INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Perceções sociais sobre os eSports em Portugal: desafios comunicacionais, digitais e culturais

Ricardo Castelo Cadeireiro

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:
Doutor Tiago Silva Lapa, Professor Auxiliar, ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

outubro, 2025

SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de Sociologia

Perceções sociais sobre os eSports em Portugal: desafios comunicacionais, digitais e culturais

Ricardo Castelo Cadeireiro

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:
Doutor Tiago Silva Lapa, Professor Auxiliar, ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

outubro, 2025

Agradecimentos

À minha mãe, a melhor mãe do mundo. O meu amor por ti é incondicional. O teu carinho, paciência e presença infinitos acompanham-me desde o meu primeiro sopro de vida até hoje. Nada descreve o quanto te devo. Tenho a certeza de que o nosso laço é eterno. Amo-te, mãe.

Ao meu pai, o melhor pai do mundo. Desde pequeno que foste o meu pilar e a minha maior inspiração. Sei que, sem o teu apoio e presença, dificilmente teria chegado até aqui. A tua sabedoria, paciência e sentido de justiça ensinaram-me o que realmente importa na vida. És, e serás sempre, o meu maior ídolo. Amo-te, pai.

Ao meu irmão, o melhor irmão do mundo. És a pessoa mais bondosa que conheço, com um coração puro e uma generosidade rara. Obrigado por estares sempre ao meu lado, com o teu carinho e paciência. A tua presença dá-me paz e força. Amo-te, Rafa.

Aos meus melhores amigos, os melhores melhores amigos do mundo. A minha vida só faz sentido com vocês. Cada um de vocês faz parte do que sou, e muito do que me tornei devo à vossa amizade, paciência e apoio em todos os momentos. Obrigado por me fazerem rir, por me ouvirem e por estarem sempre presentes. Amo-vos.

À minha amiga Mineeva, a melhor amiga Mineeva do mundo! A nossa amizade vem de antes do mestrado, mas este percurso tornou-a ainda mais forte. Estiveste sempre ao meu lado, em cada etapa, com o teu apoio, paciência e boa energia. Tornaste esta caminhada mais fácil e especial. És daquelas pessoas raras, e ter-te comigo fez toda a diferença. Conseguimos!

Ao meu orientador, professor Tiago Lapa. Agradeço a disponibilidade, paciência e compreensão demonstradas ao longo deste processo, bem como o facto de ter aceitado orientar este trabalho. Foi também o meu professor preferido do mestrado, e guardo com apreço as aprendizagens que partilhou nas suas aulas.

Resumo

Esta dissertação analisa as perceções sociais sobre os eSports em Portugal a partir de três dimensões analíticas: comunicação, literacia digital e dimensão sociocultural. Com base numa revisão de literatura sobre ecossistemas mediáticos, competências digitais e representações socioculturais, examina-se a forma como estas dimensões se manifestam no ecossistema português. Metodologicamente, recorre-se a uma abordagem quantitativa de carácter exploratório, assente na aplicação de um questionário online a 107 residentes em Portugal com diferentes níveis de envolvimento com os eSports. O instrumento foi construído para testar três hipóteses: (i) as organizações nacionais adotam estratégias comunicacionais menos estruturadas e integradas do que as internacionais; (ii) os jovens portugueses interessados em eSports revelam literacia digital elevada, mas enfrentam constrangimentos estruturais e institucionais à profissionalização; (iii) a sociedade portuguesa expressa perceções menos legitimadoras dos eSports enquanto prática profissional e expressão cultural.

Os resultados apontam, na perspetiva dos inquiridos, para uma forte valorização das plataformas digitais como meio de visibilidade e profissionalização, coexistindo com baixos níveis de participação ativa. A literacia digital manifesta-se sobretudo no plano instrumental, acompanhada de consciência ética consistente, enquanto a vertente crítica surge menos consolidada. Culturalmente, os eSports são amplamente reconhecidos como forma legítima de competição, mas persistem estigma social e legitimação institucional limitada. Conclui-se que o contexto português dos eSports combina dinâmicas digitais relativamente consolidadas com fragilidades persistentes ao nível da legitimação simbólica e institucional.

Palavras-chave: eSports; comunicação digital; literacia digital; perceção sociocultural; Portugal

Abstract

This dissertation analyses social perceptions of eSports in Portugal through three analytical dimensions: communication, digital literacy, and the sociocultural dimension. Drawing on a literature review of media ecosystems, digital competencies, and sociocultural representations, the study examines how these dimensions manifest within the Portuguese eSports ecosystem. Methodologically, an exploratory quantitative approach was adopted, based on an online questionnaire administered to 107 participants residing in Portugal with different levels of involvement in eSports. The instrument was designed to test three hypotheses: (i) national organisations adopt less structured and integrated communication strategies than their international counterparts; (ii) Portuguese youth interested in eSports display high levels of digital literacy but face structural and institutional constraints to professionalisation; (iii) Portuguese society expresses less legitimising perceptions of eSports as a professional practice and cultural expression.

The results indicate, from the respondents' perspective, a strong valuation of digital platforms as a means of visibility and professionalisation, alongside low levels of active participation. Digital literacy manifests primarily in its instrumental dimension, accompanied by consistent ethical awareness, while the critical dimension remains less developed. At a cultural level, eSports are widely recognised as a legitimate form of competition, although social stigma and limited institutional legitimacy persist. The study concludes that the Portuguese eSports context combines relatively consolidated digital dynamics with persistent weaknesses in symbolic and institutional legitimation.

Keywords: eSports; digital communication; digital literacy; sociocultural perception; Portugal

Índice

Agradecimentos i
Resumo iii
Abstract v
Índice vii
Introdução 1
Capítulo 1 – Revisão de Literatura 5
1.1. Comunicação e marketing nos eSports 5
1.1.1. Fundamentos teóricos da comunicação e do marketing 5
1.1.2. Comunicação nas plataformas de transmissão 6
1.1.3. Comunicação nas redes sociais 7
1.1.4. Comparação com práticas portuguesas 9
1.2. Literacia digital aplicada aos eSports 10
1.2.1. Fundamentos teóricos da literacia digital 10
1.2.2. Competências digitais nos eSports 11
1.2.3. Literacia digital e o contexto português dos eSports 13
1.3. Dimensão sociocultural dos eSports 14
1.3.1. Representações sociais e construção simbólica 15
1.3.2. Os eSports na cultura contemporânea 15
1.3.3. Legitimação social e barreiras culturais em Portugal 17
Capítulo 2 – Metodologia 19
2.1. Hipóteses de investigação 19
2.2. Tipo de estudo e abordagem metodológica 20
2.3. Instrumento e procedimentos da recolha de dados 20
2.4. Procedimentos de análise de dados 23
Capítulo 3 – Resultados e Discussão 25
3.1. Apresentação dos resultados 25
3.2. Caracterização da amostra 26
3.3. Comunicação e envolvimento com os eSports 28
3.4. Literacia e competências digitais nos eSports 30
3.5. Cultura e perceção social dos eSports 32
3.6. Síntese da análise empírica 34
Conclusão 37
Referências Bibliográficas 39
Anexos 43
Anexo A – Questionário aplicado 43

Introdução

Nas últimas décadas, os eSports afirmaram-se como um dos fenómenos culturais mais expressivos da era digital. O que começou como um passatempo de nicho evoluiu para uma indústria global, onde jogo, tecnologia e media se cruzam num ecossistema que combina competição, espetáculo e comunidade. Mais do que entretenimento, os eSports configuram novas formas de interação social e cultural, baseadas na conectividade e na partilha de experiências em rede.

Apesar de frequentemente utilizados de forma indistinta no discurso mediático e quotidiano, os conceitos de gaming e eSports remetem para práticas distintas. O gaming refere-se, de forma ampla, à prática de jogar videojogos, podendo assumir diferentes contextos e motivações, como o lazer, a socialização ou a competição informal. Já os eSports dizem respeito a uma forma específica e institucionalizada de competição digital, caracterizada por regras formais, estruturas organizadas, equipas, ligas, torneios, audiências mediáticas e, em muitos casos, modelos económicos próprios.

Esta distinção assume particular relevância no âmbito do presente estudo, na medida em que o termo eSports é frequentemente mobilizado em articulação, ou mesmo em sobreposição, com práticas de gaming em sentido mais amplo. A clarificação conceptual torna-se, assim, necessária para enquadrar a análise de dimensões como a profissionalização, a comunicação organizacional e a legitimação sociocultural dos eSports no contexto português, contribuindo para uma leitura mais rigorosa do fenómeno em estudo.

A nível internacional, o crescimento económico e mediático do setor tem despertado o interesse de investigadores nas áreas da comunicação, cultura e tecnologia, que analisam o modo como o digital tem vindo a redefinir as formas de produção simbólica e de consumo. Contudo, em Portugal, a investigação sobre eSports permanece escassa e fragmentada, sendo desenvolvida a partir de perspetivas diversas, mas com menor enfoque nas suas dimensões comunicacionais e socioculturais. Torna-se, por isso, pertinente compreender esta realidade através de uma abordagem que articule media, tecnologia e cultura, identificando os mecanismos que moldam os processos de legitimação pública dos eSports no contexto nacional.

Nos últimos anos, o ecossistema português dos eSports tem registado um crescimento visível, impulsionado pela profissionalização de equipas e ligas, pela realização de eventos de grande escala e pela crescente atenção mediática. O aumento das audiências em plataformas de *streaming*, a entrada de marcas não endémicas e o investimento em arenas e competições

nacionais evidenciam dinâmicas associadas a um processo de consolidação, aproximando Portugal das tendências internacionais. Paralelamente, esta expansão contrasta com a ausência de políticas públicas específicas e com o reduzido reconhecimento institucional do setor, reforçando a necessidade de uma análise académica aprofundada das dimensões comunicacionais, digitais e socioculturais que estruturam as perceções sociais sobre os eSports no país.

A relevância deste estudo é simultaneamente científica e social. No plano científico, o trabalho contribui para o aprofundamento do conhecimento sobre o ecossistema dos eSports, ao articular três dimensões ainda pouco exploradas em conjunto: a comunicação digital, a literacia digital e as perceções socioculturais. Esta abordagem permite compreender como os processos comunicacionais, as competências digitais e as dinâmicas socioculturais moldam as representações e experiências associadas aos eSports, a relação entre organizações e comunidades e a construção de significados partilhados num espaço onde o entretenimento, o desempenho e a identidade se entrecruzam. No plano social, o estudo oferece uma leitura crítica sobre o modo como os eSports se inserem no panorama cultural português, revelando a tensão entre inovação tecnológica e reconhecimento simbólico. Num momento em que o digital se assume como eixo estruturante das práticas quotidianas e profissionais, compreender o lugar dos eSports implica também analisar novas formas de socialização, pertença e valorização cultural num país ainda em fase de consolidação neste domínio.

Neste enquadramento, o presente estudo tem como objetivo geral compreender as perceções sociais sobre os eSports em Portugal, analisando de que modo a comunicação, a literacia digital e as dimensões socioculturais se inter-relacionam. Os objetivos específicos passam por: (1) analisar as estratégias comunicacionais adotadas por organizações e atores nacionais; (2) avaliar o nível de literacia digital das comunidades envolvidas nos eSports e a sua influência na profissionalização do setor; e (3) examinar as representações e perceções sociais que condicionam a legitimação dos eSports como prática cultural e profissional.

Formulam-se as seguintes hipóteses: (1) as organizações portuguesas de eSports tendem a adotar estratégias de comunicação menos estruturadas e integradas do que as suas congéneres internacionais; (2) os jovens portugueses interessados em eSports, embora revelem níveis elevados de literacia digital, enfrentam constrangimentos institucionais e estruturais que dificultam a profissionalização; e (3) as perceções sociais sobre os eSports mantêm menor legitimidade enquanto prática profissional e expressão cultural, refletindo um contexto nacional ainda em consolidação face a realidades internacionais mais desenvolvidas.

Ao articular estas dimensões, o estudo procura oferecer uma leitura abrangente do ecossistema português dos eSports, relacionando práticas comunicacionais, níveis de literacia digital e enquadramentos socioculturais. A investigação conjuga reflexão crítica e análise empírica, contribuindo com dados originais sobre o contexto português e propondo uma interpretação que evidencia as interdependências entre comunicação, literacia e cultura. Estes resultados poderão apoiar o aperfeiçoamento das estratégias de comunicação das organizações nacionais, uma melhor compreensão da literacia digital e mediática dos atores do setor e uma maior legitimação institucional e cultural dos eSports em Portugal.

Ao longo dos capítulos seguintes, o trabalho desenvolve-se de forma progressiva. O Capítulo 1 apresenta a revisão da literatura, articulando os principais contributos teóricos e empíricos sobre comunicação, literacia digital e cultura nos eSports. O Capítulo 2 descreve a metodologia, a construção do questionário e as hipóteses da investigação. O Capítulo 3 analisa os resultados obtidos e confronta-os com o enquadramento teórico. Por fim, a Conclusão sintetiza os principais resultados, discutindo as suas implicações e apontando caminhos para o futuro estudo e compreensão dos eSports em Portugal.

Capítulo 1 – Revisão de Literatura

1.1. Comunicação e marketing nos eSports

Os eSports, enquanto prática competitiva institucionalizada, constituem um campo híbrido de comunicação e media, onde práticas mediáticas e estratégias de marketing se cruzam com o jogo e a performance competitiva em ecossistemas digitais interconectados. A visibilidade pública do desempenho, a participação das audiências e a circulação contínua de conteúdos transformam a competição num fenómeno mediático de escala global, com efeitos diretos nas estratégias de marketing e na profissionalização do setor.

Para lá do entretenimento, este fenómeno revela como a comunicação e a tecnologia se articulam em redes que ligam produtores, jogadores e públicos. Transmissões em direto, comunidades no Discord e conteúdos gerados pelos utilizadores exemplificam novas formas de mediação e envolvimento social. Neste quadro, comunicação e marketing assumem uma natureza colaborativa, baseada em processos de coprodução e partilha que sustentam reputações, fidelizam audiências e estruturam identidades coletivas no espaço digital. Esta interdependência entre media, comunicação e performance competitiva define o campo global dos eSports e apresenta expressões distintas em diferentes contextos nacionais, que serão abordadas ao longo desta análise.

1.1.1. Fundamentos teóricos da comunicação e do marketing

A comunicação é um processo social pelo qual os indivíduos partilham informação, significados e experiências mediante símbolos que estruturam a vida coletiva (Berelson & Steiner, 1964). Carey (2009) distingue duas leituras complementares: uma transmissiva, focada na difusão de informação, e uma ritual, centrada na manutenção da cultura. Com a digitalização, os fluxos tornaram-se interativos e participativos, refletindo "a cultural shift as consumers are encouraged to seek out new information and make connections among dispersed media content" (Jenkins, 2006, p. 3). Em conjunto, estas abordagens explicam o atual ecossistema comunicacional, marcado por participação, interatividade e convergência.

A noção de sociedade em rede (Castells, 2002) aprofunda esta leitura ao mostrar como as tecnologias digitais sustentam formas descentralizadas de comunicação e de coordenação. A informação circula de modo contínuo e multidirecional, esbatendo a fronteira entre emissores

e recetores e abrindo espaço a práticas colaborativas, como transmissões em direto, comunidades no Discord e conteúdo gerado pelos utilizadores.

No plano do marketing, Kotler (2000) conceptualiza-o como um processo social e de gestão orientado para a criação de valor e para trocas que satisfaçam indivíduos e organizações em simultâneo. Esta visão desloca o foco da mensagem isolada para as interações e experiências que constroem relações.

A cocriação de valor (Prahalad & Ramaswamy, 2004) reforça essa mudança ao sublinhar a participação ativa dos públicos na experiência. Em contextos digitais, os consumidores tornam-se coprodutores de significado e valor, participando na conceção, adaptação e circulação de conteúdos. No caso dos eSports, "the experience of eSports is co-created by multiple marketing actors […] enriching and sustaining the experiential value of eSports consumption" (Seo, 2013, p. 1543), envolvendo empresas de jogos, jogadores, comunidades, organizadores e reguladores.

Em síntese, estas perspetivas fornecem a base teórica para compreender como comunicação e marketing se entrelaçam na criação de experiências coletivas e de valor relacional em ambientes mediados por tecnologia. Este enquadramento orienta a análise das dinâmicas comunicacionais exploradas nas secções seguintes, com particular atenção ao contexto português, onde estas dinâmicas se manifestam num ecossistema ainda em consolidação, no qual a comunicação e o marketing digital assumem um papel crescente na profissionalização das equipas, na mediação com as audiências e na criação de valor simbólico.

1.1.2. Comunicação nas plataformas de transmissão

As organizações internacionais de eSports, como editoras, ligas e equipas, operacionalizam a participação em rede através de comunicação contínua, distribuída e multiplataforma, combinando transmissões em direto, redes sociais e espaços de conversação. A expansão das transmissões em direto aproxima a temporalidade televisiva do "tempo real" da interatividade própria da cultura digital. Taylor (2018, p. 10) designa esta forma por *networked broadcasting*, ao integrar jogo, comentadores e audiências globalmente dispersas. Neste contexto, o espetador deixa a posição de recetor passivo e participa ativamente na produção e circulação de significados (Jenkins, 2006; Taylor, 2018).

Formatos de envolvimento, como *chats* em tempo real, *drops* (recompensas associadas à visualização), conteúdos gerados pelos utilizadores e votações, alinham-se com motivações centrais do público dos eSports, incluindo entretenimento, socialização, aprendizagem e experiência vicária de competição (Sjöblom & Hamari, 2017). Estas práticas evidenciam que a

comunicação, mais do que difusão, integra a própria experiência mediática e contribui para o valor experiencial do setor.

A maturação de entidades como a Riot Games, a ESL e a BLAST (circuito BLAST Premier) ilustra a passagem de estratégias centradas na promoção de eventos para ecossistemas de marca integrados que articulam plataformas, conteúdos e comunidades (Scholz, 2019). Esta coordenação assenta sobretudo na Twitch, embora outras plataformas desempenhem papéis relevantes em diferentes mercados, como o YouTube ou a Huya. Como referem Johnson e Woodcock (2018), "the success of contemporary games increasingly relies on marketing through a live streaming platform like Twitch". Ao combinar transmissão, narrativa competitiva e práticas participativas, estas organizações transformam a comunicação numa extensão da experiência desportiva (Taylor, 2018).

O caso da Riot Games é ilustrativo: o ecossistema competitivo de *League of Legends* articula narrativa desportiva com distribuição transmediática, incluindo séries documentais, perfis de jogadores e conteúdos de bastidores, reforçando a identificação emocional do público com o jogo e com as equipas (Taylor, 2018; Scholz, 2019). De modo convergente, a ESL estimula a participação dos fãs em qualificações e coberturas de eventos, consolidando uma cultura de cocriação (Seo, 2013). Além disso, novas funcionalidades de envolvimento e monetização têm sido pilotadas em canais de eSports, confirmando o papel experimental do setor: "some of Twitch's more recent features—such as 'cheering'—were in part trialled in esports channels" (Johnson, 2024, p. 2).

Em conjunto, estas opções mostram como a ligação entre transmissão em direto, linha editorial transmediática e interação contínua sustenta um circuito comunicacional prolongado nas redes sociais e nas práticas promocionais, reforçando a visibilidade e a fidelização em torno das marcas competitivas. Em Portugal, observa-se uma adoção gradual destas lógicas, embora em menor escala, em paralelo com a consolidação das estruturas competitivas e comunicacionais do setor; esta tendência tem ampliado a presença pública dos eSports e o reconhecimento do seu valor mediático, num processo ainda em afirmação.

1.1.3. Comunicação nas redes sociais online

Nos eSports, as redes sociais online funcionam como o principal ponto de contacto entre equipas, jogadores e fãs. Prolongam a performance competitiva através de publicações regulares e formatos de proximidade, sustentando narrativas que extravasam o momento do jogo. A natureza interativa destas plataformas favorece a visibilidade por via da partilha de

rotinas e de conteúdos de bastidores. Marwick e boyd (2011) descrevem esta dinâmica como *performed intimacy*: a revelação controlada de fragmentos pessoais cria a perceção de acesso privilegiado e fortalece vínculos afetivos com as audiências. Esta lógica observa-se em jogadores profissionais, equipas e marcas que recorrem a conteúdos de bastidores, diários de competição e interação direta para consolidar comunidades e reforçar a identificação dos fãs.

A comunicação nas redes não se esgota na promoção de eventos ou produtos; ocupa um lugar central na construção de autenticidade e pertença. Khamis, Ang e Welling (2016) conceptualizam este processo como *self-branding*, um trabalho continuado de gestão da identidade pública que articula transparência e expressão emocional com objetivos de reputação e alcance. Em contexto competitivo, o *branding* individual e coletivo tem sido determinante para manter relevância mediática e confiança do público. Formatos como *highlights*, conteúdos de bastidores, clipes curtos, *memes*, reações e *lives* atuam como dispositivos narrativos que humanizam a performance e transformam jogadores e equipas em protagonistas culturais.

Segundo Baym (2015), o *relational labor* corresponde à manutenção continuada de relações com as audiências por meio da comunicação regular ao longo do tempo, com impacto na sustentabilidade do trabalho remunerado. De forma complementar, Abidin (2018) utiliza *visibility labour* para designar a manutenção quotidiana da presença pública e a curadoria sistemática de conteúdos. Nestes enquadramentos, a visibilidade nos canais de equipas e jogadores assenta na interação constante, na resposta aos fãs e numa performance de proximidade. A autenticidade performativa, frequentemente expressa através de humor, espontaneidade e transparência, é mobilizada como ativo relacional associado ao envolvimento e à fidelização num ambiente saturado de conteúdos.

Em alguns casos, os jogadores aproximam-se do estatuto de celebridade digital. Como observa Taylor (2018), a dimensão performativa do jogo e a exposição mediática constante colocam-nos num regime de visibilidade próximo do entretenimento *mainstream*. Um exemplo é Lee "Faker" Sang-hyeok, múltiplo campeão mundial de *League of Legends*, reconhecido pelo seu desempenho competitivo e por uma presença pública consistente em campanhas, documentários e conteúdos nas redes sociais. Em 2025, foi distinguido como *Esports PC Player of the Decade* nos Esports Awards (Esports Awards, 2025), consolidando o seu estatuto de referência global. Este processo de difusão simbólica mostra como a popularidade individual amplia a visibilidade da sua equipa (T1), da liga coreana *League of Legends Champions Korea* (LCK) e do próprio jogo. Em Portugal, observa-se a mesma lógica em menor escala, como exemplifica Ricardo "Fox" Pacheco, amplamente reconhecido pela sua trajetória internacional em *Counter-Strike* (Esports Insider, 2024), que recorre às redes sociais e à exposição mediática

para consolidar a sua imagem pública e reforçar o vínculo com as comunidades. Assim, a visibilidade nos eSports resulta do cruzamento entre desempenho técnico e comunicação relacional continuada, onde autenticidade, proximidade e interação operam como vetores centrais de envolvimento e fidelização.

1.1.4. Comparação com práticas portuguesas

O ecossistema português de eSports combina transmissão de competições, redes sociais e envolvimento comunitário, replicando à sua escala a articulação entre produção competitiva e participação do público. A RTP Arena, marca da Rádio e Televisão de Portugal dedicada aos desportos eletrónicos, assegura cobertura regular de torneios, produção editorial e distribuição multiplataforma, contribuindo para a visibilidade pública e para a legitimação cultural do setor (RTP Arena, 2025).

No plano organizacional, a Federação Portuguesa de Desportos Eletrónicos (FPDE) (2025) enquadra e regula a competição nacional e representa Portugal junto de instâncias internacionais, em articulação com a International Esports Federation (2025) e a Global Esports Federation (2025). A formalização federativa procura legitimar o setor e consolidar mecanismos de certificação de atletas e clubes.

As principais ligas nacionais, como a Worten Game Ring LPLOL (2025) (*League of Legends*) e a eLiga Portugal (2025) (*EA Sports FC*), estruturam competições com acesso a circuitos europeus. Os prémios monetários situam-se, em geral, entre €5 000 e €20 000, valores inferiores aos praticados em ligas internacionais como a LEC ou a EMEA Masters (2025). Esta diferença reflete a menor escala competitiva e financeira e é reforçada pela dependência de patrocínios nacionais, como o Worten Game Ring (2025).

Em termos de presença digital, equipas como SAW (2025), FTW (2025) e K1CK (2025) exemplificam práticas de *self-branding* e *relational labour* (Marwick & boyd, 2011; Khamis, Ang, & Welling, 2016; Baym, 2015), recorrendo a highlights, conteúdos de bastidores e transmissões em direto para reforçar a autenticidade e a proximidade com as comunidades. Ainda assim, operam com recursos comunicacionais mais limitados do que estruturas internacionais, o que se traduz numa cadência e numa diversificação de conteúdos mais contida.

De forma geral, o caso português acompanha formatos e integrações transmediáticas internacionais, distinguindo-se pela escala reduzida, pela dependência de patrocínios locais e por uma governação ainda em consolidação. Em linha com a Resolução do Parlamento Europeu sobre eSports e Videojogos (2022), a maturidade do setor no espaço europeu apresenta

assimetrias condicionadas pelos contextos nacionais, mantendo-se carências de dados harmonizados e de enquadramento regulatório. O modelo português situa-se, assim, numa fase intermédia de profissionalização, marcada por ambição internacional e ancoragem local.

1.2. Literacia digital aplicada aos eSports

A consolidação dos eSports assenta em práticas comunicacionais e técnico-operacionais de elevada complexidade, sustentadas por competências digitais. Neste quadro, a literacia digital ultrapassa o mero acesso à informação e à sua avaliação online: envolve destreza operacional e cognitiva em ambientes de jogo, domínio de interfaces e dispositivos, compreensão das regras e do metajogo, bem como a apropriação de vocabulários e dinâmicas próprias das plataformas (por exemplo, leitura de *patch notes*, gestão de latência, configuração de *keybinds* e interpretação de *HUD*).

À luz de Gee (2003) e Jenkins (2006), jogar e participar em comunidades digitais configura uma aprendizagem situada que mobiliza competências técnicas, interpretativas e colaborativas. Assim, possuir literacia digital nos eSports implica articular proficiência técnica com leitura crítica das plataformas e das comunidades, compreendendo as infraestruturas tecnológicas que sustentam o fenómeno. Trata-se de uma competência indispensável para um envolvimento informado, seguro e eficaz de jogadores, equipas e audiências.

1.2.1. Fundamentos teóricos da literacia digital

A discussão sobre literacia digital parte do entendimento funcional da literacia. Benavente et al. (1996) definem-na como "*as capacidades de processamento de informação escrita na vida quotidiana*" (p. 4), sublinhando a aplicação prática de saberes básicos em contextos pessoais e profissionais. No campo da literacia mediática, Livingstone (2004) descreve "*the ability to access, analyse, evaluate and create messages across a variety of contexts*" (p. 3). A literacia digital amplia esta perspetiva ao integrar práticas, plataformas e fluxos de dados que estruturam a vida em rede.

Sebastião (2014) articula três níveis interdependentes de competências: acesso, isto é, a capacidade de entrar e navegar no espaço digital; compreensão, que envolve leitura crítica e contextual de conteúdos; e utilização, relativa ao uso criativo, seguro e ético de ferramentas digitais. Em conjunto, estes níveis demonstram que a literacia digital articula dimensões técnicas, cognitivas e sociais, constituindo um processo de aprendizagem contínuo e adaptativo.

No contexto europeu, o quadro DigComp 2.2 (Vuorikari, Kluzer, & Punie, 2022) organiza a literacia digital em cinco domínios: (1) informação e dados; (2) comunicação e colaboração; (3) criação de conteúdo digital; (4) segurança; e (5) resolução de problemas. Este referencial permite avaliar e desenvolver competências, funcionando como base para políticas educativas e programas de formação.

No plano específico dos jogos digitais, a literatura recente descreve o jogo como um contexto de aprendizagem situada e de desenvolvimento de sub-literacias. A revisão sistemática de De La Hera et al. (2024) reúne e analisa estudos sobre *digital literacy games*, identificando a aquisição de competências técnicas, interpretativas e colaborativas em ambientes sociotécnicos complexos, oferecendo um enquadramento relevante para compreender as exigências de literacia nos eSports. Os autores salientam que "digital games have been recognized as interesting tools to gain digital literacy skills at a young age" (p. 1), evidenciando o seu potencial formativo.

A literacia digital deve ser entendida como um conjunto dinâmico e cumulativo de capacidades em permanente adaptação aos contextos digitais. Nos eSports, manifesta-se de forma integrada em práticas de jogo, comunicação e desempenho competitivo, incluindo leitura de *patch notes*, gestão de latência, coordenação tática em equipa e gestão da presença pública nas plataformas.

1.2.2. Competências digitais nos eSports

As práticas competitivas nos eSports exigem um conjunto de competências digitais que articulam domínio técnico, análise estratégica e colaboração em rede. A literacia digital, até aqui tratada de forma conceptual, assume aqui expressão prática: são saberes e procedimentos que sustentam a performance individual e coletiva em ambientes tecnologicamente exigentes.

As competências técnico-operacionais dizem respeito ao domínio das ferramentas e dos mecanismos de interação com o jogo. Incluem a gestão de *inputs* e *setups*, a configuração de dispositivos e periféricos, o controlo da latência e da taxa de atualização, a adaptação a patch notes e a leitura do metajogo. Estes processos requerem destreza motora fina, coordenação óculo-manual e precisão temporal, aproximando-se de rotinas de treino profissional (Nagorsky & Wiemeyer, 2020). A investigação sobre desempenho motor e biomecânica em eSports mostra que a proficiência se associa a padrões de eficiência e consistência do movimento, variando consoante o género do jogo, como *first-person shooters* (FPS), *multiplayer online battle arenas* (MOBA) ou *battle royales*, e também em função dos periféricos utilizados (Dupuy, Campbell,

Harrison, & Toth, 2025; Pluss, et al., 2020; Conroy, Toth, & Campbell, 2022; Kim, Park, & Lee, 2022; Dupuy, Campbell, Harrison, & Toth, 2024).

As competências analítico-decisórias referem-se à capacidade de interpretar informação e tomar decisões rápidas com base no contexto. O jogador competitivo analisa *replays*, métricas de desempenho e indicadores como *cooldowns*, posicionamento ou mapas de calor, desenvolvendo raciocínio estratégico e pensamento crítico (Sharpe, Besombes, Welsh, & Birch, 2022). Esta literacia analítica é continuamente desafiada por alterações nos sistemas de jogo, exigindo adaptação a versões e parâmetros variáveis (Chitayat, Block, Walker, & Drachen, 2023). Configura-se assim como uma aprendizagem situada (Gee, 2003), alicerçada na experimentação, no feedback e na resolução de problemas sob pressão e incerteza.

A dimensão interacional das competências digitais manifesta-se na comunicação e na coordenação entre jogadores. O desempenho competitivo assenta em processos colaborativos que integram *shot-calling*, coordenação e planeamento tático, e gestão de equipas multiculturais. A comunicação eficaz em tempo real requer vocabulários partilhados, clareza de papéis, bem como autorregulação emocional e uso competente de canais de voz, *pings* e *in-game calls*, fatores centrais em contextos de cooperação intensa (Walz & Deterding, 2014).

Por fim, a literacia digital envolve uma dimensão ética e de segurança. A exposição constante e a alta competitividade trazem riscos associados à privacidade, ao assédio, à toxicidade e à manipulação do jogo (*cheating*). Gerir e compreender estas dinâmicas é essencial para promover ambientes saudáveis e inclusivos (Marwick & boyd, 2011), evidenciando que a literacia digital ultrapassa a proficiência técnica e implica responsabilidade individual e coletiva.

A Figura 1.1 sintetiza as principais dimensões de competências associadas à prática competitiva nos eSports, com base na proposta de Nagorsky e Wiemeyer (2020), cruzando domínios técnicos, cognitivos, sociais e mediáticos.

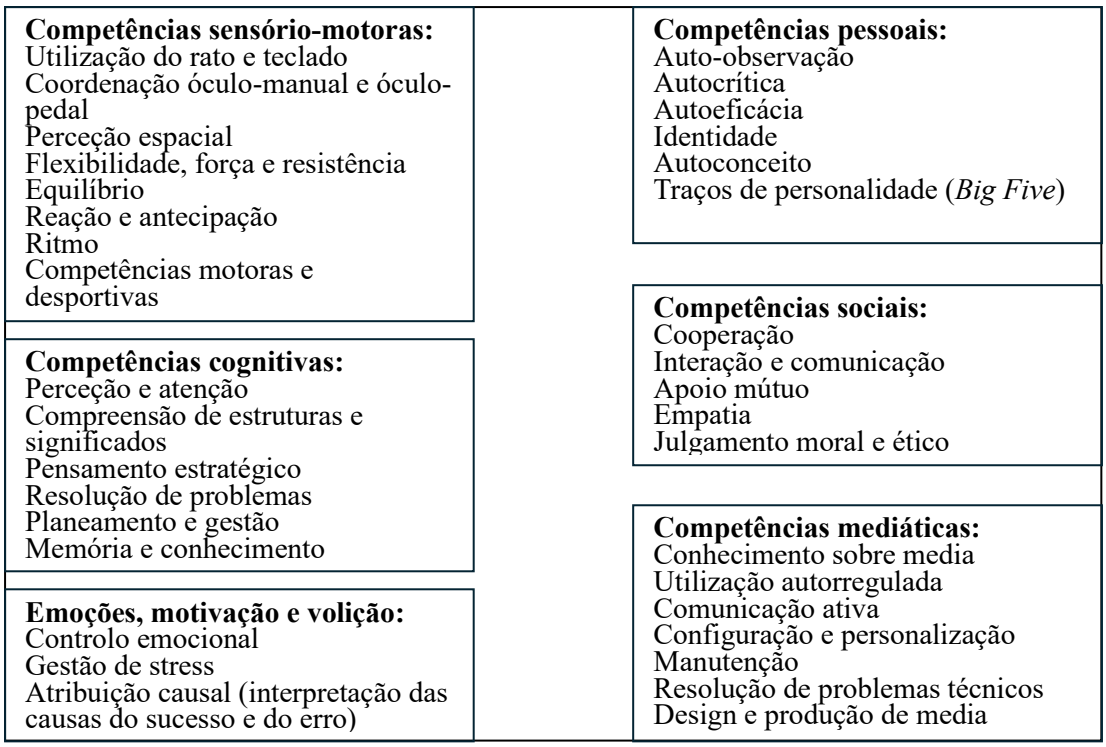


Figura 1.1 – Estrutura das competências de desempenho e treino nos eSports

Fonte: Adaptado de Nagorsky e Wiemeyer (2020).

Em conjunto, as dimensões técnicas, analíticas, sociais e éticas sustentam a profissionalização dos eSports, revelando uma literacia digital expandida que articula conhecimento tecnológico, pensamento crítico e conduta responsável. Este quadro de competências serve de base para a leitura do contexto português, onde, como se analisa na secção seguinte, o nível de maturidade digital e as assimetrias nas competências criativas e críticas constituem fatores determinantes no processo de consolidação dos eSports.

1.2.3. Literacia digital e o contexto português dos eSports

Como referido na secção 1.1.4, as estratégias de comunicação do ecossistema português dos eSports são relativamente visíveis e mensuráveis. Já a literacia digital, menos diretamente mensurável, é decisiva para compreender constrangimentos e margens de evolução do setor. A consolidação dos eSports em Portugal depende não só da adoção de formatos comunicacionais inovadores, mas também da proficiência técnica, analítica, social e ética dos intervenientes.

Segundo a Autoridade Nacional de Comunicações (2024), com base no Digital Skills Indicator 2.0 (referente a 2023), 29,9% da população portuguesa entre os 16 e os 74 anos apresenta competências digitais acima do nível básico. Persistem assimetrias: 14,2% da população não utilizou a internet nos três meses anteriores à recolha de dados, e as dimensões

de criação de conteúdos digitais (45,8%) e resolução de problemas (43,7%) ficam abaixo da média europeia. Em síntese, o uso funcional das tecnologias está amplamente difundido, mas as competências criativas e críticas, centrais nos eSports pela exigência de experimentação, adaptação e trabalho colaborativo, mantêm-se menos desenvolvidas.

No plano educativo, o International Computer and Information Literacy Study (ICILS 2023) indica progressos: os alunos portugueses do 8.º ano ficaram acima da média internacional em literacia de computadores e informação, situando Portugal entre os países mais avançados da União Europeia. No domínio do pensamento computacional, os resultados situam-se próximos da média global, sugerindo consolidação das bases, enquanto áreas como resolução criativa e programação evoluem de forma gradual (Governo de Portugal, 2024).

Em suma, Portugal regista avanços relevantes, sobretudo entre os mais jovens, mas persistem desigualdades e fragilidades nos domínios mais avançados. A literatura sobre o caso português dos eSports ainda não oferece análises sistemáticas da aplicação destas competências ao setor, limitando a evidência empírica disponível. Admite-se, por conseguinte, que o nível geral de maturidade digital da população condiciona, de forma indireta, o ritmo de consolidação e profissionalização dos eSports, em consonância com a hipótese H2.

1.3. Dimensão sociocultural dos eSports

A consolidação dos eSports depende também da forma como são culturalmente percebidos e publicamente legitimados. Para além dos fatores tecnológicos e económicos, a receção social molda as expectativas de jogadores e famílias, orienta decisões de escolas e associações e informa a cobertura mediática, com impacto direto nos níveis de aceitação pública e de investimento.

As representações sociais do jogo competitivo digital enquadram o fenómeno: quando os eSports são vistos apenas como entretenimento, a sua relevância educativa e profissional tende a ser menorizada; quando são reconhecidos como prática profissional e expressão cultural legítima da contemporaneidade, aumenta a sua integração institucional. Esta ambivalência acompanha a transição de nichos subculturais para um espaço mediático de grande escala, tornando o reconhecimento simbólico e institucional um requisito para a profissionalização e para a integração plena dos eSports no tecido cultural e desportivo.

Esta questão de reconhecimento e legitimação será desenvolvida nas secções seguintes, com destaque para as suas manifestações no contexto português.

1.3.1. Representações sociais e construção simbólica

Moscovici (1961), citado por Fischer (1987, p. 177), define a representação social como:

> um sistema de valores, noções e práticas relativas a objetos, aspetos ou dimensões do meio social, que não apenas permite a estabilização dos quadros de vida dos indivíduos e grupos, mas também constitui um instrumento de orientação da perceção das situações e de elaboração das respostas. [tradução do autor]

A leitura metateórica de De Rosa (2011) sobre *La Psychanalyse, son image et son public,* destaca dois processos nucleares: *objetivação* (conversão de conceitos abstratos em imagens e elementos concretos, tornando saberes especializados acessíveis ao conhecimento comum) e *ancoragem* (integração do novo em quadros de conhecimento pré-existentes, inscrevendo-o simbolicamente). Em conjunto, estes processos explicam a passagem do "desconhecido" ao "conhecido" e a difusão social das representações.

Jodelet (2003) reforça o carácter prático e partilhado destas formas de conhecimento, que orientam a experiência quotidiana e a ação coletiva. Hall (1997) desloca a discussão para o plano cultural, entendendo a representação como "the production of meaning through language" (p. 16), dependente de sistemas simbólicos, convenções partilhadas e relações de poder.

Neste contexto, Bala (2024) sublinha que os media digitais ampliam os processos de construção simbólica e identitária, ao possibilitarem novas formas de expressão, pertença e aculturação. As plataformas digitais tornam-se espaços de produção cultural colaborativa, onde os utilizadores coconstroem narrativas, partilham referências e negociam identidades e reconhecimento. Contudo, este potencial convive com desigualdades de acesso e de literacia, dilemas éticos na representação e riscos associados à cibersegurança, fatores que influenciam quem participa e quem é legitimado na esfera pública digital.

Este enquadramento permite compreender como, no espaço público e nas plataformas digitais, se estabilizam imagens, estereótipos e critérios de legitimação em torno dos eSports, condicionando tanto a sua aceitação social como o seu posicionamento entre entretenimento, prática profissional e expressão cultural contemporânea.

1.3.2. Os eSports na cultura contemporânea

Os eSports afirmam-se como um campo cultural competitivo, no sentido proposto por Bourdieu (1986), onde jogadores, equipas, marcas e audiências disputam reconhecimento e influência. O

desempenho público converte-se em capital social, cultural, simbólico e económico quando reconhecido por instâncias mediáticas e competitivas, permitindo transformar prestígio e visibilidade em posição no campo (Bourdieu, 1986). Nas plataformas digitais, esta dinâmica manifesta-se na legitimação cultural dos jogadores e na sua capacidade de mobilizar atenção (Taylor, 2012).

As competências e rotinas discutidas anteriormente ganham uma nova espessura simbólica e performativa. O corpo do jogador atua como mediação híbrida entre humano e tecnologia, articulando controlo motor, gestão de fadiga e disciplina de treino próximas das do desporto tradicional. Witkowski (2012) descreve este "corpo equilibrado" como a capacidade de manter a compostura, a respiração e a postura sob ritmos intensos de jogo, evidenciando a materialidade do desempenho em ambientes digitais.

A mediatização redefine a performance: a visibilidade depende da circulação digital e da interação com a audiência, convertendo a competição em conteúdo e espetáculo. A transmissão na Twitch e no YouTube introduz uma camada de autoapresentação, onde competência técnica, gestão de imagem e presença em rede constroem reputação e estatuto (Taylor, 2012).

A cultura contemporânea dos eSports é igualmente moldada pela plataformização: algoritmos, métricas e modelos de monetização alinham sucesso competitivo e sucesso mediático. Como sublinham Johnson e Woodcock (2018), o ecossistema de *streaming* e redes sociais mede o êxito pelo desempenho em jogo e pela capacidade de atrair e reter atenção: tempo de visualização, subscrições e interações sustentam o valor simbólico e financeiro, articulando práticas lúdicas com a economia da atenção e infraestruturas digitais.

Apesar da exigência física, técnica e emocional descrita anteriormente, que aproxima os eSports das práticas desportivas tradicionais, a sua legitimidade cultural e institucional permanece em debate. Segundo Cestino, Macey e McCauley (2023, p. 112), "despite an active and engaged audience, esports' legitimacy is still questioned, such as whether it can be considered a traditional sport". Esta ambiguidade traduz-se na coexistência entre profissionalização e precariedade, reconhecimento público e fragilidade institucional (Taylor, 2018).

A visibilidade implica exposição e vulnerabilidade emocional, tornando o sucesso dependente de uma combinação instável de desempenho técnico, presença mediática e resistência psicológica. Em Portugal, a fragilidade institucional e o reduzido reconhecimento formal acentuam estas tensões, questão que será aprofundada na secção seguinte.

1.3.3. Legitimação social e barreiras culturais em Portugal

A consolidação dos eSports em Portugal evidencia um desfasamento entre o dinamismo das comunidades competitivas e a fragilidade do reconhecimento institucional. A vitalidade de eventos como a Lisboa Games Week (2025) e a MOCHE XL Games World (2025), bem como a difusão assegurada por marcas mediáticas como a RTP Arena (2025), contrasta com a ausência de um enquadramento regulatório consolidado e de políticas públicas estáveis. Apesar da criação da Federação Portuguesa de Desportos Eletrónicos (2025) e de iniciativas privadas que asseguram a continuidade competitiva, o setor continua dependente de parcerias pontuais e financiamento corporativo, sem uma estratégia pública de longo prazo que o integre de forma estruturada nas políticas desportivas e culturais nacionais.

O Projeto de Lei n.º 198/XVI/1.ª (2024) reconhece "a inexistência de regulamentação legal desta atividade em Portugal" e propõe a criação de uma Lei dos eSports (Assembleia da República, 2024). À data, a proposta mantém-se em tramitação e ainda não se traduziu em legislação em vigor. Uma síntese setorial da FTW Esports (2024) documenta as iniciativas parlamentares entre 2019 e 2024 e confirma esse diagnóstico, sublinhando a persistência de indefinição normativa.

No plano simbólico, a falta de enquadramento repercute-se na perceção pública: os eSports são frequentemente enquadrados como entretenimento ou lazer informal, o que limita a sua legitimação enquanto prática profissional e expressão cultural. A cobertura mediática, embora crescente, alterna entre entusiasmo tecnológico e um tratamento ainda superficial, sinalizando a ausência de um enquadramento discursivo estabilizado sobre o seu valor social e cultural.

Do ponto de vista estrutural, a articulação entre instituições públicas, ensino superior e setor privado revela-se frágil, restringindo o desenvolvimento de competências especializadas e de trajetórias profissionais sustentáveis. Apesar de existirem iniciativas pontuais no ensino superior, como a pós-graduação em *Esports & Comunidades Digitais* da FMH-ULisboa (2024), não se identifica, à data, uma estratégia nacional integrada que inclua explicitamente os eSports nas políticas de formação, investigação e emprego. A consolidação do setor exige coordenação efetiva e sustentada entre estes atores, condição essencial para o seu reconhecimento institucional e cultural.

O Quadro 1.1 sintetiza as três dimensões teóricas analisadas neste capítulo, comunicação, literacia digital e dimensão sociocultural, articulando os principais conceitos, autores e implicações para o contexto português dos eSports.

Quadro 1.1 – Síntese das dimensões teóricas: comunicação e marketing, literacia digital e dimensão sociocultural dos eSports

Dimensão	Foco principal	Autores de referência	Conceitos-chave	Implicações para o contexto português
Comunicação e marketing	Análise da performance mediática, da relação entre jogadores, equipas e audiências e das estratégias de visibilidade e envolvimento.	Jenkins (2006); Taylor (2018); Scholz (2019); Johnson & Woodcock (2018)	Networked broadcasting; self-branding; relational labour; convergência mediática	Adoção gradual de práticas de comunicação integradas, mas dependência persistente de recursos reduzidos e de patrocínios nacionais.
Literacia digital	Compreender as competências técnicas, cognitivas e éticas que sustentam a performance e a participação nos eSports.	Gee (2003); Sebastião (2014); Nagorsky & Wiemeyer (2020); De La Hera et al. (2024)	Competências técnico-operacionais; analíticas; colaborativas; éticas	Assimetrias nas competências críticas e criativas condicionam o desenvolvimento profissional e a maturidade digital do setor.
Dimensão sociocultural	Examinar a legitimação simbólica e institucional dos eSports como prática cultural e desportiva.	Bourdieu (1986); Taylor (2012; 2018); Cestino, Macey & McCauley (2023); Witkowski (2012)	Capital simbólico; legitimidade cultural; institucionalização	Crescente reconhecimento público, mas consolidação institucional limitada e ausência de enquadramento legal.

Fonte: Elaboração própria.

Em síntese, este capítulo apresentou o enquadramento teórico que sustenta o estudo, estruturado em três dimensões interligadas: comunicação e marketing, literacia digital e dimensão sociocultural. A articulação destas vertentes permite compreender o fenómeno dos eSports de forma integrada, relacionando práticas mediáticas, competências digitais e processos de legitimação sociocultural. Este quadro conceptual fundamenta as hipóteses e orienta a metodologia descrita no Capítulo 2, servindo de base à análise empírica desenvolvida no Capítulo 3.

Capítulo 2 – Metodologia

Partindo do enquadramento conceptual desenvolvido no capítulo anterior, este capítulo descreve as opções metodológicas que orientaram a investigação sobre as perceções sociais dos eSports em Portugal. O propósito é explicitar os critérios que guiaram a construção do instrumento de recolha, a definição da amostra e os procedimentos de análise adotados, garantindo transparência e rigor científico em todas as etapas do processo.

A metodologia estrutura-se em quatro secções principais. A primeira apresenta as hipóteses de investigação que decorrem diretamente da revisão de literatura e da análise preliminar do contexto português. Segue-se a descrição do tipo de estudo e da abordagem metodológica, justificando a opção por um modelo exploratório e quantitativo. A terceira secção detalha o instrumento e os procedimentos de recolha de dados, explicando o processo de construção e aplicação do questionário online, bem como os critérios de amostragem utilizados. Por fim, a quarta secção descreve os procedimentos de tratamento e análise de dados, indicando as técnicas estatísticas e as garantias de validade e confidencialidade adotadas.

Através desta estrutura, pretende-se demonstrar de que forma o enquadramento teórico se traduz em decisões metodológicas coerentes, assegurando a consistência entre a fundamentação conceptual, os dados recolhidos e a análise dos resultados apresentada no capítulo seguinte.

2.1. Hipóteses de investigação

Ancoradas na revisão da literatura e na análise do contexto português dos eSports, formulam-se as seguintes hipóteses exploratórias, que orientam a fase empírica e sustentam a análise e interpretação dos resultados. Pretende-se compreender de que modo as dimensões comunicacionais, digitais e socioculturais se articulam nos processos de consolidação dos eSports em Portugal:

H1 – As organizações portuguesas de eSports adotam estratégias de comunicação menos estruturadas e menos integradas do que as suas congéneres internacionais.

H2 – Os jovens portugueses interessados em eSports evidenciam níveis elevados de literacia digital, mas enfrentam condicionantes estruturais e institucionais que dificultam a profissionalização.

H3 – A sociedade portuguesa exprime perceções menos legitimadoras sobre os eSports enquanto prática profissional e expressão cultural, em comparação com contextos onde o setor se encontra mais consolidado.

2.2. Tipo de estudo e abordagem metodológica

O estudo é de natureza exploratória e descritiva, uma vez que procura compreender e mapear as dinâmicas comunicacionais, digitais e culturais associadas aos eSports em Portugal. Segundo Bryman (2016) e Creswell (2009), este tipo de investigação é adequado a contextos recentes ou pouco estudados, permitindo construir uma compreensão inicial e identificar dimensões relevantes para análises futuras.

A investigação segue uma abordagem quantitativa de base transversal, baseada na aplicação de um questionário online. Este instrumento é apropriado para recolher dados estruturados e comparáveis entre participantes com diferentes graus de contacto com os eSports, permitindo caracterizar padrões e perfis dentro do fenómeno. A escolha do questionário decorre ainda da sua eficiência e acessibilidade na recolha de informação em grande escala, favorecendo uma visão abrangente e atualizada das práticas e perceções associadas aos eSports.

A amostragem é não probabilística, combinando técnicas de conveniência e bola-de-neve, de modo a incluir indivíduos com diferentes níveis de envolvimento, desde jogadores e seguidores até pessoas que apenas conhecem o conceito. Esta opção assegura diversidade no perfil dos respondentes, embora limite a possibilidade de generalização estatística dos resultados à população.

Em síntese, a metodologia adotada sustenta a análise das dimensões comunicacionais, digitais e culturais identificadas na revisão da literatura, visando compreender padrões de perceção e prática, sem pretender estabelecer relações de causalidade.

2.3. Instrumento e procedimentos da recolha de dados

A recolha de dados foi realizada através de um questionário online desenvolvido na plataforma Google Forms, escolhida pela sua acessibilidade, compatibilidade com diferentes dispositivos e facilidade de partilha. De acordo com Cohen, Manion e Morrison (2018), os questionários online são particularmente adequados para recolher dados quantitativos de forma rápida e eficiente, sobretudo em contextos geograficamente dispersos e com elevada familiaridade tecnológica.

O instrumento foi construído com base em três dimensões analíticas derivadas da revisão da literatura: comunicação e envolvimento com os eSports, literacia e competências digitais nos eSports e cultura e perceção social dos eSports, complementadas por uma secção de caracterização sociodemográfica. Esta estrutura assegura a correspondência direta entre conceitos teóricos, variáveis e indicadores empíricos.

Todas as perguntas foram fechadas, com escala de Likert de cinco pontos (1–5), variando entre "*Discordo totalmente*" e "*Concordo totalmente*". A secção sociodemográfica incluiu variáveis como idade, género, escolaridade e região de residência, cujas respostas assumiram formato categórico. Incluiu-se ainda uma questão aberta sobre o jogo ou modalidade de eSports preferida, destinada a contextualizar o perfil dos participantes. Foram também integrados itens de controlo de atenção, concebidos para verificar a coerência e o envolvimento dos participantes durante o preenchimento.

Para garantir a coerência entre o enquadramento teórico e o instrumento de recolha, procedeu-se à operacionalização das principais dimensões analíticas em variáveis e itens concretos. A correspondência entre essas dimensões, variáveis e exemplos de itens do questionário encontra-se apresentada no Quadro 2.1.

Quadro 2.1 – Correspondência entre dimensões teóricas, variáveis e itens do questionário

Dimensão teórica	**Variável / Indicador**	**Exemplo de item no questionário**	**Escala de resposta**
1. Comunicação e envolvimento com os eSports	1.1. Envolvimento mediático e consumo de conteúdos	"*Sigo equipas, jogadores ou ligas de eSports nas redes sociais.*"	Likert 1–5
	1.2. Perceção da comunicação e dos media nos eSports em Portugal	"*A presença ativa de equipas e jogadores nas redes sociais contribui para a profissionalização dos eSports.*"	Likert 1–5
2. Literacia e competências digitais nos eSports	2.1. Competências técnicas e informacionais	"*Consigo avaliar a fiabilidade e a qualidade da informação que circula nas plataformas de eSports.*"	Likert 1–5
	2.2. Competências sociais e consciência digital	"*Estou consciente dos riscos associados à atividade online nos eSports (como assédio, comportamentos tóxicos ou práticas desleais).*"	Likert 1–5
3. Cultura e perceção social dos eSports	3.1. Legitimidade e reconhecimento institucional	"*Considero que os eSports são uma forma legítima de competição.*"	Likert 1–5
	3.2. Estigma e perceção social negativa	"*Penso que, em Portugal, os eSports ainda são vistos principalmente como entretenimento ou passatempo.*"	Likert 1–5 (item invertido)

Fonte: Elaboração própria.

A aplicação do questionário decorreu entre 10 e 17 de setembro de 2025, através de comunidades e plataformas online, nomeadamente Discord, Reddit e grupos de WhatsApp, de modo a abranger tanto utilizadores com envolvimento direto com os eSports como participantes com contacto apenas indireto.

Foram incluídos participantes com 18 anos ou mais, residentes em Portugal, com diferentes níveis de contacto com os eSports, incluindo jogadores, seguidores regulares de conteúdos de eSports e indivíduos com conhecimento indireto do fenómeno. Importa salientar que, apesar do foco do estudo incidir sobre os eSports, algumas respostas podem refletir práticas, experiências ou representações associadas ao gaming em sentido amplo, dada a proximidade conceptual entre ambos os fenómenos no discurso dos participantes. Todas as perguntas foram configuradas como obrigatórias, não se registando respostas incompletas, com exceção da questão aberta sobre o jogo ou modalidade preferida, utilizada apenas para caracterização dos participantes. O instrumento de recolha não solicitou nem armazenou identificadores pessoais, tendo sido solicitado aos participantes que preenchessem o formulário apenas uma vez.

A página inicial do questionário apresentava uma declaração de consentimento informado, que explicava os objetivos de estudo, a natureza voluntária da participação, a possibilidade de desistência a qualquer momento e a garantia de anonimato e confidencialidade dos dados. Os participantes apenas prosseguiram para o questionário após assinalarem o consentimento expresso.

No total, foram obtidas 107 respostas válidas, consideradas adequadas à natureza exploratória do estudo e ao objetivo de mapear perceções, práticas e níveis de envolvimento com os eSports. Ainda assim, importa reconhecer algumas limitações associadas à amostra. O recurso a técnicas de conveniência e bola-de-neve implica um viés de autoseleção, uma vez que os participantes com maior interesse ou envolvimento com os eSports tendem a estar mais representados. A amostra não é, por isso, estatisticamente representativa da população portuguesa. Verificou-se igualmente uma predominância de participantes do género masculino, o que reflete a composição habitual das comunidades competitivas, mas limita a generalização das conclusões em termos de diversidade de género e experiência social.

O questionário integral encontra-se disponível no Anexo A, permitindo a consulta dos itens originais e respetivas escalas de resposta.

2.4. Procedimentos de análise de dados

Após o encerramento da recolha, os dados foram exportados do Google Forms para uma folha de cálculo no Google Sheets e posteriormente organizados para análise. O conjunto de dados foi revisto e limpo manualmente, com base nas perguntas de controlo de atenção incluídas no questionário, de modo a confirmar a validade e consistência das respostas. Esta verificação assegurou que todos os participantes responderam de forma atenta e coerente, reforçando a

fiabilidade interna do conjunto de dados. Como todas as perguntas foram configuradas como obrigatórias (com exceção da questão aberta de caracterização), não se registaram valores omissos, garantindo a integridade e completude do ficheiro.

Cada variável foi codificada de acordo com o tipo de escala utilizada. As questões em escala de Likert (1–5) foram transformadas em variáveis numéricas ordinais correspondentes aos níveis de concordância, permitindo o cálculo de medidas descritivas. Os itens formulados de modo invertido foram previamente recodificados, assegurando a comparabilidade das escalas. As respostas da questão aberta sobre o jogo ou modalidade preferida foram agrupadas em categorias temáticas simples (por exemplo, *MOBA*, *FPS*, *battle royale* ou *Não tenho preferência*), com o objetivo de contextualizar o perfil dos participantes.

A análise dos dados seguiu uma abordagem estatística descritiva, adequada ao carácter exploratório do estudo. Foram calculadas frequências absolutas e relativas, médias e desvios-padrão, de forma a identificar tendências gerais e padrões de perceção nas três dimensões analíticas definidas: (1) comunicação e envolvimento com os eSports, (2) literacia e competências digitais nos eSports e (3) cultura e perceção social dos eSports.

As operações estatísticas e a visualização dos resultados foram realizadas com recurso ao Microsoft Excel, que permitiu a construção de tabelas e gráficos de síntese. Este procedimento possibilitou a comparação sistemática dos resultados entre as diferentes dimensões analíticas.

Os dados foram tratados de forma agregada e anónima, sem identificação individual dos participantes, garantindo o anonimato e a confidencialidade da informação recolhida.

As três dimensões empíricas correspondem diretamente às hipóteses formuladas: comunicação e envolvimento com os eSports (H1), literacia e competências digitais nos eSports (H2) e cultura e perceção social dos eSports (H3).

Os resultados obtidos a partir desta análise descritiva são apresentados e discutidos no Capítulo 3.

Capítulo 3 – Resultados e Discussão

3.1. Apresentação dos resultados

O presente capítulo apresenta, analisa e discute os resultados obtidos a partir do questionário aplicado, com o objetivo de compreender as perceções dos participantes sobre a forma como as dimensões comunicacionais, digitais e culturais se manifestam no contexto português dos eSports, articulando a análise com as hipóteses definidas no Capítulo 2. A discussão estrutura-se em torno das três dimensões operacionais que orientaram o instrumento de recolha e refletem o enquadramento teórico previamente desenvolvido: (1) comunicação e envolvimento com os eSports, (2) literacia e competências digitais nos eSports e (3) cultura e perceção social dos eSports. Esta correspondência entre planos teórico e empírico assegura a coerência interna do estudo e permite uma leitura integrada dos resultados.

Para além da análise individual de cada dimensão, é privilegiada uma leitura global e articulada, procurando compreender como os inquiridos percecionam as inter-relações entre competências digitais, envolvimento comunicacional e perceção social e cultural do setor. Este enfoque interpretativo permite observar padrões de perceção associados a dinâmicas de maturidade e fragilidade no ecossistema português dos eSports, tal como são representadas pelos participantes. Assim, mais do que descrever tendências isoladas, o objetivo é compreender as dinâmicas percebidas que articulam as dimensões comunicacionais, digitais e socioculturais, à luz da literatura discutida no Capítulo 1.

Para facilitar a leitura, as respostas na escala de Likert foram agrupadas em três categorias: discordância (1–2), posição neutra (3) e concordância (4–5). A análise baseia-se em estatísticas descritivas (frequências, percentagens e médias), complementadas por interpretações sustentadas teoricamente, procurando identificar tendências nas perceções dos participantes que permitam avaliar a confirmação ou contraste das hipóteses formuladas.

Importa ainda sublinhar que, pela natureza e dimensão da amostra, os resultados devem ser interpretados com carácter exploratório. O propósito é identificar perceções e representações relevantes no segmento mais ativo da comunidade nacional de eSports, sem pretensão de generalização estatística. Antes da análise por dimensão, apresenta-se a caracterização sociodemográfica da amostra, que contextualiza e enquadra a leitura dos resultados subsequentes.

3.2. Caracterização da amostra

Quadro 3.1 – Caracterização sociodemográfica da amostra

Variável	Categoria / valores	Percentagem (%)
Idade	18–24 anos	41,1
	25–34 anos	34,6
	35–44 anos	7,5
	45–54 anos	5,6
	55 anos ou mais	8,4
Género	Masculino	60,7
	Feminino	36,4
	Outro	1,9
	Prefere não responder	0,9
Escolaridade	Ensino básico (até ao 9.º ano)	0,9
	Ensino secundário	22,4
	Ensino pós-secundário / profissional	9,3
	Licenciatura	49,5
	Mestrado	14,0
	Doutoramento	0,0
	Outro	3,7
Situação profissional	Estudante	23,4
	Trabalhador/a	54,2
	Trabalhador/a-estudante	18,7
	Desempregado/a	1,9
	Outra situação	1,9
Região de residência	Norte	14,0
	Centro	15,0
	Área Metropolitana de Lisboa	57,9
	Alentejo	4,7
	Algarve	4,7
	Regiões Autónomas (Açores e Madeira)	0,0
	Residência fora de Portugal	3,7

Fonte: Elaboração própria.

A amostra é composta por 107 participantes, maioritariamente jovens adultos (18–34 anos), com nível de escolaridade médio a elevado e residência concentrada em áreas urbanas, sobretudo na Área Metropolitana de Lisboa. O público é predominantemente do género masculino (60,7%), tendência igualmente observada no estudo de Sjöblom e Hamari (2017) , que associa o envolvimento com os eSports a comunidades jovens e tecnicamente familiarizadas, com maior presença do género masculino. Taylor (2012) vai ao encontro desta tendência ao afirmar que, embora as consolas tenham um alcance demográfico alargado, “the classic stereotype of the young male geek, deeply fascinated by technology and focused on

mastering it, has been a powerful cultural trope in discussions about gaming" (p. 241). Esta distribuição poderá também relacionar-se com o perfil das plataformas onde o questionário foi divulgado (Discord e Reddit), tradicionalmente frequentadas por utilizadores do género masculino, o que reforça um possível viés de autoseleção. A representação gráfica (Figura 3.1) permite observar de forma clara a concentração etária e o desequilíbrio de sexo, tendências que ajudam a contextualizar a leitura dos resultados.

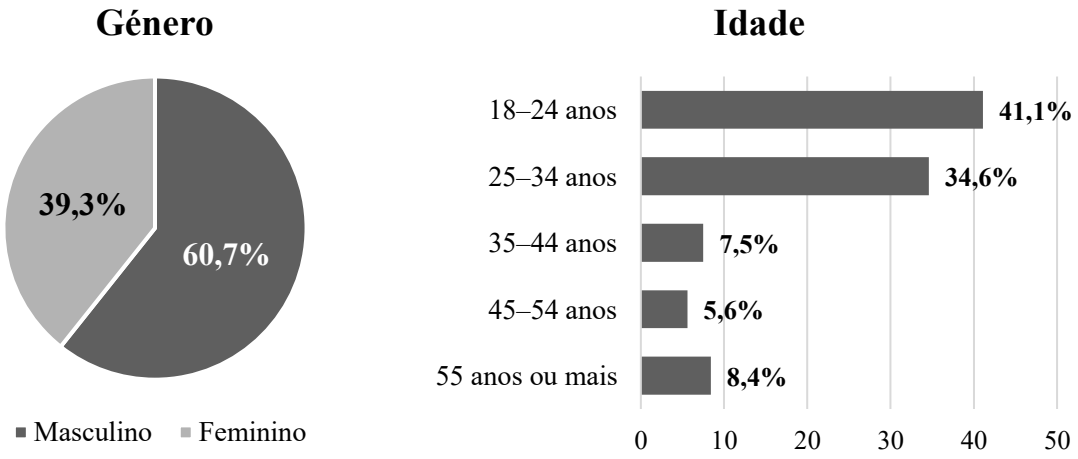


Figura 3.1 – Distribuição da amostra por género e faixa etária

Fonte: Elaboração própria.

Em conjunto, estes dados caracterizam o perfil do segmento de participantes que respondeu ao questionário, correspondendo a um núcleo mais envolvido e experiente do ecossistema português dos eSports. Este enquadramento oferece um contexto relevante para compreender as perceções expressas pelos inquiridos sobre práticas comunicacionais, competências digitais e dimensões socioculturais analisadas nas secções seguintes. Todavia, importa sublinhar que esta amostra não é representativa da população portuguesa em geral, refletindo antes um grupo mais digitalizado e ativo, com maior familiaridade com plataformas online.

A caracterização sociodemográfica condiciona, portanto, a leitura dos resultados: a predominância de jovens urbanos e tecnicamente proficientes poderá influenciar as perceções recolhidas sobre literacia digital, envolvimento comunicacional e legitimação cultural dos eSports. A análise que se segue deve, assim, ser interpretada à luz deste enquadramento, que evidencia simultaneamente o potencial analítico do estudo e as suas limitações estruturais em termos de generalização.

3.3. Comunicação e envolvimento com os eSports

A presente análise incide sobre a dimensão da comunicação e do envolvimento com os eSports, procurando compreender como os participantes percecionam e praticam a comunicação digital associada ao setor, bem como o grau de importância que lhe atribuem no processo de consolidação dos eSports em Portugal.

Os resultados indicam um consenso expressivo, na perspetiva dos inquiridos, quanto ao papel estruturante do digital no desenvolvimento dos eSports em Portugal. A maioria dos participantes considera que a visibilidade nas plataformas online é essencial para o crescimento do setor (84,1%) e que a presença ativa de equipas e jogadores nas redes sociais contribui para a profissionalização (70,1%). Do mesmo modo, os participantes manifestam concordância quanto à relevância de formatos como conteúdos de bastidores, vídeos de reação e highlights para aumentar o interesse do público, bem como ao papel das redes sociais na criação de uma ligação mais próxima entre fãs, jogadores e equipas (71,1%).

Esta perceção concretiza a lógica de circulação mediática descrita por Jenkins (2006), que defende que "in the world of media convergence, every important story gets told, every brand gets sold, and every consumer gets courted across multiple media platforms" (p. 3). No contexto dos eSports, os dados sugerem que os participantes associam a visibilidade digital e a presença ativa nas redes sociais ao reforço do interesse e do envolvimento do público. A comunicação é, assim, percecionada como um fluxo contínuo de produção e interação, aproximando-se da noção de networked broadcasting proposta por Taylor (2018), que descreve a integração entre transmissão, visibilidade e participação social.

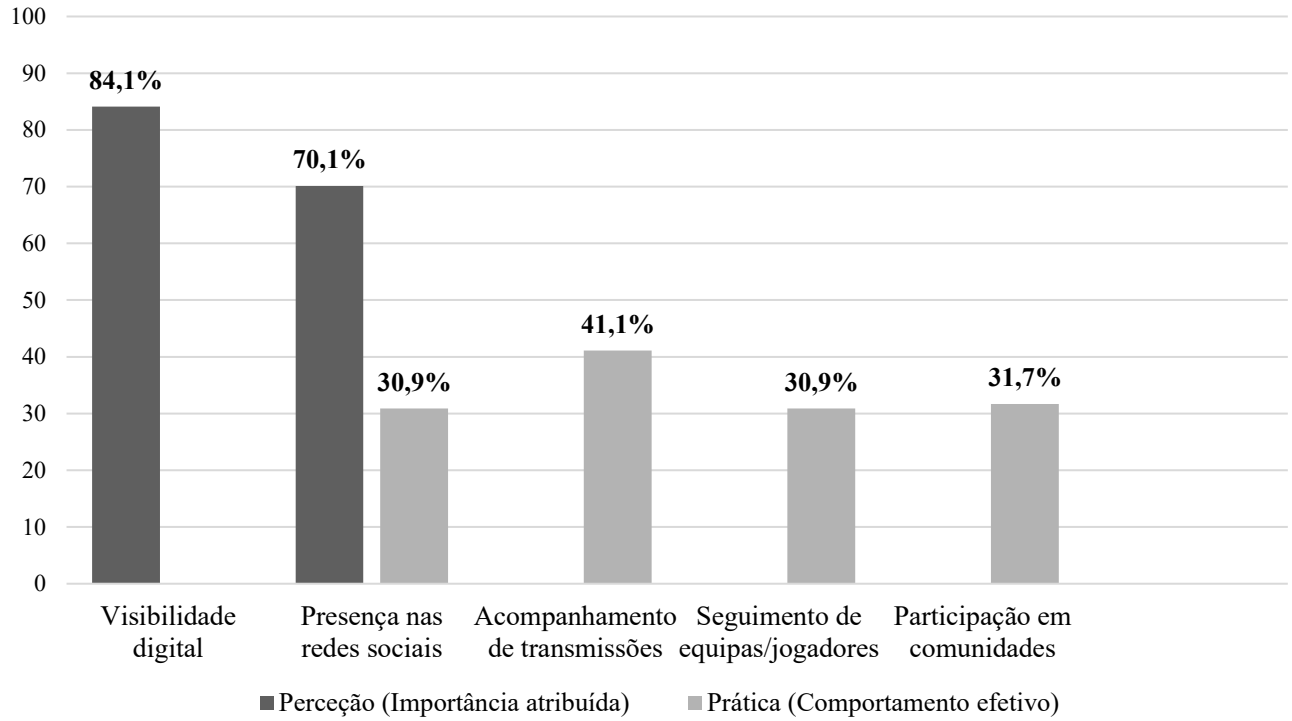


Figura 3.2 – Perceção e prática na comunicação digital dos eSports (em %)

Fonte: Elaboração própria.

Contudo, como se observa na Figura 3.2, emerge, nas respostas dos inquiridos, um desfasamento entre a valorização atribuída à visibilidade digital e os níveis de envolvimento efetivamente reportados. Enquanto mais de 80% reconhecem a importância da presença online, apenas cerca de 40% afirmam acompanhar transmissões, e cerca de 30% declaram seguir equipas ou participar em comunidades. A maioria indica não acompanhar transmissões em direto (58,9%), não seguir equipas ou jogadores nas redes sociais (69,1%) e não participar em conversas ou comunidades (68,3%).

Os resultados sugerem a existência, no seio da amostra, de um padrão de consumo predominantemente observacional e episódico, distante das dinâmicas comunitárias intensas descritas por Jenkins (2006), segundo o qual "the term, participatory culture, contrasts with older notions of passive media spectatorship" (p. 3). A discrepância observada aponta para uma forma de participação mediada pela conveniência, em que o envolvimento ocorre sobretudo de modo passivo e individualizado, sem gerar práticas comunitárias consistentes.

Este padrão é interpretado pelos próprios participantes à luz das condições estruturais do ecossistema mediático português, percecionado como ainda pouco profissionalizado e fortemente dependente de infraestruturas e lógicas comunicacionais internacionais. A avaliação crítica expressa reforça esta leitura: dois terços dos inquiridos (67,3%) consideram que os media

portugueses não dão atenção suficiente aos eSports, sugerindo, do seu ponto de vista, um défice de mediação nacional e uma comunicação fragmentada. Esta perceção converge com a análise de Scholz (2019), que argumenta que "the eSports industry is […] born global and born digital, turning analog and local—quite the opposite to every other industry" (p. 4), ajudando a contextualizar a dependência de plataformas globais identificada pelos respondentes.

Em conjunto, as perceções recolhidas oferecem suporte empírico à H1, indicando que, do ponto de vista dos participantes, existe uma consciência estratégica sobre o papel do digital, coexistindo com estruturas comunicacionais percecionadas como pouco integradas e dependentes de contextos externos. Tal leitura sugere um campo comunicacional em consolidação, no qual a visibilidade global não se traduz ainda, segundo os inquiridos, em participação local ativa. A relação entre esta fragmentação comunicacional percecionada e o desenvolvimento das competências digitais será explorada na secção seguinte.

3.4. Literacia e competências digitais nos eSports

Esta secção analisa a segunda dimensão do estudo, centrada nas competências digitais associadas à prática e ao consumo de eSports, a partir das perceções expressas pelos participantes, revelando um perfil predominantemente instrumental e tecnicamente sólido. A maioria dos inquiridos afirma sentir-se à vontade nas plataformas associadas aos eSports (60,7%), autoavaliando positivamente o seu domínio técnico-operacional, e reconhece que a participação competitiva exige um bom nível de competências digitais (70,1%), o que evidencia consciência das exigências do meio. Contudo, tal como observado na dimensão comunicacional (secção 3.3), este domínio percebido nem sempre se traduz em práticas participativas consistentes, permanecendo muitas vezes circunscrito ao uso individual e funcional das plataformas.

Em paralelo, emergem indicadores relevantes de maturidade social e ética, na perspetiva dos inquiridos. A importância de comunicar de forma respeitosa e segura é amplamente reconhecida (81,3%), e 79,5% manifestam elevada consciência dos riscos online. A literacia digital, tal como percecionada por este grupo, não se restringe à destreza técnica, incluindo também dimensões de responsabilidade, segurança e ética. Esta leitura aproxima-se do enquadramento do DigComp 2.2, que adota a definição do Conselho da União Europeia segundo a qual "digital competence involves the confident, critical and responsible use of, and engagement with, digital technologies for learning, at work, and for participation in society" (Vuorikari, Kluzer, & Punie, 2022, p. 3).

O domínio mais frágil identificado nas respostas dos participantes situa-se na literacia crítica. Apenas 40,2% afirmam avaliar com confiança a fiabilidade e a qualidade da informação que circula nas plataformas e comunidades, enquanto 32,7% assumem uma posição neutra. Estes dados sugerem que a proficiência operacional percecionada não se traduz automaticamente em discernimento crítico, em consonância com as reflexões de Livingstone (2004) e Buckingham (2007), que defendem que a literacia digital exige tanto competências técnicas como capacidade reflexiva sobre os conteúdos mediáticos. Como alerta Livingstone (2004), "imagine the World Wide Web user who cannot distinguish dated, biased, or exploitative sources, unable to select intelligently when overwhelmed by an abundance of information and services" (p. 6), observação particularmente pertinente num ecossistema informativo saturado e fragmentado. Esta limitação, tal como percecionada pelos inquiridos, apresenta continuidade com os resultados da dimensão anterior, onde a comunicação nos eSports portugueses foi descrita como fragmentada e pouco mediada.

Quadro 3.2 – Relação entre literacia digital percebida e envolvimento comunicacional nos eSports

Nível de literacia digital	**Baixo envolvimento**	**Envolvimento Médio**	**Elevado envolvimento**	**Total (n)**
Baixo	100,0%	0,0%	0,0%	22
Médio	41,4%	37,9%	20,7%	58
Elevado	19,2%	46,2%	34,6%	27

Fonte: Elaboração própria (n = 107).

Como se observa no Quadro 3.2, os dados sugerem uma relação positiva entre níveis mais elevados de literacia digital percebida e maior envolvimento comunicacional, ainda que essa associação se manifeste de forma moderada. Este padrão indica que, do ponto de vista dos participantes, a literacia crítica e colaborativa desempenha um papel relevante na transição para formas de participação mais ativas, reforçando a ideia de que a proficiência técnica, isoladamente, não garante uma integração comunicacional plena no ecossistema dos eSports.

A análise do contexto nacional revela igualmente uma perceção generalizada de limitação estrutural. Mais de metade dos inquiridos (53,3%) discordam que a maioria das pessoas em Portugal possua competências suficientes para participar de forma crítica e informada nos eSports, enquanto 65,4% consideram que o nível geral de literacia digital influencia diretamente o desenvolvimento do setor. Esta leitura coletiva de insuficiência reforça, na perspetiva dos

participantes, a ideia de que o crescimento dos eSports depende não apenas de competências técnicas individuais, mas também de um ecossistema comunicacional mais maduro e articulado, capaz de integrar formação, mediação e cultura digital crítica.

Em síntese, as perceções recolhidas oferecem suporte empírico à H2, indicando que, entre os participantes do estudo, a literacia instrumental percebida é elevada, coexistindo com constrangimentos estruturais, nomeadamente a menor maturidade digital do país e fragilidades na literacia crítica, que dificultam a consolidação profissional e cultural dos eSports em Portugal. Tal como observado na dimensão comunicacional, a ausência de mediação e coordenação institucional é interpretada como um fator que perpetua um modelo de literacia predominantemente técnica, com reduzida capacidade crítica e colaborativa. Estes resultados, ainda que exploratórios, sublinham a importância de políticas de formação digital contínua e de programas interinstitucionais que articulem escolas, organizações de eSports e media especializados, promovendo uma literacia digital integrada, reflexiva e sustentável no ecossistema português.

3.5. Cultura e perceção social dos eSports

A terceira dimensão analisa as perceções dos participantes sobre a forma como o reconhecimento competitivo dos eSports convive com uma legitimação cultural e institucional ainda frágil no contexto português. No plano do mérito desportivo, as respostas revelam um consenso expressivo: 80,3% dos inquiridos consideram os eSports uma forma legítima de competição e 63,6% entendem que exigem dedicação e treino comparáveis aos desportos tradicionais. Contudo, quando a avaliação se desloca para o valor cultural e educativo atribuído aos eSports, o grau de concordância diminui substancialmente (42,1% concordam; 43,0% mantêm-se neutros), sugerindo que, na perceção dos participantes, a conversão do desempenho competitivo em reconhecimento cultural permanece incompleta.

Esta ambivalência é reforçada pela leitura que os inquiridos fazem da receção pública do fenómeno. A maioria (88,8%) considera que, em Portugal, os eSports são predominantemente vistos como entretenimento. No mesmo sentido, a valorização institucional é amplamente percecionada como limitada, sendo que apenas 4,7% concordam que as instituições reconhecem adequadamente o setor, e o contributo dos media é avaliado como insuficiente para a legitimação pública (30,9% em concordância). Em contraste, uma parte significativa dos participantes reconhece que o apoio político e institucional é essencial para o desenvolvimento dos eSports (58,8%) e que a ausência de regulação constitui um entrave estrutural ao setor

(60,7%). O estigma social associado aos eSports é igualmente amplamente admitido, com 72,9% dos inquiridos a reconhecerem a sua existência.

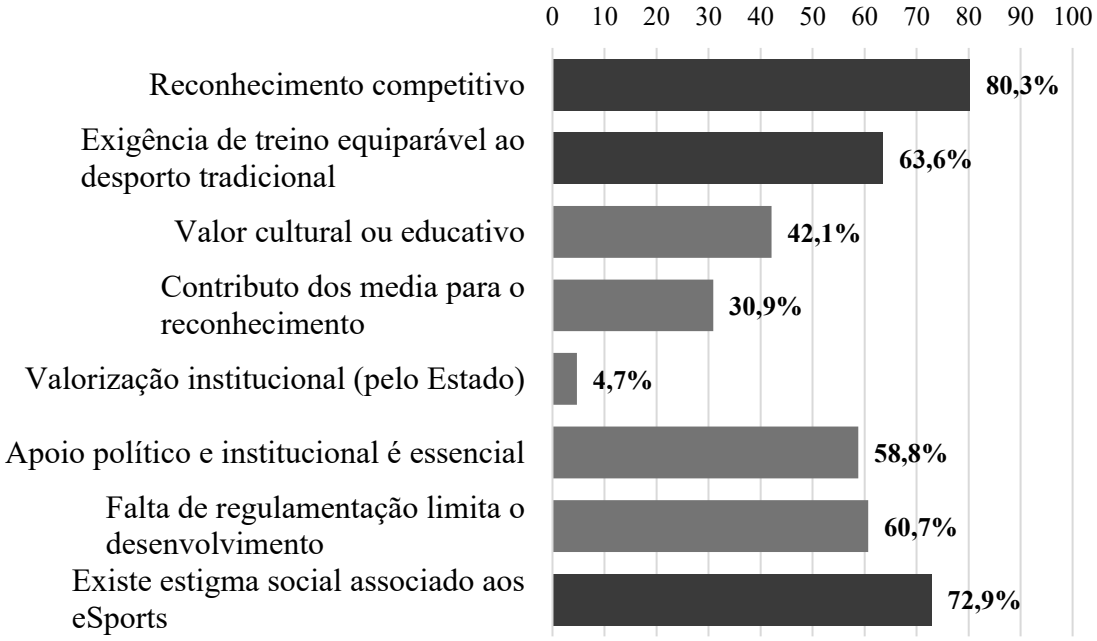


Figura 3.2 – Perceções sobre legitimidade, reconhecimento e estigma dos eSports em Portugal (em %)

Fonte: Elaboração própria.

A Figura 3.2 ilustra, a partir das respostas recolhidas, o desfasamento entre o elevado reconhecimento do mérito competitivo e os baixos níveis de legitimação cultural, mediática e institucional. Os elevados valores de concordância associados à dimensão competitiva contrastam com a perceção de fraca valorização institucional e mediática, evidenciando, na perspetiva dos participantes, a dificuldade dos eSports em converter reconhecimento técnico em legitimidade simbólica e social.

Esta leitura articula-se com os resultados das dimensões anteriores. A perceção de ausência de estratégias comunicacionais consistentes (Secção 3.3) e as limitações identificadas ao nível da literacia crítica (Secção 3.4) surgem, para os inquiridos, como fatores que contribuem para a escassa mediação pública e institucional do fenómeno. O défice de comunicação estruturada e de competências interpretativas é, assim, associado a representações sociais dos eSports centradas sobretudo no entretenimento, em detrimento do seu potencial formativo, tecnológico e cultural. Neste quadro, o setor é percecionado como fortemente dependente de plataformas globais e de legitimações externas, carecendo de um discurso mediático nacional estabilizado que o afirme como prática cultural emergente.

3.6. Síntese da análise empírica

As três dimensões analisadas permitem construir, a partir das perceções dos participantes, um retrato coerente e interdependente do ecossistema português dos eSports. Os resultados apontam para a perceção de um equilíbrio instável entre maturidade tecnológica, participação digital e reconhecimento simbólico, refletindo a coexistência de práticas avançadas e constrangimentos estruturais. O propósito desta secção é integrar as evidências empíricas recolhidas, identificando interdependências entre comunicação, literacia digital e perceção cultural, de modo a compreender as condições que, na perspetiva dos inquiridos, sustentam ou limitam a consolidação do setor.

Quadro 3.3 – Síntese comparativa das três dimensões empíricas analisadas

Dimensão	**Principais resultados empíricos**	**Interpretação e implicações**
Comunicação e envolvimento	Elevada valorização do digital e das redes sociais, mas práticas de participação reduzidas e fragmentadas. Fraca visibilidade mediática nacional.	As estratégias comunicacionais são maioritariamente reativas e dependentes das plataformas globais, revelando ausência de coordenação e de mediação institucional.
Literacia e competências digitais	Literacia instrumental e ética robustas, mas literacia crítica limitada e desigual. Perceção de défice de maturidade digital nacional.	As competências técnicas não se traduzem em discernimento crítico ou participação sustentada. A literacia crítica surge como dimensão mediadora entre conhecimento técnico e envolvimento comunicacional.
Cultura e perceção social	Forte reconhecimento competitivo, mas fraca legitimação simbólica e institucional. Persistência de estigma social e ausência de enquadramento político e cultural.	O défice de comunicação integrada e de literacia crítica limita a conversão do capital técnico em capital simbólico, dificultando o reconhecimento cultural e a profissionalização do setor.

Fonte: Elaboração própria.

A leitura integrada das três dimensões sugere que, para os participantes, o desenvolvimento dos eSports em Portugal é fortemente condicionado pela articulação entre práticas comunicacionais, competências digitais e legitimação cultural. A valorização das plataformas digitais e o reconhecimento do seu papel estruturante contrastam com uma utilização percecionada como fragmentada e episódica, indicando que a maturidade técnica dos agentes nem sempre se traduz, aos olhos dos inquiridos, em práticas comunicacionais sistemáticas. Este

desfasamento entre valorização e prática surge associado a uma literacia predominantemente instrumental, que assegura o domínio das ferramentas, mas não necessariamente a capacidade crítica de interpretar, produzir e circular conteúdos de forma participativa.

A relação entre comunicação e literacia digital revela-se, assim, determinante na leitura empírica do fenómeno. A consolidação de comunidades e de ecossistemas comunicacionais mais coesos depende, segundo as perceções recolhidas, da transição de uma literacia técnica para uma literacia crítica, capaz de fomentar envolvimento, colaboração e produção simbólica. A ausência dessa maturidade crítica ajuda a explicar a prevalência de comportamentos de consumo passivo e a reduzida expressão de práticas colaborativas ou criativas, limitando o potencial das plataformas enquanto espaços de mediação social e cultural.

Por sua vez, a articulação entre literacia digital e perceção cultural indica que a forma como os eSports são interpretados socialmente está, na perspetiva dos participantes, intimamente ligada à capacidade de contextualizar o fenómeno. Os inquiridos que revelam níveis mais elevados de literacia crítica tendem a reconhecer com maior facilidade o valor educativo e social dos eSports, enquanto os défices de reflexão e mediação contribuem para a persistência do estigma e para a associação do setor ao mero entretenimento. Esta relação sugere que a legitimação cultural não depende exclusivamente do reconhecimento competitivo, mas também da construção de significados partilhados e de narrativas mediáticas consistentes.

Finalmente, a interligação entre comunicação e cultura evidencia que a visibilidade pública e mediática dos eSports em Portugal é percecionada como fortemente condicionada por ecossistemas comunicacionais globais, com reduzida ancoragem nacional. A ausência de uma rede mediática e institucional capaz de contextualizar e amplificar o fenómeno no espaço público surge, para os participantes, como um fator que reforça a dependência de estruturas e narrativas internacionais. Esta limitação traduz um desafio estrutural percebido: a dificuldade de adaptar um modelo global de mediação e consumo a um enquadramento local sustentável, capaz de promover reconhecimento cultural e autonomia simbólica.

Em síntese, as perceções recolhidas descrevem um setor entendido como tecnologicamente maduro, socialmente dinâmico e simbolicamente instável. A consolidação do ecossistema português dos eSports é, na ótica dos inquiridos, indissociável da integração entre literacia digital crítica, comunicação estratégica e reconhecimento institucional, de modo a transformar o potencial técnico existente em capital simbólico duradouro. O fortalecimento articulado destas dimensões constitui, segundo a evidência empírica, a principal condição para que os eSports ultrapassem o estatuto de prática de nicho e se afirmem como fenómeno cultural e profissional plenamente legitimado no contexto nacional.

Conclusão

Este estudo analisou as perceções sociais sobre os eSports em Portugal a partir de três dimensões interligadas: comunicação, literacia digital e enquadramento sociocultural, com base num inquérito descritivo aplicado a uma amostra não probabilística de participantes com diferentes níveis de familiaridade com o ecossistema dos eSports. Os resultados permitem identificar tendências e padrões de perceção relevantes, ainda que circunscritos ao alcance empírico do estudo.

No que respeita à H1, os dados indicam que, na perspetiva dos inquiridos, as organizações portuguesas de eSports tendem a adotar estratégias de comunicação percecionadas como menos estruturadas e integradas quando comparadas com contextos internacionais. Apesar do reconhecimento generalizado da importância das plataformas digitais, os níveis de envolvimento ativo reportados são reduzidos, sugerindo uma articulação limitada entre equipas, federação e media especializados, o que pode condicionar a construção de narrativas públicas consistentes e a consolidação de audiências.

Relativamente à H2, os resultados sugerem a presença de uma literacia digital predominantemente instrumental e ética entre os participantes, acompanhada por fragilidades na vertente crítica. De acordo com as perceções recolhidas, o domínio técnico-operacional das plataformas digitais não é necessariamente acompanhado por uma capacidade reflexiva aprofundada sobre os processos de mediação, circulação de informação e funcionamento das infraestruturas digitais. Acrescem a esta leitura constrangimentos estruturais e institucionais que, segundo os participantes, dificultam trajetórias de profissionalização no setor.

Quanto à H3, os dados apontam para uma confirmação parcial da hipótese. Por um lado, os eSports são amplamente reconhecidos pelos inquiridos como uma forma legítima de competição que exige dedicação e treino. Por outro, a legitimação simbólica, cultural e institucional surge como limitada, refletindo dificuldades na conversão do mérito competitivo em reconhecimento educativo, mediático e regulatório. Esta ambivalência revela a persistência de barreiras culturais e institucionais no contexto português.

Do ponto de vista científico, a dissertação contribui para a compreensão das perceções associadas aos eSports em Portugal através de uma operacionalização empírica das dimensões comunicacional, digital e sociocultural. A articulação destas dimensões permite analisar de forma integrada os processos de envolvimento mediado, literacia digital e legitimação social, oferecendo um enquadramento analítico aplicável a investigações futuras em contextos semelhantes.

Em termos práticos, os resultados sugerem a importância de uma maior articulação entre estratégias de comunicação, desenvolvimento de competências digitais críticas e mediação institucional, envolvendo organizações do setor, ensino superior, media e entidades públicas. Esta articulação poderá contribuir para uma maior coerência comunicacional e para processos de reconhecimento mais consistentes.

Importa, contudo, reconhecer as limitações do estudo. A amostra é não probabilística e predominantemente masculina, o desenho é transversal e os dados baseiam-se em autorrelato, o que restringe a generalização dos resultados e impede inferências causais. Ainda assim, os dados recolhidos constituem uma base empírica pertinente para a formulação de hipóteses e para o aprofundamento do estudo dos eSports no contexto português.

Para investigações futuras, recomendam-se amostras mais amplas e diversificadas, bem como a combinação de metodologias quantitativas e qualitativas, de modo a aprofundar a análise das perceções sociais, das práticas comunicacionais e das barreiras à profissionalização. Estudos comparativos internacionais e análises centradas no papel dos media e das instituições educativas poderão igualmente contribuir para uma compreensão mais aprofundada do fenómeno.

Em conclusão, e à luz das perceções dos participantes, os eSports em Portugal apresentam dinâmicas de crescimento associadas ao digital, coexistindo com desafios persistentes ao nível da comunicação estruturada, da literacia crítica e da legitimação institucional. O estudo contribui para uma leitura analítica e situada do fenómeno, enquadrando-o no contexto mais amplo da cultura digital contemporânea.

Referências Bibliográficas

Abidin, C. (2018). *Internet celebrity: Understanding fame online.* Bingley, UK: Emerald Publishing Limited.

ANACOM. (2024). *Competências digitais da população e das empresas.* Lisboa. Obtido em 9 de outubro de 2025, de https://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1801490

Assembleia da República. (2024). *Projeto de Lei n.º 198/XVI/1 — Lei dos eSports.* Obtido de Parlamento.pt: https://app.parlamento.pt/webutils/docs/doc.pdf?Inline=true&fich=8aa695ba-e2b9-4b1c-9c73-4e26d0243aa0.docx&path=6148523063484d364c793968636d356c6443397a6158526c63793959566b6c4d5a5763765247396a6457316c626e527663306c7561574e7059585270646d45764f4746684e6a6b3

Bala, A. V. (2024). Digital media and cultural identity: Exploring intersections, impacts, and challenges. *Gusau Journal of Sociology, 4*(3), 305–317. doi:https://doi.org/10.57233/gujos.v4i3.17

Baym, N. K. (2015). Connect With Your Audience! The Relational Labor of Connection. *The Communication Review, 18*(1), 14–22. doi:10.1080/10714421.2015.996401

Benavente, A. (. (1996). *A literacia em Portugal: Resultados de uma pesquisa extensiva e monográfica.* Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian / Conselho Nacional de Educação.

Berelson, B., & Steiner, G. A. (1964). *Human behavior: An inventory of scientific findings.* New York, NY: Harcourt, Brace & World.

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. Em P. Bourdieu, *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (R. Nice, Trad., pp. 241–258). Westport, CT: Greenwood.

Bryman, A. (2016). *Social Research Methods* (5th ed. ed.). Oxford, UK: Oxford University Press.

Buckingham, D. (2007). Digital media literacies: Rethinking media education in the age of the Internet. *Research in Comparative and International Education, 2*(1), 43–55. doi:https://doi.org/10.2304/rcie.2007.2.1.43

Cardoso, G. (2007). *A mídia na sociedade em rede: filtros, virtudes, vícios.* Rio de Janeiro: Editora FGV.

Carey, J. W. (2009). *Communication as culture: Essays on media and society.* New York, NY: Routledge.

Castells, M. (2002). *A sociedade em rede* (6ª edição totalmente revista e ampliada ed., Vol. 1). São Paulo, SP: Paz e Terra.

Cestino, J., Macey, J., & McCauley, B. (2023). Legitimizing the game: How gamers' personal experiences shape the emergence of grassroots collective action in esports. *Internet Research, 33*(7), 111–132. doi:https://doi.org/10.1108/INTR-05-2022-0347

Chitayat, A. P., Block, F., Walker, J., & Drachen, A. (2023). *Beyond the Meta: Leveraging Game Design Parameters for Patch-Agnostic Esport Analytics.* Cornell University. doi:https://doi.org/10.48550/arXiv.2305.18477

Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2018). *Research Methods in Education* (8th ed.). London: Routledge.

Conroy, J. R., Toth, A. J., & Campbell, M. J. (2022). The influence of mouse weight and connectivity on motor performance and muscle activity in competitive gaming. *Applied Ergonomics, 101*, 103703. doi:https://doi.org/10.1016/j.apergo.2022.103703

Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed. ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

De La Hera, T., Cañete Sanz, L., Navarro Sierra, N., Jansz, J., Kneer, J., Glas, R., & van Vught, J. (2024). Digital literacy games: a systematic literature review. *Frontiers in Communication, 9*. doi:https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1407532

De Rosa, A. S. (2011). 1961–1976: Notes in the margin to a meta-theoretical analysis of the two editions of La Psychanalyse, son image et son public. *Papers on Social Representations, 20*(36), 36.1–36.34.

Dupuy, A., Campbell, M. J., Harrison, A., & Toth, A. J. (2024). On the necessity for biomechanics research in esports. *Sports Biomechanics, 23*(1), 1–7. doi:https://doi.org/10.1080/14763141.2024.2354440

Dupuy, A., Campbell, M. J., Harrison, A., & Toth, A. J. (2025). Biomechanical determinants of motor efficiency in competitive esports players. *Scientific Reports, 15*. doi:https://doi.org/10.1038/s41598-025-12345-6

Esports Awards. (2025). *Esports PC Player of the Decade – Winners list*. Obtido de Esports Awards: https://www.esportsawards.com

Esports Insider. (28 de Março de 2024). *Esports Around The World: Portugal*. Obtido de Esports Insider: https://esportsinsider.com/2024/07/esports-around-the-world-portugal

Faculdade de Motricidade Humana. (2024). *Pós-Graduação em Esports & Comunidades Digitais*. Obtido de Universidade de Lisboa: https://www.fmh.ulisboa.pt/ensino/pos-graduacoes/esports-comunidades-digitais

Federação Portuguesa de Desportos Eletrónicos. (9 de outubro de 2025). *Portal oficial da FPDE*. Obtido de Federação Portuguesa de Desportos Eletrónicos: https://fpde.pt/

Fischer, G. N. (1987). *Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale.* Paris: Dunod.

FTW Esports. (30 de julho de 2024). *Regulação dos eSports em Portugal: os últimos 5 anos e recentes movimentações políticas*. Obtido de FTW Esports: https://www.ftw.pt/news/regulacao-dos-esports-em-portugal-os-ultimos-5-anos-e-recentes-movimentacoes-polticas

FTW Esports. (9 de outubro de 2025). *Perfil oficial no X (Twitter)*. Obtido de X: https://x.com/ftwesports

Gee, J. P. (2003). What video games have to teach us about learning and literacy. *Technology, Pedagogy and Education, 1*(1), 20. doi:10.1145/950566.950595

Global Esports Federation. (9 de outubro de 2025). *Member Federations*. Obtido de Global Esports Federation: https://www.globalesports.org/member-federations

Governo de Portugal. (2024). *Alunos portugueses acima da média em literacia em computadores e informação entre 31 países*. Obtido em 9 de outubro de 2025, de Portal do Governo de Portugal: https://www.portugal.gov.pt/pt/gc24/comunicacao/comunicado?i=alunos-portugueses-acima-da-media-em-literacia-em-computadores-e-informacao-entre-31-paises

Hall, S. (1997). The work of representation. Em S. Hall, *Representation: Cultural representations and signifying practices* (pp. 13–74). London: Hall, S.Sage Publications / The Open University.

Han, B.-C. (2015). *Sociedade do cansaço.* (E. P. Giachini, Trad.) Petrópolis, RJ: Vozes.

International Esports Federation. (9 de outubro de 2025). *IESF Members*. Obtido de International Esports Federation: https://iesf.org/members/

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide.* New York, NY: New York University Press.

Jodelet, D. (2003). Représentations sociales: un domaine en expansion. Em D. Jodelet, *Les représentations sociales* (pp. 45–78). Presses Universitaires de France. Obtido de https://www.cairn.info/les-representations-sociales--9782130537656-page-45.htm

Johnson, M. R. (2024). Esports and game streaming. Em *Entertainment Media and Communication.* De Gruyter. doi:10.1515/9783110792881

Johnson, M. R., & Woodcock, J. (2018). The impacts of live streaming and Twitch.tv on the video game industry. *Media, Culture & Society, 41*(5), 670–688. doi:https://doi.org/10.1177/0163443718818363
K1CK Esports Club. (9 de outubro de 2025). *Canal oficial no YouTube*. Obtido de YouTube: https://www.youtube.com/@K1CKEsports
Kapp, K. M. (2012). *The Gamification of Learning and Instruction: Game-Based Methods and Strategies for Training and Education.* San Francisco, CA: Pfeiffer (an Imprint of Wiley).
Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2016). Self-branding, 'micro-celebrity' and the rise of social media influencers. *Celebrity Studies, 8*(2), 1-18. doi:10.1080/19392397.2016.1218292
Kim, S. Y., Park, J. H., & Lee, K. H. (2022). Differences in perceptual-motor skills between professional and amateur esports players. *Journal of Electronic Gaming & Esports, 4*(2), 89–101. doi:https://doi.org/10.1123/jeges.2022-0043
Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Millennium edition.* Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
Liga Portugal. (9 de outubro de 2025). *Portal oficial da eLiga Portugal*. Obtido de Liga Portugal: https://ligaportugal.pt
Liquipedia. (9 de outubro de 2025). *EMEA Masters*. Obtido de Liquipedia: https://liquipedia.net/leagueoflegends/EMEA_Masters
Liquipedia. (9 de outubro de 2025). *League of Legends European Championship (LEC)*. Obtido de Liquipedia: https://liquipedia.net/leagueoflegends/LEC
Lisboa Games Week. (2025). *Lisboa Games Week – O maior evento de videojogos em Portugal*. Obtido de Lisboa Games Week: https://lisboagamesweek.pt/
Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review, 7*(1), 3-14. doi:10.1080/10714420490280152
LPLOL. (9 de outubro de 2025). *Portal oficial da Worten Game Ring LPLOL*. Obtido de LPLOL: https://lplol.pt/
Marwick, A. E., & boyd, d. (2011). To see and be seen: Celebrity practice on Twitter. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 17*(2), 139–158. doi:10.1177/1354856510394539
MOCHE XL Games World. (2025). *MOCHE XL Games World – Evento oficial de gaming e eSports em Portugal*. Obtido de MOCHE XL Games World: https://www.xlgamesworld.pt
Nagorsky, E., & Wiemeyer, J. (August de 2020). The structure of performance and training in esports. *PLOS ONE, 15*(8), e0237584. Obtido de https://doi.org/10.1371/journal.pone.0237584
Parlamento Europeu. (10 de novembro de 2022). *European Parliament resolution on esports and video games (2022/2027(INI))*. Obtido de europarl.europa.eu: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2022-0388_EN.html
Pluss, M. A., Bennett, K. J., Novak, A. R., Panchuk, D., Coutts, A. J., & Fransen, J. (2020). Esports athletes are less affected by the speed–accuracy trade-off: Evidence from first-person shooter performance. *Journal of Expertise, 3*(1), 55–69.
Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). *The future of competition: Co-creating unique value with customers.* Boston, MA: Harvard Business School Press.
RTP Arena. (9 de outubro de 2025). *RTP Arena – Portal oficial da RTP Arena*. Obtido de RTP Arena: https://arena.rtp.pt/
SAW. (9 de outubro de 2025). *Perfil oficial no Instagram*. Obtido de Instagram: https://www.instagram.com/sawofficialgg/

Scholz, T. M. (2019). *eSports is business: Management in the world of competitive gaming.* Cham, Switzerland: Springer International Publishing / Palgrave Macmillan. doi:https://doi.org/10.1007/978-3-030-11199-1

Sebastião, S. P. (2014). A literacia digital e a participação cívica. *Educação, Sociedade & Culturas, 42*, 111–126. doi:https://doi.org/10.34626/esc.vi42.284

Seo, Y. (2013). Electronic sports: A new marketing landscape of the experience economy. *Journal of Marketing Management, 29*(13–14), 1542–1560. doi:https://doi.org/10.1080/0267257X.2013.822906

Sharpe, B. T., Besombes, N., Welsh, M., & Birch, P. (2022). Indexing Esport Performance. *Journal of Electronic Gaming and Esports, 1*(1), 1–13. doi:10.1123/jege.2022-0017

Sjöblom, M., & Hamari, J. (2017). Why do people watch others play video games? An empirical study on the motivations of Twitch users. *Computers in Human Behavior, 75*, 985–996. doi:https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.019

Taylor, T. L. (2012). *Raising the Stakes: E-sports and the Professionalization of Computer Gaming.* Cambridge, MA: The MIT Press.

Taylor, T. L. (2018). *Watch me play: Twitch and the rise of game live streaming.* Princeton, NJ: Princeton University Press.

Vuorikari, R., Kluzer, S., & Punie, Y. (2022). *DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens – With new examples of knowledge, skills and attitudes.* Luxembourg: Publications Office of the European Union. doi:10.2760/115376

Walz, S. P., & Deterding, S. (. (2014). *The Gameful World: Approaches, Issues, Applications.* Cambridge, MA: MIT Press.

Witkowski, E. (2012). On the digital playing field: How we “do sport” with networked computer games. *Games and Culture, 7*(5), 349–374. doi:https://doi.org/10.1177/1555412012454222

Worten Game Ring. (9 de outubro de 2025). *Portal Worten Game Ring*. Obtido de Worten.

Anexos

Anexo A – Questionário aplicado

Nota: Todos os gráficos apresentados neste anexo resultaram do questionário aplicado no âmbito deste estudo e constituem elaboração própria.

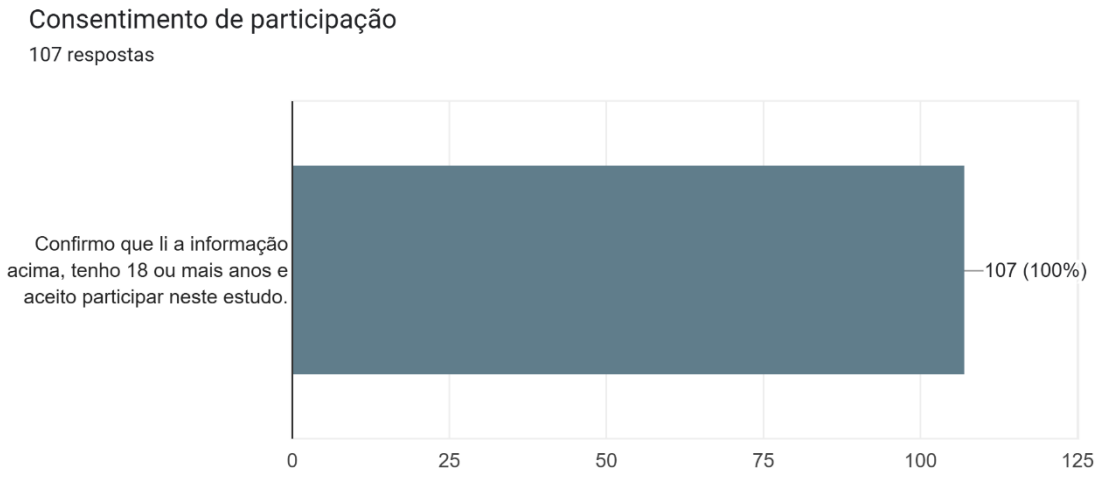


Figura A.1 – Consentimento de participação

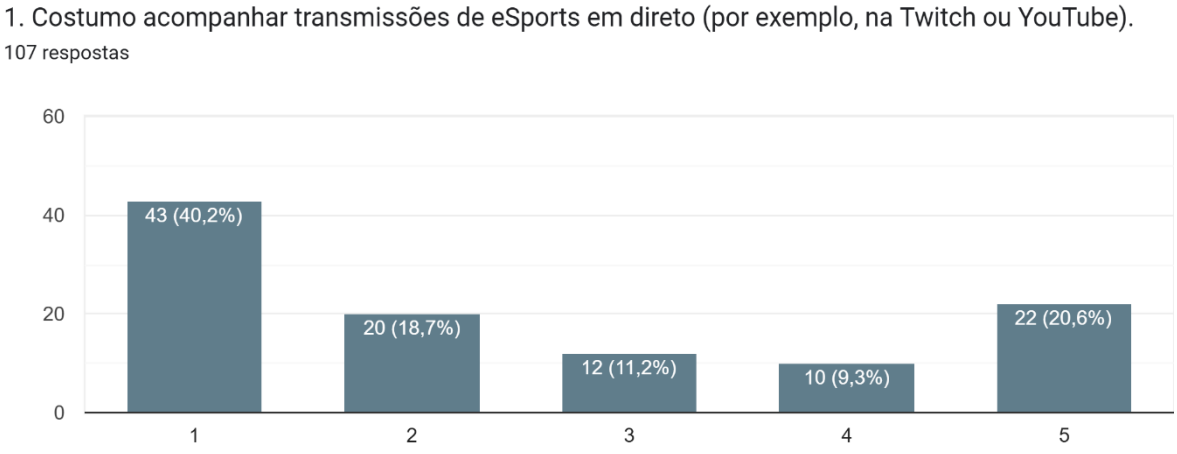


Figura A.2 – Frequência de acompanhamento de transmissões de eSports



Figura A.3 – Seguimento de equipas, jogadores e ligas de eSports nas redes sociais

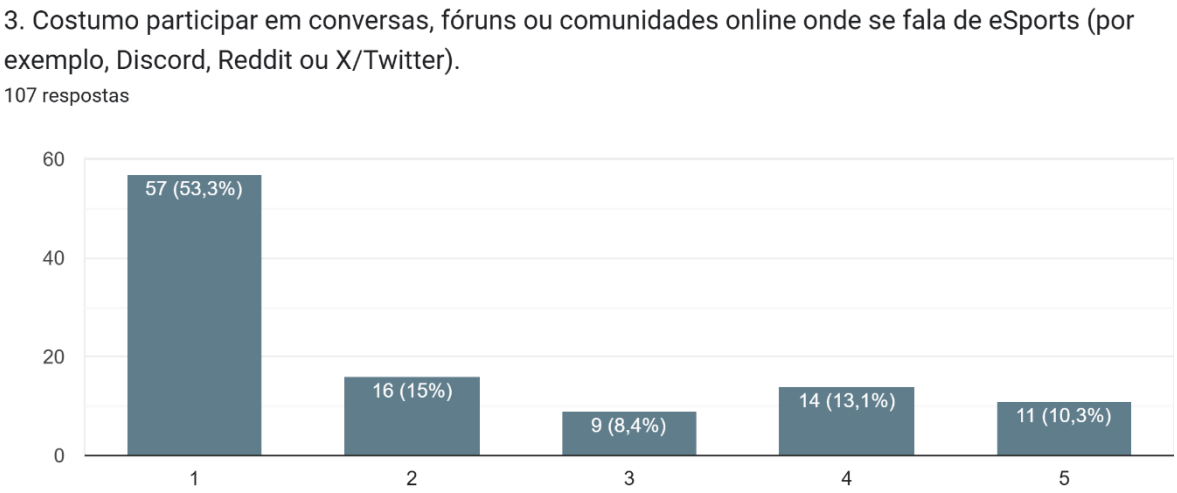


Figura A.4 – Participação em comunidades e fóruns online sobre eSports



Figura A.5 – Impacto dos conteúdos partilhados nas redes sociais no interesse pelos eSports

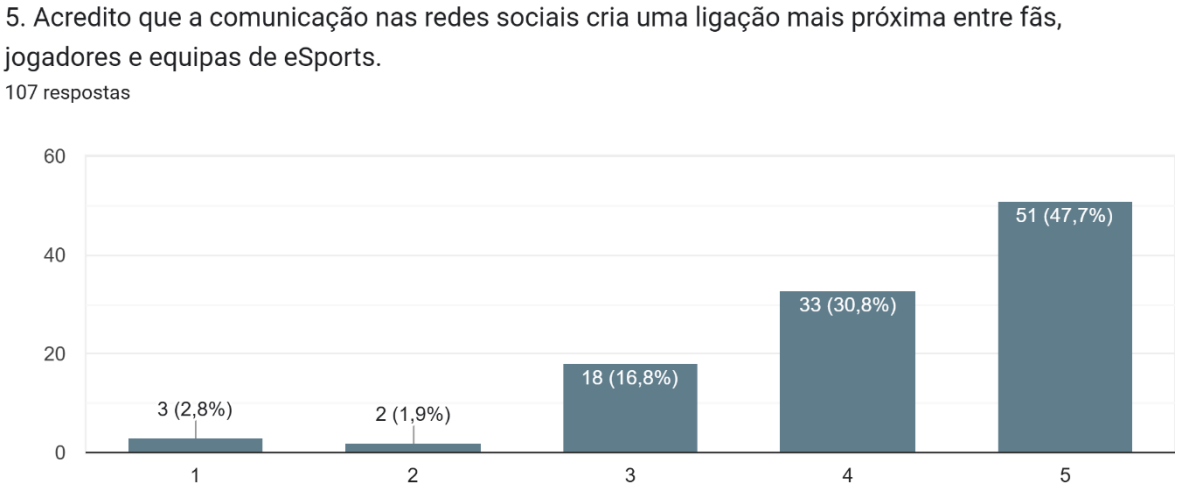


Figura A.6 – Ligação entre fãs, jogadores e equipas através das redes sociais

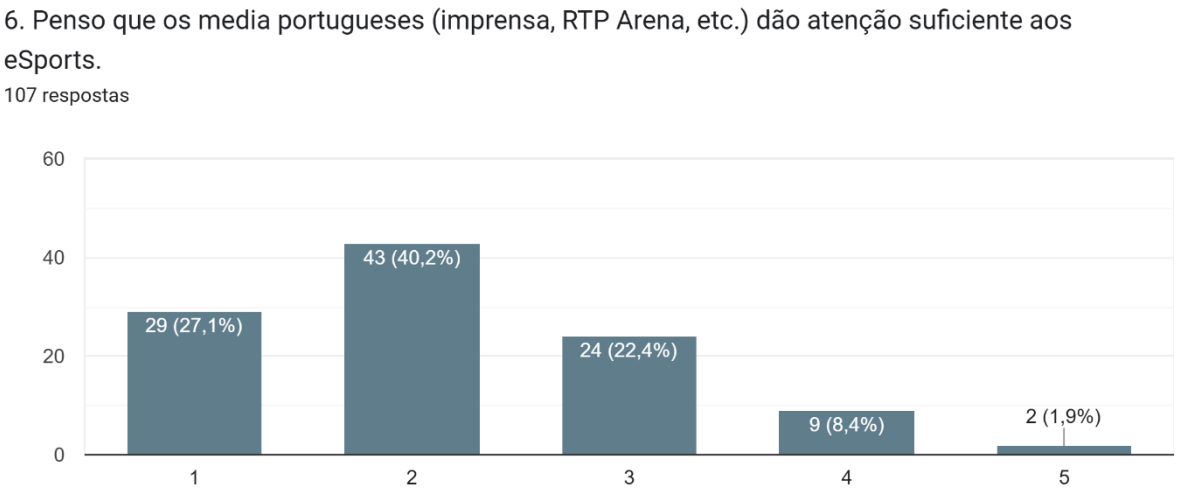


Figura A.7 – Atenção dos media portugueses aos eSports

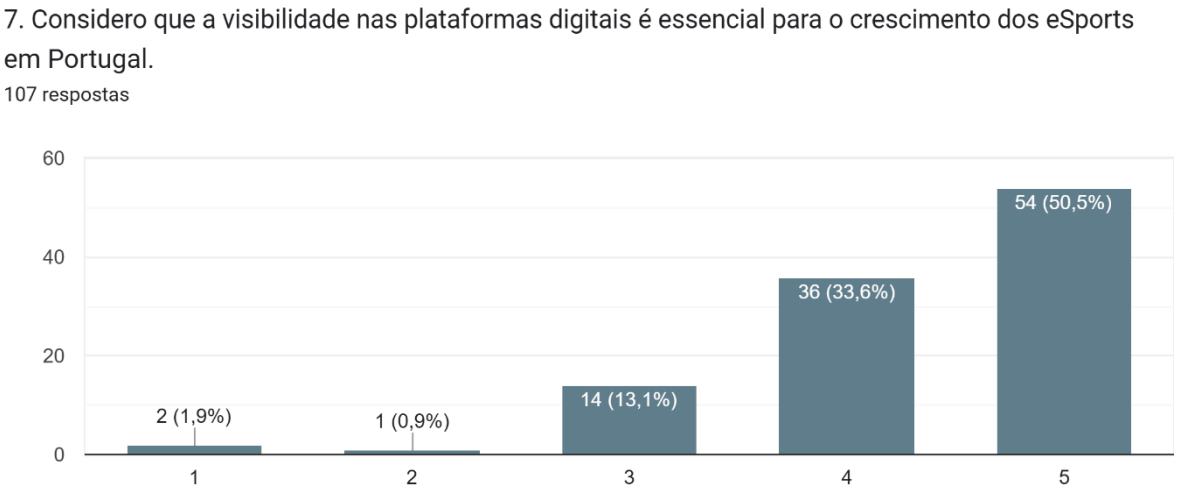


Figura A.8 – Importância da visibilidade digital para o crescimento dos eSports em Portugal

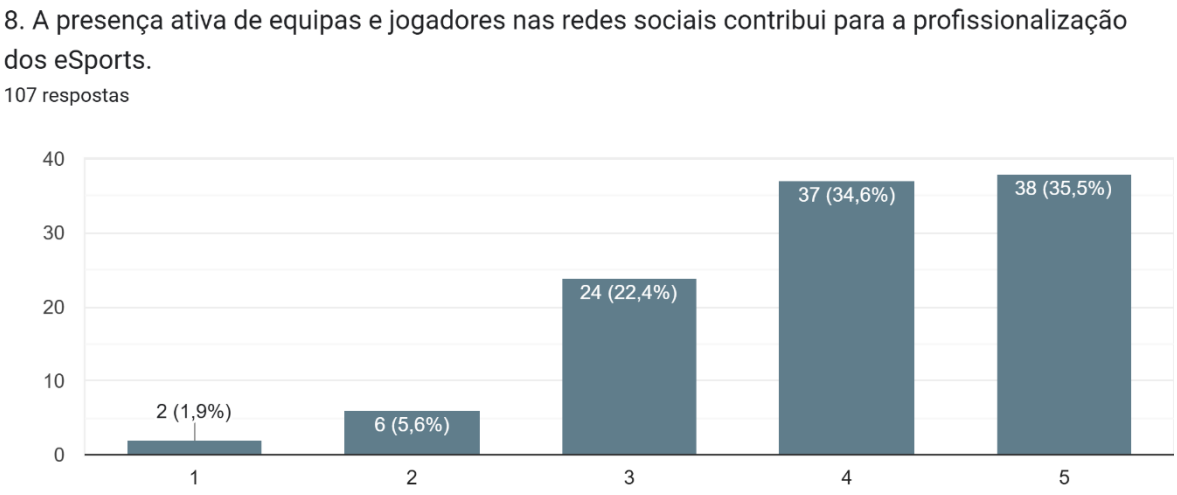


Figura A.9 – Contributo da presença ativa de equipas e jogadores nas redes sociais para a profissionalização dos eSports

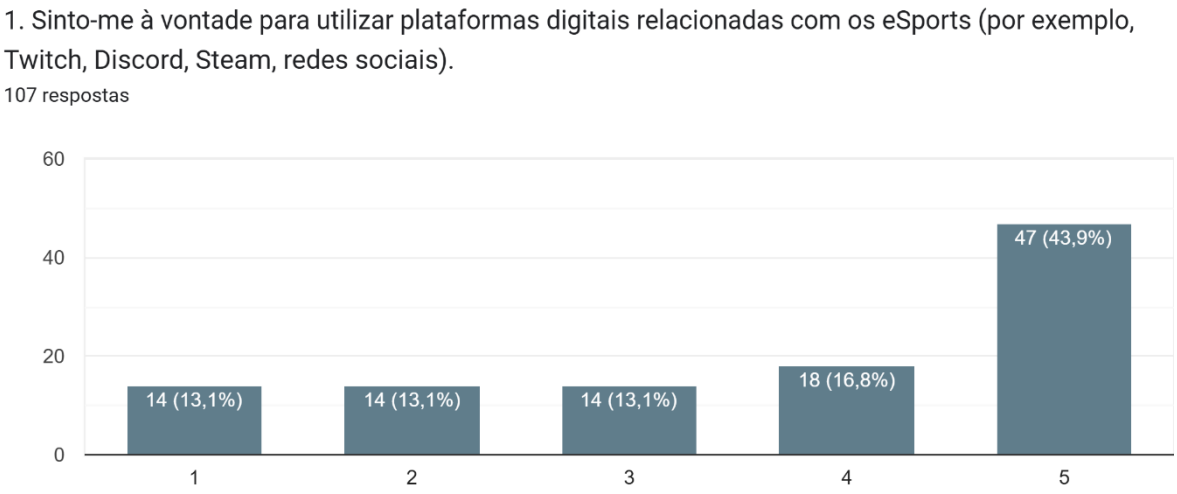


Figura A.10 – Conforto na utilização de plataformas digitais relacionadas com eSports

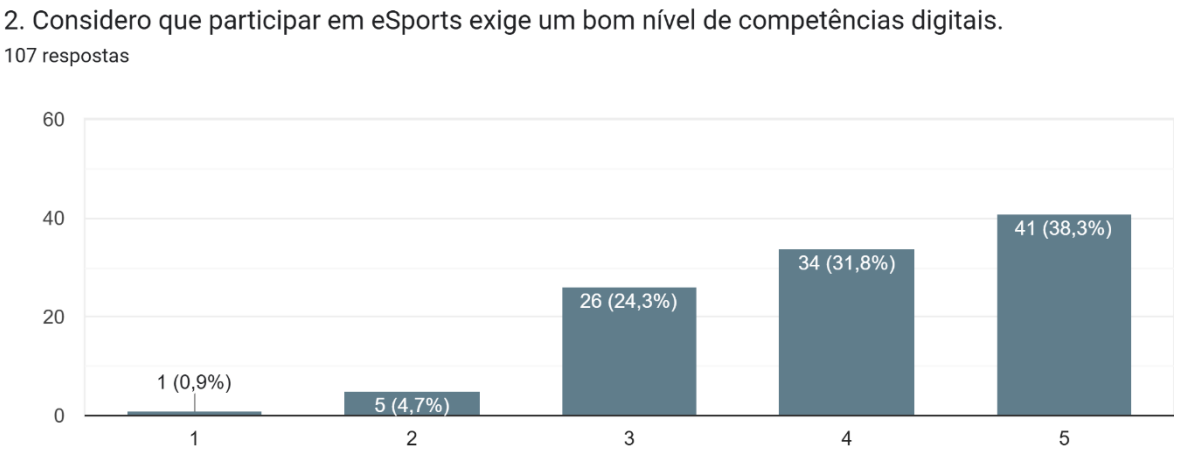


Figura A.11 – Importância das competências digitais na participação em eSports

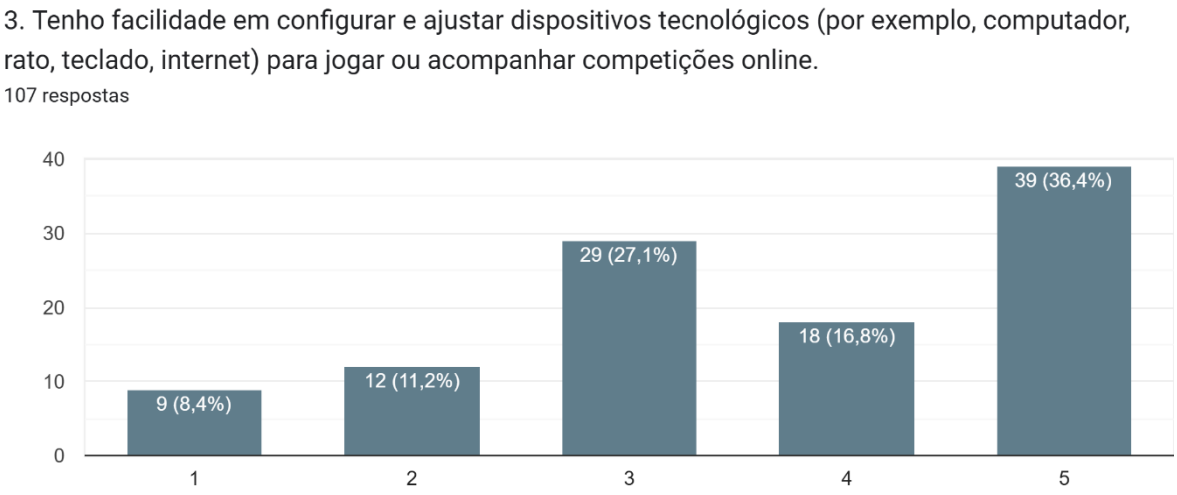


Figura A.12 – Facilidade em configurar dispositivos tecnológicos para jogar ou acompanhar eSports

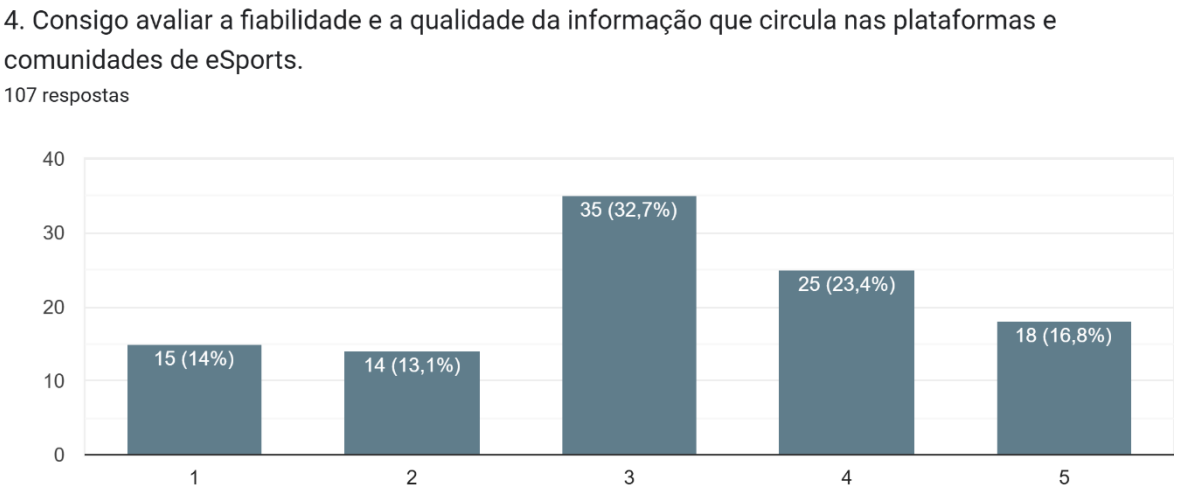


Figura A.13 – Capacidade de avaliar a fiabilidade e qualidade da informação sobre eSports

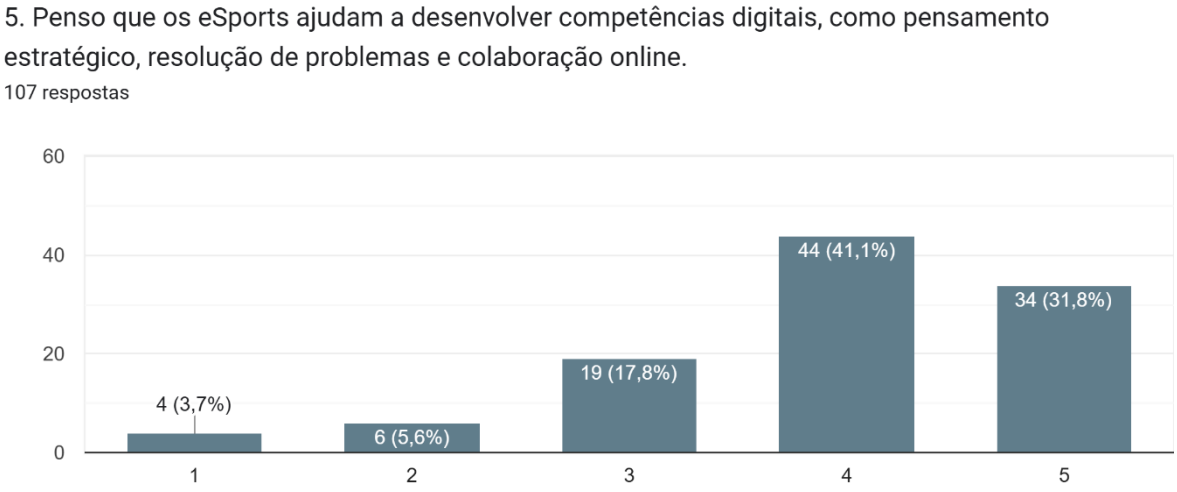


Figura A.14 – Desenvolvimento de competências digitais através dos eSports

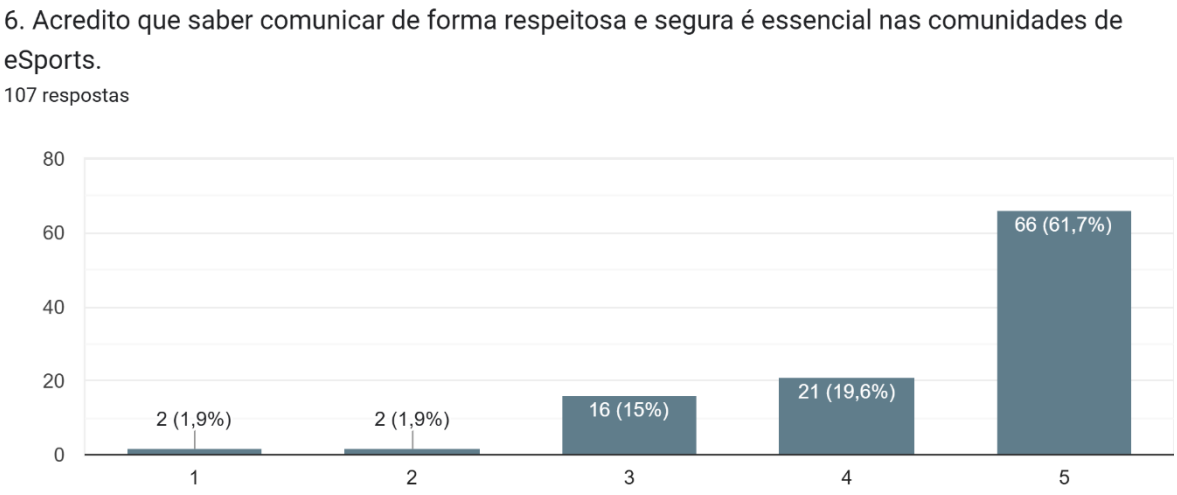


Figura A.15 – Importância da comunicação respeitosa e segura nas comunidades de eSports

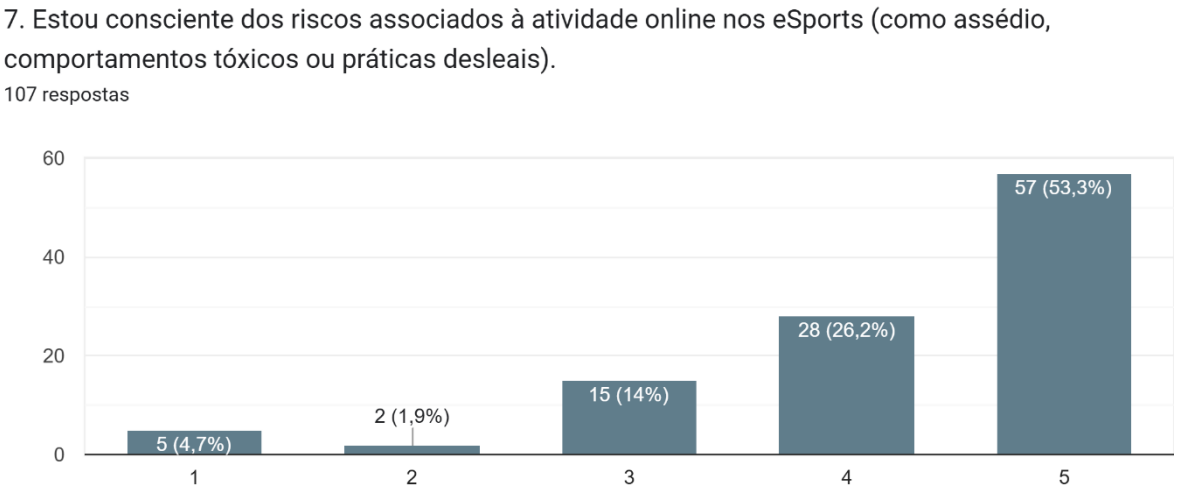


Figura A.16 – Consciência dos riscos associados à atividade online nos eSports

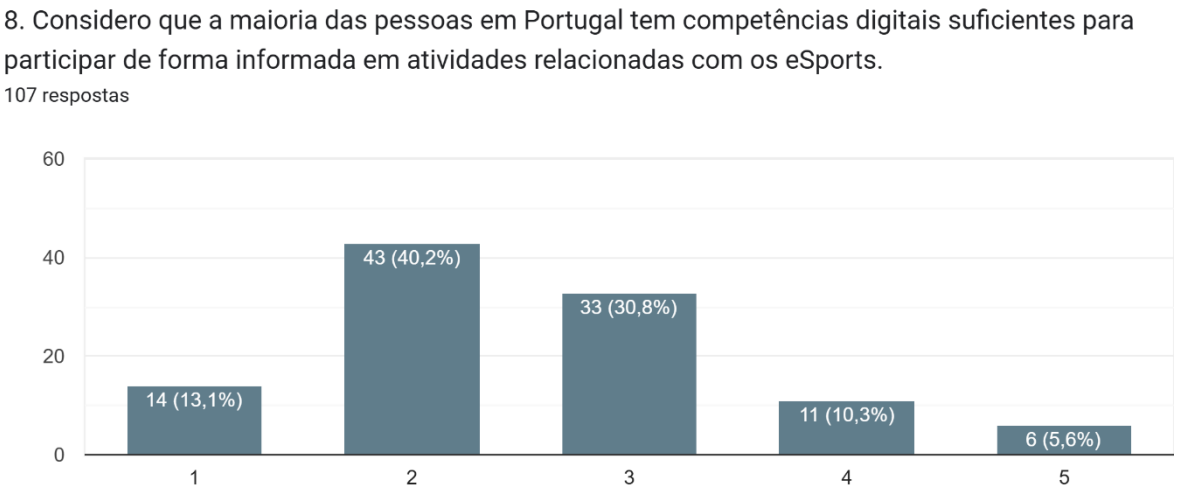


Figura A.17 – Competências digitais da população portuguesa para participar em atividades de eSports

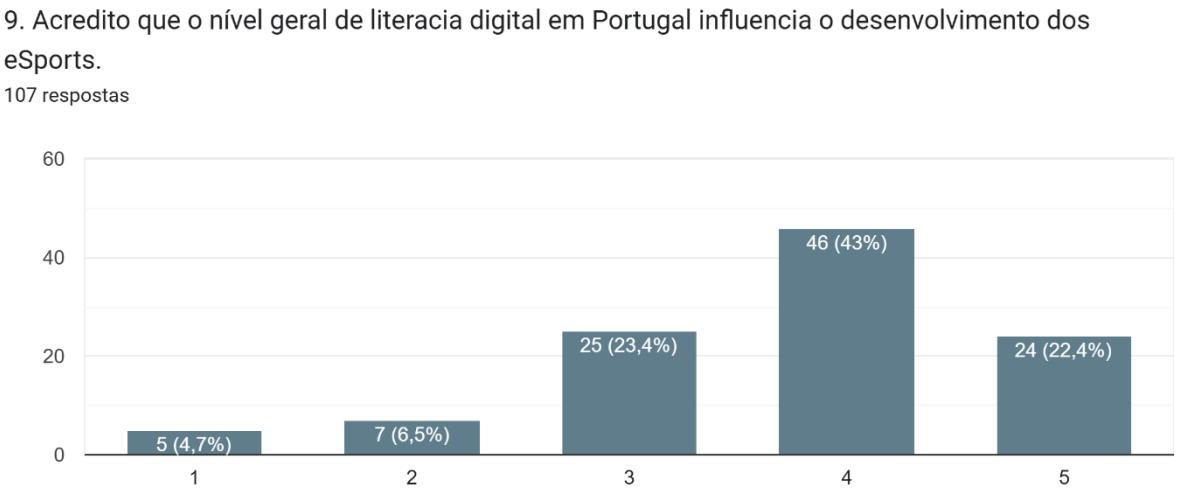


Figura A.18 – Influência da literacia digital nacional no desenvolvimento dos eSports em Portugal

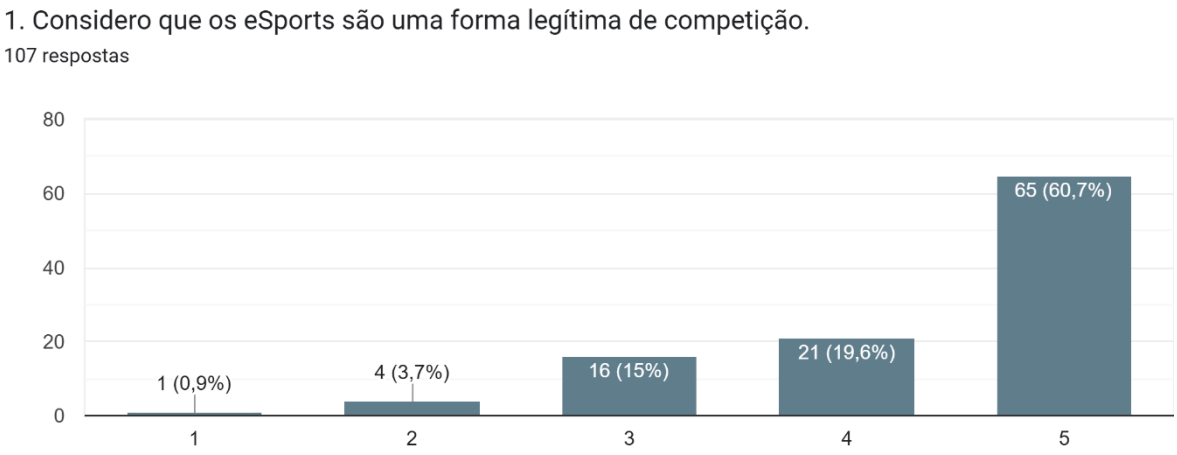


Figura A.19 – Reconhecimento dos eSports como forma legítima de competição

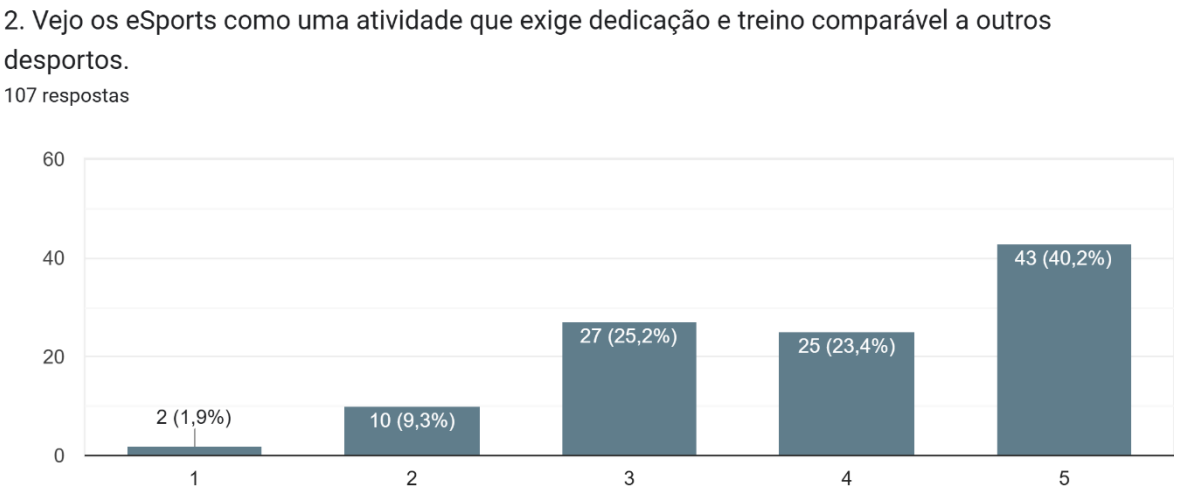


Figura A.20 – Dedicação e treino exigidos pelos eSports em comparação com outros desportos

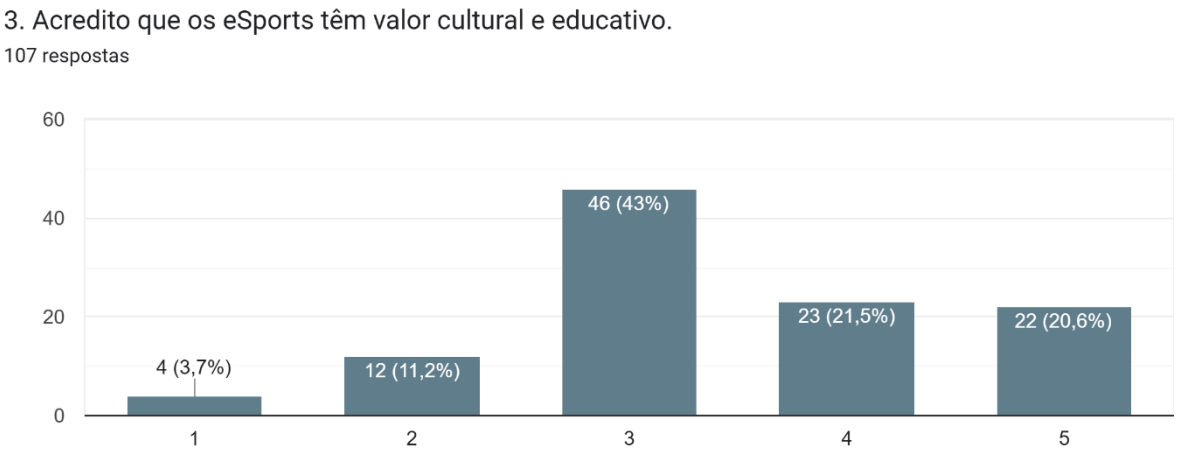


Figura A.21 – Valorização cultural e educativa atribuída aos eSports

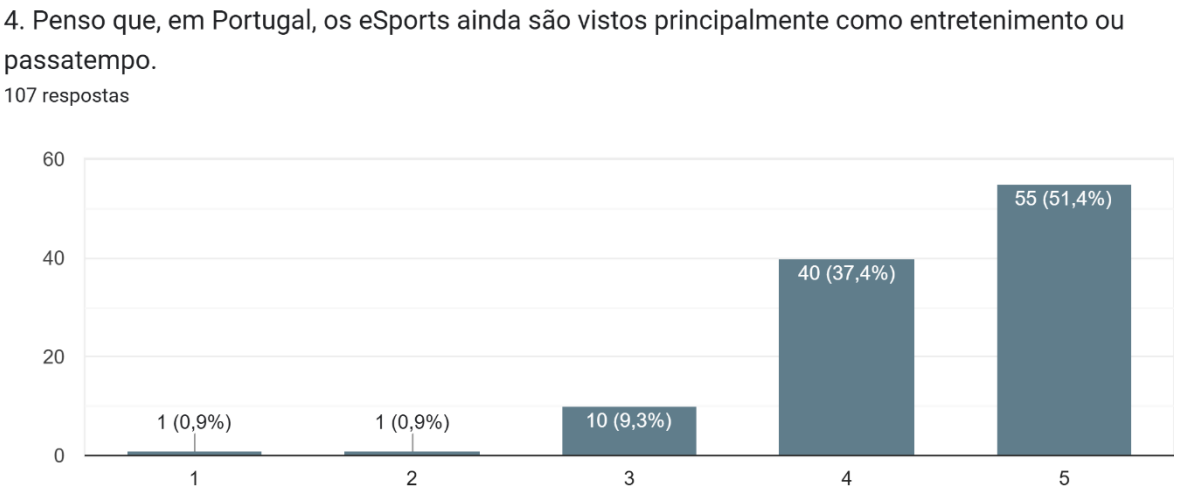


Figura A.22 – Perceção dos eSports em Portugal como forma de entretenimento ou passatempo

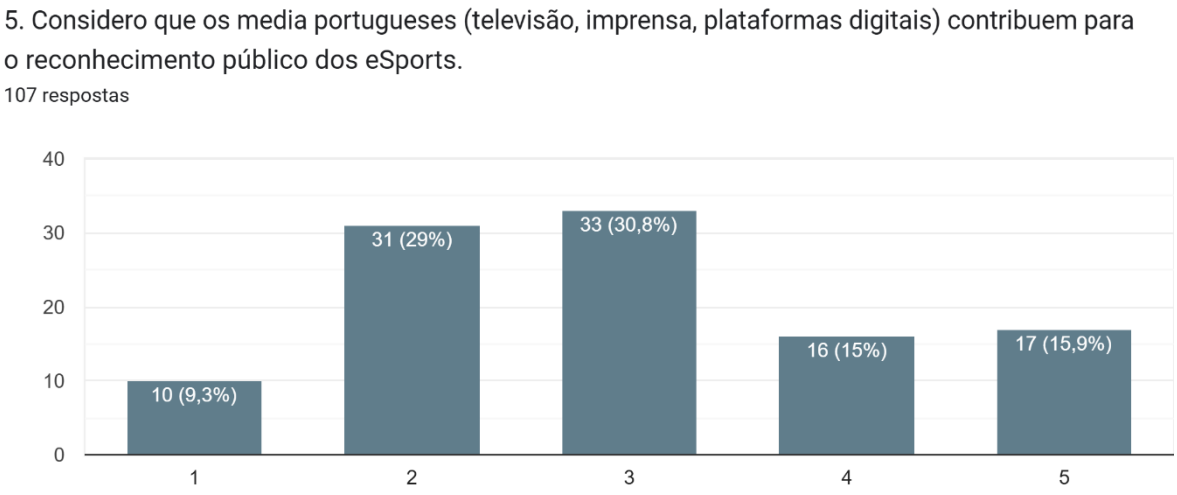


Figura A.23 – Contributo dos media portugueses para o reconhecimento público dos eSports



Figura A.24 – Valorização dos eSports por instituições públicas e educativas

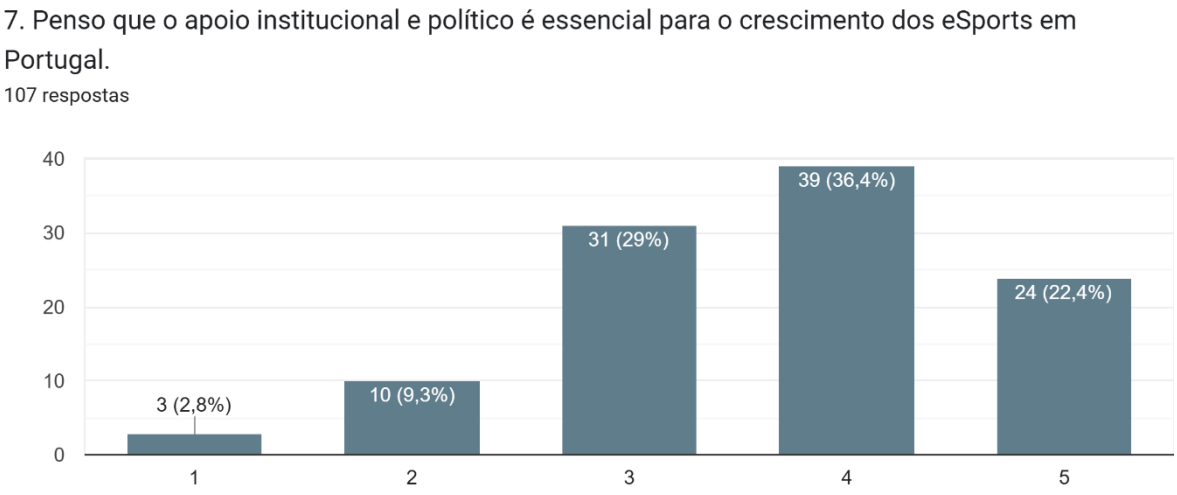


Figura A.25 – Importância do apoio institucional e político no crescimento dos eSports em Portugal

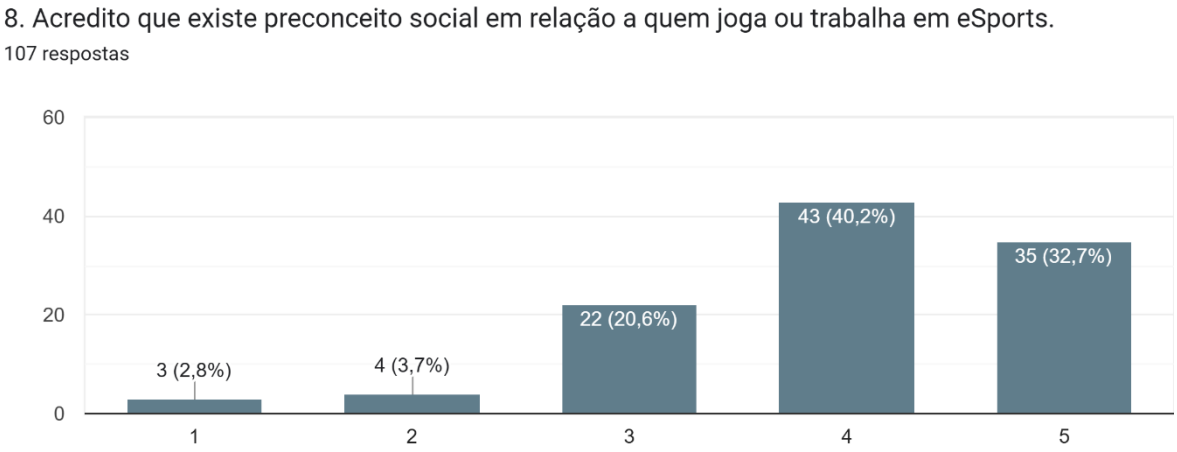


Figura A.26 – Preconceito social em relação a jogadores e profissionais dos eSports

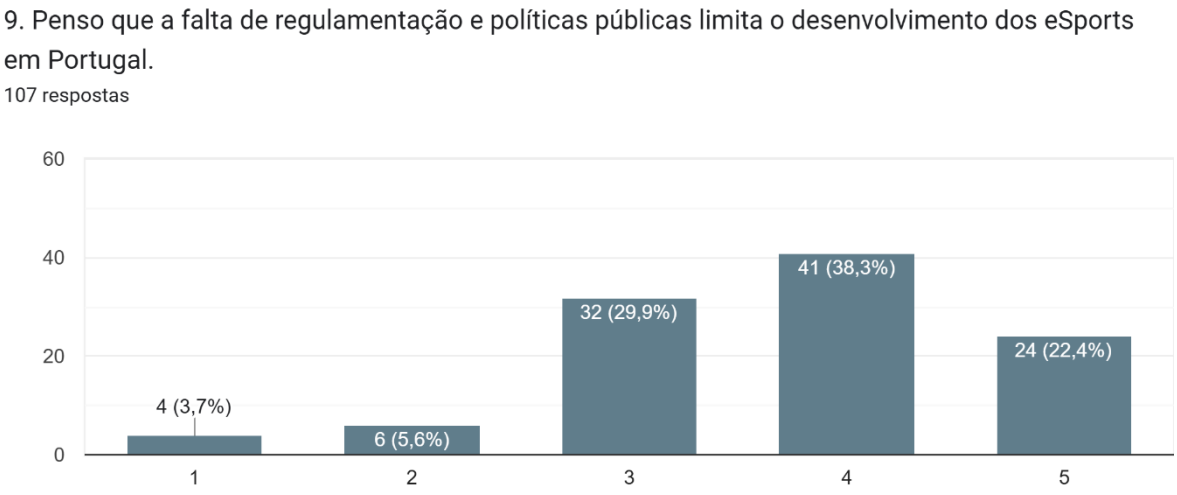


Figura A.27 – Impacto da falta de regulamentação e políticas públicas no desenvolvimento dos eSports

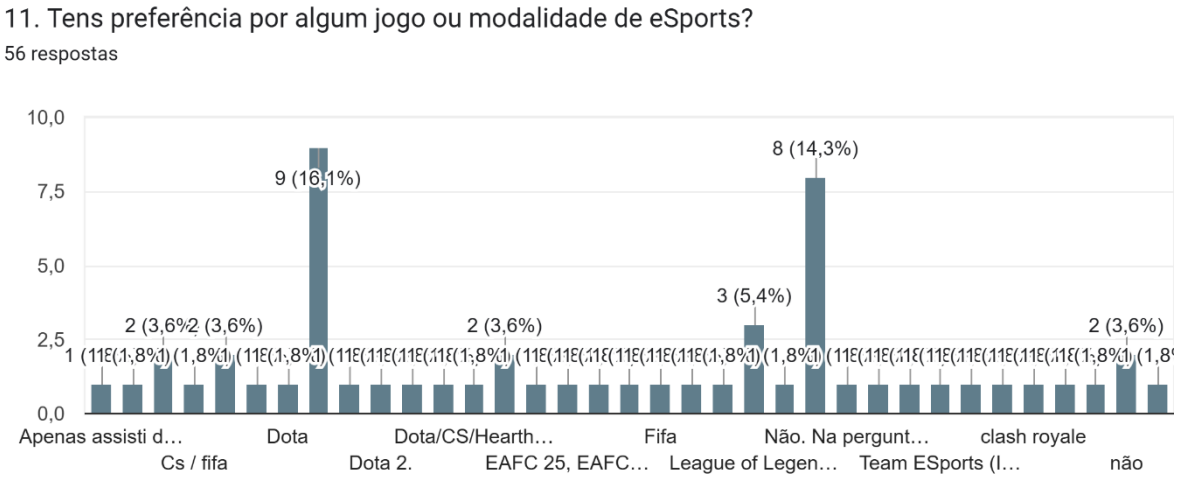


Figura A.28 – Preferência por jogos ou modalidades de eSports (questão aberta de caracterização da amostra)