

O SEXISMO NOS JOGOS ELETRÔNICOS: BARREIRAS À PARTICIPAÇÃO FEMININA EM *LEAGUE OF LEGENDS*

THE SEXISM IN VIDEOGAMES: BARRIERS TO FEMALE PARTICIPATION IN LEAGUE OF LEGENDS

EL SEXISMO EN VIDEOJUEGOS: BARRERAS A LA PARTICIPACIÓN FEMENINA EN *LEAGUE OF LEGENDS*

Gabriel Carvalho Branco Ribeiro¹

RESUMO

Este trabalho aborda a questão de gênero nos jogos eletrônicos, com foco no título *League of Legends*, buscando avaliar a qualidade da participação feminina no jogo. A partir de revisão bibliográfica e de uma pesquisa de campo, que consistiu em entrevistas semiestruturadas com jogadores e jogadoras, identificou-se que a marginalização feminina é uma problemática comum em diversos jogos eletrônicos, principalmente entre os mais populares. Apesar de cada vez mais mulheres entrarem nesse universo, elas ainda são constantemente vítimas de abuso, agressão verbal e ameaças ao jogarem. As relações entre os jogadores são um dos principais vetores dessa marginalização, mas outros aspectos como o anonimato do mundo virtual e a disseminação de estereótipos de gênero, através do design de personagens, também contribuem para agravar o problema.

Palavras-chave: Jogos eletrônicos. Gênero. Sexismo. Socialização. Estereótipos.

ABSTRACT

This article addresses the issue of gender in videogames, focusing on the title *League of Legends*, with the intent of evaluate the quality of the female participation in the game. From literature review and field research consisting on semi-structured interviews with players, we identified that the female marginalization is a problematic shared by many games, in special among the most popular. So, even though women are growing in numbers within the video game community, they still are constantly harassed, abused and threatened while playing. The interactions between players are one of the main mechanisms of this marginalization, but other aspects such as the anonymity of the virtual environment and the dissemination of gender stereotypes through character design also contribute to the problem.

Keywords: Videogames. Gender. Sexism. Socialization. Stereotypes.

RESUMEN

Este artículo aborda el tema de género en los juegos electrónicos, enfocándose en el título *League of Legends*, buscando evaluar la calidad de la participación femenina en el juego. A partir de una revisión de la literatura y una investigación de campo, que consistió en entrevistas semiestruturadas con jugadores, se descubrió que la marginación femenina es un problema común en muchos juegos electrónicos, especialmente entre los más populares. Aunque cada vez más mujeres ingresan a este universo, aún son víctimas constantes de abuso, agresión verbal y amenazas mientras juegan. Las relaciones entre los jugadores son uno de los principales impulsores de esta marginación, pero otros aspectos como el anonimato del mundo virtual y la difusión de los estereotipos de género a través del diseño de personajes también contribuyen al problema.

Palabras clave: Juegos electrónicos. Género. Sexismo. Socialización. Estereotipos.

¹ Graduado em Ciências Sociais pela Universidade de Brasília

1. INTRODUÇÃO

Não é difícil, ao jogar videogames, deparar-se com simbologias e relações que espelham a vida real. O mundo virtual estabelece um canal distinto de comunicação, mas que ainda herda a cultura, os valores e comportamentos de quem o acessa. Atualmente, são 2,3 bilhões de jogadores ao redor do mundo (NEWZOO, 2018), que através dos jogos formam e fortalecem laços, aproximando-se a partir da identificação com um universo comum.

Entretanto, esse universo também herda o preconceito de seus usuários, constituindo um espaço propício a assédio e a violência contra determinados grupos, principalmente minorias.

O universo dos jogos eletrônicos, desde sua criação na década de 1970, têm se configurado como um espaço majoritariamente masculino. Até pouco tempo, o perfil do público que jogava era, com poucas exceções, homens brancos e jovens. Assim, homens têm tradicionalmente tido mais acesso e controle sobre espaços de lazer ligados aos jogos, inclusive aos videogames modernos, enquanto o acesso de mulheres sempre foi limitado (PAAßEN; MORGENROTH; STRATEMEYER, 2017).

Nos últimos anos, essa realidade começou a mudar. No Brasil, pelo terceiro ano consecutivo, as mulheres, maioria da população, também foram maioria entre os jogadores (58,9%). Os números aqui são ainda mais altos que os de outros grandes mercados, como os EUA, onde 60% da população afirma jogar videogames e a proporção de mulheres entre os jogadores é de 45%. (PGB, 2018; ENTERTAINMENT SOFTWARE ASSOCIATION, 2018).

A crescente participação feminina, entretanto, tem evidenciado aspectos problemáticos desse universo, gerando novas reflexões sobre como nos conectamos no mundo virtual.

2. O SEXISMO NOS JOGOS ELETRÔNICOS

Mesmo com o crescimento dos videogames para além de seu histórico núcleo demográfico de homens jovens, esse espaço continua sendo amplamente dominado por eles.

A indústria responsável pelo desenvolvimento desses jogos continua produzindo conteúdo que reflete o que se entende como as preferências de uma audiência jovem, masculina e heterossexual. As mulheres, por sua vez, são vistas como intrusas nesse ambiente, sendo constantemente marginalizadas e assediadas, vítimas de agressão verbal e interações negativas (PECK; KETCHUM; EMBRICK, 2011; FOX; TANG, 2014; RATAN ET AL, 2015; PAAßEN; MORGENROTH; STRATEMEYER, 2017).

Essa realidade em grande medida se explica pela presença disseminada de estereótipos de gênero, que pautam os jogos desde o design até às interações entre os jogadores.

Estereótipos podem ser definidos como “atalhos que conduzem ideias e imagens rápida e claramente”, representando a percepção generalizada e popular de um grupo sobre atributos de membros de outro grupo. (FOX; TANG, 2014). Assim, ao pensar como é um *gamer*, você pode imaginar um “rapaz adolescente pálido, isolado, sentado num sofá em um porão escuro, obsessivamente esmagando botões”. (WILLIAMS, 2005, P.5). O que essa imagem comunica, na verdade, é um estereótipo que evidencia a associação profunda entre jogos eletrônicos e o gênero masculino. (WILLIAM, 2005; RATAN et. al., 2015; PAAßEN; MORGENROTH; STRATEMEYER, 2017).

No universo dos jogos eletrônicos, os diversos estereótipos presentes são constantemente reforçados, naturalizando a participação de homens e impondo barreiras ao acesso feminino. Assim, apesar de jogarem cada vez mais, as mulheres não são consideradas *gamers* de verdade porque supostamente jogam apenas de forma casual, jogos “inferiores” (ex.: *Candy Crush*, *Farmville*) em plataformas “inferiores”. (como *smartphones*). Homens, por outro lado, são identificados como “*hardcore gamers*”, que jogam jogos mais complexos, integram a comunidade *gamer* e podem até competir em torneios, privilegiando-se, assim, dessa distinção entre “verdadeiros” e “falsos” *gamers*. (PAAßEN; MORGENROTH; STRATEMEYER, 2017). Nesse contexto, para autores como Poels et. al. (2012) e Kowert et. al. (2014), o principal parâmetro para determinar se um jogador é casual ou *hardcore* não seria uma avaliação dos seus hábitos de jogo, mas se existe uma autoidentificação com o rótulo de *gamer*. Essas categorias se referem, portanto, muito mais a uma identidade social, performada inclusive em espaços fora do jogo, através da participação em fóruns *on-line*, em convenções sobre games ou mesmo através de hábitos de consumo, como vestir roupas relacionadas a jogos (SHAW, 2012; GROOTEN; KOWERT, 2015).

Torna-se evidente, assim, uma relação conflituosa entre a identidade *gamer* e a identidade de gênero feminina. A figura do *nerd*, cujo imaginário envolve aspectos como “ser excessivamente intelectual, obsessivo e socialmente inábil” (TAYLOR, 2012, p. 122-125), sempre esteve associada a homens, podendo até mesmo render capital social para meninos (PAAßEN; MORGENROTH; STRATEMEYER, 2017). Em oposição, mulheres que jogam por muito tempo internalizam um entendimento mais fluido de gênero, enquanto mulheres que jogam menos percebem jogos como estritamente associado a homens e se identificam menos com esse universo. (DAVIAULT; SCHOTT, 2013). O resultado disso é que no Brasil, entre os usuários de jogos eletrônicos, 35% dos homens se identificam como *gamers*, contra

apenas 20% das mulheres (PGB, 2018). Nos EUA, entre os adolescentes, população majoritária no universo dos jogos, 69% dos homens se declararam *gamers*, contra apenas 35% das mulheres. (BURCH; WISEMAN, 2015).

Williams et. al. (2009) encontraram na indústria de videogames em geral uma sub-representação das figuras femininas. Entre os jogos que estudaram, 40% não apresentavam nenhuma personagem mulher, enquanto em títulos onde elas eram representadas, normalmente apareciam como personagens secundárias sexualizadas. Em contraste, pesquisa de Leonard (2003) identificou que 63% dos personagens masculinos foram projetados para se envolver regularmente em violência física. A presença (ou ausência) e o tipo de representação de grupos sociais têm alto impacto em uma sociedade diversa, tanto em termos de justiça social e distribuição de poder quanto em termos de formação de um imaginário social diverso.

Dessa forma, a representação feminina nos jogos tem papel central na reprodução dos estereótipos de gênero, inclusive na socialização dos jogadores, bem como na manutenção dos desequilíbrios de status nesse universo. (HARWOOD; ANDERSON, 2002; WILLIAMS, 2009).

De acordo com a *Stereotype Threat Theory* (em português, teoria da ameaça do estereótipo), quando pessoas são expostas a um estereótipo negativo sobre um grupo demográfico ao qual pertencem, elas são mais propensas a se adequar a esse estereótipo. (STEELE; ARONSON, 1995). Nos *games*, onde são comuns estereótipos que põem em dúvida a habilidade feminina, o resultado é uma menor autoconfiança entre mulheres, que sentem mais estresse e insegurança em suas próprias habilidades. (VERMEULEN et. al. 2014; RATAN et. al., 2015). Dessa forma, fica evidente como a indústria e os desenvolvedores de jogos têm papel central nesse processo. Não só as grandes empresas continuam produzindo jogos para homens e pensando nas demandas de homens, mas também reforçam estereótipos de gênero que inferiorizam a figura feminina. (SUMMERS; MILLER, 2014; DESKINS, 2018). Uma vez que a mídia também tem grande potencial de influenciar como homens e mulheres desempenham papéis de gênero (PECK; KETCHUM; EMBRICK, 2011; SUMMERS; MILLER, 2014), os jogos eletrônicos também impactam diretamente as representações reais, expressas fora dos jogos, acerca dos papéis e relações de gênero.

Essa realidade é, em grande medida, reflexo do próprio campo de profissionais que produz esses jogos. Os trabalhadores da indústria de *games* são majoritariamente homens, que há anos fazem parte também do público *gamer*. Assim sendo, foram expostos a estereótipos e representações problemáticas de homens e mulheres, de forma que é provável que reproduzam essas imagens através de seu trabalho. (DESKINS, 2015). Mais ainda, os

próprios ambientes de trabalho de diversas empresas no ramo são marcados por uma cultura sexista que marginaliza mulheres e privilegia homens, principalmente *gamers*, dificultando o progresso rumo a uma indústria representativa (D'ANASTASIO, 2019).

3. ESTUDO DE CASO: *LEAGUE OF LEGENDS*

A partir dessas reflexões, evidencia-se a necessidade de analisar a fundo jogos, desenvolvedores e toda a comunidade dos *games*, em busca de motivos para a exclusão feminina e, principalmente, em busca de alternativas inclusivas. Nesse sentido, o presente trabalho se dedicou a analisar o *League of Legends*, o jogo para PC mais jogado do mundo e o de maior faturamento, com 1,2 milhão de contas registradas no servidor brasileiro. (SUPERDATA, 2018; NEWZOO, 2019; OP.GG, 2019).

League of Legends é um jogo eletrônico do gênero *multiplayer on-line battle arena* (MOBA)². Como outros títulos do gênero, *League* consiste em um duelo entre duas equipes compostas por cinco jogadores cada, lutando em uma arena de batalha, com o objetivo de destruir a base inimiga. As bases ficam localizadas em pontos opostos do mapa, separadas por ambientes como selvas e riachos. Para facilitar a coordenação de jogadas, existe um *chat* de texto, bem como sinais sonoros de alerta, como “perigo” e “preciso de ajuda”, que auxiliam na comunicação entre os jogadores. Esses também se distribuem em cinco funções diferentes, depois de selecionar um dos 141 personagens disponíveis³, chamados campeões, cada um não só com diferentes poderes e habilidades, mas também com distintas histórias e narrativas dentro do universo do jogo.

Jogos do gênero MOBA contam com uma participação feminina muito inferior à masculina: apenas 10% dos jogadores são mulheres (QUANTIC FOUNDRY, 2017). No *League*, a proporção é menos alarmante, chegando a 35% do público, mas ainda é baixa em comparação a outros jogos (BLOOMBERG, 2017). Pensando pela ótica do *design* do jogo, é possível que a sub-representação feminina em jogos, como discutimos, influencie nesse número, visto que também é realidade no *League*. As personagens mulheres são apenas 48 dos 141 campeões (34%), enquanto os homens compõem o restante. Mais ainda, há funções onde a distribuição é desigual: entre os personagens Guerreiros e *Tanks*⁴, há mais homens do que mulheres, enquanto entre os Suportes e Magos há mais mulheres do que homens. Isso significa que os mais resistentes e fortes são homens, enquanto as personagens femininas são

² Em português, Arena de Batalha de Multijogadores Online.

³ Até setembro de 2018.

⁴ Personagens resistentes, capazes de receber grandes quantidades de dano, que geralmente atraem a atenção dos oponentes para si e protegendo seus companheiros.

baseadas em magia e cura, estereótipos que comunicam simbologias ligadas a papéis de gênero. (GAO; MIN; SHIH, 2017). Além disso, a sexualização de personagens mulheres também é ampla no *League*, sendo mais proeminente em certas campeãs.

Essas dinâmicas, entretanto, não resumem a marginalização feminina em sua totalidade, sendo necessário analisar também as relações entre jogadores, constantemente referenciadas como negativas e sexistas. Os videogames, afinal, são espaços sociais, onde as interações entre jogadores refletem as interações do mundo real também em seus sentidos negativos. Dessa forma, quase a totalidade dos jogos populares e com grandes volumes de comunicação entre usuários sofre com problemáticas como o preconceito, o conflito e o abuso, comportamentos que a cultura *gamer* usualmente chama de comportamento tóxico.

As definições para esse termo são muito similares às usadas para definir relacionamentos amorosos ou amizades tóxicas, envolvendo atitudes drenantes, sufocantes, desiguais e de pouco apoio. No contexto dos jogos *online*, comportamento tóxico costuma incluir atitudes como *rage*⁵ injustificado, ameaças, insultos racistas e/ou sexistas e assédios contra outros jogadores. (FAHLSTRÖM; MATSON, 2014). Em seu sentido mais cotidiano, o termo se expande para além da violência verbal direta, englobando também aspectos do comportamento, como jogadores que se recusam a cooperar ou mesmo sabotam o próprio time. No *League*, 70% das partidas terão comportamento tóxico, seguindo a tendência de outros jogos do gênero MOBA, especialmente conhecidos por terem comunidades disfuncionais. (FAHLSTRÖM; MATSON, 2014).

A masculinidade é um componente muito associado a essa realidade. Principalmente entre os mais jovens, jogos e brincadeiras são momentos fundamentais da socialização e do aprendizado, tendo a importante função de ensinar aos jovens as normas culturais da sociedade, através de símbolos e paralelos, incluindo normas e relações de gênero. Desde cedo as meninas são inseridas num universo de brincadeiras que envolvem tarefas domésticas e o cuidado de bonecas, aspectos ligados à figura feminina, enquanto os meninos aprendem em seus jogos componentes associados à masculinidade, como a competição física e verbal, a atividade financeira e demonstrações de habilidade e poder. (CARVALHO, 1990). No *League*, os elementos da masculinidade são abundantes. Boa parte das interações entre jogadores envolve provocações, autoafirmação e depreciação do adversário ou mesmo de colegas de equipe. Após combates, por exemplo, os jogadores exaltam a própria habilidade e diminuem o adversário através do *chat* de texto. Tipos frequentes de provocação envolvem

5 Em português "ira", o *rage* é um termo em inglês usado em muitos jogos para descrever atitudes enraivecidas dos usuários, como xingamentos e brigas.

mecânicas especiais dos personagens, como falar, dançar e rir na frente dos inimigos. É muito comum que essas trocas e provocações escalem e cheguem ao nível de ofensas pessoais, abuso verbal e assédio.

Além das questões relativas à masculinidade, pesa também sobre a qualidade das interações *on-line* um novo e impactante elemento: o anonimato. Em contextos anônimos, o diálogo e o discurso são qualitativamente impactados, uma vez que seu alvo, o “outro”, tem sua natureza modificada. Na internet, o “outro” é um “outro” inócuo e inofensivo, sem corpo, que não desafia nem oferece risco real, de forma que é possível maltratá-lo ao extremo e seguir impune. (DESKINS, 2015). Para Segato (2003), nesse processo, o discurso deixa de se dirigir ao outro e se torna autodirigido, narcisista. Os indivíduos vivem um desacoplamento entre corpo e pessoa, que lhes dá liberdade para reconstruir sua imagem. Essa dinâmica leva a um “crescimento patológico do ego”, de forma que o sujeito arrisca ficar “preso em sua fantasia, incapaz de relacionar-se”. Entretanto, o corpo e sua existência material real ainda está presente nos bastidores do discurso, trazendo consigo privilégios e preconceitos que permeiam o diálogo e a socialização *on-line* (SEGATO, 2003).

Outra consequência do anonimato é o processo de desindividuação que ocorre sobre os usuários, como analisa o *social identity model of deindividuation effects* (SIDE)⁶. Nesses contextos, os participantes deixam de agir como indivíduos e passam a se comportar de acordo com seu pertencimento a determinado grupo identitário. Esse processo também ocorre em relação a usuários anônimos, pertencentes a outros grupos, que são desindividuidos e estereotipados, o que leva à desinibição comportamental e à manifestação da intolerância e da violência contra esses grupos. (LEA; SPEARS, 1991; FOX; TANG, 2014). No *League*, apesar de cada jogador escolher um *nickname* (apelido), que flutua sobre os personagens durante o jogo, a vasta maioria não dá pistas sobre características identitárias como sexo, raça e orientação sexual. Esse contexto anônimo é favorável à proliferação de discussões, por exemplo, após uma derrota, quando os perdedores discutem para identificar um culpado.

Essas tensões e conflitos não são resolvidos, de forma que a autoimagem dos jogadores segue intacta em suas ficções de que não tiveram culpa alguma na derrota. A violência generalizada contra outros grupos também é evidente, de forma que jogadoras cujo *nickname* dá dicas de que são mulheres são constantemente assediadas.

⁶ Em português, modelo de identidade social dos efeitos de desindividualização.

4. METODOLOGIA

Como mencionado, o presente trabalho definiu para si o objetivo de diagnosticar a realidade da baixa participação feminina, buscando compreender as causas desse processo e seus efeitos sobre os jogadores. Para alcançar essa meta, além da revisão bibliográfica desenhada nas seções anteriores, foi também realizado trabalho de campo, por meio de entrevistas semiestruturadas com jogadoras e jogadores de *League of Legends*. A pesquisa foi divulgada em redes sociais, inclusive em grupos dedicados ao *League*, e os entrevistados foram escolhidos entre os voluntários. Os participantes foram selecionados entre aqueles que não conheciam previamente o autor, os que tiveram maior prontidão em se voluntariar, aqueles com compatibilidade suficiente de agenda e também a partir de uma distribuição demográfica razoável por idade, sexo e macrorregião do país. Buscou-se também incluir participantes experientes e novatos no jogo. Os contatos e agendamentos foram feitos também por redes sociais. Foram realizadas, então, 12 entrevistas com jogadores de *League*, de setembro a novembro de 2018, com seis mulheres e seis homens.

A quantidade de participantes rendeu dados qualitativos extensos, que julgamos serem suficientes para uma análise abrangente da participação no jogo, mesmo que a amostragem não sirva para confirmações empíricas definitivas. As entrevistas foram feitas presencialmente e por telefone, com registro escrito e gravações em áudio, quando permitido pelo entrevistado.

Os participantes foram instruídos a responder da maneira que achassem melhor e no tempo necessário, o que permitiu que discorressem longamente sobre determinadas questões.

Na seção seguinte, serão apresentados os resultados dessa investigação, cruzados com os achados teóricos relacionados. Os nomes dos participantes foram substituídos, para manter seu anonimato, pelo nome de campeões que cada participante mencionou jogar mais.

O questionário foi dividido em cinco blocos de perguntas. O primeiro bloco, mais geral, se relaciona com as preferências dos jogadores e seus hábitos de jogo, buscando diferenças entre homens e mulheres. O segundo investiga em que nível os jogadores estão inseridos na comunidade do *League*, e se há discrepâncias na inserção de mulheres nessa comunidade. O terceiro procura entender que comportamentos e sentimentos prevalecem durante o jogo, bem como as avaliações dos participantes sobre as interações entre jogadores.

O bloco seguinte diz respeito a violências sofridas pelos entrevistados e quais suas avaliações sobre a forma como o jogo busca coibir essas violências. O último se refere a percepções de gênero – foram medidas crenças acerca de diferenças “naturais” entre homens e mulheres nos jogos e avaliado o *design* dos campeões em termos da presença de estereótipos.

5. RESULTADOS

Um dos primeiros achados relevantes foi a presença do modo de jogo ARAM⁷ no cotidiano das jogadoras. Duas disseram jogá-lo mais que qualquer outro, e duas mencionaram jogar ocasionalmente. Uma possível explicação para a aderência feminina a esse modo pode ser a resistência à toxicidade. Mesmo em jogos normais, o fator competitivo ainda é relativamente forte, uma vez que perder ainda é custoso devido ao tempo de jogo. Além do menor tempo gasto no ARAM, o fator de aleatoriedade na distribuição dos campeões remove considerável responsabilidade sobre o domínio do personagem e, portanto, gera menos cobrança dos colegas de equipe. Assim, jogar ARAM se desenha como uma resposta feminina à negatividade presente em outros modos.

Outro achado foi referente à posição jogada por homens e mulheres. Entre os homens, ficou evidente uma variedade de posições jogadas: três reportaram jogar como atirador, dois reportaram jogar no topo, dois como suporte e um como caçador. As mulheres, por outro lado, não apresentaram essa variedade. Todas mencionaram jogar mais como suporte e três disseram jogar, também, com menor frequência, como atiradoras. Essa realidade confirma os achados de Ratan et al. (2015), que explicam como a crença de que mulheres são menos habilidosas que homens, compartilhada em grande medida por jogadores de *League*, leva os usuários a pressionarem mulheres a jogar como suporte. Essa posição é compreendida como a que requer menos habilidade, uma vez que envolve mais auxílio e proteção a aliados do que agressividade, além de ser a função que menos recebe ouro na partida.

Por trás disso, reside também um reforço de papéis de gênero, que legam mulheres a posições femininas de proteção, com campeãs baseadas em magia e cura, e impedem que se engajem competitivamente em lutas e agressão. Com uma pesquisa de ampla amostragem, Ratan et al. (2015) desmentiram essa visão negativa sobre a habilidade feminina, demonstrando que mulheres e homens adquirem habilidade no mesmo ritmo, com o mesmo número de partidas. Na realidade, a *stereotype threat theory*, comentada anteriormente, cabe aqui para explicar como o estereótipo negativo sobre a habilidade feminina diminui a autoconfiança de jogadoras em matar inimigos (STEELE; ARONSON, 1995; RATAN et al, 2015).

Diversas entrevistadas demonstraram investir sérios esforços em esconder seu gênero, para não sofrerem com abuso e assédio frequentes. Muitas dizem adotar *nicknames* neutros, além de terem cuidado, ao se comunicarem durante o jogo, em não usar de artigos e pronomes

⁷ Sigla para *All Random All Mid* (Todos Aleatórios, Todos no Meio), modo de jogo onde os jogadores recebem campeões aleatórios para jogar, em um mapa reduzido.

que denunciem seu gênero. Confirma-se, assim, outra tendência analisada por Ratan et. al. (2015), de que as jogadoras se comunicam menos que os homens, manifestando-se textualmente apenas quando necessário e preferindo avisos sonoros e visuais não-verbais.

Com toda esta preocupação com a socialização, parece plausível que as mulheres desejem se envolver menos na comunidade *gamer*. E, de fato, os homens entrevistados relataram acompanhar mais campeonatos que as mulheres, bem como são mais ativos em redes sociais, participando de grupos e acompanhando páginas e canais. Também perguntamos aos participantes se conheciam jogadoras profissionais ou produtoras de conteúdo, mas as menções foram baixas, evidenciando a ausência de mulheres em posições de destaque na comunidade.

Absolutamente todos os entrevistados, homens e mulheres, relataram já terem sido alvos de comentários e provocações após partidas ruins. A maioria das respostas deu a entender que é uma vivência comum e ordinária receber *rage*, xingamentos e ofensas após fazer jogadas ruins e morrer, em alguma medida normalizando esse comportamento. As mulheres comentaram extensamente sobre o sexismo e o assédio que sofrem, muitas relatando ter sofrido ao tentar jogar de algo que não fosse suporte. “Zoavam quando eu jogava outra coisa”, disse uma. “Parei de jogar *mid*⁸ por causa do sexismo que sofria. Quando jogo de atirador, falam que eu não devia estar jogando”, disse outra. Uma terceira acrescenta: “Já teve casos em que a pessoa me elogiou, quando eu estava jogando bem, e depois me disse 'tem certeza que você é menina? Tá jogando tão bem'”.

Quando perguntamos o que os entrevistados menos gostavam no jogo, todas as respostas convergiram ao mesmo problema: as interações negativas com outros jogadores.

Homens e mulheres responderam nessa linha, mencionando principalmente o *rage*, xingamentos e a toxicidade dos jogadores e da comunidade, que identificaram como piores no *League* do que em outros jogos. Por outro lado, quando perguntados o que mais gostavam no jogo, as respostas foram diferentes. Homens responderam, com maior frequência, representações ligadas à competição, habilidade e vitória. Entre as mulheres, as representações ao redor da interação, do trabalho em equipe e da socialização tomam maior destaque, mas algumas também mencionaram a competição como motivação para jogar.

As reações sob situações desagradáveis, como quando um colega de time está jogando mal, foram diferentes entre homens e mulheres. Nenhuma das entrevistadas relatou xingar ou tomar atitudes agressivas, apenas se comunicar, dando opiniões e dicas ao colega, tendo maior tendência a cooperar com os companheiros. Os homens, por outro lado, relataram não ter a

⁸ Abreviação de *middle lane*, em português, rota do meio.

mesma calma, verbalizando sua frustração de forma grosseira ou passivo-agressiva. Em um sentido parecido, os homens também agem diferente de mulheres em situações positivas durante o jogo. A maioria deles relatou provocar adversários que estão jogando mal, enquanto as mulheres demonstraram mais empatia e receio em destratar oponentes.

Todos os entrevistados consideram que há, sim, estereótipos presentes na concepção e desenho dos personagens. Para dois entrevistados, a presença difundida de estereótipos no jogo tem a função de atrair e manter o público masculino no jogo. Algumas campeãs foram avaliadas como mais estereotipadas do que outras, como a Evelynn, mencionada por seis dos 12 participantes. Em segundo lugar, empataram as campeãs Ahri e Miss Fortune com cinco menções cada. A sexualização das personagens mulheres foi amplamente mencionada, com diversos relatos apontando o *design* de quadris e seios largos, bem como representações em posições que realçam esses traços, além de roupas curtas e reveladoras.

Os participantes também apontaram estereótipos presentes no *design* de campeões homens. As representações mais comuns nas respostas foram força física e definição muscular, componente central de diversos personagens do jogo. Entretanto, alguns entrevistados apontam que os estereótipos masculinos são menos difundidos e têm menor impacto negativo, bem como indicam a uma maior variedade de corpos nos homens, com personagens gordos por exemplos. Dessa forma, o ideal de masculinidade parece ser menos hegemônico no *design* de personagens do que o ideal de feminilidade. Alguns participantes, porém, fizeram ressalvas positivas, mencionando personagens que não seguem esse padrão. Para Nami, apesar de haverem estereótipos, o *League* tem uma diversidade considerável nos campeões, com algumas campeãs de visual andrógino e campeões que não seguem exatamente padrões de feminilidade, como Illaoi e Vi, por exemplo.

Ao pedirmos um balanço geral da experiência com o jogo, o resultado foi de certa forma surpreendente. Onze dos doze entrevistados avaliaram a experiência com o *League* como positiva, citando elementos que os agradam como a interação, o trabalho em equipe, a diversão e momentos vividos no jogo. Houve ressalvas quanto à toxicidade da comunidade e o *rage*, mas, no geral, os aspectos positivos são avaliados como mais impactantes que os negativos.

6. DISCUSSÃO

Como vimos, são diversas as formas através das quais o sexismo permeia os jogos *online*, impactando e impondo barreiras à participação efetiva de mulheres nesses contextos. Os estereótipos são um dos principais mecanismos pelos quais esse sexismo se reproduz,

agindo sobre a consciência dos jogadores. Eles se manifestam das mais diversas formas, desde simbologias e representações comunicadas pelo design do jogo e de seus personagens até crenças estabelecidas a respeito de habilidades e aptidões naturais de homens e mulheres, impondo barreiras à participação feminina.

A experiência de jogadoras com o *League* é muito semelhante à realidade de quase todos os jogos do gênero MOBA, tanto em quantidade, sendo uma das categorias de jogos com menor participação feminina, quanto em qualidade, sendo igualmente marcadas pela marginalização. Entretanto, há uma exceção que suscita reflexões interessantes. Um dos jogos mais populares da China, *King of Glory* (KoG), é o único MOBA onde a participação feminina superou a masculina: 54% são jogadoras. Mais ainda, a qualidade da experiência feminina é diferente, havendo menos relatos de assédio e uma maior identificação feminina com o jogo.

Para Gao e Shih (2018), alguns aspectos do design do KoG o tornam um exemplo de boas práticas. Em primeiro lugar, os mecanismos de movimentação e ataque mais simples, por tornarem menor a curva de aprendizado do jogo, torna-o mais acessível. No mesmo sentido, a identificação feminina com os personagens é maior no KoG, uma vez que os campeões são inspirados na mitologia chinesa, gerando um sentimento de familiaridade e pertencimento, evidenciado o poder atrativo da representatividade. Outro fator é a natureza da socialização no KoG, que por ser desenvolvido para plataformas móveis, como *smartphones* e *tablets*, permite aos usuários jogar presencialmente com seus amigos, além de remover o caráter essencialmente anônimo do jogo. (GAO; SHIH, 2018).

Assim, um indicativo deixado pelo KoG é a centralidade da socialização na qualidade da experiência *gamer*. Para elevar a qualidade desta, pensamos ser necessário nutrir comunidades saudáveis, que aproximem pessoas em vez de distanciá-las. Entender de que forma opressões estruturais da sociedade, como o machismo e o racismo, podem permear os jogos é igualmente fundamental para criar comunidades virtuais inclusivas. Mais ainda, a partir do que vimos, acreditamos ser de grande importância analisar também os efeitos do anonimato, desenvolvendo mecanismos para punir o comportamento tóxico. Essas se apresentam como entraves centrais na experiência não apenas de mulheres, mas também de pessoas negras e homossexuais, afastando esses grupos do crescente universo dos *games*.

Sendo o universo dos jogos eletrônicos em si algo novo, essas questões são ainda muito recentes. Assim, é de certa forma esperado que tenhamos mais perguntas do que respostas. A preocupação com esse tema é uma novidade, mas tem crescido relativamente rápido desde que surgiu. Há, portanto, alguma expectativa de novos direcionamentos nesse

sentido, ou, pelo menos, de novas tentativas. Os desafios são reais e difíceis, mas com algum esforço acreditamos que seja possível reduzir o abismo entre homens e mulheres quando o assunto é sentar em frente a uma tela e amassar botões freneticamente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BURCH, A.; WISEMAN, R. **Curiosity, courage and camouflage: Revealing the gaming habits of teen girls**. In.: Game Developers Conference. 2015. Disponível em: <<http://www.gdcvault.com/play/1021899/Curiosity-Courage-and-Camouflage-Revealing>>. Acesso em: 29 out. 2019.
- CARVALHO, J. **Jogo das Bolinhas de Gude**. Anuário Antropológico, Brasília, Editora Universidade de Brasília, Tempo Brasileiro, v. 87, p. 191-222, 1990.
- D'ANASTASIO, C. **Inside The Culture Of Sexism At Riot Games**. Kotaku. Fevereiro de 2019. Disponível em: <<https://kotaku.com/inside-the-culture-of-sexism-at-riot-games-1828165483>>. Acesso em: 28 out. 2019.
- DAVIAULT, C.; SCHOTT, G. **Looking beyond Representation - Situating the significance of gender portrayal within game play**. In: C. C. Carter, L. Steiner, & L. McLaughlin (Eds.), The Routledge Companion to Media and Gender, p. 440-449. Didcot, UK: Milton Park, 2013.
- DESKINS, T. **The effects of video Games on sexism attitudes in males**. Senior Honors Theses, 452, Eastern Michigan University, 2015.
- FAHLSTRÖM, J.; MATSON, E. **Preventing Toxic Behaviour through Game Mechanics**. Department of Game Design, Uppsala University, 2014.
- FOX, J; TANG, W. **Sexism in online video games: The role of conformity to masculine norms and social dominance orientation**. Computers in Human Behavior, v. 33, p. 314-320. Acesso em: 28 out. 2019.
- GAO, G; MIN, A; SHIH, P. **Gendered Design Bias: Gender Differences of In-Game Character Choice and Playing Style in League of Legends**. Conference: Proceedings of the Australian Conference on Computer-Human Interaction. 2017.
- GAO, G; SHIH, P. **Does Platform Matter? A Game Design Analysis of Female Engagement in MOBA Games**. Indiana University Bloomington. 2018.
- GROOTEN, J.; KOWERT, R. **Going beyond the game: Development of gamer identities within societal discourse and virtual spaces**. Loading... The Journal of the Canadian Game Studies Association, v. 9, p. 70-87. 2015. Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/285068784_Going_Beyond_the_Game_Development_of_Gamer_Identities_Within_Societal_Discourse_and_Virtual_Spaces>. Acesso em: 28 out. 2019.
- HARWOOD, J.; ANDERSON K. **The Presence and Portrayal of Social Groups on Prime-time Television**. Communication Reports, v. 15, p. 81-97, 2002.
- LEA, M.; SPEARS, R. **Computer-mediated communication, de-individuation and group decision-making**. International Journal of Man-Machine, v. 34, ed. 2, p. 283-301, 1991.

- LEA, M.; DE GROOT, D.; SPEARS, R. **Knowing me, knowing you: Anonymity effects on social identity processes within groups.** *Personality and Social Psychology Bulletin*, v. 27, n. 5, 2001.
- LEONARD, D. **Live in Your World, Play in Ours”: Race, Video Games, and Consuming the Other.** *Studies in Media & Information Literacy Education*, v. 3, p. 1-9. Washington State University, 2003.
- NEWZOO. **Mobile Revenues Account for More Than 50% of the Global Games Market as It Reaches \$137.9 Billion in 2018.** *Global E-sport Market Report*. 2018. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-137-9-billion-in-2018-mobile-games-take-half/>. Acesso em: 28 out. 2019.
- NEWZOO. **Most Popular Core PC Games - Global.** Disponível em: <https://newzoo.com/insights/rankings/top-20-core-pc-games/>. Acesso em: 28 out. 2019.
- PAAßEN B.; MORGENROTH, T.; STRATEMEYER, M. **What is a True Gamer? The Male Gamer Stereotype and the Marginalization of Women in Video Game Culture.** *Sex Roles*, v. 76, p. 421-435, 2017.
- PECK, B.; KETCHUM, P.; EMBRICK, D. **Racism and sexism in the gaming world: Reinforcing or changing stereotypes in computer games?** *Journal of Media and Communication Studies*, v. 3, p. 212-220, 2011.
- QUANTIC FOUNDRY. **Beyond 50/50: Breaking Down the Percentage of Female Gamers by Genre.** 2017. Disponível em: <http://quanticfoundry.com/2017/01/19/femalegamers-by-genre/>>. Acesso em: 29 out. 2019.
- RATAN, R. et al. **Stand by your man.** In.: *Games and Culture*, v. 10, no. 5, p. 438-462. 2015.
- SEGATO, R. **La economía del deseo en el espacio virtual: Hablando sobre religión por la internet. Las estructuras elementales de la violencia.** 1ª ed.. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes, 2003.
- SHAW, A. **Do you identify as a gamer? Gender, race, sexuality, and gamer identity.** *New Media & Society*, v. 14, p. 28-44, 2012.
- STEELE, C. M. & ARONSON, J. **Stereotype threat and the intellectual test performance of African Americans.** *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 69, p. 797-811, 1995.
- SUMMERS, A.; MILLER, M. **From Damsels in Distress to Sexy Superheroes. How the portrayal of sexism in video game magazines has changed in the last twenty years.** *Journal Feminist Media Studies*, v. 14, p.1028-1040, 2014.
- SUPERDATA. **Worldwide digital games market:** [2018, *on-line*]. Disponível em: <https://www.superdataresearch.com/us-digital-games-market/>. Acesso em novembro de 2018.
- TAYLOR, T. L. **Raising the stakes: E-sports and the professionalization of computer gaming.** Cambridge, MA: MIT Press, 2012.
- VERMEULEN, L. et. al. **Playing under threat. Examining stereotype threat in female game players.** *Computers in Human Behavior*, v. 57, p. 377-387, 2016.
- WILLIAMS, D. et. al. **The virtual census: Representations of gender, race and age in video games.** *New Media & Society*, v. 11, p. 815-834. 2009.