

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo  
PUC-SP

Kauê Ian Nishi Gaebler Zoccoli

Utilização dos esportes eletrônicos na diplomacia pública chinesa

Trabalho de Conclusão de Curso em Relações Internacionais

São Paulo

2023

## SUMÁRIO

Sumário	
<b>Introdução</b> .....	3
<b>Revisão da Literatura: Soft Power e Diplomacia Pública</b> .....	7
<b>Diplomacia Pública Chinesa</b> .....	12
<b>Estudo de caso: os eSports na Diplomacia Pública Chinesa</b> .....	17
<b>Conclusão</b> .....	21
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	23

## **Introdução**

Os *eSports*, ou esportes eletrônicos, se tornaram uma das indústrias que mais cresce mundialmente, atingindo, segundo estudos da Newzoo (2023), um crescimento ano a ano de 2,6% em 2023, arrecadando mais de 187 bilhões de dólares e com perspectiva de atingir mais de 212 bilhões de dólares em 2026, além de se estimar que o número de jogadores ao redor do mundo ultrapassará a marca de 3,38 bilhões de pessoas, somando computadores, celulares e consoles, com perspectiva de atingir mais de 3,7 bilhões de pessoas em 2026.

A presente pesquisa tem como objetivo analisar de que forma os esportes eletrônicos, também conhecidos como *eSports*, são utilizados pela diplomacia pública chinesa de modo a expandir sua cultura, valores e influência ao redor do mundo. Para tal, será analisado de que forma atores estatais e não-estatais chineses utilizam os *eSports* como ferramenta política, atuando de modo a torná-lo um importante disseminador das crenças e valores culturais do país. Assim sendo, conceitos já estabelecidos dentro dos estudos das Relações Internacionais serão utilizados, tendo como exemplo o “*soft power*”, termo popularizado por Joseph Nye, e suas correlações com a ferramenta de diplomacia pública. Ademais, essa pesquisa visa ampliar o debate acerca da diplomacia do esporte eletrônico e sua utilização por parte dos Estados, mais especificamente o caso da China, a segunda maior economia do mundo e principal mercado da indústria dos esportes eletrônicos.

Apesar dos estudos serem recentes e estarem em constante expansão, se torna cada vez mais comum a implementação dos esportes eletrônicos em programas econômicos e diplomáticos estatais, sendo a China e a Coreia do Sul os principais países expoentes a adotar os *eSports* em suas políticas, tendo atuação não só governamental, mas também de atores não estatais, que agem em diversas áreas, como desenvolvimento de jogos, realização de campeonatos, atuação de organizações, criação de plataformas, entre outros.

Os dois países, mesmo que utilizem dos esportes eletrônicos como ferramentas políticas, possuem algumas divergências em relação a abordagem e objetivos. A Coreia do Sul, por ser a pioneira em promover os *eSports* como parte da sua diplomacia pública, desenvolveu uma forte indústria e uma grande base de fãs a partir de iniciativas governamentais que forneceram infraestrutura de rede e telecomunicação para todo o país, além de sediar diversos eventos que atraíram atenção do mundo todo. A China, por sua vez, se tornou recentemente a maior indústria mundial de esportes eletrônicos, ultrapassando os Estados Unidos, e por isso suas ações são voltadas ao mercado global, com altos investimentos e rápido crescimento do mercado, visando se tornar não só uma referência regional, mas também internacional, através de ações como a

construção de arenas que permitam que o país se torne sede dos principais eventos de esportes eletrônicos do mundo (Meng-Lewis e Wong, 2022, p. 15.).

Portanto, a escolha do caso chinês como estudo de caso único se dá pela sua característica recente e de grande expansão, contando não só com fortes investimentos estatais mas também com a participação de atores não estatais, criando um sistema que desafia a tradicional característica autoritária do governo. Além disso, “as novas tecnologias podem beneficiar as economias dos Estados que investem nesse segmento de mercado da internet” (Assis e Candal, 2019, p. 1.), portanto, os investimentos estatais não só auxiliam na promoção de uma imagem positiva do país, promovendo também seu desenvolvimento econômico.

Essa pluralidade de atores e sua capacidade de se conectar diretamente com o público estrangeiro é o que justifica a escolha dos esportes eletrônicos como uma das mais novas ferramentas de propagação dos valores e tradições chineses, utilizando sua popularidade mundial como uma ponte para promover o diálogo intercultural, construindo assim relações positivas entre países, povos e culturas.

Os esportes eletrônicos possuem grande capacidade de gerar *soft power* devido ao seu rápido crescimento, alto poder de transmissão e divulgação e por estar relacionado aos avanços tecnológicos, permitindo assim que sua cultura seja compreendida e disseminada a partir da sua própria voz, quebrando os estereótipos estabelecidos, em grande parte, por potências ocidentais, uma vez que não seria uma divulgação oficial do governo, mas sim uma imagem transmitida por meio de jogadores profissionais, organizações, produtores do evento, entre outros (Domski, 2022; Meng-Lewis e Wong, 2022; Khan, 2022.)

É justamente essa ampla variedade de atores não estatais que justifica a abordagem do tema por meio da Diplomacia Pública, que permite a criação de um canal não governamental em que múltiplos atores agem de modo a atingir as metas dos países, pois a partir do momento em que o Estado passou a ficar cada vez mais descredibilizado, tornou-se imprescindível essa participação.

Essa conexão entre Estado e atores não estatais podem ocorrer de diversas formas, como apoio e fornecimento de recursos para equipes e desenvolvedoras de jogos, promoção de eventos que permitam um intercâmbio de culturas e cooperação entre países, engajamento com a juventude global, etc. Dessa forma, a atuação governamental seria através do fortalecimento da indústria, que atrairia mais visibilidade ao país, e, conseqüentemente, projetaria uma imagem positiva no cenário internacional, permitindo assim um fortalecimento de laços.

Em vista disso, além da análise do papel Estado, se faz necessário abordar outros atores, com destaque para a empresa chinesa Tencent, a quinta maior empresa de internet do mundo e

maior empresa de *videogames* do mundo, possuindo investimento nas principais desenvolvedoras de jogos, o que a torna indispensável nas discussões e planejamentos governamentais. A empresa, segundo reportagens da *Financial Times*, teve, no ano de 2023, parte de suas ações compradas pelo governo chinês, tornando possível a nomeação de diretores para o conselho, e conseqüentemente um maior poder de influência na tomada de decisões nas mãos do Partido Comunista da China.

Entretanto, ainda que haja essa interferência governamental na empresa, a Tencent consegue utilizar seu tamanho e crescimento em benefício próprio, e ao ser responsável por não só criar e distribuir conteúdo, mas também regulamentar suas ligas, acaba por criar um “ecossistema de dependência da plataforma, homogeneização organizacional e fortes assimetrias de poder” (LIN e ZHAO, 2020, p. 1, tradução livre), alterando assim a ideia de que o governo seria autoritário e, conseqüentemente, o único responsável pela regulação de políticas.

A partir desse entendimento, também se faz importante realizar uma retomada da diplomacia pública chinesa desde os anos 80, de modo a analisar como essa característica autoritária se fez presente em momentos de abertura econômica e projeção internacional, assim como suas alterações e diferentes estratégias empregadas pelo governo chinês para chegar na era global como uma das principais potências mundiais, tentando nivelar seu *soft e hard power* de modo a atrair os interesses de outros países.

Dessa forma, o presente trabalho também busca compreender como a China, país tradicionalmente caracterizado pela força estatal e que possui a maior indústria mundial de esporte eletrônico, consegue, junto a atores não estatais, aplicar os *eSports* em suas políticas públicas de forma benéfica, os integrando à diplomacia pública do país principalmente através do Ministério da Cultura. Além disto, outros aspectos, como a busca de diversas cidades chinesas pelo título de “capital do esporte eletrônico” também serão analisadas de forma a tentar compreender as inúmeras formas com que os *eSports* podem ser utilizados.

Para isso, em primeiro momento será realizada uma abordagem teórica a fim de definir o que é *soft power* e diplomacia pública, assim como suas semelhanças e diferenças, de modo a elucidar as razões pelas quais os conceitos foram escolhidos. Posteriormente será feita uma análise da história da diplomacia pública chinesa, tendo como ponto de partida a década de 80, período em que o país começou a se abrir para o mundo exterior, até chegar nos dias de hoje, época em que a era digital e a globalização são peças chave na diplomacia pública de grande parte dos países do mundo. Por fim, será elaborado o tema a partir do estudo de caso,

analisando como a China, recentemente, vem incorporando os esportes eletrônicos em sua diplomacia pública junto a atores não estatais e cidades.

### **Revisão da Literatura: Soft Power e Diplomacia Pública**

De acordo com Joseph Nye, poder é definido como “a habilidade de afetar os outros para obter os resultados que desejamos” (Nye, 2013, p. 1.). Entretanto, enquanto decisores políticos e diplomatas enxergam poder como algo concreto, mensurável e previsível, Nye entende que nem todo recurso gera poder, tornando-o, portanto, imprevisível. Ademais, pelo fato de poder se dar por meio de recursos tangíveis e intangíveis, os conceitos de *soft* e *smart power* passam a ter grande influência nos debates de poder.

O conceito de *soft power*, termo cunhado e divulgado por Joseph Nye, trata sobre a capacidade estatal de um país em influenciar os outros de modo a alcançar seus objetivos através de meios não coercitivos, divergindo, portanto, do conceito de *hard power*, onde esses objetivos seriam alcançados através de meios coercitivos ou de barganha, como o militar e o econômico. Dessa forma, o *soft power* se dá por meio de recursos intangíveis, como cultura, valores, tradições, ideias, etc. Entretanto, apesar de serem conceitos supostamente opostos, o *soft power* e o *hard power* podem ser vistos, de certa forma, como complementares, sendo o equilíbrio entre eles uma das principais maneiras para que os Estados atinjam seus objetivos (Nye, 2013.).

Todavia, no caso dos *eSports*, a única abordagem possível se dá pelo conceito de *soft power*, uma vez que, apesar dos ganhos econômicos provenientes da indústria, os valores exportados pelos esportes eletrônicos são puramente intangíveis, auxiliando na exportação de valores, culturas e tradições do país e permitindo a criação de um canal que possibilita a relação bilateral entre países através de eventos e competições que envolvam a participação de atletas e organizações do mundo inteiro.

É a partir do estabelecimento dessas relações que o conceito de *soft power* passa a ser mais utilizado, uma vez que os países podem utilizar sua cultura de modo a persuadir e assim moldar a preferência de outros atores, permitindo a resolução de conflitos, criação de alianças, fortalecimento da reputação, entre outros. Dessa forma, o uso do conceito cresceu exponencialmente durante a Primeira Guerra Mundial, período em que os países visavam estabelecer uma imagem internacional favorável, de modo a cooptar mais aliados, afetando rádios, produções cinematográficas, musicais, entre outras.

Entretanto, a difusão do conceito se deu principalmente no campo acadêmico das Relações Internacionais somente a partir do artigo “*Bound to Lead*”, escrito em 1990 por Joseph Nye, que o descreve como “a capacidade de afetar os outros para obter os resultados desejados através da atração ao invés de coerção ou pagamento.”(Nye, 2008, p. 94.). O termo ganhou amplo destaque devido ao entendimento dos Estados de que o poderio militar e

econômico (*hard power*) deixaram de ser suficientes na conquista de seus objetivos e à globalização, que deu destaque a uma diversa gama de atores como organizações internacionais e atores não-estatais.

Em vista disso, a multiplicidade de atores e o fato de cada um deles ter o seu próprio *soft power*, fez com que a visão tradicional histórica dos Estados fosse alterada, passando de controlador e regulador das relações para mais um dos agentes promotores. Ademais, Nye (2013) afirma que os resultados são difíceis de se medir em comparação ao *hard power* e demoram muito para acontecer, frustrando o imediatismo dos atores estatais. Além disso, uma das principais dificuldades em se incorporar o *soft power* nas estratégias governamentais é o fato de que “os instrumentos de *soft power* não estão totalmente sobre o controle do governo” (NYE, 2013, p. 7, tradução livre), o que dificulta a formulação de políticas devido à imprevisibilidade de certas variáveis.

Um conceito mais recente, mas que ganha grande destaque por se aproveitar do debate do *soft power* é a Diplomacia Pública, que foge da visão tradicionalmente compreendida da diplomacia entre Estados e passa a incorporar atores não-estatais, que juntos somam esforços para criar uma estratégia a ser utilizada pelos governos de modo a gerenciar e promover sua imagem e interesses no cenário internacional por meio do envolvimento com públicos estrangeiros através da abertura de diversos tipos de canais de comunicação, garantindo assim que “o alvo da iniciativa na diplomacia pública possa também fornecer seu *feedback* para o Estado que a promove” (Silva, 2021. p. 14.).

Entre os inúmeros impactos que a diplomacia pública pode atingir, alguns que merecem destaque são: a capacidade de envolver as pessoas com o país de modo a torná-lo atrativo ao turismo, estudos, investimentos, entre outros; a criação de uma percepção positiva; e a capacidade de influenciar as pessoas de modo a obter apoio dos grandes públicos, tornar políticos favoráveis ao país, etc. E é dentro desses aspectos que uma relação com o conceito de *soft power* pode ser realizada.

Em suma, diplomacia pública e *soft power* estão estreitamente relacionados, uma vez que a primeira é uma das ferramentas estatais utilizadas para aumentar sua influência com o público estrangeiro, e a promoção da cultura, valores, tradições e inovações é uma das principais formas de expandir seu prestígio internacional.

Leonard (2002) cita que a diplomacia pública serve para construir relações, ou seja, compreender as necessidades do outro, comunicar pontos de vistas, corrigir falsas percepções e procurar por áreas em que haja um ponto comum. Tais ações podem envolver promoção de programas culturais, organização de eventos esportivos e/ou científicos, entre outros. E é dentro

desses âmbitos que os esportes eletrônicos podem ser utilizados, uma vez que, por exemplo, a realização de eventos internacionais de *eSports* atraem fãs de todo o mundo, abrindo um canal de comunicação que permita a visualização dos valores, cultura e desenvolvimento de um país, gerando assim uma imagem positiva e duradoura acerca das tradições e inovações. Além disso, a promoção dos esportes eletrônicos também pode impulsionar a atração de investimentos na área de tecnologia e entretenimento ao destacar a infraestrutura de determinado local (Meng-Lewis e Wong, 2022.).

Ademais, Leonard (2002) afirma que as pessoas estão cada vez mais céticas em relação ao governo, portanto a diplomacia pública deve ser utilizada de forma mais interativa, criando relações de longo prazo e compreendendo os grupos alvo, ao invés de seguir as tradições diplomáticas de enviar mensagens unidirecionais de forma a abranger uma população inteira. Isto posto, cabe a atores não estatais a promoção de uma imagem positiva e que vá de acordo com os objetivos governamentais.

Como dito anteriormente, este estudo de caso tem por base analisar como a China incorporou os esportes eletrônicos em sua diplomacia pública. De acordo com Silva (2021), há um desnivelamento entre o *soft power* e o *hard power* no país, uma vez que seu poderio econômico não é capaz de reverter a percepção negativa da opinião pública internacional.

Dessa forma, se faz necessário a criação de um canal de comunicação que possa “desmistificar estereótipos e contar sua própria versão de seus fatos ao mundo (QIZHENG, 2012.), sendo a internet um dos meios mais propícios para isso, devido a sua capacidade de acesso e divulgação, permitindo que atores não estatais participem das discussões e forneçam outra visão acerca da China.

A despeito da utilização dos esportes eletrônicos como ferramenta de *soft power*, há um consenso na literatura de que a China tem se tornado o principal país a incorporar os *eSports* em suas políticas públicas, de modo não só a disseminar seus valores e culturas, mas também obter melhores relações como outras nações e desenvolver sua indústria a partir de investimentos em infraestrutura.

Kajddetan Domski(2022) faz uma abordagem profunda baseada em uma pergunta: “Como os atores estatais e não estatais chineses podem utilizar os *eSports* na diplomacia pública?”. Para isso, se utiliza dos conceitos de *soft* e *smart power*; ambos de Joseph Nye, analisando e dando exemplos de como atores estatais, como o Ministério da Cultura, adaptaram, junto a atores não estatais, como empresas e cidades, o esporte eletrônico para a diplomacia. Desse modo, o autor não só define o que são os esportes eletrônicos, mas também analisa as

estratégias de sua atuação diplomática assim como suas limitações e a função que as empresas, principalmente a Tencent, possuem nesse cenário.

Concomitantemente, Donna Wong & Yue Meng-Lewis avançam na produção de um modelo de diplomacia do esporte eletrônico e sua capacidade de gerar *soft power* na China. Ademais, demonstram como ocorreu uma mudança diplomática no país, que recentemente enxergou o crescimento do esporte eletrônico como uma nova oportunidade de expandir sua influência cultural ao redor do mundo.

Outrossim, além de avançar no debate de um modelo de diplomacia do esporte eletrônico, possuem o foco de: abordar o crescimento dos *eSports* na China; comparar a atuação governamental anterior e posteriormente a essa ascensão; demonstrar os recursos diplomáticos que podem ser utilizados nos esportes eletrônicos; apontar qual o papel dos eventos esportivos, dos jogadores e organizações e das produtoras de jogos nesse crescimento; expor as conversões de estratégia e seus resultados; e questionar se essa diplomacia possui características tradicionais chinesas.

Outra questão central do debate acadêmico é o fato dos *eSports*, dentro da China, questionarem a suposta visão autoritária do país, pois a partir do momento em que há uma grande diversidade de organizações, jogadores, eventos e empresas decidindo sobre o futuro da indústria, o governo passa a ter pouco poder decisório sobre o assunto.

Yupei Zhao e Zhongxuan Lin abordam a função e importância da empresa chinesa Tencent. Os autores propõem que a estrutura da indústria de *eSports* chinesa contesta a visão de que o país é autoritário e adota medidas que ignoram as outras partes, pois, devido ao seu tamanho, consegue liderar e regulamentar sozinha as ligas dos jogos em que administra.

Domski também avança nesse debate a partir da dimensão doméstica, no que define como “Diplomacia das cidades”, que consiste em uma cidade promover o país e as áreas locais de maneira independente (Domski, 2022.). A partir dessa perspectiva, o autor analisa quatro cidades chinesas: Chengdu, Shanghai, Beijing e Hangzhou. Segundo o autor, essas são as principais na disputa pelo título de “capital do esporte eletrônico”, demonstrando assim que as próprias cidades tem poder decisório a respeito de seus objetivos, contestando a suposta visão estadocêntrica do governo chinês.

Apesar de não haver discordâncias entre as literaturas, algumas possuem características específicas, como no caso de Donna Wong & Yue Meng-Lewis, que além de demonstrar como os *eSports* podem ser uma ferramenta de *soft power*, exemplificam a mudança de rumo que a diplomacia do país tomou, deixando de lado esportes tradicionais e focando em ampliar a sua

influência cultural através dos esportes eletrônicos, já que seu rápido crescimento chamou atenção dos tomadores de decisão do país.

## **Diplomacia Pública Chinesa**

Durante este trabalho se tornou nítido que as grandes potências mundiais utiliza tanto mecanismos tradicionais de poder, conhecidos como *hard power*, como mecanismos sutis de poder, conhecidos como *soft power*. Entretanto, na China há “um grande descompasso entre a importância econômica e militar que o país vem adquirindo no mundo atual” (Silva, 2021, p. 10.), uma vez que seus valores e cultura são pouco difundidos no ocidente.

Dessa forma, o governo chinês entende que, para se inserir como a principal potência econômica mundial, esforços no âmbito da diplomacia pública devem ser realizados de modo a “construir sólidas relações bilaterais, desmistificar estereótipos e contar sua própria versão de seus fatos ao mundo” (Qizheng, 2012), desenvolvendo assim uma posição central no Sistema Internacional. No entanto, segundo Silva (2021), tal inserção deve ser feita de modo pacífico, sendo sua base a confiança construída através das relações políticas, sociais e culturais, deixando de lado o *hard power* chinês.

Tal inserção passou a acontecer após a morte de Mao Tsé-Tung em 1976 e a chegada de Deng Xiaoping ao poder em 1978, que trouxe consigo o plano de modernização da economia chinesa, abrindo assim o país à investimentos internacionais e “promovendo uma imagem da China cooperativa e também aberta à modernização.” (Silva, 2021, p. 54). Dessa forma, “a diplomacia pública chinesa foi alinhada à proposta de desenvolvimento econômico chinês e seu principal objetivo era garantir a manutenção da imagem de uma China que buscava o desenvolvimento econômico. (Silva, 2021, p. 54.)

Tais mudanças econômicas, voltadas para um “socialismo de mercado”, trouxeram questionamentos em relação à natureza política do país. Isso posto, segundo Silva (2021), as lideranças do Partido Comunista da China buscavam evitar que a legitimidade do regime socialista fosse questionada, fazendo com que a diplomacia pública se tornasse um importante pilar no projeto de desenvolvimento da China, visando oferecer respostas e contornar questões sensíveis na opinião pública sobre a transição econômica do país.

Dessa forma, a década de 80 ficou caracterizada pela abertura gradual da China a economia global, sendo acompanhada por reformas econômicas com foco na modernização e desenvolvimento a partir da abertura para investimentos estrangeiros nas Zonas Econômicas Especiais (ZEEs). Assim, a diplomacia pública nesse período estava focada, principalmente, em evitar uma imagem de subserviência às potências estrangeiras, mas que ao mesmo tempo mantivesse a soberania nacional e que reconstruísse a imagem internacional do país, quebrando com as políticas isolacionistas anteriores e inserindo o país no sistema internacional. O período

inicial, portanto, foi fundamental para criar um pilar do que seria a diplomacia pública nas próximas décadas.

A década de 90 foi marcada pela percepção dos frutos colhidos pelas mudanças realizadas na década anterior, tanto no âmbito econômico como no âmbito internacional, passando por uma grande intensificação das reformas econômicas e maior esforço para integrar-se ao sistema econômico global. Para isso, de acordo com Silva (2021), investimentos na diplomacia pública também foram feitos: o primeiro, e mais relevante deles, foi a construção do Information Office of the State Council (SCIO), em 1991, projeto voltado para a presença global do país.

O escritório é o braço do partido comunista na construção de uma estratégia de comunicação global para a China., todas as questões mais sensíveis ao governo chinês passam pelo órgão, que elabora estratégias de comunicação e define os principais grupos de interesse aos quais aquela será direcionada. (Silva, 2021, p. 56.).

Assim, a diplomacia pública chinesa, apesar de ser coordenada pelo Partido Comunista da China, tem suas principais iniciativas ligadas à órgãos ligados ao governo. De acordo com Kejin (2016), as decisões mais estratégicas são tomadas pelo Departamento Central de Publicidade do Partido Comunista (CPCPD) e pelo SCIO, sendo o primeiro responsável pelas diretrizes políticas da diplomacia pública e, o segundo, responsável por lidar com questões relacionadas à mídia internacional, questões sensíveis ao país e produzir relatórios sobre a posição do governo. Dessa forma, “a diplomacia pública chinesa é caracterizada pela promoção de interação entre as iniciativas do país e a opinião pública internacional, com base em uma busca por dar legitimidade política às ações do governo chinês.” (Silva, 2021, p. 12.).

Ademais, a década de 90 ficou marcada pelo início da entrada do país em organizações internacionais e adesão em tratados comerciais, além do maior investimento em tecnologia e inovação, apoiando fortemente a indústria tecnológica, projetando o país como uma das principais potências emergentes na área, e consequentemente influenciando o crescimento da indústria dos esportes eletrônicos e impulsionando a criação de *internet cafes*, espécies de *lan houses* que auxiliaram, junto a chegada da internet, a difundir os *eSports* no país.

Em suma, o período foi fundamental para a consolidação das reformas econômicas aplicadas desde a década de 80 e passou a apresentar o país como uma das principais potências econômicas globais, atraindo o investimento de diversos parceiros econômicos estrangeiros. Ademais, também foi responsável por dar início aos investimentos nas indústrias tecnológicas

e dos esportes eletrônicos, dando início ao que, em poucos anos, se tornaria o maior mercado internacional.

De acordo com Silva (2021), a virada do milênio ficou marcada pela ascensão pacífica da China através da adesão do país à Organização Mundial do Comércio (OMC), da transformação do país em potência comercial e da busca por atração de investimentos estrangeiros. Tal ideia de ascensão pacífica foi marcada pela criação do Instituto Confúcio, em 2004, responsável por promover os valores e culturas chinesas ao redor do mundo.

A adesão à OMC, em 2001, marca institucionalmente a integração da China à economia global, abrindo seu mercado, reduzindo tarifas e eliminando barreiras comerciais. Seu impacto pôde ser observado de imediato: as exportações do país aumentaram exponencialmente, as empresas ganharam fácil acesso ao mercado internacional e os investimentos estrangeiros diretos (IED) aumentou, a tornando uma das principais exportadoras e importadoras do mundo, consolidando a China como uma potência comercial.

Outro fator que auxiliou na projeção de uma imagem positiva da China foram os megaeventos realizados na década de 2000, como os Jogos Olímpicos de 2008, com sede em Pequim, e a Exposição Mundial de Xangai em 2010. Tais eventos permitiram um maior desenvolvimento urbano, deixando um pouco de lado o aspecto econômico e focando na modernização e inovação das cidades, de modo a consolidar a imagem do país no cenário global. Ademais, os Jogos Olímpicos foram a oportunidade perfeita de demonstrar seus valores e cultura a partir do desempenho esportivo, uma vez que o país liderou o quadro de medalhas e teve a chance, por meio das cerimônias de abertura e encerramento, de apresentar sua história, cultura e desenvolvimento.

Durante esse período a diplomacia pública foi modificada, aproveitando dos megaeventos e do forte desenvolvimento econômico do país para se projetar internacionalmente, destacando não só a modernização, mas também dando ênfase na cooperação e harmonia de modo a suavizar críticas relacionadas a sua falha política de direitos humanos em relação ao Tibete.

A década de 2010 trouxe novos desafios impulsionados pela revolução tecnológica e era digital, fazendo com que o país incorporasse novas estratégias de comunicação em sua diplomacia pública. Dessa forma, a expansão das redes sociais e o uso de plataformas globais, como o Facebook e o Twitter, passaram a ser canais de comunicação fundamentais para aumentar sua presença e influência online. De acordo com Silva e Qizheng (2021; 2012), a diplomacia pública possui uma forte ligação com a sociedade civil, e que portanto todo cidadão chinês deve entender que seu comportamento representa a imagem de seu país, havendo assim

uma comunicação de “público para público”, sendo importante para o governo manter um canal de comunicação direto com o povo.

Ademais, se tornou cada vez mais importante a incorporação de elementos culturais na diplomacia pública, como ícones pop, estrelas do cinema, atletas profissionais de *eSports*, entre outros. Dentro desse aspecto, e visando uma maior inserção internacional, a China passou a utilizar os esportes eletrônicos como uma das fontes de propagação de sua cultura e valores, sendo representadas, mais recentemente, nos Jogos Asiáticos de 2023, sediados na cidade de Hangzhou.

Além disso, a internet também se tornou responsável por dar voz a diversos atores previamente esquecidos pela diplomacia pública chinesa, permitindo também uma rápida difusão de informação, fazendo com que os governos interpretassem “a internet e as redes sociais como imprescindíveis para as relações diplomáticas nacionais” (Silva, 2021, p. 22.).

A partir dessa percepção o governo também passou a investir em empresas de tecnologia ao redor do mundo, visando cooperação internacional e ser reconhecida como potência no desenvolvimento tecnológico global. Tais ações puderam ser vistas principalmente no cenário pandêmico, onde o país atuou ativamente no compartilhamento de tecnologias que auxiliassem no combate a pandemia, tentando combater também as controvérsias que relacionavam o país com a origem do vírus.

Durante esse período foi observado uma rápida adaptação chinesa às dinâmicas digitais, assim como afirmação de sua posição como uma das principais potências na indústria tecnológica. Ademais, a transformação não foi vista apenas internacionalmente, mas também nacionalmente, tornando o cidadão parte ativa da diplomacia pública do país.

Por fim, a década de 2020, apesar de manter as bases criadas na década anterior, também trazer novos desafios como questionamentos de violação dos Direitos Humanos em Xinjiang, enfrentamento das controvérsias frente a pandemia e disseminação de notícias falsas que envolvam o país. Além disso, a China vem, cada vez mais, buscando expandir seu *soft power* cultural, seja por meio da indústria de esportes eletrônicos, setores artísticos, culturais, entre outros, de modo a competir cada vez mais com seu principal rival econômico, os Estados Unidos da América.

De modo geral, o desenvolvimento de “uma imagem positiva é uma das ferramentas para construir alianças regionais e estabelecer uma política fronteiriça que proteja a soberania do país” (Silva, 2021, p. 59). E é dentro desse aspecto que a diplomacia pública chinesa atua, se modificando ao longo dos anos de modo a moldar as visões políticas de determinados grupos,

atingindo assim seus objetivos políticos e mantendo intacta sua soberania nacional, se projetando não só regionalmente como internacionalmente.

De acordo com Silva (2021), o uso exclusivo da força militar e econômica como forma de garantir poder no sistema internacional vem perdendo cada vez mais espaço, tornando necessária, também, a capacidade de cooperar, construir e manter relações estáveis entre países, cidade e povos. Criando, através da diplomacia pública, um canal que permita essa aproximação por meio do uso de recursos de *soft power*.

### **Estudo de caso: os eSports na Diplomacia Pública Chinesa**

Assim como ocorre em outros países, sendo a Coreia do Sul um dos principais casos de destaque, a China também incorporou os esportes eletrônicos como ferramenta de Diplomacia Pública. Isso se deu, em grande parte, após a recente tentativa do país em investir no futebol como forma de Diplomacia Pública, que não obteve os resultados esperados. Dessa forma, a China buscou diversificar sua atuação internacional, e pelo fato de sua indústria possuir o maior número em termos de receita e audiência, os esportes eletrônicos foram um dos escolhidos.

A partir da chegada da internet no país nos anos 90, os *internet cafes* passaram a se tornar cada vez mais populares no país, e por serem tratados como fruto da modernização e industrialização, foram bem-vindos pelo governo (Furrer, 2020.). Tais *cafes* também atuavam como organizações prematuras, pois empregava jogadores locais para representar suas lojas em campeonatos, dando início a um cenário que mais tarde se profissionalizaria.

Ainda em 2001, a Coreia do Sul sediou um torneio mundial, a *World Cyber Games (WGC)*, em que 4 chineses saíram com a medalha de ouro, fazendo com que o governo percebesse a crescente popularidade dos eSports. Pouco tempo depois, o Ministério do Esporte passou a considerar os eSports como um dos 99 esportes reconhecidos oficialmente, e seguindo essa tendência em 2011 o governo passou a considerar os videogames como uma importante indústria cultural com potencial econômico futuro (Meng-Lewis e Wong, 2022.).

Nesse mesmo ano de 2011, a primeira grande organização de esportes eletrônicos, *Invictus Gaming (IG)*, foi criada, sendo um grande marco para a época, pois a partir desse momento os jogadores poderiam ter um salário fixo e uma estrutura que os apoiasse, sendo a primeira equipe chinesa a ganhar dois dos maiores campeonatos do mundo: o The International de Dota 2, em 2012, e o Campeonato Mundial de League of Legends, em 2018, recebendo premiações de 1 milhão e 2,4 milhões de dólares, respectivamente (Esports.net, 2022; Navarre, 2023.)

Por se tratar de uma indústria descentralizada, o governo tem um baixo poder de controle em comparação a outras áreas, entretanto consegue atuar através da regulamentação de torneios e equipes, promoção de eventos e atuação junto a empresas domésticas, como o caso da Tencent, maior empresa de videogames do mundo. Ademais, essas desenvolvedoras, segundo Scholz (2020), por terem controle sobre o ambiente competitivo dos jogos, são um dos principais atores dentro do ecossistema de eSports.

No caso da Tencent, a quinta maior empresa de tecnologia do mundo e a maior de videogames, sendo dona de um dos principais jogos em questão de venda e audiência, o League of Legends, também é dona da Supercell, possui cerca de 25% das ações da Blizzard, outra

desenvolvedora de jogos, e 10% das ações da Bluehole, empresa sul-coreana que desenvolveu o PUBG (Domski, 2022, p.49).

Ademais, a Tencent não só é dona das desenvolvedoras, mas também atua no cenário dos eSports como organizadora dos principais eventos, como as franquias regionais do League of Legends, o *PUBG Mobile World Invitational*, entre outros, além de possuir ações em uma das maiores plataformas de *streaming* do país, a Huya. Desse modo, seu campo de atuação passa não só pela criação dos jogos mas também pelo contato com o público, jogadores e organizações profissionais não só no âmbito regional, mas também internacional.

Ainda que tenha certa autonomia para comandar o desenvolvimento de seus jogos e campeonatos, a Tencent atua junto ao governo chinês e chegou a implementar sistemas de monitoramento para jovens, de modo a controlar seu tempo de tela, sendo esse um dos principais desafios para o governo do país: balancear sua característica autoritária com a liberdade que organizações, desenvolvedoras e a mídia possuem dentro da indústria de esportes eletrônicos, uma vez que empresas como a Tencent, por ser a maior do ramo, pode ser prejudicada caso regulações sejam impostas por parte do governo.

Além das desenvolvedoras, outros atores importantes são as organizações e seus jogadores, que atuam de maneira mais direta e próxima com o público, uma vez que suas atuações são o que movem a audiência a torcer para determinada equipe, atraindo assim uma maior atenção a indústria de modo geral. Mantendo a China como exemplo, a LGD Gaming, organização chinesa fundada em 2009, após duas grandes aparições no The International, maior campeonato de Dota 2 do mundo, firmou, em 2019, uma parceria com a equipe de futebol francesa Paris Saint German, que durou até setembro de 2023.

Outra forma de promover o país é através da mídia, que ao cobrir e noticiar eventos, investimentos e conquistas da indústria de esportes eletrônicos, atrai mais atenção ao tema, permitindo assim que qualquer pessoa no mundo possa acompanhar seu time favorito, mesmo que esse não seja do seu país, sendo essa a principal função das plataformas de *streaming*, que transmite ao vivo partidas profissionais e amadoras de diversos jogos. Ademais, algumas dessas plataformas também atuam no cenário como organizações profissionais, sendo o maior exemplo a Bilibili Gaming.

Os eventos, principal forma de promoção dos esportes tradicionais, também são destaques nos eSports, pois possuem a capacidade de reunir atletas de diversos países, promovendo não só a integração de jogadores, mas também de fãs, que se deslocam dos mais variados lugares para assistirem juntos as competições. A disputa pela sede dos eventos passou a ser tão grande, que atualmente diversas cidades da China disputam pelo posto de “capital do

esporte eletrônico”, e realizam diversos investimentos em infraestrutura para atingir esse objetivo. Dessa forma, cidades também passam a ser atores importantes dentro da indústria do esporte eletrônico (Domski, 2022; Furrer, 2022; Meng-Lewis e Wong, 2022.).

Dentro da China, quatro cidades possuem grande destaque em termos de promover os esportes eletrônicos a nível regional: Chengdu, Shangai, Pequim e Hangzhou. Chengdu, ainda em 2008, sediou o evento da World Cyber Games como forma de construir seu projeto de ser uma cidade centro de comunicação, e para isso realizou diversos investimentos em infraestrutura de internet, o que resultou em investimentos da Samsung na região. Já Shangai foi a primeira cidade no país a criar um plano de se tornar a “capital do esporte eletrônico”, e é a que mais possui políticas relacionadas aos *eSports* em toda China. Pequim, por ser a capital do país, atrai diversos eventos relacionados a área graças ao apoio estatal, o que a torna uma das fortes candidatas em ser uma cidade referência. Por fim, a cidade de Hangzhou, sede dos Jogos Asiáticos de 2022, primeiro evento olímpico a incluir medalhas para os esportes eletrônicos, aparece como uma das principais cidades por possuir um dos maiores projetos de infraestrutura para *eSports* de toda a China, o Hangzhou eSports City, que contou com um investimento de 280 milhões de dólares feitos pela própria cidade, que chegou a investir 1,3 bilhão de dólares na indústria de esportes eletrônicos (Game.People.cn, 2018; Kramer, 2018, apud Domski, 2022, p. 47).

Ainda sim, existe um grande dilema entre os formuladores de política do país, pois ao mesmo tempo em que enxergam os benefícios dos eSports como um propagador da cultura, diversas restrições são impostas, principalmente para adolescentes, de modo a conter possíveis malefícios dos videogames, considerado uma espécie de “ópio cultural” (Domski, 2022, p.3).

Mesmo com a existência desse dilema, os esportes eletrônicos foram inseridos nos Jogos Asiáticos de 2022 sediados em Hangzhou, na China. Oito jogos foram selecionados para o evento, sendo eles: Arena of Valor, League of Legends, PUBG Mobile, Dota 2, Dream Three Kingdoms 2, EA Sports FIFA, HearthStone e Street Fighter V. Vale ressaltar que os três primeiros foram desenvolvidos pela Tencent Games, mais uma vez demonstrando a sua importância na indústria de esportes eletrônicos. No evento, a China liderou o ranking de medalhas nos *eSports*, conquistando 4 medalhas de ouro e 1 de bronze, e o sucesso foi tanto que os esportes eletrônicos já estão confirmados para a edição de 2026 dos Jogos Asiáticos.

O Ministério da Cultura atua como um dos principais atores estatais a regular a indústria de esportes eletrônicos, e sua atuação não se limita a escolher qual conteúdo pode ser comercializado no mercado chinês, mas também atua encorajando a promoção dos valores chineses através dos jogos (Gov.cn, 2022, apud Domski, 2022, p. 37.). Um dos principais

exemplos foi a criação do campeonato “One Belt One Road International eSports Competition” em 2019, incentivado pelo Ministério da Cultura e que contou com a participação de jogadores de diversos países como Rússia, Filipinas, Malásia, Singapura, Ucrânia, Polônia, entre outros em diversas modalidades, na primeira de diversas ações que visavam utilizar os *eSports* como uma forma de comunicação entre países.

O envolvimento de atores estatais e a variedade de atores não-estatais são o que definem os esportes eletrônicos, sendo o caso chinês um dos mais emblemáticos por desafiar a característica autoritária do país, dado o fato de que a cooperação governamental junto a outros *players*, com destaque especial para a Tencent, é o que está movendo a indústria local. Entretanto, a promoção dos valores e cultura do país dependem da mídia, organizações, jogadores e eventos, que são o contato mais direto com o público e tornam essa relação entre nações algo possível.

A estratégia chinesa de, ao mesmo tempo em que investe na área, também controla o conteúdo dos jogos e o tempo de tela para os mais jovens deve ser feita de forma balanceada, para que não prejudique as próximas gerações de jogadores e entusiastas, assim como as empresas e todo o ecossistema que é afetado pelas decisões governamentais, ainda que investimentos regionais sejam feitos de modo a tornar algumas cidades do país polos de tecnologia, consequentemente atraindo mais investimento no setor.

## **Conclusão**

Apesar de incipiente, a discussão sobre a utilização dos esportes eletrônicos na diplomacia pública dos países vem ganhando cada vez mais força com o passar dos anos. A China, assim como a Coreia do Sul, tenta se tornar a principal referência na indústria, e para isso vem investindo cada vez mais em todo o ecossistema que engloba os *eSports*, além de utiliza-lo como ferramenta política a fim de atrair mais investimentos e melhorar sua percepção internacional.

Sua abordagem, a partir dos conceitos de *soft power* e diplomacia pública, tornam possível analisar como atores estatais e não estatais, criam um ambiente de dependência entre si, onde ambos, apesar de possuírem certa autonomia, criam e exportam diferentes valores. Ademais, o fato da China ser a segunda maior economia do mundo, e maior mercado de esportes eletrônicos, criam um clima favorável para sua utilização política.

Ainda sim, vale ressaltar que, apesar do *soft power* se apoiar fortemente na cultura, valores e políticas, esses recursos não são seus únicos produtores. No caso de países como a China, por exemplo, os recursos econômicos também são peça chave na atração e até mesmo coerção, utilizando assim do *smart power* como forma de atingir os objetivos desejados (NYE, 2013, p. 6).

Por ser uma indústria que envolve diversos setores da sociedade, o desenvolvimento do setor de esportes eletrônicos também impulsiona o avanço de outros, como o tecnológico e urbano, uma vez que temos diversas cidades realizando investimentos em hotéis, arenas e infraestrutura a fim de obter o título de “capital dos eSports”, uma vez que, assim como megaeventos, campeonatos de esportes eletrônicos atraem atenção de um grande número de turistas e espectadores, sendo uma chance única de mostrar aspectos positivos de uma cidade ou país para diversas pessoas.

Ademais, os recentes avanços tecnológicos e a era globalizada atual tornaram imprescindível a criação de novos canais de comunicação que permitam a participação de diversos atores na disseminação de informações. Assim, o governo chinês enxergou na tecnologia uma oportunidade de contar a sua verdadeira história para o mundo, fazendo isso a partir da exportação cultural.

A participação de outros atores, com grande destaque para a Tencent, permitem uma pluralidade nunca antes vista na diplomacia pública do país, e sua adaptação, assim como os novos desafios a serem enfrentados, exemplificam uma das inúmeras tentativas da China em se projetar como uma das maiores potências mundiais e nivelar o atual desequilíbrio entre *hard*

*power* e *soft power* do país, tentativa essa que vem ganhando cada vez mais força desde a década de 80 e as reformas econômicas do período.

Dessa forma, os recentes investimentos governamentais e a atração internacional que o país recebe aliados ao constante crescimento e projeção da indústria de esportes eletrônicos, tornam os *eSports* uma das principais formas de exportação de valores, principalmente para o público mais jovem, grande consumidor e público-alvo de grande parte dos conteúdos produzidos. O recente sucesso dos Jogos Asiáticos de 2023, sediados na cidade de Hangzhou, também comprovam a constante busca e potencial dos *eSports* internacionalmente, fazendo com que a China mantenha essa posição de maior mercado consumidor e importante ator global dentro da indústria.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASSIS, Ana Carolina; CANDAL, Carlos Augusto. A internacionalização dos campeonatos de esports e os impactos nas economias que investem no setor. *Revista Eletrônica da Estácio Recife* 5.1. 2019.
- DOMSKI, Kajetan. eSports: the newest addition to China's Public Diplomacy. 2022.
- FURRER, Micaela. Esports Diplomacy in China. 2020.
- KEJIN, Zhao. The motivation behind China's Public Diplomacy. *The Chinese Journal of International Politics*. Volume 8, Issue 2, Summer 2015, Pages 167–196.
- LENG, Cheng; LIU, Qianer; MCMORROW, Ryan. China moves to take 'golden shares' in Alibaba and Tencent units. *Financial Times*, 2023. Disponível em: <https://www.ft.com/content/65e60815-c5a0-4c4a-bcec-4af0f76462de>
- LEONARD, Mark. *Public Diplomacy*, 2002.
- LIN, Zhongxuan; Zhao, Yupei. Umbrella platform of Tencent eSports industry in China. *Journal of Cultural Economy*. 2020.
- MENG-LEWIS, Yue; WONG, Donna. Esports diplomacy – China's soft power Building in the digital era. *Managing Sport and Leisure*. 2022.
- NAVARRE, Tristian de la. Top 10 Largest Prize Pools in eSports Tournaments Ever. *Lineups.com*, 26 jun. 2023. Disponível em: <https://www.lineups.com/esports/top-10-largest-prize-pools-in-esports-tournaments-ever/>. Acesso em: 18 out. 2023.
- NEWZOO. *Global Games Market Report*. Newzoo, 2023. Disponível em: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2023-free-version?v=3>
- NYE, Joseph Samuel. Public Diplomacy and Soft Power. In: *The annals of the American academy of political and social science*, 2008, p. 94-109.
- NYE, Joseph Samuel. Hard, Soft and Smart power. In: Cooper A, Heine J, Thakur R (eds) *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford: Oxford University Press, 2013, pp. 559–575.
- NYE, Joseph Samuel. *Soft Power: the origins and political progress of concept*. Palgrave Communications, 2017, p. 1-3.
- QIZHENG, Zhao. *How China Communicates? Public Diplomacy in a Global Age*. 1ª Edição, Pequim: Foreign Language Press, 2012.
- SCHOLZ, T. M. (2020). Deciphering the World of eSports. *International Journal on Media Management*, 22(1), 1–12. <https://doi.org/10.1080/14241277.2020.1757808>
- SILVA, Alexandre Freitas da. *A Diplomacia Pública Chinesa nas Relações Internacionais Contemporâneas*, 2021.

SOUZA, Mario. Conheça todos os campeões do torneio The International. Esports.net, 14, out. 2022. Disponível em: <https://www.esports.net/br/noticias/conheca-todos-os-campeoes-do-torneio-the-international/>. Acesso em: 18 out. 2023.