiros, de troca de amizade, de afeto e de amor. Em condições que essa necessidade está insatisfeita, o indivíduo se torna menos companheiro e antagônico no grupo em que está inserido. Troca de afeto são forças motivadoras do comportamento humano.

De acordo com Chiavenato (2003), necessidade de estima, está relacionada com a maneira do indivíduo se avaliar. Implica na busca por auto apreciação, autoconfiança, necessidade de provação social, de respeito, de *status*, de prestígio e consideração. Com essa necessidade satisfeita o ser humano se sente mais forte e poderoso, sendo mais produtivo e desempenhado em suas tarefas.

A necessidade que se encontra no topo da pirâmide, a necessidade de auto realização, segundo o autor, está vinculada com a realização do próprio potencial e autodesenvolvimento contínuo. O alcance dessa necessidade

impulsiona o ser humano a tornar-se sempre melhor e conseguir ser tudo o pode ser através do seu potencial.

O autor explica que nessa teoria o indivíduo começa no nível inferior e somente passa ao próximo nível se essa necessidade for satisfeita, sendo assim deixa de ser motivadora levando o sujeito a um nível mais elevado de necessidades.

Bergamini (1997) menciona que a teoria foi aceita muito bem e que a razão disso foi a sua simplicidade, a forma como foi feita em desenho de pirâmide e a escolha da sequência das necessidades motivacionais.

### **2.1.2. Teoria da motivação X e Y**

A teoria da motivação X e Y conceituada por Douglas McGregor, segundo Robbins, Judge e Sobral (2011, p.198) tem duas divisões, a teoria X, que representa o lado negativo e a teoria Y, que representa o lado positivo de gestores e funcionários.

A teoria X refere-se a funcionários que não gostam de trabalhar e, portanto, são de certa forma coagidos a fazer suas tarefas. A teoria Y diz que os funcionários “podem achar o trabalho algo tão natural quanto descansar ou se divertir” (ROBBINS, JUDGE e SOBRAL, 2011) e assim se esforçam para fazer o melhor que podem.

Chiavenato (2003) diferencia claramente as duas teorias, segundo ele a teoria X, as pessoas são preguiçosas e indolentes, evitam o trabalho, evitam a responsabilidade, precisam ser controladas e dirigidas; e são ingênuas e sem iniciativa. Na teoria Y, as pessoas são esforçadas e gostam de ter o que fazer, o trabalho é natural como brincar ou descansar, as pessoas aceitam responsabilidades ou desafios, podem ser auto motivadas ou autodirigidas e são criativas e competentes.

Para Wagner Siqueira (2013), pessoas que acham o trabalho desagradável, como diz a teoria X, moldam a lógica da organização para o desenvolvimento de processos, pois, segundo Wagner (2013), pessoas da teoria Y não acham o trabalho tão natural, mas se as condições forem favoráveis para que o trabalho seja realizado, a teoria Y pode ter dominância na sua empresa. O desafio fica por conta de como favorecer para que esse comportamento seja dominante.

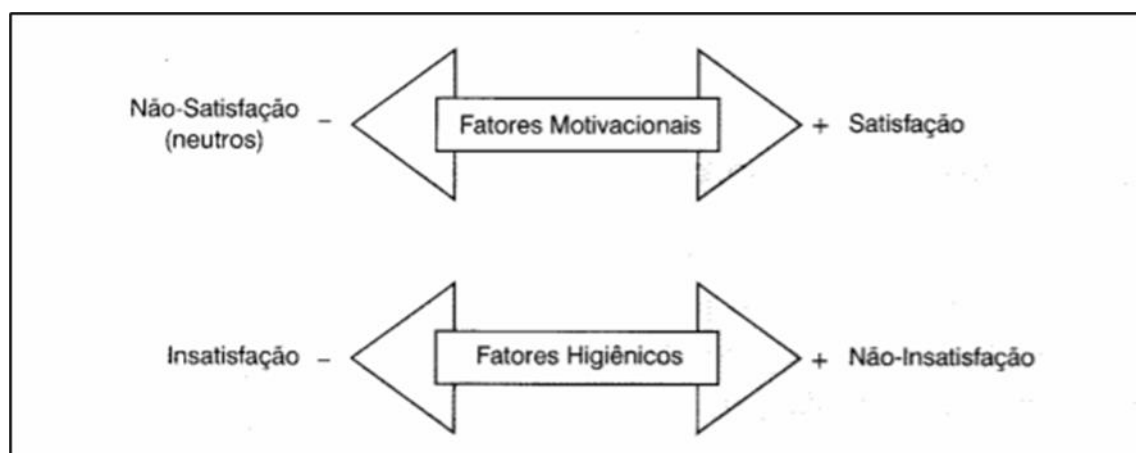
As duas teorias implicam em dois tipos de funcionários, no entanto a tendência é que as pessoas sejam pertencentes ao grupo da teoria Y, pessoas

podem começar sua carreira sendo do grupo da teoria X, mas com o treinamento e desenvolvimento pessoal podem vir a ser tornar pessoas do lado positivo.

### 2.1.3. Teoria dos dois fatores de Herzberg

A teoria dos dois fatores foi criada por Frederick Herzberg, e segundo Chiavenato (2003), essa teoria explica o comportamento das pessoas no ambiente de trabalho. Para explicar isso, essa teoria se utiliza de dois fatores, fatores higiênicos e fatores motivacionais.

**Figura 2: Fatores Motivacionais x Fatores Higiênicos**



Fonte: Chiavenato (2003, p. 334)

Segundo ele, fatores higiênicos estão localizados no ambiente que rodeia as pessoas e que afeta o desempenho da sua produção. Com isso esses fatores estão fora do controle das pessoas, sendo eles: salário, benefícios sociais, chefes e cargos superiores, condições físicas e clima de relacionamento entre a empresa e os funcionários.

Já os fatores motivacionais estão relacionados diretamente com o cargo e com as tarefas a serem realizadas. Esses fatores estão sob controle do indivíduo, pois se relaciona com aquilo que ele faz e seu desempenho em cada tarefa, sendo eles: sentimento de crescimento individual, reconhecimento profissional e auto realização.

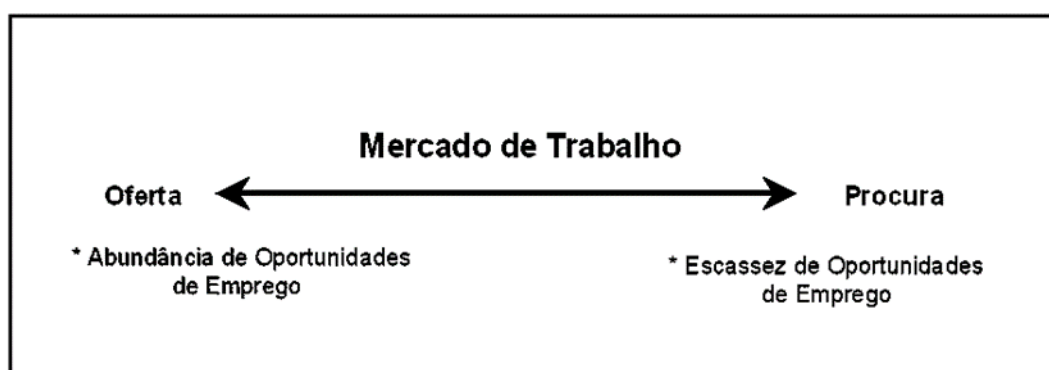
Para Robbins, Judge e Sobral (2011), os fatores higiênicos podem levar o funcionário a dois extremos, a satisfação, se esses fatores estiverem de acordo ou a não satisfação se esses fatores estiverem ruins. Os fatores motivacionais podem fazer o funcionário se sentir não insatisfeito ou insatisfeito, sendo esses fatores atendidos ou não.

## 2.2.Mercado de Trabalho

Mercado de trabalho, segundo Chiavenato (2010), é o local que ocorrem as transições, trocas entre aqueles que ofertam mão de obra e aqueles que demandam dessa mão de obra. No entanto, para que isso aconteça é necessário que as organizações comuniquem e divulgue as suas oportunidades de trabalho e por outro lado, as pessoas precisam procurar as vagas oferecidas, para tal fim é preciso que na organização exista o departamento de recrutamento e seleção. “O recrutamento funciona como uma ponte entre o mercado de trabalho e o mercado de RH” (CHIAVENATO, 2010, p.102).

De acordo com Chiavenato (2010) existem duas situações em que o mercado de trabalho se encontra, o mercado de trabalho em oferta e o mercado de trabalho em procura. O mercado de trabalho em oferta, significa dizer que estão diante de recursos humanos escassos e difíceis, os critérios de seleção são mais flexíveis e ofertas salariais com o intuito de atrair candidatos. O mercado de trabalho em procura, significa dizer que as oportunidades de trabalho são menores, as organizações se veem diante de recursos humanos fácil e abundante, critérios de seleção mais rígidos, com ofertas salariais mais baixas para gerar competição entre os candidatos.

**Figura 3: As situações de mercado de trabalho**



Fonte: Chiavenato (2010, p.103)

Conforme Chiavenato (2010), encontram-se fatores que afetam o mercado de trabalho, sendo eles o crescimento econômico, a natureza e qualidade dos postos de trabalho, a produtividade, a inserção no mercado internacional. Na era da informação, a facilidade de mobilidade dos empregados teve um grande aumento, migração do setor industrial para o setor de serviços,

peças saem de trabalho formal para informal, industrial para não industrial, viram autônomos, com mais facilidade do que em outras épocas.

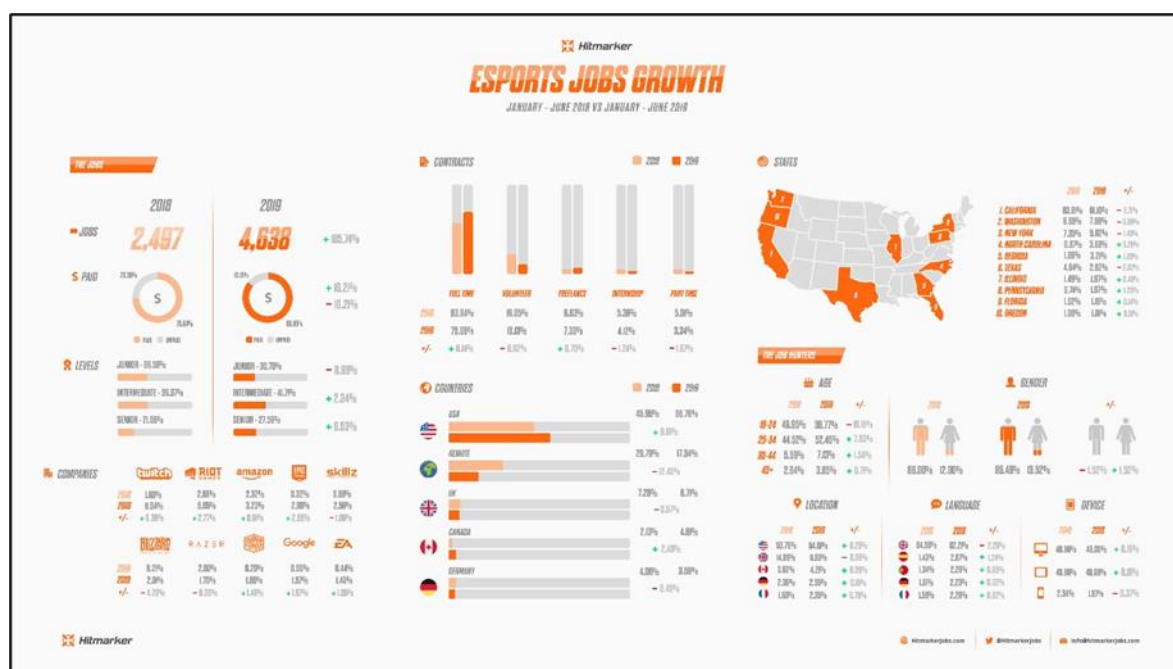
Como já mencionado, esse estudo tem como foco o mercado de trabalho de esportes eletrônicos.

Segundo uma matéria publicada por Laura Byrne no *site esport insider*, a oportunidade de emprego no setor de e-sports cresceu 185,74%, comparando os primeiros seis meses de 2019 com os primeiros seis meses de 2018, um estudo realizado pela *Hitmarkerjobs*.

A matéria menciona que em 2018 havia 2.497 pessoas trabalhando no mercado de esportes eletrônicos, sendo 76,64% remuneradas e 23,36% não-remuneradas. Em 2019 o número passa a ser de 4.638 pessoas trabalhando, 86,85% remuneradas e 13,15% não-remuneradas. Levando em consideração apenas EUA, UK, Canadá e Alemanha.

Em relação a idade dos candidatos, pessoas de 25 a 34 anos que procuram emprego nesse ramo, aumentou de 44,52% para 52,45%, ultrapassando a faixa do público de 18 a 24 anos que chega a ser 36,77%.

**Figura 4: Infográfico *Hitmarkerjob***



Fonte: <https://esportsinsider.com/2019/07/esports-jobs-growth-2019/>, acesso em 12 de setembro de 2019.

O infográfico divulgado pela *Hitmarkerjobs* ainda mostra o gênero, sendo 88,48% masculino e 13,52% feminino, em 2019.

### 2.2.1.Cargos

Segundo Pontes (2002), cargo refere-se a um agregado de funções idênticas quanto a sua natureza das tarefas executadas e especificamente exigidas. Consequentemente em cada empresa existirá um número menor de cargos do que de funções.

Em cargos ainda acontece uma subdivisão em quatro áreas para determinar quais são os requisitos e qualificações de cada tarefa, sendo elas: área mental, de responsabilidades, física e condições de trabalho.

De acordo com Pontes (2002), área mental “determina os conhecimentos teóricos ou práticos necessários para que o ocupante do cargo desempenhe adequadamente suas funções” (PONTES, 2002, p. 41). Nessa área são comuns saber o conhecimento e a experiência do colaborador.

Área de responsabilidades, “determina as exigências impostas ao ocupante do cargo para impedir danos à produção, ao patrimônio e à imagem da empresa” (PONTES, 2002, p. 43). Nessa área é importante saber das responsabilidades por erros, dados confidenciais, material, ferramentas e equipamentos.

Área física, “determina os desgastes físicos impostos ao ocupante do cargo em decorrência de tensões, movimentos, posições assumidas” (PONTES, 2002, p. 41). Na área física, os requisitos determinantes aos ocupantes são: a força física, concentração mental e visual e destreza.

Área de condições de trabalho, “determina o ambiente onde é desenvolvido o trabalho e os riscos a que está submetido o ocupante do cargo” (PONTES, 2002, p. 41). Os requisitos para essa área são apenas o ambiente de trabalho e os riscos.

No mercado de *eSports* há diferentes tipos de cargos dentro das organizações que estão nesse setor. Segundo uma matéria publicada no *site marketing e games*, o principal alvo são os *cyber* atletas que são os cargos que mais chamam a atenção, eles são a linha de frente de cada empresa e levam seus torcedores a irem torcer em campeonatos em que seu time estiver, algo que qualquer fã faz por aquilo que gosta.

No entanto existem outros cargos, como: Narradores, comentaristas e analistas que são similares a esportes tradicionais. Gerentes de comunidades, que são os responsáveis por transmitir as mensagens da empresa para os

jogadores e levar a voz da comunidade para os desenvolvedores, participam das redes sociais e participam de eventos presenciais ou online. Treinador que auxiliam seus jogadores nos treinamentos e planejamento das táticas e estratégias. Manager é aquele que requer maior atenção, pois sua função é não deixar faltar nada aos jogadores e fazer com que eles se sintam sempre à vontade para jogar, e focar somente nisso, sendo o administrador das *games houses*. Organiza-se os horários, as agendas de entrevistas, as gravações, treinos, viagens, entre outros assuntos. Dono da organização é aquele que deseja montar um time para entrar no cenário, no entanto o investimento inicial é alto e por tanto é preciso ter dinheiro. Social media e produtor de vídeo, seria responsável por toda a produção visual dos jogadores, fotos, vídeos e propagandas. O psicólogo que possui diferentes áreas para atuação dentro do cenário brasileiro de *eSports*, podendo está dentro da organização ajudando na educação dos jogadores, também em como buscar desenvolver alto rendimento dos jogadores, através de técnicas que são para melhorarem suas habilidades cognitivas e diminuir questões que atrapalhem o desempenho, assim como ansiedade ou falta de foco. E por fim o jornalista que não está diretamente ligado a um time, mas que pode produzir conteúdo, em *sítes* que falem sobre jogos eletrônicos.

### 2.2.2.Salários

“Art.7º São direitos dos trabalhadores urbanos e rurais, além de outros que visem à melhoria de sua condição social”, (ROBBINS, 2011, p. 288).

Os salários de profissões que estão dentro do mercado de *eSports* podem ser bastante atrativos para quem gostaria de ingressar nesse setor. Segundo Marcelo Faviere, em uma matéria no site torcedores, o *cyber* atleta de Dota 2 Kuro Takhasomi, ganhou cerca de 2,4 milhões de dólares em premiações no ano de 2017, o mais bem pago nesse ano.

O salário de um *pro-player* pode variar bastante, pois é composto de premiações, patrocínios, *streaming* e um valor fixo que varia de acordo com o jogador e com o contrato que o jogador assinar.

Outras profissões também possuem seu valor. Apresentador, narrador e analistas, podem chegar a ganhar de R\$ 2.700 a R\$ 3.900 por transmissão; Gerentes de comunidades e Social *media*, R\$ 97 mil por ano; Treinador, R\$ 269 mil a 326 mil por ano; *Manager* R\$ 351 mil por ano; o Psicólogo R\$ 36 mil por ano; e os jornalistas que podem variar bastante, mas chega a ser cerca de R\$



124 mil por ano. Esses dados foram baseados no mercado americano e convertidos em real, porém no Brasil, salários podem se aproximar ou até passar desses valores.

### **2.3.Dados do Mercado de eSports**

O mercado de *eSports* vem crescendo a cada ano. Segundo a Newzoo (2018), agência especializada em análise de games e *eSports*, o Brasil possui 75,7 milhões de jogadores e gastaram aproximadamente US\$1,5 bilhões em 2018, em reais isso daria mais de 4 bilhões. Ainda na mesma pesquisa, específica que 44% são homens e 38% das mulheres jogam jogos de PC. Com esse faturamento o Brasil fica em 13º lugar em *ranking* mundial, no entanto uma matéria no *site* UOL afirma que o ministro da cultura quer investir 100 milhões no setor, buscando um desenvolvimento e aceleração na produção de nas empresas de jogos.

#### **2.3.1.História do eSports**

A história do *eSports* começa no ano de 1972, com uma competição entre estudantes na universidade de Stanford nos Estados Unidos, o jogo era Spacewar e a premiação foi obter a assinatura por um ano da revista Rolling Stone. (CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE ESPORTES, 2017)

Nos anos 90, as competições aumentaram, principalmente com a chegada dos jogos FPS (tiro em primeira pessoa, o jogador e o personagem possuem o mesmo ponto de visão do jogo) visto na figura 5, e os RTS (estratégia em tempo real, o campo de visão do jogador é visto por cima do mapa) exemplificado na figura 6.

Nos anos 2000 o *eSport* continuou evoluindo, principalmente com o acesso à internet, que permitia que jogadores de todos os locais pudessem participar de quaisquer campeonatos.

Os primeiros e principais mercados começaram na Coreia do sul, Alemanha, França e Estados Unidos que já separavam uma parcela de seu conteúdo televisivo para os jogos eletrônicos.

O ponto principal da popularidade do *eSport* foi o desenvolvimento de streaming, que eram especializadas em transmissão de jogos eletrônicos. Em 2013 o *site* da Twitch alcançou cerca de 4,5 milhões de telespectadores (TECMUNDO, 2015).

“No Brasil, *League of Legends* atraiu mais de 10.000 torcedores ao Allianz Park, em 2015 e outros 10.000 ao Ginásio do Ibirapuera em 2016”. (CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE ESPORTS, 2017)

**Figura 5: FPS**



Fonte: <https://csgopedia.com/how-to-see-fps-in-cs-go/>, acesso em 03 de dezembro de 2019.

**Figura 6: RTS**



Fonte: <https://www.geek.com/games/dota-2-vs-league-of-legends-an-action-rts-showdown-1484359/>, acesso em 03 de dezembro de 2019.

### 2.3.2.Modalidades

*League Of Legends* (LoL) - Foi lançado em 2009, é controlado pela empresa Riot Games, atualmente é um dos jogos mais jogado no mundo todo, segundo Samih Zakzak (2017) em uma matéria do site esporte goiano, aproximadamente 100 milhões de jogadores ativos, 27 milhões de jogadores diários. O gênero adotado pelo LoL é o MODA (Arena de batalha multijogador online) visto na figura 7, dentro dos jogos são 10 jogadores, sendo 5 de cada lado, cada jogador escolhe sua personagem com o objetivo é invadir a base inimiga e destruí-la, assim finalizando a partida.

Dota 2 - Esse jogo é concorrente direto de *League of Legends*, controlado pela empresa Valve, também pertencente ao gênero MOBA, seu ano de lançamento foi em 2013 de forma gratuita na plataforma *Steam*. O número de jogadores chega a ser próximo de 11 milhões segundo o próprio *blog* do jogo. Já chegou a alcançar 1 milhão de jogadores simultâneos (br.dota2.com, 2019).

*Counter-Strike Global Offensive* (CS:GO) - CS:GO diferente dos anteriores é do gênero de FPS (*First Person Shooter*) ou seja, tiro em primeira pessoa. O jogo se passa em diferentes mapas em 5 contra 5, dividido em dois grupos, contra-terroristas e terroristas que se combatem até a eliminação completa de um dos times ou executando seus objetivos de plantar ou desarmar bombas. Sua primeira versão foi lançada no ano de 1999, mas essa versão atual teve seu lançamento no ano de 2012, controlado pela empresa Valve e pela Hidden Path Entertainment. Segundo seu *blog* (2019), no mês de junho de 2019 o jogo teve 17 milhões de *players* ativos e já teve 433 mil jogadores ativos simultaneamente.

**Figura 7: MOBA**



Fonte: <https://mktesports.com.br/blog/esports/o-que-e-moba/>, acesso em 03 de dezembro de 2019.

### 3. Metodologia da Pesquisa

O tipo de pesquisa utilizada é a exploratória, segundo Oliveira (2002), por ser uma categoria que busca novas ideias e fenômenos tentando alcançar o fenômeno pesquisado. Nesse tipo de pesquisa tende-se apenas a esclarecer, modificar conceitos e ideias, o objetivo desse modelo é transmitir a visão geral ou aproximada sobre determinado fato.

A abordagem da pesquisa será de natureza quantitativa, segundo Fonseca (2002), seria a busca por amostras da população com o objetivo de mensurar a realidade como um todo. “A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc” (FONSECA, 2002, p. 20). Essa abordagem será utilizada para mostrar quais são as motivações para ingressar no mercado de trabalho dos *e-sports*, quais cargos são mais atraentes e qual a faixa etária desse público.

Também é qualitativa na medida em que o autor analisa os dados segundo o referencial teórico. “A pesquisa qualitativa se preocupa com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais” (FONSECA, 2002, p. 20). Essa análise apresenta conclusões subjetivas perante as respostas dos entrevistados.

O método de pesquisa utilizado é o *survey* “referida como sendo a obtenção de dados ou informações sobre as características ou as opiniões de determinado grupo de pessoas, indicado como representante de uma população-alvo, utilizando um instrumento de pesquisa” (FONSECA, 2002, p. 33). Esse modelo escolhido é ideal para a obtenção de dados buscada, pois utilizando ferramentas estáticas é capaz de demonstrar os valores, crenças e atitudes das pessoas que respondem ao questionário.

Para a coleta de dados foi utilizado um questionário, pois segundo Oliveira (2002), o questionário permite o alcance de um maior número de pessoas, sendo mais econômico e de modelo padronizado facilitando a análise e comparações dos resultados, também assegura o anonimato dos interrogados. O questionário contém 22 questões e foi divulgado através de forma *online*, em grupos de *facebook*, *whatsapp* e plataformas de *streaming*. As questões são objetivas com opções de respostas, sendo que três delas possuem o campo de respostas em

aberto para diferentes respostas. A plataforma utilizada para a montagem e recolhimento das respostas foi o Qualtrics.

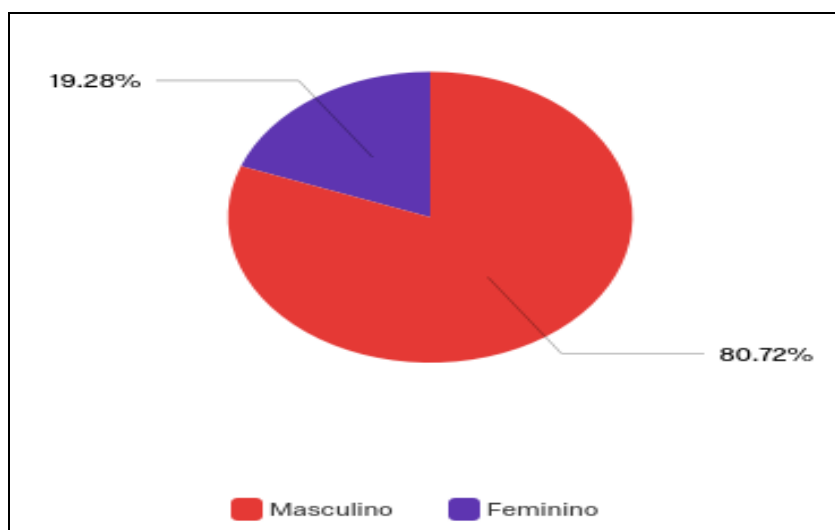
A análise dos dados foi a estatística descritiva, segundo Oliveira (2002), esse método tem por objetivo o recolhimento de informações e proporcionar um resumo dos dados coletados através de ferramentas, como gráficos tabelas, quadros e indicadores numéricos.

## 4. Apresentação e análise dos resultados

A pesquisa obteve um total de 85 respostas, com perguntas sobre quais motivações atraem ao público que deseja ou já faz parte desse setor, perguntas sobre as características socioeconômicas, com o intuito de identificar o perfil dos entrevistados, e afirmações das quais os entrevistados concordariam para detectar o seu conhecimento do setor.

Quanto a variável sexo, foi identificado que em sua maioria são do sexo masculino, com 80,72% dos respondentes e 19,28% sendo do sexo feminino, como apresentado no gráfico 1.

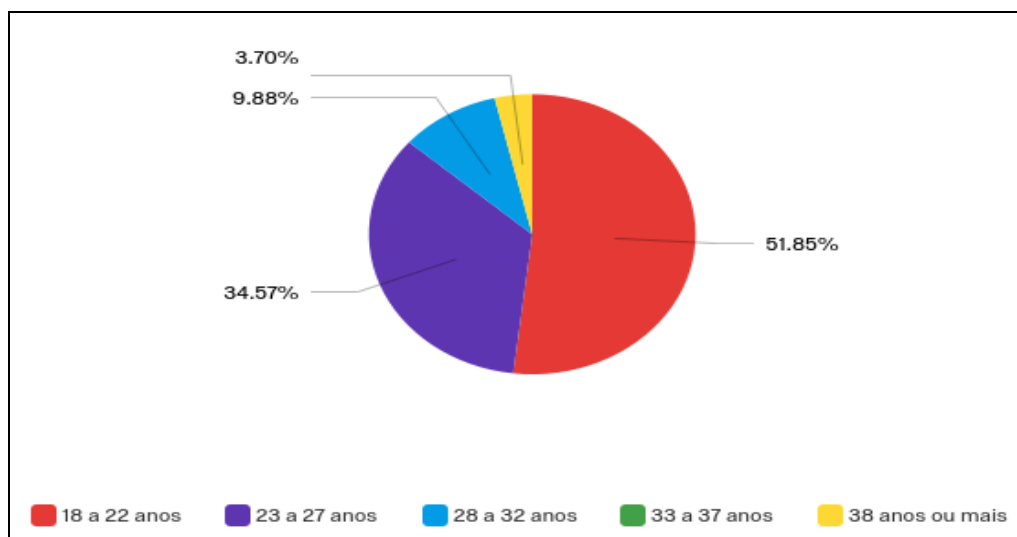
**Gráfico 1: Gênero dos entrevistados**



Fonte: Elaboração própria (2019)

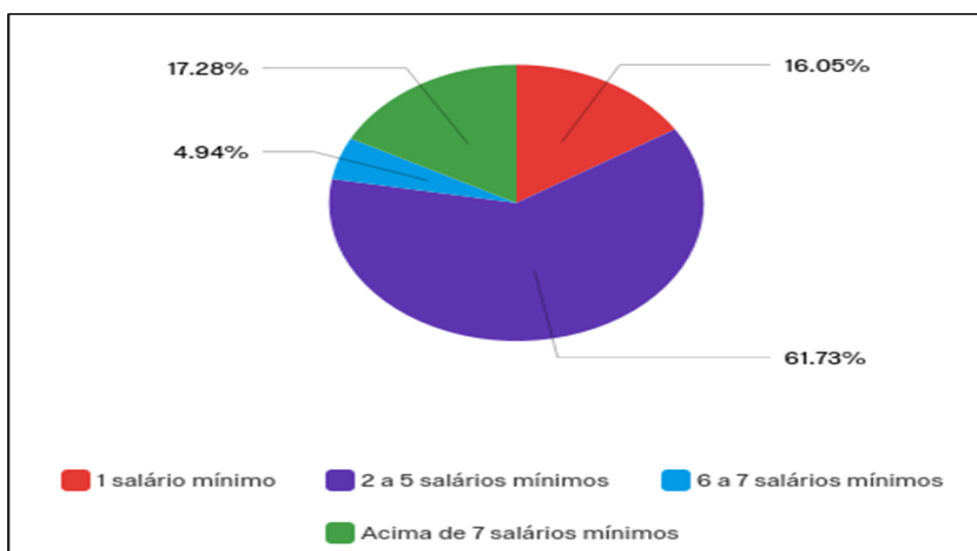
Esse dado teve o resultado bem semelhante com a pesquisa feita pela Hitmarkerjobs, demonstrando que o cenário de ingressantes no ramo profissional de jogos eletrônicos é ainda em sua grande maioria masculino, no entanto a representatividade feminina não se deixa abalar e por ser um cenário novo, ainda existe a possibilidade de um maior equilíbrio entre os gêneros.

Quanto a idade dos entrevistados, a maioria teve sua faixa dos 18 a 22 anos, com 51,85%, e dos 23 a 27 anos com 34,57%, resultando em um público jovem, embora 13,58% se encontra nos 28 a 38 anos ou mais, como exposto no gráfico 2.

**Gráfico 2: Idade**

Fonte: Elaboração própria (2019)

Os entrevistados se demonstraram ser bem novos, isso pode ser por conta do mercado ser novo e pelo fator de ser vídeo *game* e jogos eletrônicos, não que pessoas mais velhas não joguem, mas o esforço mental e a velocidade do reflexo que o competitivo desses jogos eletrônicos cobram necessita de uma grande quantidade de energia. Esse fato pode se assemelhar com o futebol, onde pessoas jovens são desenvolvidas para ser tornar um profissional na área e chegando aos 36 anos estão se aposentando. (VOLPE, 2002)

**Gráfico 3: Renda Familiar**

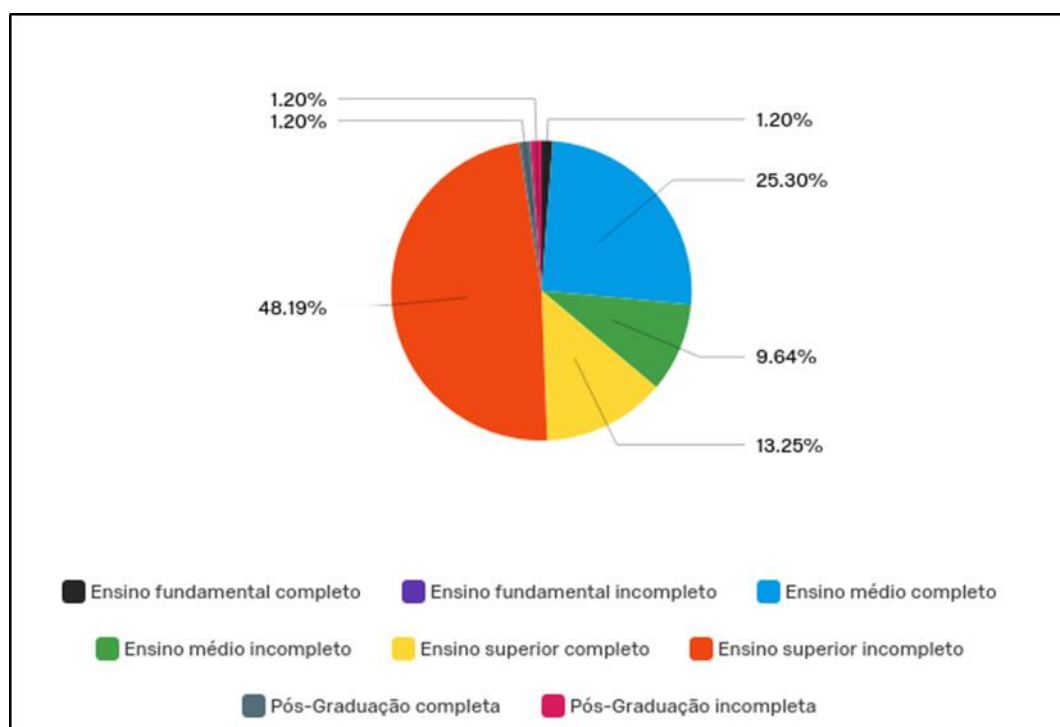
Fonte: Elaboração própria (2019)



A renda familiar obteve um resultado de 61,73% terem de 2 a 5 salários mínimos, 17,28% acima de 7 salários mínimos, 16,05% com 1 salário mínimo e 4,94% de 6 a 7 salários mínimos, retratado no gráfico 3.

O motivo para a maioria ser de 2 a 5 salários mínimos pode se dar pelo fato de que para conseguir recrear-se em jogos eletrônicos *online*, é preciso ter um computador que suporte o jogo e acesso a um bom pacote de *internet*, algo que nem toda população tem acesso e tem um custo que muitos não podem pagar.

**Gráfico 4: Escolaridade**



Fonte: Elaboração própria (2019)

A variante escolaridade obteve um resultado de 48,19% ter o ensino superior incompleto e 13,25% ter ensino superior completo, fazendo jus a idade, pois é nessa faixa etária que se encontra a maior parte do público da graduação em formação ou recém-formada. Outra grande parcela de 25,30% tem o ensino médio completo e 9,64% tem o ensino médio incompleto, pessoas essas que podem estar tentando ingressar no cenário como um *cyber* atleta, ou apenas não decidiram que rumo tomar da sua vida.

Outro fato interessante apresentado no gráfico 4, é que uma pequena parcela está presente no público de pós-graduados, podendo significar que estão em busca de novos conhecimentos, procurando caminhos ainda pouco explorados e buscar desenvolver uma carreira nesse setor.

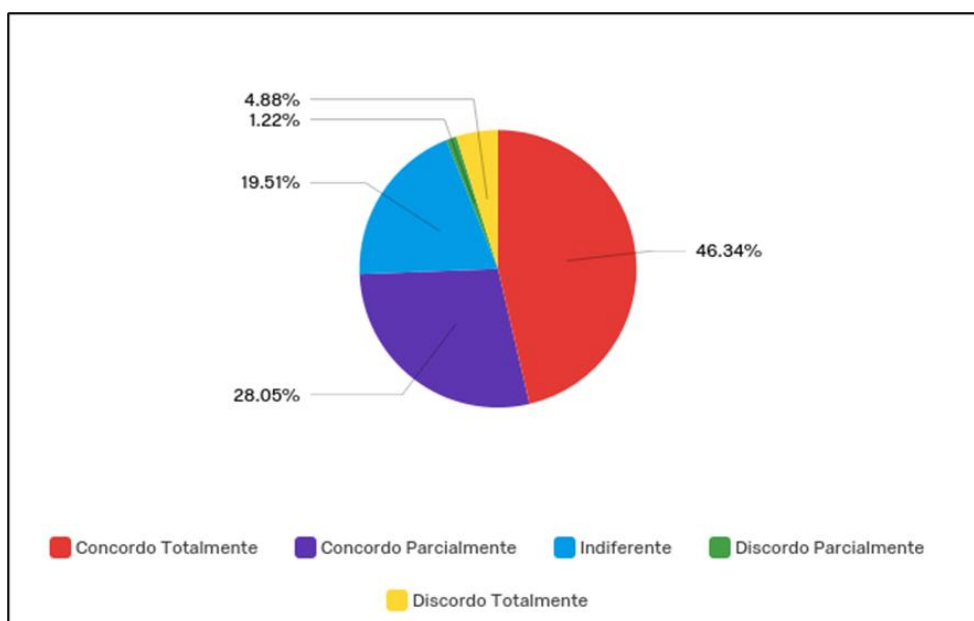


Gráfico 5: Trabalham atualmente – Vínculo de trabalho



Fonte: Elaboração própria (2019)

Das respostas obtidas 52,44% trabalham atualmente e desse público a maioria tem vínculo CLT de trabalho ou está em um estágio profissional. A parcela de pessoas que responderam que não trabalham 47,56%, exerceram trabalho autônomo ou ainda não tiveram experiência no mercado de trabalho, como apresentado no gráfico 5.

**Gráfico 6: Interesse em trabalhar no mercado de esportes eletrônicos**

Fonte: Elaboração própria (2019)

As perguntas relativas ao mercado de esportes eletrônicos tiveram seu início com 90,36% respondendo que não trabalham nesse setor, e apenas 9,64% já atuam nesse ramo. No entanto 46,24% concordam totalmente em ingressar nessa categoria, 28,05% concordam parcialmente, demonstrando interesse por parte dos entrevistados. Somando os que não desejam apenas 6,1% talvez por já estarem trabalhando em outras áreas desejadas pelo menos. Apresentado no gráfico 6.

**Tabela 1: Faixa etária dos que gostariam de ingressar no setor**

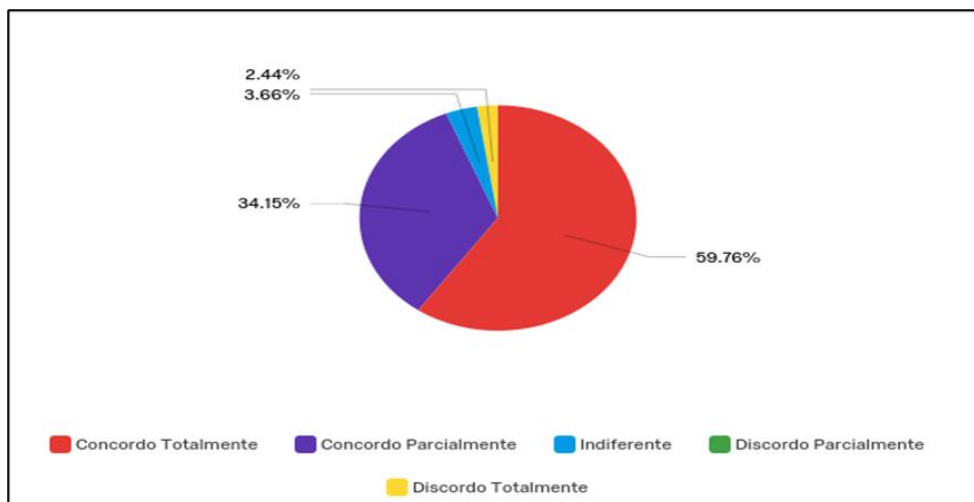
Você gostaria de trabalhar no mercado de esportes eletrônicos?	18 a 22 anos	23 a 27 anos	28 a 32 anos	33 a 37 anos	38 anos ou mais
Concorde Totalmente	27,63%	17,11%	5,27%	0,00%	0,00%
Concorde Parcialmente	21,74%	19,57%	6,52%	0,00%	2,18%

Fonte: Elaboração própria (2019)

A faixa etária do público que concorda em ingressar nesse setor fica dos 18 aos 22 anos, seguida da faixa etária de 23 aos 27 anos, representando uma

soma de 44,74% concordando totalmente e 41,31% concordando parcialmente, como mostra a tabela 1.

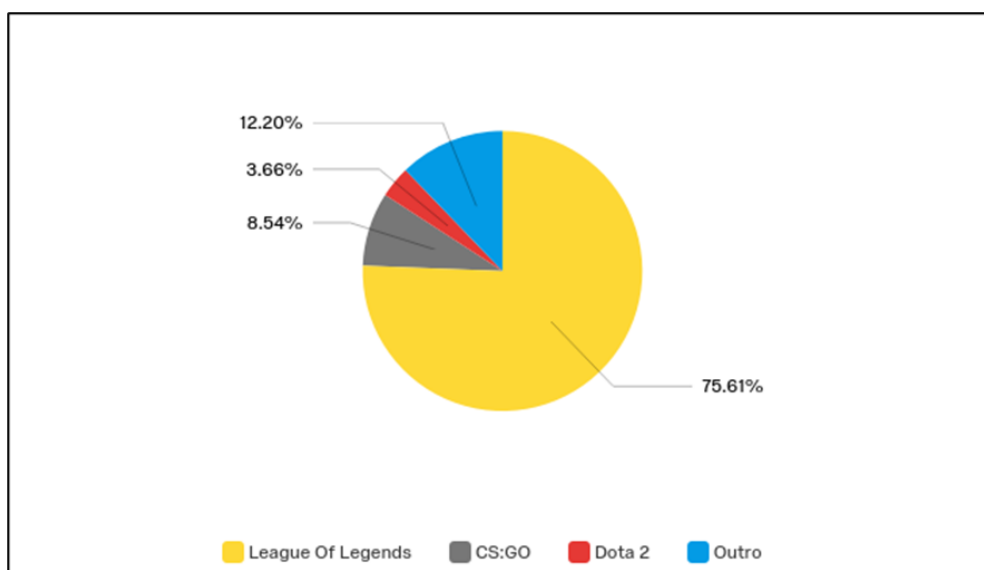
**Gráfico 7: Crescimento no setor**



Fonte: Elaboração própria (2019)

Quanto ao crescimento em oportunidades de emprego no setor de esportes eletrônicos a grande parcela dos respondentes acredita que esse fato seja verdadeiro, pois 59,76% concordam totalmente e 34,15% concordam parcialmente. Apresentado no gráfico 7.

**Gráfico 8: Modalidades de interesse**



Fonte: Elaboração própria (2019)

Quanto a qual tipo de modalidade que seria de interesse ingressar, as repostas foram que 75,61% gostariam de trabalhar no mercado de *league of legends*, 8,54% no mercado de CS:GO, 3,66% Dota 2 e 12,2% outros que englobam os jogos: *StarcraftII*, *Clash Royale*, *Free Fire* e *Rainbow 6*. Exposto no gráfico 8.

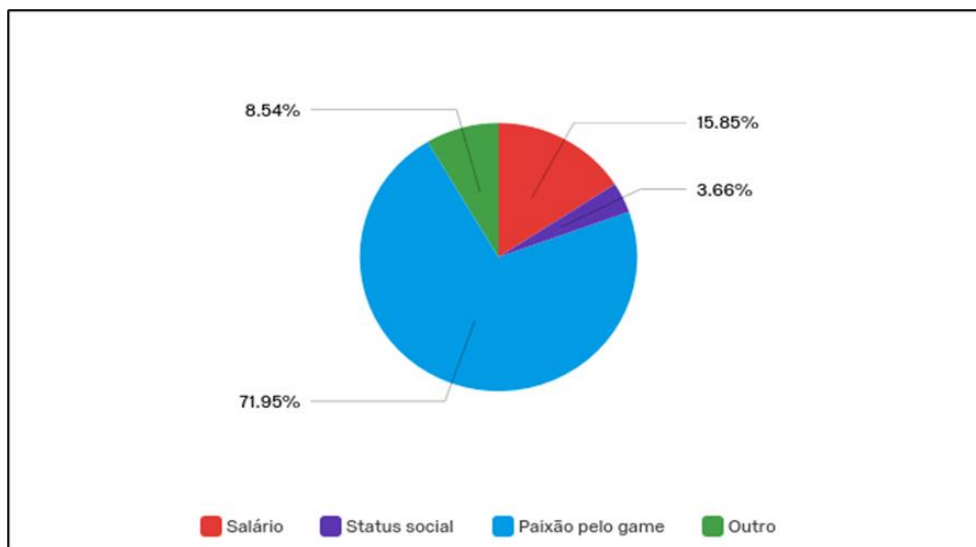
Tabela 2: Profissões de interesse

Profissões	%
Cyber Atleta	16,58%
Analista	10,88%
Social media	9,84%
Comentarista	9,33%
Produtor de vídeo	7,77%
Psicólogo	7,25%
Dono de uma Organização	6,74%
Manager	6,74%
Treinador	6,74%
Gerente de comunidades	6,22%
Jornalista	5,18%
Outros	3,63%
Narrador	3,11%

Fonte: Elaboração própria (2019)

As profissões que foram de mais interesse dos entrevistados, foram 16,58% se atraem pela profissão de Cyber Atleta, 10,88% se interessam por ser analista, que nesse caso pode ser analista de um time ou ser analista de um campeonato que junto do narrador e ao comentarista fazem análises após o termino de cada partida, caso essa partida seja transmitida por *streamings*.

Na tabela 2, a um percentual de 3,63% em outros que nas respostas trouxeram ainda outras profissões de interesse, sendo elas, tradutor, que é necessário quando ocorre a entrada de estrangeiros, para facilitar a comunicação com a equipe. No *league of legends* por exemplo, acontece de profissionais asiáticos virem para o cenário brasileiro e nem todos sabem falar um bom inglês e com isso vem a oportunidade para essa profissão. Outra profissão foi o desenvolvedor que tem bastante utilidade, já que vão surgindo novas modalidades e mesmo as já existente precisam de manutenção e mudanças nos jogos. E a mais intrigante, foi o arquiteto que apareceu somente uma vez, mas que pode fazer sentido, pois projetar novos espaços para esse público pode ser um novo mercado, principalmente os palcos para campeonatos e eventos que podem acontecer.

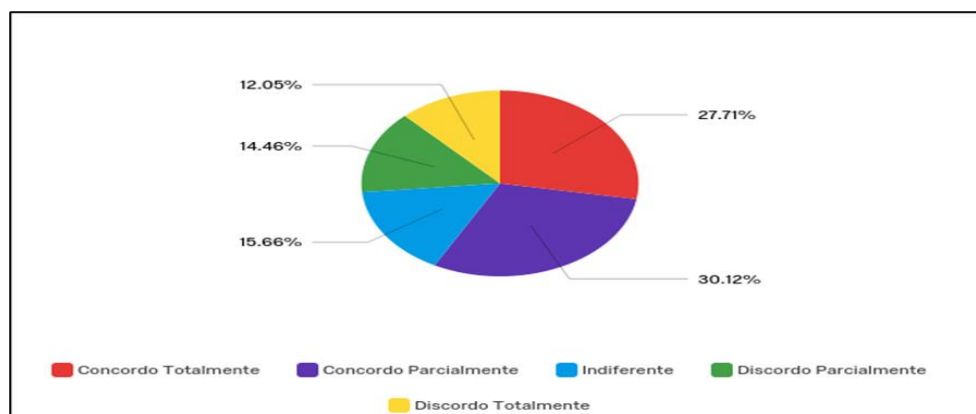
**Gráfico 9: Motivações**

Fonte: Elaboração própria (2019)

Conforme perguntado sobre as motivações para ingressar nesse setor, 71,95% acreditam ser paixão pelo game, o que atesta está interligado com a hierarquia das necessidades, os profissionais dessa área buscam as necessidades sociais, de estima e autorrealização, conforme mostra o gráfico 9.

Com 15,85% o salário se demonstrou ter uma importância, embora 71,95% declaram como maior motivação a paixão pelo game. Em outros, encontramos uma resposta mencionado a questão de poder trabalhar com o que gosta, não tendo uma cobrança do seu chefe e que em certos casos pode-se trabalhar de casa mesmo. Um novo caso, em outros a resposta declara que a motivação principal é a psicologia do esporte que embora seja muito utilizada em esportes físicos, nos esportes eletrônicos o psicólogo tem uma função de buscar melhorar o desempenho dos *cybers* atletas

Gráfico 10: Afirmação quanto ao salário



Fonte: Elaboração própria (2019)

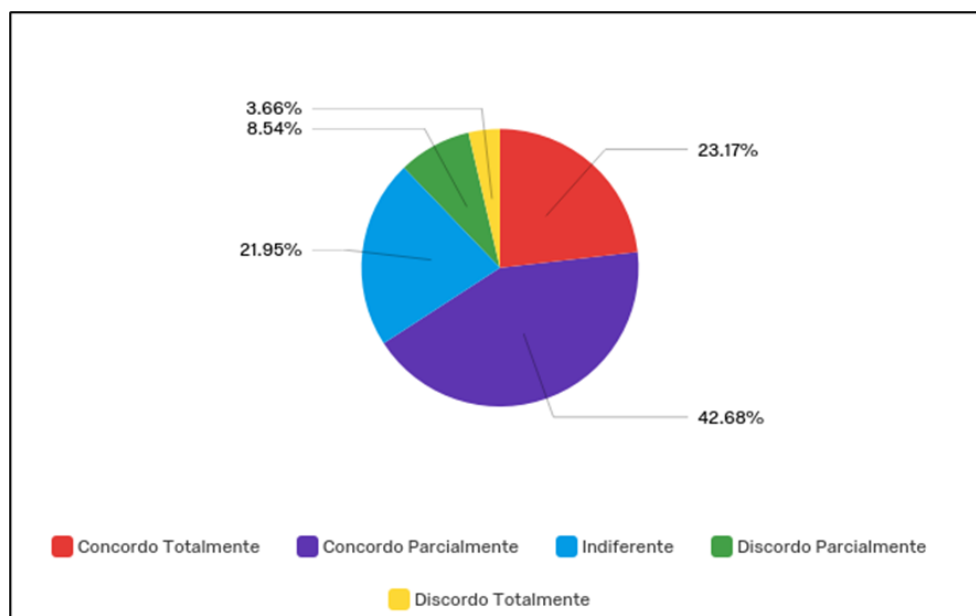
Em outra questão, havia a seguinte afirmação: Se você tiver abrigo, comida e conforto, trabalharia com um menor valor do salário. 27,71% concordam totalmente e 30,12% concordam parcialmente. A leitura quanto a isso foi de que se as necessidades primárias na hierarquia das necessidades estivessem sendo preenchidas o salário fica um pouco mais abaixo, conforme no gráfico 10.

Tabela 3: Percepção de motivações

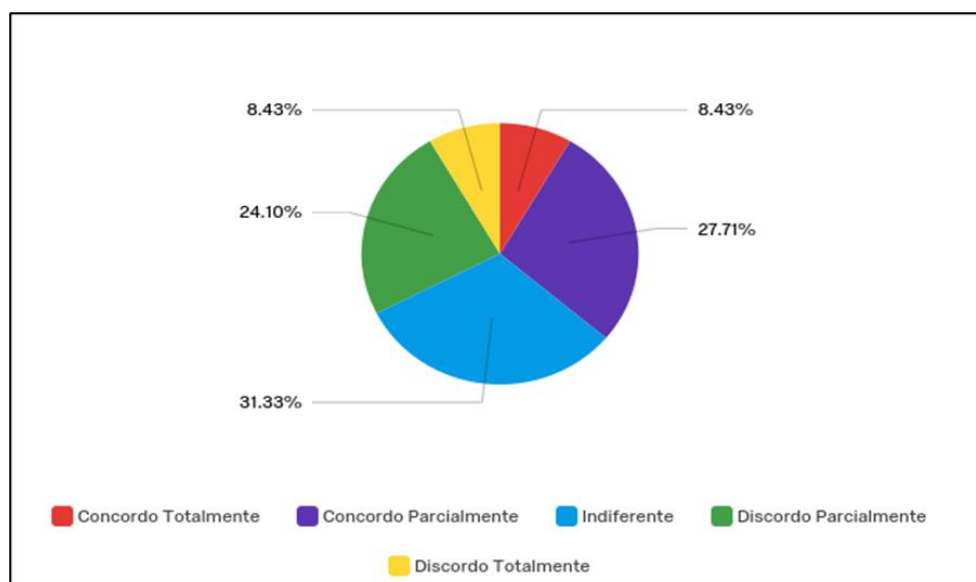
Você acha que os profissionais de setor trabalham apenas por:	Concordo Totalmente	Concordo Parcialmente	Indiferente	Discordo Parcialmente	Discordo Totalmente
Paixão pelo game	3,61%	20,88%	1,61%	5,22%	2,01%
Salário	0,4%	10,04%	4,82%	4,02%	14,06%
Status Social	0,8%	12,05%	5,62%	10,44%	4,42%

Fonte: Elaboração própria (2019)

Quando perguntado sobre a percepção das motivações sobre o cenário visto na tabela 3, 20,88% concordam parcialmente que os jogadores desse setor trabalham apenas por paixão ao game, salário fica com 10,04% e status social com 12,05%, o que significa que embora a paixão pelo game tenha mais valor pela percepção dos outros, o salário e o status social tem seu peso dentro dessa profissão. E com salário ainda obteve 14,06% discordando totalmente, que para essas pessoas essa motivação pode ter menos valor do que as outras.

**Gráfico 11: Salário dos profissionais**

Fonte: Elaboração própria (2019)

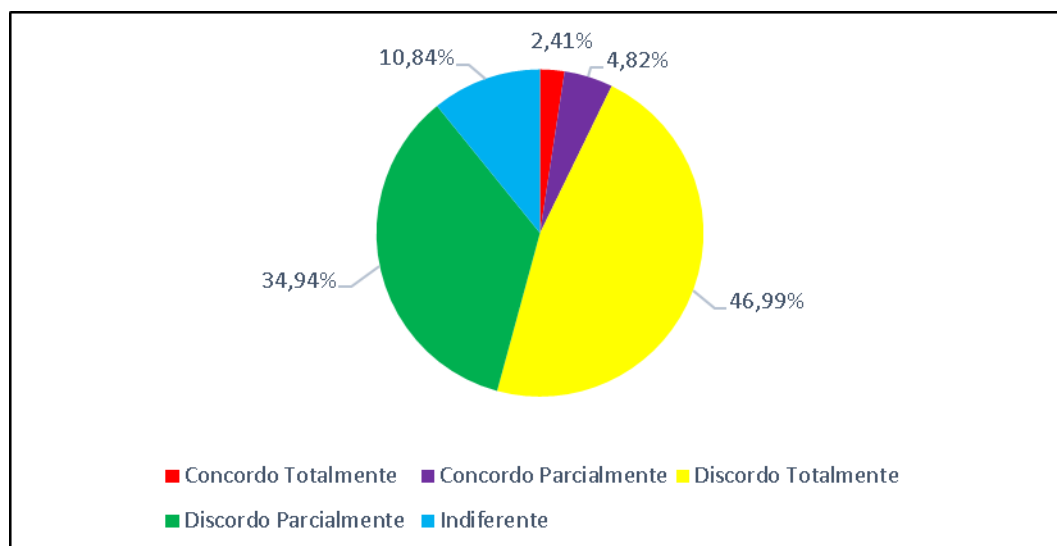
**Gráfico 12: Salário dos jogadores**

Fonte: Elaboração própria (2019)

Em relação ao salário, a percepção dos respondentes é de que 42,68% concorda parcialmente que no Brasil, os profissionais desse setor ganham bem, como demonstrado no gráfico 11. Ainda a outro dado que 31,33% concordam totalmente, exposto no gráfico 12, que os cybers atletas ganham melhor que as

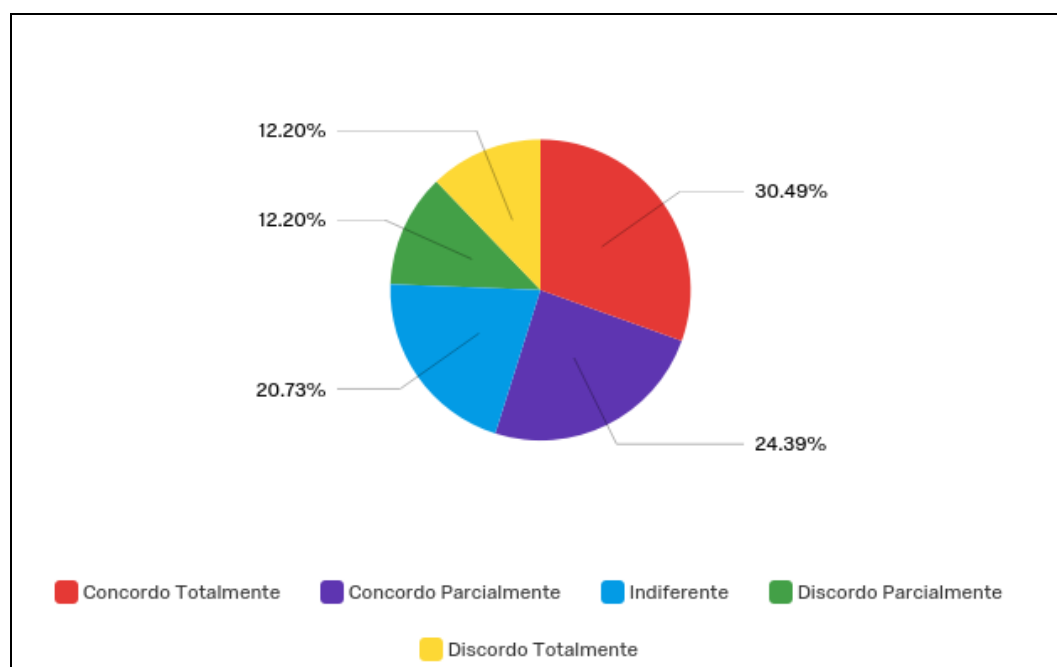
outras funções, embora essas notícias em relação aos salários no Brasil não sejam muito divulgadas.

**Gráfico 13: Ingressar no mercado**



Fonte: Elaboração própria (2019)

**Gráfico 14: Largaria seu atual emprego?**



Fonte: Elaboração própria (2019)

Com relação a ingressar nesse mercado, a percepção dos respondentes é de que 46,99% discordam totalmente de que é fácil entrar nesse setor, 34,94%



discordam parcialmente, apresentado no gráfico 13. O motivo para isso pode ser o tempo de existência, o investimento em novos times, campeonatos e modalidades. Apesar de ter bastante atratividade o setor ainda tem poucas oportunidades, a maneira de ingressar ainda não é uma forma muito simples, para isso seria preciso aderir maneiras de melhor escolher seus jogadores e os outros profissionais. Alguns times já fazem eventos em busca de novos profissionais, montando times com diferentes classificações, assim como o futebol tem o time titular e o time de base, mas ainda assim não é o suficiente para suprir a necessidade de pessoas querendo entrar nesse setor e quantidade de cargos que o mercado tem a oferecer.

Sendo assim as vagas ficam mais concorridas, o mercado de trabalho em procura, e as organizações se tornam mais criteriosa na escolha dos seus jogadores e também nas outras profissões relacionadas.

Com isso quando questionado se teriam planos de ingressar nesse setor, 43,37% responderam indiferente, talvez por saber que nesse setor as oportunidades são bem poucas e isso toma o custo de oportunidade delas, ao querer tentar ingressar nesse setor tem que pensar bem no esforço que vai fazer, pois não é certo que consiga. No entanto têm que pensar no crescimento de desenvolvimento do mercado no Brasil, pois assim aparecerem novas oportunidades.

Isso conclui-se já que ao serem questionados sobre se já haviam tentado ingressar no mercado de esportes eletrônicos a grande maioria dos candidatos responderam que não, ou tentaram ser *cyber* atleta, mas sem sucesso. Mostrando que a categoria é muito concorrida.

Outra questão foi se largariam seu atual emprego para ingressar no setor de esportes eletrônicos, 30,49% concordam totalmente, 24, 39% concordaram parcialmente, mostrando que se uma oportunidade aparecer, os respondentes tendem a mudar de carreira e seguir para um mercado que lhe traga mais satisfação. Demonstrado no gráfico 14.

## 5 Conclusão

O presente estudo buscou identificar as motivações para se tornar um profissional de esportes eletrônicos e através da pesquisa conclui-se que o objetivo foi alcançado. A paixão pelo game é o que mais motiva um profissional ingressar nesse setor, aquilo que geralmente todos fazem por lazer, jogar vídeo game, pode ser para muitos uma profissão ou apenas estar envolvido no setor pode ser o suficiente.

O salário do profissionais não é visto como o mais importante, porém a percepção dos respondes é de que esse setor paga bem e melhor ainda para os *cybers* atletas, fatores como a premiação são importantes para o montante recebido pelos jogadores, fora os patrocínios e outro adicionais que compõem a remuneração e para isso é preciso bastante reconhecimento no setor.

Foi possível identificar quais cargos seriam de maior interesse, sendo que 16,58% se interessam pelo cargo de *cyber* atleta, 10,88% analista, 9,84% Social media, 9,33% comentaristas entre outros cargos, como foi o caso do tradutor e o arquiteto.

Conclui-se e que a maioria, dentro da amostra pertence ao gênero masculino 80,72%, com faixa etária dos 18 aos 22 anos 51,85% e que possuem renda familiar de 2 a 5 salários mínimos 61,73%, com o ensino superior incompleto 48,19%.

A faixa etária de pessoas que gostariam de ingressar nesse mercado é de 18 aos 27 anos, dentro do universo pesquisado.

Com a pesquisa foi possível observar que grande parte dos respondentes enxergam um crescimento do setor no Brasil e que atualmente para ingressar nesse setor é bastante difícil, pois são poucas as oportunidades e bem concorridas as que aparecem.

Apesar desses dados, foi difícil a realização da pesquisa, se postados em grandes grupos de *facebook* e *whatsapp* as pessoas tendem a ignorar, para isso o que mais foi mais efetivo foi ir um a um dos participantes, através do *whatsapp* em seu privado e pedir para responderem ou ir em *streamings* dos jogadores e pedir através do *chat* as pessoas que estavam assistindo responderem ao questionário.

Apresentado no referencial teórico a hierarquia das necessidades, o público desse setor tem uma condição financeira razoável então a busca por outras necessidades é o que movimenta a sua satisfação, principalmente autorrealização, está trabalhando com o que gosta e a busca do desenvolvimento contínuo. Na teoria X e Y, pode concluir que os profissionais desse setor tendem a ser funcionários Y, pois a dinâmica nesse setor é que cada um busque condições satisfatórias e desafiadoras para si. A teoria dos fatores de Herzberg, interfere sobre o prazer de realizar as tarefas de um profissional de jogos eletrônicos, afinal jogar, antes de ser uma profissão é também algo para as horas de lazer e isso movimenta os funcionários a se sentirem motivados, a quererem dar o seu melhor a cada responsabilidade ou desafio encontrado pela frente.

Justificando assim algum aspecto importante em cada teoria motivacional, pois o estudo tem um embasamento exploratório e não contém trabalhos semelhantes na época de criação dessa análise, sendo algo para o início em estudos acadêmicos do setor de jogos eletrônicos.

### **5.1.Recomendações para outros estudos**

O estudo abrange uma série de profissões e modalidades, mas foi identificada a dificuldade de ingressar nesse setor, seria interessante mostrar as formas de recrutamento para essas modalidades e se toda profissão tem o mesmo tipo de dificuldade, avaliar o tempo de carreira de um profissional nessa área, tanto os *cybers* atletas quanto os outros profissionais.

Diminuir a faixa etária para a pesquisa, o setor tem muitos *cybers* atletas menores de idade e avaliar o risco do abandono dos estudos e forçar na carreira de jogador profissional, analisar ameaças que isso trás e os motivos para o abandono dos estudos ou atrasos dos mesmos nas suas formações educacionais. Nesse contexto seria interessante estudos sobre formação educacional e oferta de cursos nessa área por parte das instituições de ensino.

## 6 Referências Bibliográficas

BERGAMINI, C. W. **Motivação nas organizações**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

Blog Counter-Strike, **Informações sobre o CS:GO**, <<https://blog.counter-strike.net/pt-pt/index.php/informacoes-sobre-o-csgo/>> Acesso em: 10 de Junho de 2019.

Blog Playerid, **Conheça a história dos videogames**, <<http://blog.playerid.com.br/conheca-a-historia-dos-videogames/>> Acesso em: 9 de junho de 2019.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral de Administração**. 7 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

Confederação brasileira de eSports, **História do eSports**, <<http://cbesports.com.br/esports/historia-do-esports/>> Acesso em: 10 de Junho de 2019

Economia, **eSports devem alcançar 450 milhões de pessoas 2019, diz consultoria**, <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/01/20/esports-crescimento-mercado-campeonatos-torneios.htm>> Acesso em: 10 de Junho de 2019.

Elemento79, **Profissão? Cyber atleta**, <<https://elemento79.com.br/profissao-cyber-atleta/>> Acesso em: 9 de junho de 2019.

Esporte Goiano, **League of Legends: tudo o que você precisa saber sobre a modalidade!**, <<https://esportegoiano.com.br/league-of-legends-conheca-modalidade/>> Acesso em: 10 de junho de 2019.

Esports Insider, **Esports job opportunities up 185% in first half of 2019** <<https://esportsinsider.com/2019/07/esports-jobs-growth-2019/>> Acesso em :12 de setembro de 2019.

Exame, **O crescimento da indústria de games no Brasil**, <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/o-crescimento-da-industria-de-games-no-brasil/>> Acesso em: 9 de junho de 2019.

FONSECA, João Saraiva da. **Metodologia da Pesquisa Científica**, 2002.

Marketing e Games, **Carreiras profissionais no mercado de e-Sports**, <<http://www.marketingegames.com.br/carreiras-profissionais-no-e-sport/>> Acesso em: 10 de junho de 2019.

Mycnb, **Além de cyber atletas conheça dez profissões para trabalhar com e-sports**, <<http://mycnb.uol.com.br/noticias/3324-alem-de-cyber-atleta-conheca-dez-profissoes-para-trabalhar-com-e-sports>> Acesso em: 9 de junho de 2019 <<https://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/dota-2.html>> Acesso em: 10 de Junho de 2019.

Newzoo, **Brazil games Market 2018**, <<https://newzoo.com/insights/infographics/brazil-games-market-2018/>> Acesso em: 10 de Junho de 2019.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia Científica: um manual para realização de pesquisas em administração**, 2011.

O Tempo, **Mercado de games cresce 15% no Brasil**, <<https://www.otempo.com.br/interessa/tecnologia-e-games/mercado-de-games-cresce-15-no-brasil-1.2137277>> Acesso em: 9 de junho de 2019.

Revista Em, **Mercado de games no Brasil, cresce apesar da crise**, <[https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2018/07/24/internas\\_economia,975277/mercado-de-games-no-brasil-cresce-apesar-da-crise.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2018/07/24/internas_economia,975277/mercado-de-games-no-brasil-cresce-apesar-da-crise.shtml)> Acesso em: 9 de junho de 2019.

ROBBINS, S.; JUDGE, T; SOBRAL, F. **Comportamento Organizacional – teoria e prática no contexto brasileiro**. 14.ed. São Paulo: Pearson, 2011.

SIQUEIRA, W. **A teoria X e a teoria Y, de Douglas McGregor**, <<https://administradores.com.br/artigos/a-teoria-x-e-a-teoria-y-de-douglas-mcgregor>> Acesso em: 03 de setembro de 2019

Sportv, **Pela primeira vez mercado de eSports vai superar 1 bilhão de dólares no ano**, <<https://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/pela-primeira->

vez-mercado-de-esports-vai-superar-1-bilhao-de-dolares-no-ano.ghml> Acesso em: 10 de junho de 2019.

Super Interessante, **Futebol, por que parar? parar por quê?** <<https://super.abril.com.br/saude/futebol-por-que-parar-parar-por-que/>> Acesso em 8 de novembro de 2019.

Tec8, **Cyber atleta**, <<https://tec8.com.br/cyber-atleta/>> Acesso em: 9 de junho de 2019.

Tecmundo, **Dota 2 é o primeiro a alcançar 1 milhão de jogadores simultâneos no Steam**, <<https://www.tecmundo.com.br/jogos/75137-dota-2-primeiro-alcancar-1-milhao-jogadores-simultaneos-steam.htm>> Acesso em: 10 de Junho de 2019.

Tectudo, **Videogames antigos: lista traz os primeiros consoles lançados no mundo**, <<https://www.techtodo.com.br/listas/noticia/2015/12/videogames-antigos-lista-traz-os-primeiros-consoles-lancados-no-mundo.html>> Acesso em: 9 de junho de 2019.

Torcedores, **Saiba quanto ganha um jogador profissional de esportes eletrônicos e como funciona esse mercado**<<https://www.torcedores.com/noticias/2018/10/saiba-quanto-ganha-um-jogador-profissional-de-esportes-eletronicos-esports>> Acesso em: 21 de setembro de 2019.

## Anexo – Questionário

### Motivações para ingressar no mercado de trabalho do E-sports

Q1: Você trabalha no mercado de esportes eletrônicos?

☐ Sim

☐ Não

Q2: Qual o tipo de vínculo você tem ou já teve com alguma empresa?

☐ CLT

☐ Trabalho Autônomo

☐ Trabalho Voluntário

☐ Empregado Doméstico

☐ Estágio Profissional

☐ Não se aplica

Q3: Você enxerga um crescimento em oportunidades de emprego nesse setor?

☐ Concordo Totalmente

☐ Concordo Parcialmente

☐ Indiferente

☐ Discordo Parcialmente

☐ Discordo Totalmente

Q4: Você gostaria de trabalhar no mercado de esportes eletrônicos?

☐ Concordo Totalmente

☐ Concordo Parcialmente

☐ Indiferente

☐ Discordo Parcialmente

☐ Discordo Totalmente

Q5: No mercado de qual jogo você gostaria de ingressar?

☐ League Of Legends

☐ CS:GO

☐ Dota 2

☐ Outro\_\_\_\_\_

Q6: Quais profissões seriam de seu interesse.

- ☐ Cyber Atleta
- ☐ Narrador
- ☐ Analista
- ☐ Comentarista
- ☐ Gerente de comunidades
- ☐ Treinador
- ☐ Manager
- ☐ Dono de uma Organização
- ☐ Social media
- ☐ Produtor de vídeo
- ☐ Psicólogo
- ☐ Jornalista
- ☐ Outro \_\_\_\_\_

Q7: O que mais motiva ingressar nesse mercado?

- ☐ Salário
- ☐ Status social
- ☐ Paixão pelo game
- ☐ Outro \_\_\_\_\_

Q8: Já tentou se candidatar a alguma profissão desse mercado, qual área?

---

Q9: Qual seu sexo?

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

Q10: Qual sua idade?

- ☐ 18 a 22 anos
- ☐ 23 a 27 anos
- ☐ 28 a 32 anos
- ☐ 33 a 37 anos
- ☐ 38 anos ou mais

Q11: Renda familiar?

- ☐ 1 salário mínimo
- ☐ 2 a 5 salários mínimos
- ☐ 6 a 7 salários mínimos
- ☐ Acima de 7 salários mínimos



Q12: Escolaridade?

- ☐ Ensino fundamental completo
- ☐ Ensino fundamental incompleto
- ☐ Ensino médio completo
- ☐ Ensino médio incompleto
- ☐ Ensino superior completo
- ☐ Ensino superior incompleto
- ☐ Pós-Graduação completa
- ☐ Pós-Graduação incompleta

Q13: Trabalha atualmente?

- ☐ Sim
- ☐ Não

Q14: Largaria seu atual emprego para ingressar nesse setor?

- ☐ Concordo Totalmente
- ☐ Concordo Parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Discordo Parcialmente
- ☐ Discordo Totalmente

Q15: Qual sua percepção quanto aos salários dos jogadores no Brasil, você acha que os profissionais desse mercado ganham bem?

- ☐ Concordo Totalmente
- ☐ Concordo Parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Discordo Parcialmente
- ☐ Discordo Totalmente

Q16: Você acha que os profissionais desse mercado trabalham apenas pelo salário?

- ☐ Concordo Totalmente
- ☐ Concordo Parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Discordo Parcialmente
- ☐ Discordo Totalmente

Q17: Você acha que os profissionais desse mercado trabalham apenas pelo status social que os jogos proporcionam?

- ☐ Concordo Totalmente
- ☐ Concordo Parcialmente
- ☐ Indiferente

☐ Discordo Parcialmente

☐ Discordo Totalmente

Q18: Você acha que os profissionais desse mercado trabalham apenas por paixão ao game?

☐ Concordo Totalmente

☐ Concordo Parcialmente

☐ Indiferente

☐ Discordo Parcialmente

☐ Discordo Totalmente

Q19: O que acha da seguinte afirmação: É fácil entrar no mercador de E-sport.

☐ Concordo Totalmente

☐ Concordo Parcialmente

☐ Indiferente

☐ Discordo Parcialmente

☐ Discordo Totalmente

Q20: Jogares ganham muito bem, mas as outras funções ganham mal.

☐ Concordo Totalmente

☐ Concordo Parcialmente

☐ Indiferente

☐ Discordo Parcialmente

☐ Discordo Totalmente

Q21: Se eu tivesse abrigo, comida e conforto, trabalharia independentemente do valor do salário.

☐ Concordo Totalmente

☐ Concordo Parcialmente

☐ Indiferente

☐ Discordo Parcialmente

☐ Discordo Totalmente

Q22: Tenho planos de tentar ingressar no mercado de *e-sports*.

☐ Concordo Totalmente

☐ Concordo Parcialmente

☐ Indiferente

☐ Discordo Parcialmente

☐ Discordo Totalmente