



ELAS NO CONTROLE: MULHERES GAMERS E AS RELAÇÕES DE GÊNERO NO AMBIENTE VIRTUAL DE JOGOS¹

THEY IN CONTROL: FEMALE GAMERS AND THE GENDER RELATIONS IN THE VIRTUAL ENVIRONMENT OF GAMES

Luiza de Abreu França²

Márcia Stengel³

Maria Madalena Silva de Assunção⁴

RESUMO: Em 2016, a pesquisa Game Brasil, realizada com 2.848 pessoas de 26 Estados e o Distrito Federal, revelou que 52,6% das pessoas que dizem jogar algum jogo eletrônico são mulheres. No ano anterior, o percentual fora 47,1%. Assim sendo, a questão de gênero se mostra muito evidente nos jogos virtuais, o que é vivenciado de uma maneira muito particular por cada jogador(a). Frente à perspectiva da pesquisa exploratória, foi escolhida a pesquisa de campo vistos os questionamentos levantados: como as relações de gênero perpassam o ambiente virtual de jogos a partir das experiências de mulheres jogadoras? Como essas relações interferem em ser mulher e se apresentar como tal nesse ambiente, conhecido ainda por ser majoritariamente masculino? Desse modo, a pesquisa buscou compreender como as mulheres gamers percebem e vivenciam as desigualdades existentes entre os públicos masculino e feminino. A presente pesquisa objetivou: realizar uma discussão teórica sobre as tecnologias da informação e a temática dos jogos virtuais até a atualidade; entender como é o ambiente virtual dos games na percepção das mulheres jogadoras; compreender como são retratados os personagens dentro dos jogos e analisar no relato das jogadoras quais significados elas atribuem à experiência do jogo; conhecer as possíveis estratégias que elas usam diante de alguma situação que lhes causaram algum desconforto por serem mulheres e jogadoras. Como metodologia utilizou-se uma abordagem qualitativa de pesquisa com a realização de entrevistas semiestruturadas com jogadoras de jogos virtuais. Mesmo que o público feminino seja considerado maioria no meio dos jogos virtuais, situações de assédio e violência ainda são constantes e geram, por vezes, a necessidade de utilizarem recursos para se manterem invisíveis nesse ambiente, além de o próprio mercado de trabalho na indústria tecnológica ainda ser restrito aos homens.

PALAVRAS-CHAVE: Mulheres; Gênero; Jogos virtuais; Mulheres gamers.

ABSTRACT: In 2016 a survey conducted by the Game Brasil, in which 2,848 people from the 26 states and the Federal District of Brazil participated, revealed that 52.6% of those who say that play any kind of virtual game are women – in the previous year the percentage was 47.1%. Thus, the gender issue is very evident on virtual games, and this is experienced in a very particular way by each player. From the perspective of the exploratory research, the field research was chosen considering the following questions raised: How do gender relations permeate the virtual game environment from the experiences of female players? How do these relations interfere in the perspective of being a woman and presenting herself as such in this environment, still known to be majority male? Therefore, the research focuses on the understanding of how female gamers perceive and experience the inequalities that exist between the male and the female public. The present research aimed: to accomplish a theoretical discussion about information technologies and the topic regarding virtual games until nowadays; to understand how the virtual game environment works in the female players perspective; to comprehend how the virtual characters are portrayed within the games and to analyze, from the female gamers stories, which meanings they attribute regarding their experiences with virtual games; to know which possible strategies they use when some uncomfortable situation arises just for being women and players. The qualitative research approach was used as methodology, and semi-structured interviews were conducted with virtual game players. Even though the female public is considered the majority on the virtual games, situations of harassment and violence

¹ Artigo desenvolvido a partir do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em dezembro de 2018 ao curso de Psicologia da Faculdade de Psicologia da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC Minas.

² Graduada em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC Minas.
luiza.franca@outlook.com

³ Doutora em Ciências Sociais pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), professora da Faculdade de Psicologia da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC Minas; orientadora da pesquisa de Iniciação Científica. marciastengel@gmail.com

⁴ Doutora em Educação pela Universidade Federal de Minas Gerais (FaE/UFMG), professora da Faculdade de Psicologia da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC Minas; orientadora desta pesquisa.
mariamadalenabhz@gmail.com

are still constant and sometimes generate the need to adopt resources to maintain invisible in this environment, as well as the labor market itself in the technological industry is still restricted to male.

KEYWORDS: Women; Gender; Virtual games; Female gamer.

1 INTRODUÇÃO

A sociedade atual se encontra cada vez mais hiperconectada. As barreiras e diferenças culturais, que antes impediam o estabelecimento de um contato ou vínculo, estão agora encurtadas. Logo, é possível estabelecer uma comunicação de maneira mais rápida e ágil, o que faz com que as tecnologias de informação e comunicação (TIC) estejam inseridas no cotidiano da maior parte da população e, de certo modo, influenciem diversos contextos socioculturais na forma como as pessoas se relacionam e na maneira como interagem. Isso se evidencia no que se refere aos jogos virtuais: há um número crescente de adeptos, não somente os jovens, mas um público cada vez mais diferenciado que adere a essas ferramentas. As novas tecnologias, de diferentes formas, têm proporcionado cada vez mais um amplo acesso da população aos jogos eletrônicos.

O ambiente virtual dos jogos cresce cada vez mais, e existe hoje uma infinidade deles que conquistam diferentes públicos. Os jogos são utilizados para várias finalidades: diversão, relacionamento pessoal, entretenimento, aprendizado e até como profissão. Em consonância ao avanço e à disseminação dos *games*, é possível notar uma evolução na forma como as mulheres são representadas tanto na sociedade quanto nas mídias atuais. Essa evolução é crucial e vai influenciar diretamente na representatividade delas nos jogos.

Para compreender as relações de gênero que perpassam o ambiente virtual dos jogos, é preciso considerar que esse ambiente é capaz de disseminar informações, promover a interação entre pessoas de diversas partes do mundo, gerar entretenimento e conhecimento, produzir regras e costumes entre os usuários, dentre outros. É notório que esse meio cada vez mais tem conquistado também as mulheres, e elas já são consideradas maioria nesse ambiente (52,6%, segundo dados da pesquisa Game Brasil), mesmo diante de diversas barreiras que ainda precisam ser vencidas. Assim sendo, torna-se fundamental entender como esse caminho foi trilhado, bem como as conquistas e os desafios que elas ainda precisam vencer nesse espaço.

Esta proposta de estudo se insere na área da Psicologia Social, pois a temática da discussão de gênero está diretamente associada à dimensão subjetiva dos processos sociais. Fagundes e outros (2009, p. 7) defendem que compete à Psicologia, enquanto compromisso social com a categoria, os direitos humanos e a sociedade, no que concerne às diferenças entre

homens e mulheres, não admitir que esse campo de estudo seja usado como apoio para sustentar a inferioridade das mulheres. Para tanto, os profissionais da psicologia deverão estar atentos à promoção de debates sobre a opressão às mulheres.

2 METODOLOGIA

A fim de compreender as relações de gênero presentes no ambiente virtual de jogos foi realizada uma pesquisa exploratória com abordagem qualitativa. Como instrumentos para a coleta de dados, foram planejadas entrevistas semiestruturadas; posteriormente, foi feita a análise de conteúdo.

As entrevistas foram realizadas com quatro jogadoras de jogos virtuais *Multiplayer*, com o propósito de compreender quais são os desafios existentes para as mulheres nesse mundo virtual dos jogos, as questões de gênero envolvidas e se realmente ocorrem situações de violência por serem mulheres e jogadoras, assim como as pesquisas têm revelado. A aproximação com esse público se deu a partir de uma pesquisa prévia com amigos e amigas do círculo de convivência das autoras. A entrevista presencial foi agendada com aquelas que aceitaram participar e se encaixavam nos pré-requisitos. A proposta inicial seria entrevistar apenas mulheres de nacionalidade brasileira; no entanto, surgiu a oportunidade de entrevistar duas jogadoras portuguesas e uma brasileira que estavam residindo em Portugal.

As quatro entrevistadas possuem idade entre vinte e um e vinte e nove anos. Três entrevistadas cursam o Mestrado (Laura, Priscila e Flávia) e a quarta está é graduanda (Mariana⁵). Os jogos mais comuns entre as jogadoras são bem diversos. Entre os principais citados estão: League of Legends, Counter Strike (C.S.), Overwatch, World of Warcraft e Left for Dead. O tempo diário investido nessa atividade depende das aulas na faculdade e do período de férias. A idade em que começaram a jogar também varia, mas todas iniciaram ainda quando criança.

3 DISCUSSÃO TEÓRICA E ANÁLISE DOS DADOS

3.1 As tecnologias da informação e os jogos digitais

O rápido desenvolvimento tecnológico “tem alterado o uso dos sentidos, exigindo outros movimentos de corpos, gestos, linguagens, por isso os jogos tradicionais vêm sendo subs-

⁵ Todos os nomes utilizados são fictícios.

tituídos pelos *games*” A autora ressalta que a sociedade está cada vez mais impregnada de recursos audiovisuais e considera que esse seja “um dos motivos pelos quais observar crianças brincando nas ruas de amarelinha, bola de gude, pega-pega, queimada tornou-se uma cena rara” (MOITA, 2007, p. 37).

Diante da impossibilidade de se isolar as inovações, cultura e sociedade, Lévy (1999) salienta que não se pode dizer que a tecnologia é determinante para a sociedade, mas que a mesma é proveniente da relação do homem com seus pares. As modernizações tecnológicas não podem ser vistas separadamente das atividades humanas, como se existissem ou agissem de forma isolada.

Lévy (1999, p. 17), ao discutir sobre o ciberespaço, utiliza como sinônimo a palavra “rede”, termo que não abarca apenas “a infraestrutura material da comunicação digital”, mas também “o universo oceânico de informações” de que fazemos uso. No que refere à cibercultura, o autor a descreve como “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (p. 17).

Sobre as diversas formas de se inserir no ciberespaço, Santaella ressalta tais possibilidades através das

[...] animações sensíveis de imagens no monitor do desktop controlado pelo mouse, pela tecnologia da realidade virtual que visa recriar o sensorio humano tão plenamente quanto possível, pelo enxame dos dispositivos sem fio, i-fones, smart-fones, até os eletrodos neurais diretos. (SANTAELLA, 2008, p. 21).

Dentro desse ambiente citado por Santaella, estão os jogos eletrônicos. Segundo Fleury, Nakano e Cordeiro (2014a), o Brasil é considerado o quarto maior consumidor mundial de jogos eletrônicos. No que tange à Indústria dos Jogos Digitais (IJD), os autores ressaltam sua importância para além da geração de renda e emprego, haja vista que, ao promover inovação tecnológica, os mesmos alcançam diversos setores da economia: “arquitetura e construção civil, marketing e publicidade, áreas de saúde, educação e defesa, treinamento e capacitação, entre outros” (p. 32).

Para Huizinga (2012, p. 13), todo jogo opera dentro de um espaço preestabelecido: “a arena, a mesa de jogo, o círculo mágico, o templo, o palco, [...] o tribunal e etc., têm todos a forma e a função de terrenos de jogo, isto é, lugares proibidos, isolados, fechados, sagrados, em cujo interior se respeitam determinadas regras”. Para o autor, esses locais são transitórios dentro de um mundo comum, investidos para o exercício de uma prática *sui generis*.

Segundo Cabral (1997, p. 136), o adulto joga diferentemente das crianças: aquele realiza, segundo ela, uma “fuga da realidade, uma fuga dos dias estafantes”. Desse modo, a autora salienta que as atividades lúdicas são realizadas como:

[...] uma resposta à necessidade básica que toda pessoa tem de relaxamento e distensão. Tais atividades tanto podem corresponder a um conceito psicológico de catarse, como a uma práxis habitual da sociedade moderna, onde o tempo é individualmente percebido como tempo de trabalho e tempo de lazer. (CABRAL, 1997, p. 137).

Nessa mesma direção, todas as entrevistadas apontam que jogam para aliviar as tensões diárias. Para Priscila, esse é sem dúvida o principal motivo. Ela ainda acrescenta que fica com a cabeça tão cheia com situações do dia a dia que precisa descarregar essas energias e toda a raiva interna em um jogo. Laura revela que, por vezes, os jogos lhe causam estresse; perder para ela não é algo muito bom, mas de certo modo isso não interfere no prazer que os jogos lhe oferecem.

Kutova e Oliveira (2006) citam Bighetti e acrescentam que os jogos digitais devem ser considerados como recursos em que contextos reais são substituídos por contextos lúdicos, os jogadores, assim, percebem formas e contextos do real quando jogam. A autora evidencia a importância dos jogos na socialização do indivíduo e da formação da personalidade. “A criação experimental lúdica no meio digital representada pelos jogos pode ser capaz de promover uma nova maneira de produzir e difundir conhecimento” (BIGHETTI apud KUTOVA; OLIVEIRA, 2006, p. 233).

Para Priscila, todas as pessoas deveriam jogar mais e não ver tanto o lado pejorativo. Os jogos, segundo ela, são nosso futuro. Essa entrevistada afirma também que o jogador desenvolve habilidades como confiar em pessoas que não conhece quando joga em grupos. Priscila ressalta um ponto importante – a impossibilidade de separar o real do virtual – e aconselha, apesar de possíveis situações desagradáveis criadas pelos jogos, a todos terem essa experiência, como relata:

[...] O mundo real está diretamente envolvido no virtual, e tu moldas consoante ao que está a passar a sua volta. Eu tenho muita coisa ruim a dizer sobre jogos, mas eu aconselho toda a gente a jogar, é uma coisa muito importante.

Segundo Priscila, jogando é possível fazer coisas que na vida real não seria possível: “no teu dia a dia você não consegue pegar uma arma matar pessoas e descarregar a sua energia, não podes né... não deves”. Ela acrescenta que seria interessante se as pessoas comessem a jogar e deixassem de considerar os jogos apenas como vício ou algo ruim, “os jogos desenvolvem muito o cérebro e isso está comprovado”.

Para falar sobre essa relação entre o real e o virtual. Pinheiro (2007) discute sobre o papel fundamental da evolução dos recursos de interação dos jogos digitais. Se os modos interativos não tivessem avançado, segundo o autor, o jogo digital seria arcaico em uma sociedade moderna. Ele ressalta a importância das interfaces nessas interações e acrescenta que “são elas que traduzem o mecanismo de construção através de um sistema de regras tornando possível a interação entre esses dois mundos: o real e o virtual” (p. 50). Ou seja, aquilo que é entendido como real e/ou presencial, melhor dizendo, está cada vez mais imbricado ao virtual. É sabido que áreas como as ciências médicas, a publicidade e a própria indústria de jogos, por exemplo, utilizam crescentemente desses recursos em suas novas criações.

Diante disso, é notório que os jogos eletrônicos estejam cada vez mais em ascensão e sejam de grande importância para a sociedade em diversos aspectos. Perani (2008) cita como exemplo uma área acadêmica voltada apenas para estudos das relações entre os *games* como um fenômeno sociocultural. Segundo o autor, a Game Studies (digital game studies ou gaming theory) foi a primeira escola fundada com o objetivo exclusivo de estudar essa temática. Para conhecer melhor o “mundo *gamer*”, é fundamental explorar como se dão as interações no ambiente virtual de jogos e quais os possíveis atravessamentos presentes nessa prática.

3.2 Os *games* como promotor de interações presenciais e virtuais

Sobre o caráter social e o vínculo estabelecido a partir da interação que os jogos promovem, Huizinga (2012) ressalta que nem todos os jogos levarão à criação de grupos, mas é evidente a “sensação de estar ‘separadamente juntos’, numa situação excepcional, de partilhar algo importante, afastando-se do resto do mundo e recusando as normas habituais, conserva sua magia para além da duração de cada jogo” (p. 15). Esse sentimento de pertencimento entre os jogadores será fundamental para entender como os jogos digitais hoje em dia têm contribuído para a criação de vínculos para além desse espaço.

Priscila aponta que fazer amizades nos jogos é importante até para enfrentar chateações. Ela prefere jogar com amigos, pois, segundo ela, existe 90% de probabilidade de jogar com rapazes que, assim que a ouvirem, se possível perderão o jogo de propósito só porque ela é mulher.

Esse fator interacional identificado nos *games* foi marcado principalmente por uma nova postura anunciada frente à máquina computacional a partir da efetivação dos jogos eletrônicos como uma atividade de lazer. O computador deixou de ser apenas um objeto minimizador do trabalho de uso exclusivo no ambiente laboral para começar a se tornar “uma fonte

de ‘produção de alegria’ (entretenimento), um produto cultural ao redor do qual começava a se solidificar uma indústria” (ARANHA, 2004, p. 32).

Flávia apresenta uma narrativa semelhante à de Priscila e vai ao encontro do que Aranha (2004) propõe. Porém, Flávia também afirma preferir jogar com amigos por ser mais tranquilo e ressalta que jogar com estranhos é complicado. Segundo ela:

[...] com os amigos eu nunca discuti por causa de jogo. A gente só fala assim: "ah, ta ruim", "ah, não gostei", "ah, vou parar porque ta me irritando" [...]. Tanto que quando eu começo a jogar com pessoas que não conheço, mas que são amigos dos meus amigos, eu fico meio assim [...] porque vai que a pessoa faz um comentário que eu não goste, mas depois a gente conhece, fica de boas.

A partir da fala de Priscila e Flávia, sobre as amizades conquistadas nesse ambiente virtual dos *games*, fica evidente que os jogos lhes proporcionam momentos de alegria e prazer. No entanto, essa capacidade de “produzir alegria”, conforme ressalta Aranha (2004), certamente é sentida nas partidas realizadas com outros amigos.

Nesse sentido, Junger e outros (2017) citam os estudos de McCracken (2007) e ressaltam que os jogos competitivos apresentam uma divisão entre “ligas”, as quais concedem a determinados jogadores um *status* entre os outros membros e oferecem também um incentivo de diferenciação social. Os autores ressaltam ainda, a partir de uma pesquisa realizada, que ao jogar com amigos é possível manter um ambiente mais positivo e amigável durante o jogo. Eles salientam também que, ao escolher colegas de time aleatoriamente, estes tendem a ser mais agressivos e exigentes. Frente a isso, é citado o fato de que ao jogar com amigos é possível tanto obter resultados melhores no jogo, como também aumentar as chances de conseguir prêmios distribuídos pela própria empresa de *games*. Essas referências vão ao encontro do que as entrevistadas relatam sobre preferir jogar com amigos para evitarem situações desagradáveis.

Nesse sentido, todas as entrevistadas ressaltaram certa preferência por jogar para distrair, algumas salientaram a dimensão educativa dos jogos. Elas destacam também que conheceram diversas pessoas com os jogos; porém, nesse sentido, é perceptível através da fala das entrevistadas a preferência por jogar com amigos, pois, além de se sentirem mais à vontade, conforme discutido anteriormente, dificilmente serão julgadas por serem mulheres. Apesar disso, algumas situações desagradáveis poderão ser enfrentadas, com certeza quase todas as vezes que iniciarem uma partida com desconhecidos e demonstrarem que são mulheres.

Os *Multiplayers* por si só carregam uma característica intrínseca que é a interação e a comunicação entre participantes, a fim de obterem êxito na partida. Contudo, essa experiência

para as mulheres se apresenta rotineiramente como desafiadora e até mesmo desestimulante, pois o fato de ser mulher e *gamer* parece não agradar muito aos homens. Afinal, quem são essas mulheres *gamers*? Como é a representatividade delas no ambiente profissional de competições? E na indústria de jogos, elas também estão lá?

3.3 Quem são as mulheres *gamers*?

Diante de tanta influência que os jogos eletrônicos exercem, a pesquisa Game Brasil realizada pela Sioux, Blend New Research e ESPM (2016) contou com a participação de 2.848 pessoas de 26 Estados e Distrito Federal. Ela se revelou um estudo conciso sobre o perfil dos jogadores de jogos digitais no Brasil, no qual 52,6% das pessoas que dizem jogar algum jogo eletrônico são mulheres. Um ano antes era 47,1%. O estudo apontou ainda que a maioria dos *gamers* tem em média de 25 a 34 anos. Outro ponto interessante da pesquisa é que 78,6% dos brasileiros jogam em mais de uma plataforma. Desse público, 64,7% das mulheres usam o computador como principal ferramenta, 82,7% utilizam o *smartphone*, 27,5% usam o *tablet*, 34,6% das mulheres fazem uso do *videogame*, seguido de 8,9% que utilizam a *smart TV* (SIOUX; BLEND NEW RESEARCH; ESPM, 2016).

As entrevistadas ressaltaram a importância da realização de pesquisas como essas e demonstraram muita alegria com os dados revelados pela pesquisa Game Brasil. Flávia cita que “o maior orgulho da vida, a melhor coisa é ter dados provando que é mentira que mulher não sabe jogar, que não se interessa por jogos”. Diante disso, Laura levanta um questionamento sobre o fato de ser maioria a porcentagem de mulheres, mas o percentual de jogadoras profissionais ainda permanece muito baixo.

Sobre a prática de jogo de modo profissional, Priscila revela que “existem menos equipes femininas, menos torneios, pois as pessoas não estão interessadas em ver mulheres a jogar”; por isso, os prêmios nos torneios acabam sendo diferentes, segundo ela. Ela menciona um campeonato no qual a equipe masculina ganhadora receberia em torno de 25 mil euros e em outra competição a equipe feminina ganhadora receberia o prêmio de 10 mil dólares.

É interessante observar que mesmo com um número grande de jogadoras, ainda não se vê uma participação expressiva das mulheres como *pro gamers* (jogadoras profissionais). Diversos fatores podem estar envolvidos nessa ausência de mulheres como profissionais *gamers*, como, por exemplo, a falta de investimentos em equipes femininas e os desafios que elas encontram todos os dias durante as partidas ao se apresentarem como mulheres. Diante de uma participação reduzida das mulheres nos torneios, conseqüentemente as premiações são inferior-

res e também é mínima a quantidade de público nesses eventos. No trabalho na indústria de jogos, vemos também um percentual desproporcional entre profissionais homens e mulheres.

3.4 As mulheres e a indústria de jogos

A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2009 revela que apenas 20% do total de 520 mil pessoas que trabalham com Tecnologia da Informação no Brasil são mulheres. Os dados revelam ainda que 79% das mulheres que ingressam nesses cursos desistem logo no primeiro ano. Uma justificativa mais conhecida no senso comum para a falta de profissionais no mercado TI costuma ser a “falta de interesse por parte delas”, porém pode ser que o problema não esteja nas mulheres, mas sim no curso e no ambiente no qual elas vão se aventurar numa carreira preponderantemente masculina (FERREIRA, 2015).

Os números do I Censo da Indústria Brasileira e Global de Jogos Digitais (2014) apontam que dos 1.133 profissionais, 85% são homens (967) e apenas 15% são mulheres (173). “Isso mostra grande viés de gênero, mas acompanha o cenário internacional, onde o número de mulheres na indústria de jogos é baixo” (FLEURY; NAKANO; CORDEIRO, 2014b, p. 40). Segundo os autores, mesmo com a pequena representatividade das mulheres na indústria brasileira, essa porcentagem ainda é relativamente maior se comparada a outros países.

Os autores acima atribuem esse percentual ligeiramente alto de participação brasileira das mulheres ao elevado número de micro e pequenas empresas. Essas empresas, segundo eles, têm como foco os jogos casuais, sendo estes mais jogados pelo público feminino, e também “podem ter uma visão menos sexista do que as grandes empresas de console, que produzem títulos mais voltados ao mercado masculino” (FLEURY; NAKANO; CORDEIRO, 2014b, p. 40).

As entrevistadas também citaram os jogos como carreira profissional. Laura aponta que, para ela, jogar sempre foi algo mais informal, nunca teve o objetivo de competir. Porém, as outras entrevistadas identificam nos jogos uma oportunidade de futuro. Mariana já quis participar de campeonatos; entretanto, por causa da faculdade, ela não dispõe de muito tempo, mas afirma: “depois que eu formar, eu vou arrumar um time para mim”. Nesse sentido, Priscila diz esperar que os jogos sejam o futuro dela, pois está estudando justamente para isso. Flávia concorda com Priscila e afirma: “[...] estou fazendo mestrado em jogos, eu estou querendo entrar na indústria, eu vou focar na arte, vou dizer ‘gente, vamos parar de fazer mulher pelada, põe roupa nela’”. Flávia percebe essa necessidade de intervir com seu trabalho na mudança da representação das mulheres nos jogos. Segundo ela, “só tem mulheres magras, lindas e mara-

vilhosas e tu fica assim, ‘eu não sou assim’, te coloca um pouco pra baixo, tu vê aquele padrão, aquelas mulheres todas iguais, com o corpão, o cabelo gigante e liso”. Ou seja, ela demonstra certo desconforto no momento em que percebe que a figura feminina representada nos jogos é baseada nos padrões normativos de beleza pregados na nossa sociedade contemporânea.

Nessa direção, Boris e Cesídio (2007) apontam que na contemporaneidade os meios de comunicação impõem um padrão de mulher sem considerar as particularidades, por exemplo, de raça, cor, etnia, classe social etc. Os autores citam Andrade e Bosi (2003) e afirmam que as informações direcionadas ao receptor não é passível de questionamento, pois é imposta por parte da mídia: “a mulher deve ser sempre magra e elegante, estar vestida com roupas da moda e ser independente, evidenciando, assim, o modelo de mulher imposto pela mídia” (p. 470). Porém, os autores vão inferir que não é a beleza do corpo da mulher em si que é valorizada, mas seu valor mercadológico, ou seja, o corpo é visto como objeto de consumo no qual se pode investir.

É importante ressaltar que no “mundo *gamer*” as mulheres representam mais da metade do total como jogadoras, de acordo com as pesquisas citadas. Sendo assim, são maioria nesse ambiente. Mesmo diante desses dados, elas ainda não se reconhecem e nem são reconhecidas, reafirmando a noção de que esse espaço é predominantemente masculino. Nos ambientes profissionais, tanto nos campeonatos quanto no trabalho na indústria dos *games*, a participação feminina é mínima. Esses e outros argumentos justificam a necessidade e urgência de se estudar esse contexto, focando principalmente essa temática dos jogos virtuais que estão em constante ascensão.

3.5 Gênero em debate: a representação feminina nos *games*

Loponte (2002) analisa que o olhar da sociedade, construído na cultura visual do século XX, se apresenta muito familiarizado com os corpos femininos como objetos de propagandas capazes de comercializar padrões, mercadorias e modos de ser. A autora aborda sobre os corpos femininos, quase que idolatrados, expostos em capas de revistas amplamente comercializadas, juntamente com as regras para se alcançar o tão desejado ‘corpo perfeito’.

Essa ideia é corroborada por Fortim e Monteiro (2013), pois elas afirmam que a atuação feminina em diversas mídias se mostra como objeto de constante polêmica, assim como no cinema, televisão e na propaganda. O modo como a mulher é representada é foco de dis-

cussão entre estudiosos de gênero, pensando nas possíveis influências que essas construções podem causar na educação de homens e mulheres.

Siqueira e Vieira (2008) abordam sobre como a representatividade das mulheres nos quadrinhos é apresentada de maneira que não contempla a mulher em toda sua pluralidade, mas por vezes é carregada de uma visão sexista e machista, em que as heroínas são uma reprodução dos padrões estereotipados masculinos, os quais apresentam uma versão deturpada da mulher, com uma agressividade e competitividade socialmente compreendidas como tipicamente masculinas. Por sua vez, essa narrativa se assemelha muito com a história das personagens dos *games*.

Bryce e Rutter (2002) lembram que existem poucas personagens do sexo feminino nos jogos, porém as existentes são marcadas por uma representação sexualizada e estereotipada. Os autores citam como exemplo que as personagens femininas são rotineiramente retratadas como princesas, como se fossem objetos à espera da figura masculina para lhes salvar ou são vistas como mulheres velhas sábias em jogos de fantasia, ou ainda são alvo de fetiches por parte do olhar masculino.

Nesse sentido, Priscila e Flávia afirmam que essa representação das mulheres tem melhorado. Flávia ressalta que “de um tempo pra cá a gente percebe uma mudança muito grande nas personagens femininas dos jogos”. Elas citam também sobre a emancipação feminina, demonstrando, assim, como o contexto cultural interfere diretamente na construção dos jogos. Para Mariana, a representatividade feminina é algo complicado, mas ela percebe que teve também um avanço na construção das personagens femininas, pois anteriormente ela via como totalmente sexualizado e exagerado.

Boris e Cesídio (2007) consideram que a forma de vida das pessoas em sociedade representa o modo como é construída sua cultura, pois ela vai abarcar características e particularidades dos membros da comunidade em diversos contextos. “Ou seja, os detalhes de conduta que são comuns a todos os sujeitos formam o modo de viver da cultura e das pessoas, mas tais características não são suficientes para definir uma cultura, pois se deve, também, levar em conta o seu período histórico” (p. 456).

Sobre essa forma sexualizada com a qual as mulheres são apresentadas nos jogos, Priscila relata que isso tem acontecido “porque a sociedade, durante muitos anos, sempre viu o corpo feminino como mais sexual. Veem o corpo feminino como um objeto e não tanto como um ser humano”. Porém, ela reafirma também que isso tem melhorado, mas “ainda há coisas que se notam: um nítido machismo e sexismo”. Essa imagem feminina vista nos jogos é fruto também de uma construção social que influencia diretamente diversos meios; os jogos

são apenas um deles. Boris e Cesídio (2007) argumentam que os modos de linguagem, valores, padrões de comportamentos e até a definição do que se entende na nossa sociedade como algo belo ou feio são aprendidos no contexto familiar, nos meios de comunicação e nos outros diversos contextos nos quais estamos inseridos. Desse modo, é notório como esses padrões vão passando de geração em geração e se tornam enraizados no nosso meio.

Nesse sentido, Mendonça e Ribeiro (2010) revelam que ao longo da história, considerando o período colonial até as primeiras décadas do século XX, a mulher era comumente subjugada e vista como objeto sexual, revelando todo tipo de misoginia por parte dos homens. Os mesmos autores destacam que

[...] na Colônia, a mulher é tutelada a partir da ideologia católica, mas a partir do século XIX, após a Independência, surge o controle e o poder médico. O discurso médico sustenta o religioso, naturalizando a condição da mulher como aquela que procria, ou seja, a inserção do médico nas questões da família legítima cientificamente o patriarcalismo colonial. Isto é acentuado no início do século XX, quando a medicina consolidada estabelece normas e regras para o casamento, para a maternidade e para a vida familiar. (p. 1).

A vestimenta dos personagens nos jogos possui um caráter fundamental na sua representação. Sobre isso, Bristot (2016) aponta que muitas vezes os trajes não condizem com o contexto. Isso fica visível ao compararmos mulheres e homens nos *games*. Ela ressalta que essa inadequação fica evidente quando no ambiente de batalha um personagem masculino aparece com seu corpo todo coberto com uma proteção, enquanto a personagem feminina apresenta, por exemplo, roupas pequenas inadequadas ao contexto de uma batalha, além de calçada com sapatos de salto.

Nessa direção, segundo Paim e Strey (2007), a partir da integração discursiva de gênero na sociedade, surgiram estereótipos que sugerem características como representativas destes grupos. Em relação à mulher, geralmente características como submissão, fragilidade e fraqueza física são associadas a esse grupo. Já os homens aparecem como dotados de forças físicas e intelectual, associadas com poder, superioridade e valentia.

A entrevistada Flávia considera que dificilmente um personagem masculino vai aparecer sexualizado, assim como a mulher aparece constantemente, com o corpo cheio de curvas e a roupa toda grudadinha. Ela considera “que nos jogos eles pesam mais para o lado da mulher sendo ícone sexual do que o homem”.

Frente aos desafios que as mulheres enfrentam no ambiente virtual de jogos, Priscila salienta que existem problemas não só em comunidades masculinas de jogos, mas nas femininas também. No jogo Counter-Strike (C.S.), por exemplo, “a comunidade feminina de C.S. é

muito tóxica, somos muito tóxicas umas com as outras, isso é uma coisa má, já passei por algumas experiências”. Ela cita que, por vezes, as meninas não sabem jogar muito bem e fazem de tudo para ganhar um jogo. Frente a esse cenário, Priscila é questionada se falta mais união entre as mulheres *gamer*. Ela afirma: “Sim, sem dúvida! O problema não é só masculino, também é feminino, é por isso que também não crescemos. Eu não sei como se pode mudar a mentalidade de uma mulher, porque isso já é falta de caráter pra mim. ”

Frente ao que foi exposto, é inegável que as mulheres não se veem representadas nos jogos e as personagens ainda carregam um estereótipo de corpo e exibição excessiva que não contempla a pluralidade da figura feminina. É sabido que atitudes sexistas nada mais são do que reflexos de uma sociedade machista e violenta. Porém, diante desse cenário, quais são os desafios que elas ainda enfrentam? Como fazem para lidar com tais situações de desprazer? Quais alternativas elas encontram para saírem do anonimato e serem vistas?

3.6 Desafios e possibilidades: o que as mulheres *gamers* têm a dizer?

De acordo com Fortim e Grando (2012), há diversas reações comuns por parte dos homens no ambiente virtual dos jogos. Dentre essas reações, está a incerteza de que aquela pessoa por trás do avatar seja realmente mulher. Isso acontece porque é frequente os casos de *shemales*, homens que se fazem de mulheres para obter alguma vantagem.

Ocorrem também agressões durante as partidas, principalmente pelo fato de alguns jogadores considerarem que ali não é lugar para mulheres (FORTIM; GRANDO, 2012). Muitas jogadoras, segundo as autoras, se deparam com frases como “Attention, whore! ” (Atenção, prostitutas!), quando se identificam como mulheres. Frequentemente, há casos de ofensas dirigidas às jogadoras, dizendo que elas não deveriam estar ali, que elas não sabem jogar e também ofensas com conteúdo sexual.

Priscila relata que, diante de tantas experiências desagradáveis, reage ignorando tais atitudes, pois entende que terá que tolerar apenas por aquele tempo determinado de jogo: “eu quando sei que tenho que jogar com pessoas que não conheço, isso ‘frita meu cérebro’, porque só de pensar que vai ter um idiota, porque normalmente são idiotas”. Para Priscila, esse é sem dúvida um dos maiores motivos pelos quais ela joga apenas com amigos.

Grando, Gallina e Fortim (2013, p. 153) evidenciam que “as jogadoras constantemente precisam lidar, também, com convites muitas vezes insistentes para relacionamentos amorosos dentro e fora do universo do jogo, e são cortejadas com a doação de itens ou com a ajuda por parte de jogadores homens”. Em contrapartida, Flávia relata um exemplo de quando joga-

va World of Warcraft na posição de suporte. Ela menciona que eram comuns xingamentos do tipo: “tinha que ser mulher, não sabe jogar”, “vagabunda”, “mulher não tem que jogar”, “mulher não pode jogar, tu não sabe que mulher tem um raciocínio inferior ao do homem?”. Ela relata que isso acontecia mesmo ela não tendo feito nada: “Imagina 25 pessoas em uma partida e a maioria em cima de ti [...]”.

Segundo Saffioti e Almeida (1995, p. 118), o fenômeno da violência contra as mulheres transcende fronteiras “de classes sociais, de tipos de cultura, de grau de desenvolvimento econômico, podendo ocorrer em qualquer lugar e ser praticado em qualquer etapa da vida das mulheres e por parte de estranhos ou parentes/conhecidos”. Esse tipo de violência, segundo as autoras, está presente em todas as sociedades falocêntricas; como todas o são, nota-se a onipresença de tal fato. Grossi (2012) acrescenta que existem diversos tipos de violência contra as mulheres enraizados na sociedade. Desse modo, essas atitudes hostis se tornam cada vez mais banais; conseqüentemente, geram danos à saúde física e mental das mulheres.

Para Maciel (2015, p. 68), esse preconceito quanto à relação mulheres e máquinas é antigo e pode gerar sérias conseqüências para elas no sentido de que

[...] o não acesso, especialmente, às tecnologias digitais é uma história de exclusão injusta, mantida e cultivada. “Mulher não foi feita pra lidar com máquinas.” Quantas vezes já ouvimos esta frase? E de tanto se repetir ideias e frases como esta, as próprias mulheres acabaram criando uma consciência de que não são capazes de lidar com as novas tecnologias.

Posto isso, Flávia e Mariana relatam que seus *nicks* são neutros e é possível ser utilizado tanto para se identificar como mulher ou homem. Porém, quando Flávia é questionada se ela é de fato mulher, ela prefere omitir e não se revelar. Já Mariana cita que sempre se revela mulher nas conversas no privado durante as partidas.

Grando, Gallina e Fortim (2013) ressaltam que por trás do anonimato de um avatar é possível competir com oponentes homens livres do enfoque de gênero, minimizando assim as atitudes estereotipadas voltadas para as mulheres jogadoras, considerando também que a atitude de se revelar mulher pode trazer conseqüências ruins, levando alguns jogadores a duvidarem delas ou agirem de forma agressiva. As discussões apresentadas pelos autores vão ao encontro da fala das entrevistadas no que se refere à necessidade de se manterem invisíveis para evitar situações de violência.

Quanto ao uso do microfone durante as partidas, Priscila alega que esse recurso é fundamental para ganhar um jogo, mas por vezes não o utiliza, pois, ao notarem que ela é mulher, logo começam os ataques. Flávia usou esse recurso poucas vezes. Mariana afirma não ter

tido problemas quando usou o microfone, porém acredita que isso se deve ao fato de não utilizar muito os servidores brasileiros de jogos. As entrevistadas se veem obrigadas a se esconderem, ou seja, basicamente se tornam invisíveis para serem respeitadas.

Frente a esse cenário, diversas organizações surgiram com o intuito de facilitar e incentivar a participação das mulheres nos *games*, como é o caso da Women Up Games, que tem por objetivo conectar e aumentar o número de mulheres *Pro Players* (profissionais *gamers*), desenvolvedoras e jogadoras casuais. A organização visa promover eventos corporativos, palestras, campeonatos femininos, eventos de desenvolvimento de jogos e outros com o intuito de alcançar a equidade no mundo dos *games*. Para tal, realizam palestras e eventos corporativos.

Para as mulheres ainda é desafiador alcançar um espaço nesse ambiente virtual dos jogos. Tal fato demanda que elas se unam para conseguirem ter voz e saírem do anonimato. Porém, é necessário que os homens também se engajem na luta constante contra o preconceito e a violência de gênero.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, foi possível constatar, a partir da literatura, como os jogos virtuais têm conquistado cada vez mais públicos diversos. A indústria de jogos tem investido em tecnologia de ponta e aprimoramento dos *games*, principalmente se for analisado todo o avanço ocorrido nas últimas décadas. Em consonância a essas ideias, as entrevistadas deste estudo apontaram que os jogos são ótimos aliados para os momentos de lazer e descontração.

Os dados das pesquisas revelaram que no Brasil as mulheres estão em maioria como jogadoras, mesmo diante da forte repercussão negativa após a divulgação dos dados, mas o fato é que elas estão presentes sim, nesse espaço. Este estudo revelou que elas preferem jogar com amigos, a fim de evitar situações de violência e assédios por parte de outros jogadores desconhecidos. É notório que a presença das mulheres nesse ambiente é permeada por diversos percalços e desafios, nem sempre benquista nesse meio.

Boa parte dessas situações de violência que as mulheres enfrentam está diretamente associada também à cultura patriarcal ainda tão presente nos dias atuais. A mídia reforça cada vez mais estereótipos de padrões normativos sobre o que é considerado belo e aceitável aos olhos do outro. Do mesmo modo, a representatividade das mulheres nos quadrinhos, por vezes, não contempla a pluralidade feminina e carrega uma visão machista e sexista.

Nos *games* a história se repete: as personagens femininas são muito estereotipadas e carregam forte apelo à sexualização e exibição dos corpos, alvos de fetiches aos olhares masculinos. São raros os jogos que dispõem de vestimentas adequadas para o contexto em que a personagem se insere se comparado com os personagens masculinos. A literatura revela que a mulher é retratada também como a princesa indefesa à espera do seu salvador. Mesmo com toda mudança ocorrida nos últimos anos, tanto na cultura quanto na construção das personagens e na propagação de novas tecnologias e narrativas, ainda é possível encontrar tais estereótipos. Quais realmente foram os avanços consideráveis durante as últimas décadas nesse meio? De que forma a cultura influencia essas alterações? Para conhecer melhor essas temáticas, seria importante uma pesquisa focada nessa discussão.

Tradicionalmente, as mulheres sempre foram minoria como profissionais da indústria tecnológica. Contudo, segundo pesquisas, revelou-se uma melhora nesse percentual, mas ainda são necessários avanços para se alcançar a paridade entre homens e mulheres. Na indústria de jogos em específico, as pesquisas revelaram também um percentual bastante desproporcional entre profissionais homens e mulheres.

Quanto ao número de mulheres como *Pro Players*, notou-se um percentual relativamente baixo em comparação ao público masculino. Tais fatores podem estar associados aos desafios diários que elas encontram para se inserirem nesse meio. Diante dessa invisibilidade, os investimentos e incentivos em equipes femininas são baixos e, consequentemente, as premiações e a quantidade de público são mínimas. A dificuldade em se afirmar e ser reconhecida nesse espaço está constantemente presente. Quais outros fatores podem ser influenciadores desse baixo percentual de profissionais para além dos já citados? Como as *Pro Players* se sentem sendo minoria nesse espaço, por vezes opressor? São questionamentos importantes de serem investigados junto a essas profissionais de modo a conhecer melhor esse contexto.

Diante dos desafios que as mulheres enfrentam no ambiente virtual de jogos, é importante uma maior união entre as comunidades femininas *gamers*. Desse modo, é evidente a necessidade da criação de estratégias conjuntas, pois para o enfrentamento de uma situação que se apresenta em âmbito virtual é necessário lutar no ambiente presencial também. Frente a isso, diversas alternativas têm sido criadas pelas empresas de jogos e várias manifestações e campanhas foram lançadas, tanto no meio virtual como fora desse ambiente. Essas iniciativas não garantiram ainda visibilidade e o reconhecimento das mulheres nesse meio; portanto, a luta não pode parar.

É importante ressaltar que a Psicologia apresenta ainda pouco material teórico disponível sobre essa temática, sendo esse um dos desafios encontrados para a realização dessa

pesquisa. Desse modo, compreende-se serem necessários novos estudos por parte também da Psicologia, em relação a essa temática e aos questionamentos fomentados, considerando que os jogos virtuais estão em constante ascensão. Pesquisas sobre o público considerado pela sociedade como minorias nos *games* devem ser mais incentivadas. Não obstante, espera-se que o conteúdo abordado no presente trabalho contribua para auxiliar na compreensão desse cenário atual dos jogos, principalmente focalizando o público feminino. Estudos que envolvam entrevistas com jogadores masculinos sobre essa temática poderia ser importante para a ampliação do olhar sobre tal discussão. Pesquisas mais aprofundadas com jogadoras e jogadores de nacionalidades diferentes também poderão contribuir para a ampliação dessa análise.

REFERÊNCIAS

ARANHA, Gláucio. O processo de consolidação dos jogos eletrônicos como instrumento de comunicação e de construção de conhecimento. **Ciências & Cognição**, Rio de Janeiro, v. 3, p. 21-62, 2004. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1806-58212004000300005>. Acesso em: 8 out. 2017.

BORIS, Georges Daniel Janja Bloc; CESÍDIO, Mirella de Holanda. Mulher, corpo e subjetividade: uma análise desde o patriarcado à contemporaneidade. **Revista Mal-Estar e Subjetividade**, Fortaleza, v. 7, n. 2, p. 451-478, set. 2007. Disponível em: <<http://periodicos.unifor.br/rmes/article/view/1594/3576>>. Acesso em: 16 out. 2018.

BRISTOT, Paula Casagrande. **A representação das personagens femininas nos games**. 2016. 90 f. Monografia (Graduação em Tecnologia da Informação e Comunicação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/171591>>. Acesso em: 15 set. 2018.

BRYCE, Jo; RUTTER, Jason. **Killing like a girl: Gendered gaming and girl gamers' visibility**, presented at the Conference of the Digital Games Research Association, 2002. Disponível em: <<http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/05164.00312.pdf>>. Acesso em: 19 out. 2018.

CABRAL, Fátima. Jogos eletrônicos: técnica ilusionista ou emancipadora? **Revista USP**, São Paulo, n. 35, p. 136-137, 1997.

FAGUNDES, Ana Luisa Marques *et al.* **Gênero e Psicologia: um debate em construção no CRP- 03**. 2009. Disponível em: <https://www.crp03.org.br/wp-content/uploads/2015/08/Texto-ABRAPSO-G%C3%80NERO-E-PSICOLOGIA_-UM-DEBATE-EM-CONSTRU%C3%87%C3%83O-NO-CRP-03.pdf>. Acesso em: 29 out. 2018.

FERREIRA, Nadiajda. A mulher no mercado de tecnologia – Conquistamos muito, mas ainda estamos longe do ideal. **Giz Modo Brasil**, UOL, 2015. Disponível em:

<<https://gizmodo.uol.com.br/especial-a-mulher-no-mercado-de-tecnologia/>>. Acesso em: 31 out. 2018.

FLEURY, Afonso; NAKANO, Davi; CORDEIRO, Jose Henrique Dell Osso. **Mapeamento da Indústria Brasileira de Jogos Digitais**. Edição Digital. Pesquisa do GEDI Games, NPGT, Escola Politécnica, USP, para o BNDES. São Paulo: USP, 2014a. Disponível em: <http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/mapeamento_da_industria_brasileira_e_global_de_jogos_digitais.pdf>. Acesso em: 31 out. 2018.

FLEURY, Afonso; NAKANO, Davi; CORDEIRO, Jose Henrique Dell Osso. **I Censo da Indústria Brasileira e Global de Jogos Digitais**. Pesquisa do GEDI Games, NPGT, Escola Politécnica, USP, para o BNDES. São Paulo: USP, 2014b. Disponível em: <http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/i_censo_da_industria_brasileira_de_jogos_digitais.pdf>. Acesso em: 31 out. 2018.

FORTIM, Ivelise; GRANDO, Carolina M. Attention whore! A percepção de jogadoras que se identificam como mulheres nas comunidades de MMOs. Culture Track. Short Paper. **Proceedings of XI SBGames**. Brasília, p. 134-138, nov. 2012. Disponível em: <http://sbgames.org/sbgames2012/proceedings/papers/cultura/C_S3.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2017.

FORTIM, Ivelise; MONTEIRO, Louise F. Representações da figura feminina nos Videogames: A visão das jogadoras. **Proceeding of SBGames**, São Paulo, p. 246-250, 2013. Disponível em: <http://www.sbgames.org/sbgames2013/proceedings/cultura/Culture2_Short.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2017.

GRANDO, Carolina M.; GALLINA, Luiz Melo; FORTIM, Ivelise. No Clube do Bolinha: Sentimentos e percepções a respeito da presença feminina nos games. **XII SB Games**, São Paulo, p. 16-18, 2013. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/280004336_No_Clube_do_Bolinha_Sentimentos_e_percepcoes_a_respeito_da_presenca_feminina_nos_games>. Acesso em: 28 out. 2018.

GROSSI, Patrícia Krieger. **Violências e gênero**: coisas que a gente não gostaria de saber. Porto Alegre: Edipucrs, 2012.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**: o jogo como elemento da cultura. 7. ed. São Paulo: Perspectiva, 2012.

JUNGER, Alex Paubel *et al.* O valor percebido nos videogames online e a construção de seu consumidor. **Research, Society and Development**, v. 6, n. 1, p. 64-75, 2017. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6138133>>. Acesso em: 21 out. 2018.

KUTOVA, Marcos A. S.; OLIVEIRA, Caio C. G. Jogos digitais, competição e socialização na sala de aula. ANAIS do Workshop de Informática na Escola. 2006. Disponível em: <<http://www.br-ie.org/pub/index.php/wie/article/view/896>>. Acesso em: 28 ago. 2018.

LÉVY, Pierre. **A cibercultura**. 1ª edição. [Livro online]. São Paulo: Editora 34, 1999. Acesso em: 12 abr. 2017.

LOPONTE, Luciana Gruppelli. Sexualidades, artes visuais e poder: pedagogias visuais do feminino. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 10, n. 2, p. 283-301, 2002. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104026X2002000200002&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 9 set. 2018.

MACIEL, Ariane Durce. O lugar das mulheres: gênero e inclusão digital. **P2P E INOVAÇÃO**, v. 2, n. 1, p. 66-85, 2015. Disponível em:

<<http://revista.ibict.br/p2p/article/view/1450>>. Acesso em: 11 mar. 2017.

MENDONÇA, João Guilherme Rodrigues; RIBEIRO, Paulo Rennes Marcal. Algumas reflexões sobre a condição da mulher brasileira da colônia às primeiras décadas do século XX.

Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação, v. 5, n. 1, 2010. Disponível em:

<<http://hdl.handle.net/11449/124957>>. Acesso em: 14 maio 2018.

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

<<http://www.biblionline.ufpb.br/ojs2/index.php/artemis/article/view/2357>>. Acesso em: 23 abr. 2017.

PAIM, María Cristina Chimelo; STREY, Marlene Neves. Violência no contexto esportivo: Uma questão de gênero? **Lecturas: Educación física y deportes**, Buenos Aires, n. 108, p. 20, 2007. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2702351>>. Acesso em: 1º nov. 2018.

PERANI, Letícia. Game Studies Brasil: um panorama dos estudos brasileiros sobre jogos eletrônicos. XII Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação, 2008. Disponível em:

<http://encipecom.metodista.br/mediawiki/index.php/Games_Studies_Brasil:_um_panorama_dos_estudos_brasileiros_sobre_jogos_eletr%C3%B4nicos>. Acesso em: 6 set. 2017.

PINHEIRO, C. **Apontamentos para uma aproximação entre jogos digitais e comunicação**. 2007. 201 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007. Disponível em:

<<http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/4320>>. Acesso em: 28 ago. 2018.

SAFFIOTI, Heleieth I. B.; ALMEIDA, Suely Souza de. **Violência de gênero: poder e impotência**. São Paulo: Revinter, 1995.

SANTAELLA, Lucia. A ecologia pluralista das mídias locativas. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 37, p. 20-24, dez. 2008. Disponível em:

<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4795/0>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

SILVA, Rafael. Estudo diz que jogos casuais diminuem ansiedade e depressão. **Tecnoblog**, 2011. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/57246/estudo-diz-que-jogos-casuais-diminuem-ansiedade-e-depressao/>>. Acesso em: 30 ago. 2018.

SIOUX, Blend New Research e ESPM: quem faz transforma. **Pesquisa Game Brasil**. 2016. Disponível em: <<https://www.pesquisagamebrasil.com.br/pesquisa-2016>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

SIQUEIRA, Denise; VIEIRA, Marcos. De comportadas a sedutoras: representações da mulher nos quadrinhos. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 5, n. 13, p. 179-197, 2008. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/132>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

WOMEN UP GAMES. Disponível em: <<https://www.womenupgames.com/>>. Acesso em: 11 nov. 2017.