

## II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

20 a 23 de novembro de 2018 - Naviraí - MS



### **A MULHER GAMER: uma análise da presença das mulheres nos jogos virtuais**

**Aline Chancaré Garcia Gasoto**

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS/CPNV)

garciagasoto@gmail.com

**Telma Romilda Duarte Vaz**

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS/CPNV)

trdvaz@gmail.com

### **RESUMO**

Este estudo aborda o mundo dos jogos virtuais procurando abordar a crescente inserção da mulher dentro da cultura *gamer*. O objetivo foi analisar tanto as representações das personagens femininas dentro dos jogos digitais, como as relações entre homens e mulheres nesse meio. A pesquisa é de natureza quantitativa com aplicação de um *survey* em comunidades de jogos no Brasil. Os sujeitos respondentes foram mulheres que participam de jogos digitais. A pesquisa de campo buscou entender como as mulheres *gamers* enxergam o universo dos jogos, como elas veem as personagens e como se sentem e o porquê muitas mulheres não gostam de jogar *games* e, o mais importante, quais são os motivos que levam as que gostam a jogar. Foram realizadas entrevistas com mulheres (adolescentes e adultas) jogadoras de diversos tipos de jogos, através da internet, por meio de um formulário disponível na rede. Os resultados da pesquisa evidenciam que mesmo com o substancial aumento da participação das mulheres nos jogos digitais, ainda existe grande preconceito e violência.

**Palavras-Chave:** Relações de Gênero; Machismo; Jogos; Mulheres Gamers.

## 1. INTRODUÇÃO

Na tentativa de compreender a relação entre jogos, machismo e mulheres, é impossível desconsiderar as relações sociais de gênero historicamente construídas. Apesar dos avanços das mulheres em diversas áreas e profissões, a ciência moderna ainda é caracterizada como masculina e exclui as mulheres de diversas formas, seja pela manutenção de redutos de homens, seja pela invisibilidade de seus feitos.

Para o Sociólogo Francês Pierre Bourdieu, a dominação masculina foi por muito tempo um paradigma, onde não se podia ser levantado questionamentos acerca desse poderio, justamente por se tratar daquilo que Bourdieu (2002) chama de “ordem natural das coisas”. Para que questionar o que sempre foi desse jeito? Isso foi mudando no decorrer dos anos e hoje além de ser possível é natural se discutir, analisar e tentar entender nossa sociedade e seus problemas.

Uma perspectiva que se abre a partir deste trabalho, é a possibilidade de discutir as questões de gênero dentro das relações virtuais, em especial nos jogos onde mulheres e homens dividem o mesmo espaço de entretenimento e diversão. Buscando também entender como esse ambiente foi construído e como ele tem sido para as mulheres que os frequenta.

Conforme explicita Scott (1995, 86), Gênero, é “um elemento constitutivo de relações sociais baseadas nas diferenças percebidas entre os sexos” e é também “uma forma primária de dar significados às relações de poder”. Como gênero é uma categoria relacional, tanto as garotas vão ter seus modos de ser descritos, analisados e julgados, como também os meninos. Elas e eles vão aprendendo como devem ser homem e ser mulher na sociedade contemporânea. Aprendem o que é valorizado, o que tem status de verdade, o que é permitido e proibido em termos de gênero. Como argumenta Scott, “gênero torna-se implicado na concepção e na construção do próprio poder” (1995, p. 86). Nesse sentido, as relações de gênero também vão compor os objetos de poder presente nos jogos online.

A discussão sobre relação de gênero tem sido travada por diferentes pontos de vista e diferentes áreas de pesquisa. Algumas subjetividades demandadas posicionam as garotas como inferiores aos rapazes: a jovem burra, incapaz, inábil, irracional, que não participa de jogos eletrônicos, que não é competitiva etc. O processo de produção das subjetividades femininas está diretamente relacionado com a construção de masculinidades.

As subjetividades são aqui compreendidas como permanentemente produzidas por meio

de diferentes práticas e exercícios postos em ação nos discursos a que os indivíduos têm acesso. Esses discursos estão repletos de marcadores sociais relativos a variadas dimensões como classe social, raça, etnia, sexualidade, religião, localidade, profissão, gênero etc. Dessas dimensões, gênero constitui uma importante marca da subjetividade, pois é a instância onde e por meio da qual os seres humanos aprendem a se reconhecer como homens e mulheres.

Strey (2000) vai afirmar que a história das mulheres é marcada por grandes picos de submissão e resistência, uma vez que, numa sociedade marcada pelo patriarcado, essas teriam voz passiva. Segundo a autora, ainda hoje, essas “conquistas femininas são mais aparentes do que substanciais”, fato comprovado quando se percebe que a maioria das tarefas tem a figura masculina como principal mandante.

Essa afirmação pode ser sustentada principalmente pelos exemplos de empresas voltadas as tecnologias de informação, como os videogames e jogos online que são de autoria masculina grande parte da criação dos jogos digitais. O que caracteriza muitas vezes este como algo feito para meninos.

Para Hartmann E Klimmt (2006), quatro fatores podem explicar a disparidade entre os sexos nos jogos de computador. Três fatores se referem ao conteúdo que é encontrado nos jogos e o último com relação a interação social: o primeiro seria o retrato arcaico do gênero feminino, onde os personagens femininos estão relacionados com estereótipos tipicamente masculinos, como por exemplo, exagero das características do corpo feminino, roupas que deixam grande parte do corpo exposta, uma clara conotação do termo 'sexy'; O segundo a violência excessiva ou realista; o terceiro elementos competitivos, tais como competições esportivas, duelos armados, corridas de carros, ou rivalidade econômica; e o quarto e último a falta de interações sociais ricas com outros personagens

Uma pesquisa<sup>1</sup> da ESA (Entertainment Software Association – Associação de Programas de Entretenimento), uma associação estadunidense, que divulga os números oficiais dos produtores de jogos, mostrou que 47% dos jogadores de jogos eletrônicos, sejam videogames ou jogos online, são do gênero feminino. Outro estudo<sup>2</sup> brasileiro dessa vez, realizada pelo núcleo de estudos e negócios em *marketing* digital da Escola Superior de Propaganda e

---

<sup>1</sup> Pesquisa distribuída em panfletos nos Estados Unidos. Disponível em: [http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA\\_EF\\_2014.pdf](http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_EF_2014.pdf). Acesso em 30/06/2015.

<sup>2</sup> Pesquisa realizada pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo ESPM Disponível em: <http://goo.gl/gb6XAT> Acesso em 30/06/2015.

*Marketing* (ESPM), em outubro de 2011, apontou que mulheres compõem 41% do público *gamer*<sup>3</sup> nacional. A participação da mulher na criação de jogos, por outro lado, é mais limitada. O BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) apontou que apenas 15% dos desenvolvedores brasileiros são mulheres. Constata-se que a quantidade de mulheres jogando é muito expressiva.

Apesar do crescimento dos jogos dentro do universo feminino e de haver várias pesquisas e reportagens sobre o assunto, poucos teóricos discutem a respeito das questões de gênero dentro dos jogos no Brasil, assim existe uma enorme dificuldade de se encontrar bibliografias que falem dessa questão. Ao mesmo tempo, por se tratar de uma temática recente, não existem teorias consolidadas que deem conta de explicar tal fenômeno, de forma mais específica, o fato de que a mulher tem sido vítima de violência simbólica nesse ambiente

Do ponto de vista teórico, muitas lacunas ainda precisam ser exploradas para que a compreensão da participação das mulheres nos jogos eletrônicos seja compreendida e a violência seja combatida.

O objetivo desse artigo é analisar tanto as representações das personagens femininas dentro dos jogos eletrônicos, como as relações entre homens e mulheres nesse meio. O trabalho foi dividido em três etapas, primeiro a revisão bibliográfica sobre as mulheres e o machismo, posteriormente a revisão sobre as relações de gênero e os games, em sequência sobre a mulher gamer e finalizando com a pesquisa empírica realizada. A pesquisa é de natureza quantitativa com aplicação de um *survey* em comunidades de jogos no Brasil. Os sujeitos respondentes foram mulheres que participam de jogos digitais.

## 2. MACHISMO – ASPECTOS HISTÓRICOS E CONTEMPORÂNEOS

Através de um sistema de representações, a dominação masculina se manifesta em todas as esferas sociais, pois é fruto de uma aceitação simbólica dessa diferença entre os sexos que se constitui historicamente nas relações sociais.

O mundo social constrói e determina as perspectivas de cada sexo, de acordo com os princípios de visão e de divisão sexual, que podem ser aplicados a “todas as coisas do mundo”.

---

<sup>3</sup> Historicamente, o termo "gamer" ou "gameplayer" geralmente se referia a alguém que jogava role-playing games, (RPG). Ou jogos de miniatura classificados como gamer. Entretanto, mais recentemente o termo tem crescido e incluído os jogadores de videogame.

Historicamente, identifica-se uma maior apropriação pelos homens do poder político, do poder de escolha e de decisão sobre sua vida afetivo-sexual e da visibilidade social no exercício das atividades profissionais. Este é um processo que resulta em diferentes formas opressivas, submetendo as mulheres a relações de dominação, violência e violação dos seus direitos. Poder e visibilidade são construtos históricos, determinados na e pelas relações sociais (BOURDIEU, 1999).

Quando se fala em relações de Gênero, estamos falando também de relações de poder. Para Costa (2008), conforme as relações entre homens e mulheres vão se desenvolvendo mais desiguais e assimétricas elas são, essa relação mantém a mulher subjugada ao homem e ao domínio patriarcal.

Para entender o poder que perpassa as relações de gênero, vale lembrar o que diz Michel Foucault sobre o poder. Para o autor, o poder é uma prática social e como tal construída historicamente. O poder não é visto como objeto natural é o conjunto de relações presentes em toda parte, na espessura do corpo social. De acordo com esta abordagem, o poder social não é unificado nem centralizado, o poder tem o propósito de ativar micropoderes que estavam sob o jugo de saberes dominantes e libertá-los para que, na sua especificidade, deem conta de microfacetas da realidade (FOUCAULT, 1997).

As consequências de tal processo de ensinamento são muitas. Como dissemos, à medida em que as mulheres acreditam que são menos capazes dos que os homens, elas acabam concordando em ficar na "sombra", e não aparecerem.

Diante disto, faz-se necessário que homens e mulheres empreendam esforços no sentido de superarem tais determinações (o que, de certa forma, já vem sendo feito pelo movimento feminista), por exemplo, ao colocar em questão a situação de subordinação da mulher; ao procurar mostrar e mudar as condições de vida delas; ao fomentar novas oportunidades para que as mesmas possam ter acesso as mesmas atividades, condições de vida dos demais, incluindo a aceitação e naturalização das mesmas em universos considerados masculinos, como o jogos virtuais.

### **3. AS RELAÇÕES DE GÊNERO E OS GAMES**

Como vimos as diferenças de gênero são construídas socialmente, e, portanto, também as preferências por jogos eletrônicos deveriam ser estudadas dessa forma.

Hayes (2005) afirma que não seria possível admitir unicamente que motivos biológicos sejam responsáveis pelas preferências com relação a jogos. Portanto, a autora acredita que os jogos eletrônicos seriam reforçados socialmente como brinquedos masculinos, ao invés de como atividades femininas, afastando as mulheres destes artefatos.

Outra observação importante é que muitas vezes a mulher em seu excesso de atribuições femininas, não possui tempo para desfrutar de certas atividades de entretenimento como os jogos virtuais e videogames.

Já Bulley (2005) acredita que outro motivo pelo qual as mulheres não se interessam por jogos é que, nos games, tanto homens como mulheres são apresentados de forma estereotipada. As mulheres são vistas como frágeis e dóceis, e os homens vistos como aqueles que gostam de sangue, carnificina, vingança e glória. Para a autora, essas imagens - que são apresentadas pelos games, e que fazem parte de seu merchandising, acabam afastando o público feminino.

Outra grande questão entre mulheres x *games* é o fato de como as personagens femininas são representadas nos jogos. No início da história do videogame, as mulheres seriam vistas apenas como vítimas ou como prêmios a serem conquistados. Provenzo (1991) aponta que um dos problemas é que as mulheres não tinham um papel ativo no jogo, e precisariam jogar com os personagens homens e atesta que uma das questões com os primeiros personagens femininos seria sua excessiva fragilidade (a princesa a ser resgatada) ou sua hipersexualização.

O que se percebe é que as empresas utilizam brutalmente a imagem da mulher, mesmo sendo virtual, na representação de ícones sexuais, com argumentos de “valorização do corpo feminino” ou “poder feminino”, reafirmando ainda mais a ideia de que mulher seja apenas peito-e-bunda. Essas empresas esquecem que são agentes na formação social de seus jogadores e que essas cenas que envolvem a relação da sexualidade feminina com o mundo, impõem valores que vão desde objetificação ao corpo da mulher, até assassinatos, estupros, prostituição, humilhação e etc. (GTA é um exemplo, possui NPC's<sup>4</sup> prostitutas). Essa formação a qual os games nos transpassam, nos acompanha desde a infância, reafirmando constantemente a imagem da mulher virtual no mundo dos games ao mundo real em que vivemos.

Oliveira (2004) aponta para o excesso de erotização das personagens virtuais femininas,

---

<sup>4</sup> Um personagem não jogável/manipulável de qualquer jogo eletrônico, que não pode ser controlado por um jogador mas se envolve de alguma forma no enredo de um jogo. Ele exerce um papel específico cuja finalidade é a simples interatividade com o jogador.

fazendo a crítica de que se trata de imagens femininas virtuais de consumo, sendo que valores como erotismo, sedução e beleza são perpetuados também nos videogames.

Há uma enorme diferença entre a forma como dois jogadores, um homem e uma mulher, são vistos pela maioria. As mulheres são condenadas e intimidadas por serem consideradas incapazes de competir em games ao lado dos homens, porque a maioria (homens) assume que as mulheres não conseguem ter a mesma habilidade em videogames que os homens, o que não é verdade, pois não existem estudos que mostram que as mulheres são jogadoras mais fracas do que os homens. Pode-se até usar o argumento de que há muito mais homens do que mulheres no cenário, mas isso é devido à forma como os jogos foram, originalmente, comercializados e como o ato de jogar foi atribuído e socialmente sustentado como um papel do gênero masculino.

#### 4. AS MULHERES GAMERS

O aumento da presença feminina como público é evidente também em relação ao crescimento da indústria como um todo, em especial o setor específico de jogos online e dispositivos móveis, incluindo também jogos casuais. No Brasil, a pesquisa Game Brasil (2016), mostrou que as mulheres já representam 52,6% do público que joga *games* no Brasil.

Se os jogos virtuais são considerados uma mídia nova, o mesmo não se pode dizer do seu conteúdo: um conjunto de estereótipos que reforçam desigualdades de gênero e que incidem especialmente sobre o processo de socialização de crianças e adolescentes que recebem uma mensagem conservadora imposta unilateralmente por uma criação cultural (o jogo virtual). Estes estereótipos são impostos em uma atividade lúdica por meio de uma estrutura fechada que define quais são as regras, os valores, os conteúdos e as tarefas que a criança deve tomar como corretos caso queira “vencer” o jogo. Por meio desta estrutura fechada, que define o que é certo ou errado para a criança, há uma reprodução da cultura – uma cultura que favorece ao machismo.

Esse processo de naturalização das desigualdades faz parte do discurso machista que fundamenta essa restrição das mulheres a competirem em alguns jogos. Naturalizadas, as posições desiguais em termos de gênero tendem a ser mantidas. O interesse dos rapazes por jogos eletrônicos faz parte de uma “verdade absoluta” da nossa cultura que atrela a masculinidade à competitividade, à violência e ao domínio da tecnologia. O mesmo interesse é dito como não natural às garotas e algo que talvez coloque em risco sua feminilidade. Gostar



desse jogo, ter habilidade nele, jogar intensivamente, ser um viciado, tudo isso é apresentado como próprio ao rapaz e incompatível às garotas.

Existem mulheres que jogam os mesmos jogos apontados como “masculinos”- jogos violentos. Segundo Cassel & Jenkins, (1999), as mulheres também podem encontrar prazer em jogos voltados aos homens.

São jogadoras frequentes dos jogos mais estereotipadamente vistos como masculinos, gostando de luta, de competição e sangue, tanto quanto os homens. Essas mulheres costumam ser chamadas de “*mulheres gamers*”, “*nerds*” ou “*geeks*”<sup>5</sup>. Segundo Moita (2007) também são consideradas como mulheres masculinizadas ou “lésbicas”. Para autora, estas moças que jogam jogos violentos seriam as “outsiders” que tentam conquistar seu espaço num mundo predominantemente masculino.

Existem alguns jogos que segundo alguns autores que discutem o tema possuem maior interesse feminino. Jones (2004), assim como vários pesquisadores (SUBRAHMANYAM E GREENFIELD, 1999), acreditam que as mulheres têm preferências por jogos onde possa haver interação social, jogos onde não há um objetivo definido, mas sim que envolvam uma rede social, como os MMORPGs<sup>6</sup>.

Esse dado é corroborado por pesquisa da ESA (2014), que aponta que as mulheres representam 47% dos jogadores de RPG’s<sup>7</sup> on line.

Outra preferência seria por jogos casuais. A maioria dos jogos casuais são jogos de raciocínio, e sendo assim poderia haver uma correlação entre o interesse feminino por jogos de raciocínio e os jogos casuais. Segundo a Casual Games Association (2016), em pesquisa realizada em 2013, as mulheres representam 51% da população que se utiliza estes tipos de jogos gratuitos, e representam 74% das mulheres que pagam para jogar. Segundo pesquisa da RealGames, de 2008, 81% dos jogadores de casual games são mulheres.

---

<sup>5</sup> Geek é uma gíria inglesa que se refere a pessoas peculiares ou excêntricas, fãs de tecnologia, eletrônica, jogos eletrônicos ou de tabuleiro, histórias em quadrinhos, livros, filmes, animes e séries.

<sup>6</sup> Multi massive online Role-Playing Game ou MMORPG é um jogo de computador e/ou videogame que permite a milhares de jogadores criarem personagens em um mundo virtual dinâmico ao mesmo tempo na Internet.

<sup>7</sup> Role-playing game, também conhecido como RPG é um tipo de jogo em que os jogadores assumem papéis de personagens e criam narrativas colaborativamente. O progresso de um jogo se dá de acordo com um sistema de regras predeterminado, dentro das quais os jogadores podem improvisar livremente. As escolhas dos jogadores determinam a direção que o jogo irá tomar.



Através dessas pesquisas podemos ver que a mulher vem se inserindo cada vez mais nesse meio, sendo assim não parece ser condizente com a forma com que os jogos têm sido desenvolvidos nem com a forma que elas são tratadas.

### 5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho tem natureza quantitativa. Segundo Castro (2010, Apud DAL-FARRA, 2013, p.70) os pontos positivos do modelo de pesquisas quantitativas incluem a fácil operacionalização, a facilidade para conduzir comparações entre grupos, a capacidade de examinar a associação entre variáveis de interesse e a modelagem na realização de pesquisas.

O instrumento utilizado para coleta de dados foi o questionário estruturado. Este tipo de pesquisa visa confirmar se os dados mensuráveis obtidos na amostra são estatisticamente válidos para o universo do qual a amostra foi retirada. A população da pesquisa foi constituída por mulheres que jogam games.

O questionário com perguntas fechadas e abertas foi aplicado em vários fóruns de jogos e comunidades de certa rede social, onde se concentram jogadores e jogadoras deste jogo em específico. O questionário foi aplicado via o dispositivo online Google Docs, onde os questionários são respondidos online e são enviadas as respostas para uma conta de e-mail, permitindo assim a tabulação e posterior análise.

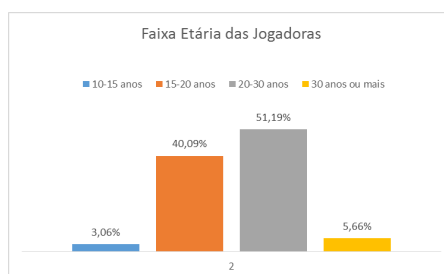
O modelo escolhido de amostragem foi a amostragem estratificada que se caracteriza pela seleção de uma amostra de cada subgrupo da população considerada, por exemplo: sexo, idade, classe social, etc. Este tipo de amostragem tem como principal vantagem o fato de assegurar a representatividade do universo a ser pesquisado. No caso desta pesquisa foi selecionado dentro do jogo escolhido jogadoras de idades diferentes, de vários lugares do Brasil. Estima-se que o questionário tenha sido distribuído para cerca de 2.000 jogadoras.

Retornaram 1.128 respostas em um período de 3 dias. Dessas 1.128 respostas 885 eram de meninas respondendo o questionário, 8 eram de meninos que entendiam o valor e o interesse da pesquisa e contribuíram positivamente com suas respostas e 235 respostas eram de meninos ofendendo e legitimando o que vem sendo discutido no trabalho. Para efeito de análise, a amostra da pesquisa foi por 885 questionários considerados válidos por terem sido respondidos por mulheres jogadoras. Os dados foram analisados a partir da técnica de estatística descritiva.

### 6 PESQUISA DE CAMPO – OS GAMES E PARTICIPAÇÃO DA MULHER

O perfil demográfico da amostra foi composto, em sua maioria, por adolescentes e jovens entre 15 e 30 anos, ou seja, são pessoas que já compreendem um pouco a relação de machismo que existe na sociedade e é refletida dentro do jogo que é o nosso principal objetivo nesta pesquisa. Entre 0-15 anos, foram coletadas 27 respostas que representam 3,06% da amostragem realizada. Entre 15-20 anos foram coletadas 354, representando 40,09%, já os jogadores de 20-30 foram 452 respostas totalizando 51,19% e de 30 anos ou mais apenas 50 pessoas totalizando 5,66%.

**Gráfico 1:** Faixa etária das jogadoras

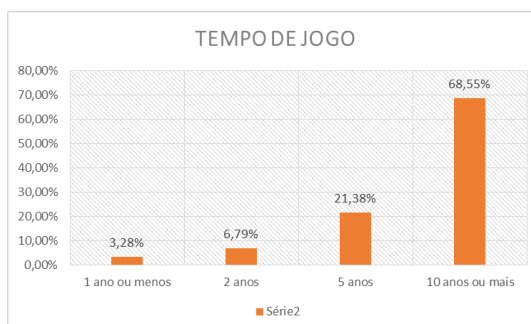


FONTE: Autor (2018)

Como vimos anteriormente na pesquisa feita pela ESPM, as mulheres já representam 41% dos jogadores de títulos para computador e console; e as mulheres com ou acima de 18 anos representam uma parcela maior da população de jogadores (30%). Isso se comprova através desse resultado obtido vimos que de fato a maioria das jogadoras possui mais de 18 anos.

A segunda questão remetia ao tempo que as meninas jogadoras jogavam. 29 meninas responderam que jogavam há 1 ano ou menos e representaram 3,28% da amostragem, já 60 meninas afirmaram que jogavam há 2 anos representando 6,79%, 189 responderam que jogavam há cinco anos e totalizou 21,38% e 606 meninas disseram jogar há 10 anos ou mais e totalizaram a maior porcentagem de 68,55%.

**Gráfico 2:** Tempo de Jogo



FONTE: Autor (2018)

Se considerarmos que as pesquisas citadas anteriormente feitas pela ESA (Entertainment Software Association) que aponta 47% do público de jogadores formado por mulheres, é confirmada com questionário aplicado que aponta o fato de que essas meninas são jogadoras há muito tempo e já são consumidoras há mais de dez anos, são responsáveis pelo fluxo de mercado o que deveria influenciar muito mais nas criações de jogos e personagens de jogos.

Essas meninas como podemos ver jogam há muito tempo, são reflexos da nova era dos jogos eletrônicos, que ignora que desde os anos 90 possui mulheres comercializando e apreciando o mundo dos jogos. A pesquisa da Newzoo, mostrou que a quantidade de tempo que cada jogador e jogadora brasileira passa online jogando durante a semana. No total, as pessoas dedicam aos jogos eletrônicos 5,5 horas, que equivalem ao dobro da quantidade de tempo que passam assistindo à TV e é praticamente equivalente ao tempo que gastam na internet, de 11,3 horas por semana. Ou seja, faz parte da rotina de muitos brasileiros, crianças, adolescente e adultos, mulheres e homens. Todos tem tido o videogame, os jogos casuais, os jogos eletrônicos como hobbies.

As jogadoras foram questionadas sobre preferências em relação ao tipo de jogo. 53 jogadoras afirmaram que têm preferência por jogos de ação representando 6% do total da amostra, 4 disseram preferir jogos de esporte um percentual de 0,45% do total, já os jogos de estratégia foram escolhidos por 64 meninas representando 7,25%, já os jogos como MOBA<sup>8</sup> representaram a segunda maior preferência com 172 respostas totalizando 19,48%. Os jogos

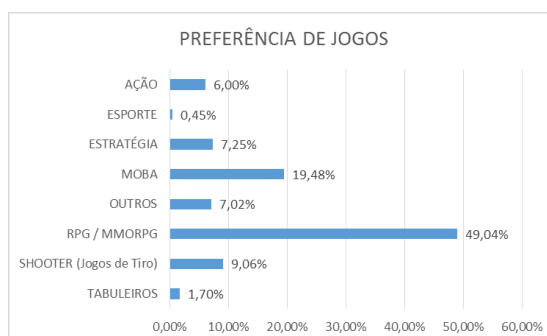
<sup>8</sup> Multiplayer online battle arena, abreviado de MOBA, também conhecido como Action real-time strategy, abreviado ARTS, é um subgênero de jogos de estratégia em tempo real, oando a ação do jogador em um único personagem chamado herói ou campeão. O gênero MOBA inclui várias missões, dentre eles ir do Ponto A até o Ponto B, inclui também vários tipos de missões importantes para progredir facilmente no jogo.

mais preferidos pelas 433 meninas são os jogos de RPG/MMORPG representando 49,04% do percentual. Para 80 meninas os Jogos de tiro, conhecidos como Shooter's (Palavra inglesa para tiro) são o mais preferido, totalizando em 9,06% do total. 15 jogadoras preferiam jogos de tabuleiro o que representa 1,70% da amostra e, por fim, 62 responderam outros tipos totalizando 7,02%.

Segundo Fortim (2008, apud KROTOSKI, 2004) existe a preferência das mulheres por jogos onde existe interação social, sendo possível conversar com outras pessoas, como os MMORPGs. Esse dado é corroborado com nossa pesquisa que mostra isso de forma clara.

Segundo Izukawa (2015) existe o estereótipo de que mulheres só jogam esse tipo de game por causa da interação social, que elas jogam por causa de seus namorados, ou amigos.

**Gráfico 3:** Preferência de Jogos



FONTE: Autor (2018)

Esses dois estereótipos sugerem que mulheres na realidade não se interessam pelos games, e sim pela possibilidade de socialização. Essa percepção vem de estereótipos clássicos, que mulheres gostam de falar mais do que homens, e que farão qualquer coisa para ter um namorado. Enquanto na realidade as mulheres podem também ser atraídas aos games pelos mesmos motivos que os homens, como competição e sensação de liberdade.

Na próxima questão as jogadoras foram inquiridas sobre os motivos que as levaram a ter interesse e iniciar nos jogos. As respostas apesar da variação continham em sua grande parte, motivações parecidas. A seguir são apresentadas algumas motivações. Para facilitar a compreensão, as jogadoras são chamadas na pesquisa de *Gamer*. Observa-se que as que começaram a jogar em casa com familiares foram a maioria representando 87,3% das jogadoras. São elas:

**Gamer 1:** “Comecei a jogar desde criança junto com a família. Para nós, jogar videogame era

uma atividade que todos podiam jogar.”

**Gamer 2:** “Comecei bem nova (7,8 anos) quando eu e meu irmão ganhamos um Master System III. Ninguém me incentivou, foi algo natural.”

**Gamer 3:** “Desde criança sempre joguei jogos de console com familiares (primos e irmãos). Já com relação aos online, vi meu irmão jogando GunBound e me interessei a respeito.”

Algumas jogadoras disseram que a motivação teve influência de amigos e amigas, namorados e namoradas e até mesmo umas que afirmaram que começaram sozinhas. São elas:

**Gamer 4:** “Comecei por amigos que comentavam sobre os jogos”

**Gamer 5:** “Meu namorado me incentivou a jogar, eu jogava quando criança mas fazia muito tempo que eu não apreciava a arte dos games”.

**Gamer 6:** “Comecei por interesse próprio, incentivada pela internet”.

Os dados apresentados reforçam a tese de que apesar de o videogame ter sido um brinquedo construído para meninos, tal perspectiva já não é mais verdadeira uma vez que as meninas começam a jogar muito cedo, pela influência dos pais, irmãos, primos ou sozinhas.

As respondentes foram questionadas também sobre a existência de machismo no universo dos jogos online. Os resultados mostram que 783 meninas, correspondendo 89,42 % do total, responderam que sim, apenas 93 meninas, ou seja, 10,58% afirmaram não ter sofrido algum tipo de agressão machista.

Análise dos dados evidencia que sempre existiu a idealização de que os jogos digitais são elementos criados pelo e para o público masculino, o que cria as relações de poder, conforme afirma Costa (2008), as relações entre homens e mulheres vão se desenvolvendo mais desiguais e assimétricas. Essa relação mantém a mulher subjugada ao homem e ao domínio patriarcal. Então se este espaço é do homem, é um espaço onde a marginalização e opressão pode ocorrer pois não estamos no lugar que pertencemos e, assim, se legitima o machismo dentro dos jogos.

**Gráfico 4:** Existência de Machismo nos Jogos

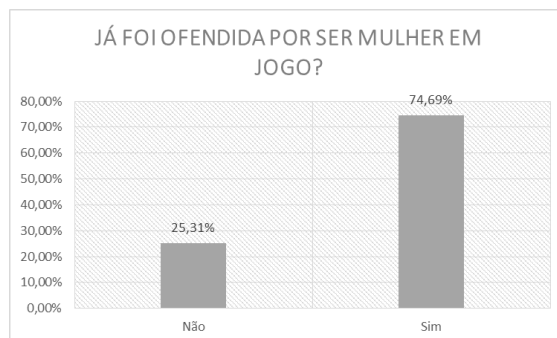


FONTE: Autor (2018)

Quando questionados sobre o recebimento de ofensas nos jogos por conta do machismo, os resultados são bem significativos. Os dados mostram que 223 (25,31 %) meninas responderam que não foram ofendidas, enquanto 662 (74,69%) responderam que sim.

Para complementar foram questionadas sobre quais tipos de ofensas recebiam, as respondentes afirmaram que as agressões são geralmente sexistas, com objetivo de desvalorizar a mulher.

**Gráfico 5:** Ofensa em Jogo



FONTE: Autor (2018)

A seguir são apresentadas algumas respostas que validam essa posição:

**Gamer 1:** “Ofensa dos tipos “tinha que ser mulher” “vai lavar uma louça” “mulher deveria estar na cozinha e não no PC.” Toda vez eu escuto e já não ligo mais para esse machismo a parte, eu apenas foco em me divertir nos jogos e tentar ser a melhor possível.”

**Gamer 2:** “Principalmente em jogos ranqueados, ao usar um nick <sup>9</sup>feminino ou se referir no feminino com pronomes já causava um grande desconforto. Já fui chamada de vadia, já me

---

<sup>9</sup> Abreviação para nickname, que são os apelidos utilizados pelos usuários de internet.

mandaram ir lavar a louça e saíram do jogo por isso.”

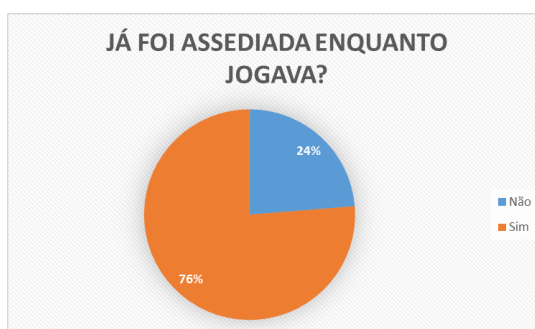
**Gamer 3:** “Falaram que eu só estava ali porque ‘mamava’ o time (do jogo) pra que eles jogassem comigo. Falaram que eu deveria jogar em uma posição específica porque não tinha capacidade para posições mais difíceis. Me chamaram de gorda e espinhenta (como se fosse um problema) e que eu estava ali porque era feia e não tinha amigos.”

As jogadoras foram questionadas sobre a existência de assédio sexual nos jogos. E mais uma vez os dados se mostraram bastante preocupantes. 669 jogadoras afirmaram ter sido assediadas o que representa 76,11% da amostra. Apenas 23,89 %, 210 meninas, afirmaram que não receberam assédios.

As respostas abertas dadas pelas respondentes evidenciam que a questão é muito grave, conforme se observa:

**Gamer 1:** “Em fóruns da Steam<sup>10</sup>, quando eu comentava alguma coisa, choviam solicitações de amizade e se eu aceitasse, o guri já chegava no chat com papo sexual, e se eu me ofendesse, era xingada

**Gráfico 6:** Assédio em Jogo.



FONTE: Autor (2018)

**Gamer 2:** “Você se sente indefesa. O que não deveria acontecer. Ser insultada, assediada simplesmente por ser mulher. Os caras pedindo nudes, forçando a comunicação. Extremamente decepcionante..”

**Gamer 3:** “Eu aprendi com os games que homem não sabe ouvir ‘não’. Quando eles notam que

---

<sup>10</sup> Steam é um programa de computador de gestão de direitos digitais criado pela Valve para tentar combater a pirataria e fornecer serviços como atualização automática de jogos, e preços acessíveis aos usuários. O programa também conta com um sistema de amigos, que permite ao usuário criar uma rede de contatos online, com os quais pode jogar, trocar itens, interagir no chat, transmitir ao vivo (gameplays) e mais.



tem uma menina jogando eles ficam pedindo contato, tentando adicionar ou dando em cima. Se em algum desses casos você diz não ou pede pra pararem aí eles mudam o discurso. Você vira a vadia ou ‘deve ser feia e gorda’. É infantil, desnecessário e chato.”

O fato de haver jogadoras parece incomodar os homens e até causar outras reações como, por exemplo, agressões verbais, ofensas sexuais, alegações de que as mulheres não sabem jogar, de que não têm competência, entre outras. Há ainda jogadores que entendem que ali não é um lugar apropriado para mulheres (FORTIM e GRANDO, 2012).

Como podemos ver as respostas obtidas confirmam a hipótese de que elas sofrem o mesmo machismo do dia a dia, dentro das plataformas virtuais e que muitas vezes as ofensas e assédios são bem piores, pois com a invisibilidade dada pela tecnologia e a oportunidade de não ser visto e conhecido dá poder para que a misoginia seja comum e feita sem medo de repressão.

Já a questão sobre representatividade feminina no jogo, as respostas corresponderam as hipóteses discutidas onde as mulheres não se veem representadas e acreditam que exista a hipersexualização das personagens femininas conforme podemos ver:

**Gamer 1:** “Logo de início podemos notar as vestimentas femininas, que são sempre curtas e apelam pra parte 'escultural' da personagem. E normalmente são mais fracas, digamos, tendo menos poder de luta do que os personagens masculinos.”

**Gamer 2:** “As personagens femininas nos jogos são muito sexualizadas, tanto na roupa, corpo quanto as habilidades. E mesmo que seja uma armadura completamente fechada você ainda vê os atributos físicos como cintura fina e muito peito.

**Gamer 3:** “Atributos e jogabilidade não costumam ser muito diferentes dos personagens masculinos, mas em termo de características físicas é muito claro o apelo sexual utilizado para atrair jogadores masculinos.

Percebeu-se com a pesquisa que a maioria das jogadoras critica a forma como as personagens femininas são criadas, muitas vezes com estereótipos de beleza inalcançável e vulgar. No entanto, vimos que a maioria prefere jogar com personagens femininos, mesmo não sendo representadas por essas. Já quanto à jogabilidade podemos ver a confirmação de AQUILA (2006), de que muitas jogadoras ficavam descontentes com o fato dos personagens femininos serem os mais fracos dos jogos, muitas vezes sendo necessário jogar com personagens masculinos para finalizar a aventura.

Para finalizar as respondentes foram convidadas a dar sua opinião sobre o machismo nos jogos virtuais. As respostas evidenciam a necessidade de discutir a questão e procurar saídas, conforme se observa:

**Gamer 1:** “Acho importante para que haja um debate sobre o assunto com argumentos consistentes, além de levantar questões que sejam pertinentes para orientar meninas que se sintam mal praticando seus próprios hobbies, com toda certeza eu teria sido muito mais feliz jogando se tivesse acesso a esse tipo de informação quando era mais nova. Principalmente porque é um ótimo começo para se dar fim na prática de machismo dentro dessas plataformas e que haja uma reformulação no princípio de que videogame e jogos online seja um universo apenas para homens e educar desde cedo que esse é um espaço de respeito e representação para meninas também.”

**Gamer 2:** “É de extrema importância, porém deve ser abordado com cuidado. O espaço da mulher aos poucos está sendo cedido a nós em diversos aspectos, mas de algumas formas, da maneira errada. É importante estudar e apontar os erros e os abusos da imagem feminina em jogos mas também não podemos ser feministas extremistas que gritam aos ventos como são vítimas (vitimização) e como os homens são opressores e mimimimimi sem embasamento nenhum e paoagaiado de outras pessoas. ”

**Gamer 4:** “É um estudo muito importante, que fundamenta um ponto de vista que deve ser levado em conta na hora de se produzir jogos. Se existem várias meninas e mulheres que jogam, porque que os jogos em sua maioria são feitos por homens e para um público masculino? Estudar sobre isso e apresentar os resultados é importante para começar uma mudança de comportamento dos jogadores e uma mudança no próprio modelo de desenvolvimento de jogos.”

Cabe destacar que algumas respondentes afirmaram que existe machismo no universo dos games e não veem as caracterizações das personagens femininas, nem as ofensas, como sendo por culpa de ser mulher, conforme se observa:

**Gamer 1:** “Acho que o machismo no videogame é uma bobagem, sempre joguei com garotos e nunca fui subjugada muito menos desmerecida.”

**Gamer 2:** “Mulheres começaram a se interessar pelo assunto há muito pouco tempo, é um público em maioria masculino. Não vejo machismo algum, estereótipos de personagens tem de ambos os sexos.”

**Gamer 3:** “Existem pessoas preconceituosas em todos os meios. Mas não acredito que o universo gamer seja machista. Games são uma forma de arte em que seus produtores precisam de total liberdade criativa para criar. A culpa do preconceito não é do machismo, mas sim dos babacas que não sabem respeitar o próximo, seja ele homem ou mulher.”

Podemos verificar nos discursos a naturalização do machismo, a mesma cultura que se impõe sobre as mulheres, vulnerabilizando-as, é também aquela que subjuga os homens que fogem à regra do estereótipo viril, forte, agressivo, impositivo de masculinidade. Os modos pelos quais os meninos e homens são educados naturalizam a agressividade, a impulsividade e a competitividade, ao passo que às meninas e mulheres reserva-se uma educação para a aceitação, submissão e passividade.

“A sociedade delimita com bastante precisão, os campos em que pode operar a mulher, da mesma forma como escolhe os terrenos em que pode atuar o homem.” (SAFIOTTI, 1988, p 8) isso se comprova com a frase da Jogadora 2: *“Mulheres começaram a se interessar pelo assunto há muito pouco tempo, é um público em maioria masculino”*. Ou seja, é um espaço dos homens estamos ali de penetras e por isso não devemos exigir direitos o que naturaliza cada vez mais o machismo no meio, algumas mulheres acreditam que certas atitudes são normais pelo fato de que sempre foi assim, culturalmente.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi através da revisão bibliográfica e da pesquisa investigar as mulheres que jogam, analisar o universo dos jogos, desde seus personagens até a forma como são tratadas enquanto jogadoras.

Desde sempre na sociedade existe a imagem de que a mulher deveria era pertencente ao espaço do lar que seu papel era cuidar da casa, enquanto o homem trazia proventos. Essa imagem permaneceu ao longo do tempo, legitimou o preconceito e a desigualdade e começou a ser combatida quando as mulheres começaram a lutar por seus direitos e aos poucos ocupar espaços que eram antes apenas ocupadas por homens, tendo um caminho muito difícil.

Esse estereótipo existente não foi diferente com o surgimento dos jogos eletrônicos. Desde o início, o foco era o público masculino. Como aconteceu em relação a outras coisas, o público feminino começou a ganhar espaço também, mas assim como acontece no mundo real

as relações de poder foram reproduzidas no meio virtual e assim como esta é subjugada e inferiorizada nos espaços masculinos se repetiu nos videogames e jogos virtuais.

Analisando os dados adquiridos, confirmamos a tese teórica de que as personagens femininas não representam as jogadoras, que estas em sua maioria visualizam essas personagens como hipersexualizadas, a maioria das vezes com partes do corpo a mostra e roupas que valorizam suas curvas e que muitas vezes não condizem com a realidade, além de reforçar a fragilidade feminina com personagens muitas vezes mais fracas que os personagens masculinos, pois a maioria das personagens femininas são coadjuvantes e servem com suporte. Mas percebemos que elas não se incomodam com o fato de que as personagens femininas são mais frágeis desde que estas fossem mais representativas.

Outra confirmação foi sobre a existência do preconceito dentro das plataformas virtuais, constatou que a maioria das entrevistadas já sofreu algum tipo de ofensa ou assédio durante suas partidas, que estas se sentem muitas vezes acuadas, levando a omissão de seus nomes e sua sexualidade para evitar constrangimentos. Verificou-se também que essas mulheres estão inseridas nesse meio há muito tempo, que há mais de 10 anos vivenciam os problemas citados.

É importante que este tipo de preconceito seja minimizado, que haja mais preocupação na produção de games voltados para mulheres, e que os outros tipos de jogos não diferenciem os personagens pelo seu gênero, buscando cada vez mais equiparar tanto a aparência como as habilidades dos personagens. Que mais mulheres se interessem pelo assunto também tanto para discutir sobre as relações de gênero quanto para se inserir no meio de criação, ajudando no desenvolvimento de novos jogos, menos sexistas e preconceituosos.

### REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.
- \_\_\_\_\_. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- BRANDÃO, Helena H. N. **Introdução à análise do discurso**. 7 ed. São Paulo: Editora da Unicamp, 1998.
- BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. v. I. 3 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.
- BULLEY A. L. **Female Exclusion from Videogames**. Ithaca College, 2005.
- CASSELL, J.; JENKINS, H. **Chess for girls? Feminism and computer games**. In J.Cassell; H. Jenkins (Eds.), *From Barbie to Mortal Kombat*. Boston: The MIT Press. 1999. Disponível em <[http://www.media.mit.edu/gnl/publications/gg\\_introduction.pdf](http://www.media.mit.edu/gnl/publications/gg_introduction.pdf)>. Acesso em: 01 de dez. de 2015.
- CASTAÑEDA, Marina. **O machismo invisível**. Tradução Lara Christina de Malimpensa. São

## II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

20 a 23 de novembro de 2018 - Naviraí - MS



Paulo: A Girafa Editora, 2006.

COSTA, Ana Alice. **Gênero, poder e empoderamento das mulheres**. 2008. Disponível em: <<http://https://pactoglobalcreapr.files.wordpress.com/2012/02/5-empoderamento-ana-alice.pdf>> Acesso em: 01 de dez. de 2015.

DAL-FARRA, Rossano A.; LOPES, Paulo T.C. **Métodos Mistos de Pesquisa em Educação: pressupostos teóricos** In: Revista Nuances: estudos sobre Educação, Presidente Prudente-SP, v. 24, n. 3, p. 67-80, set./dez. 2013.

DRUMONT, Mary Pimentel. **Elementos para uma análise do machismo**. In: Perspectivas, São Paulo, 1980.

ESA - Entertainment Software Association. **Infographic**. Disponível em: <[http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA\\_EF\\_2014.pdf](http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_EF_2014.pdf)> Acesso em 20/11/2015.

ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing. **Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo ESPM** Disponível em: <<http://goo.gl/gb6XAT>> Acesso em 20/11/2015.

FERNANDES, Cleudemar Alves. **Análise de Discurso: Notas introdutórias**. 2 ed., São Carlos: ClaraLuz, 2007.

FORTIM, Ivelise, Mulheres e Games: uma revisão do tema. 2012. Disponível em: <[http://www.academia.edu/3403506/Mulheres\\_e\\_Games\\_uma\\_revis%C3%A3o\\_do\\_tema](http://www.academia.edu/3403506/Mulheres_e_Games_uma_revis%C3%A3o_do_tema)> Acesso em: 04 de Março de 2016.

FOUCAULT, Michel. **A história da sexualidade 1: a vontade de saber**. 12. ed. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque e J.A. Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1997.

GARCIA, Marta I. González; SEDEÑO, Eulalia Pérez. "**Ciencia, Tecnología y Género**", OEI, n. 2, ene./abr. 2002. Disponível em: <<http://www.oei.es/revistactsi/numero2/varios2.htm>>. Acesso em: 20 de Setembro de 2015. GRANER-RAY, S. **Gender-Inclusive Game Design: Expanding the Market**, Charles River Media, 2003.

HAYES, E. **Women And Video Gaming: Gendered - Identities At Play**. University of Wisconsin-Madison. 2005. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.544.8796&rep=rep1&type=pdf>> Acesso em: 01 de dez. de 2015.

HARTMANN, T; KLIMMT, C; SCHRAMM, H; BRYAN, J - **Parasocial interactions and relationships** - Psychology of entertainment, 2006. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?hl=en&lr=&id=AVnhAQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA291&ots=cbwHUJtFXy&sig=10FUvAV5WGJpHri0OhoqO0veWnE&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=en&lr=&id=AVnhAQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA291&ots=cbwHUJtFXy&sig=10FUvAV5WGJpHri0OhoqO0veWnE&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)>. Acesso em 01 de dez. de 2015.

HOLLANDA, Heloisa Buarque de. **Introdução: feminismo em tempos pós-modernos**. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de. (Org.). **Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994. p. 7-19.

IZUKAWA, Mariana. **Mulher entre espelhos: Personagens femininas customizáveis nos videogames**. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade de São Paulo Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Curso de Design. São Paulo, 2015. Disponível em: <[http://www.fau.usp.br/fauforma/2015/assets/mariana\\_izukawa.pdf](http://www.fau.usp.br/fauforma/2015/assets/mariana_izukawa.pdf)> Acesso em: 01 de dez. de 2015.

JONES, G. **Brincando de matar monstros: por que as crianças precisam de fantasia, videogames e violência de faz de conta**. São Paulo: Conrad, 2004.

KROTOSKI, A. (2004). **Chicks and Joystics- an exploration of woman and gaming**. ELSPA

(The Entertainment & Leisure Software Publishers Association). Disponível em:

<[http://www.elspa.com/assets/files/c/chicksandjoysticksanexplorationofwomenandgaming\\_176.pdf](http://www.elspa.com/assets/files/c/chicksandjoysticksanexplorationofwomenandgaming_176.pdf)> Acesso em: 15 de Janeiro de 2016.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. 11 Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

MOITA, Filomena. **Game on: Jogos Eletrônicos na escola e na vida da geração @**. Campinas, SP: Alinea Editora, 2007.

MOITA, Filomena. **Relações de gênero nos games: os estabelecidos e os outsiders**. Anais do X Simpósio Internacional Processo Civilizador, 2007.

NICHOLSON, Linda. **Interpretando o gênero**. Estudos Feministas 11.2 (2000): p. 9-41.

OLIVEIRA, E. Z. **O feminino e as novas tecnologias de comunicação e informação**. Sociedade Brasileira De Estudos Interdisciplinares Da Comunicação Universidade Do Estado Do Rio De Janeiro. X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste – SIPEC Rio de Janeiro, 2004.

ORLANDI, Eni. P. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. São Paulo: Pontes, 2009.

PESQUISA GAME BRASIL. Disponível em <<http://www.pesquisagamebrasil.com.br/#!/pesquisa-2016/i7cep>>, acesso em 23 de agosto de 2016.

PROVENZO, E. F. **Video kids: Making sense of Nintendo**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1991.

POPESCU, George, **Women in Video Games. From Barbie to Xena**, in Gender and the (Post) East/West Divide, ed. Mihaela Frunză and Theodora Eliza Văcărescu, <<http://www.iiav.nl/epublications/2005/gendeRomania.pdf>> Acesso em: 15 de Janeiro de 2016.

QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, Luc Van. **Manual de Investigação em Ciências Sociais**. Ed. Gradiva, Lisboa – PT, 1992.

RAPKIEWICZ, Clevi Elena. **"Informática: domínio masculino?"** Cadernos Pagu, Campinas, n. 10, p. 169-200, 1998.

SAFFIOTI, Heleieth I.B. **Violência de Gênero no Brasil Contemporâneo**. In: SAFFIOTI, H.I.B., MUÑOZ-VARGAS, Monica (orgs.), 1994.

\_\_\_\_\_. **Violência de Gênero - lugar da práxis na construção da subjetividade**, Lutas Sociais, Nº 2, PUC/SP, 1997, p. 59-79.

\_\_\_\_\_. **Movimentos sociais: face feminina** In Carvalho, Nanci Valadares de. (org.) A condição feminina. São Paulo, Revista dos Tribunais Ltda., Edições Vértice. 1988.

SCOTT, Joan W. **Gênero: uma categoria útil de análise**. In: Educação e Realidade. v. 6 no. 2: Porto Alegre, 1995.

STREY, Marlene Neves. In STREY,M; MATTOS, F; FENSTERSEIFER,G; WERBA, G. **Construções e perspectivas em Gênero**. Editora Unisinos, 2000.

SUBRAHMANYAM E GREENFIELD **Computer games for girls: what makes them play?** In J.Cassell & H. Jenkins (Eds.), From Barbie to Mortal Kombat . Boston: The MIT Press. 1999.