A resistência das mulheres no cenário dos Esports: Uma análise das experiências nas partidas.

Alessandra Corrêa - Nº USP 10743384
Bruno Andrade - Nº USP 10695485
João Lucas Monteiro - Nº USP 9791591
Matheus Souza - Nº USP 10271691

RESUMO

O mundo dos games, assim como toda a nossa sociedade, também está sujeito a perpetuar dinâmicas sexistas e de segregação do público feminino. Com base nisso e em discussões teóricas, o trabalho investiga, por meio de depoimentos coletados em ferramentas de questionamento, como é a experiência das mulheres em jogos online levando em conta a receptividade e as dificuldades que elas encontram ou já encontraram que possam estar refletindo atitudes sexistas e machistas. Os procedimentos metodológicos combinaram observações, questionário quantitativo e entrevistas qualitativas. Dentre os resultados, destaca-se que, a grande maioria das pessoas entrevistadas acreditam que esse é um universo machista, mesmo os que não jogam estão a par dessa realidade. Esse machismo se reflete na hipersensualização das personagens femininas e também no modo como as mulheres são tratadas em uma partida.

Palavras-chave: Esports; internet; mulheres, League of Legends; machismo; sexismo; gênero; estereótipo; preconceito.

INTRODUÇÃO

O termo Esports é um nome mais curto para Electronic Sports, que em português viriam a ser os esportes eletrônicos. Essa modalidade esportiva é relativamente atual quando comparada aos demais esportes tradicionais, e como envolve tecnologias e métodos não convencionais de competição, a regulamentação por trás das partidas não possui uma estrutura capaz de proporcionar aos atletas uma experiência livre de problemas.

Além da precariedade das questões regulamentadoras, a cultura gamer não colabora para a participação de minorias no cenário. O estereótipo de que os jogadores devem ser homens com bastante masculinidade, reforçado pelos personagens desses mesmos games

com tais características, dificulta a inserção de pessoas que não se identificam com esses aspectos, como mulheres e pessoas LGBTQ+.

Ao somar esse problema com a toxicidade da comunidade gamer, a qual aproveita do anonimato oferecido pela internet para agir de forma *troll*, ou seja, tóxica e com discursos de ódio, o cenário torna-se ainda mais agressivo. Por outro lado, as empresas responsáveis pelos jogos, como a Riot Games, desenvolvedora do game mais popular do mundo, o League of Legends, frequentemente promove ações e campanhas para acolher as minorias.

Apesar desses obstáculos, os grupos oprimidos buscam métodos para permanecer no cenário *gamer*. Nessa pesquisa, haverá o recorte para o grupo das mulheres, a partir de como elas resistem por mais espaço e menos discriminação nesse ambiente repleto de machismo e misoginia.

APRESENTAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

Segundo Lopes (2007) "Dificilmente a escolha do assunto é responsabilidade exclusiva do investigador. O engajamento teórico, o compromisso, as condições institucionais são fatores intervenientes na escolha e dirigem os alvos teóricos e práticos da pesquisa. Em vez de ser apressadamente confundida com a moda intelectual do momento, a escolha do tema deve ser encarada como "um fato social em si" que pode também ser explicada sociologicamente". Sendo assim a escolha do nosso objeto de pesquisa pode ser entendido como uma tentativa de captar uma realidade social nichada mas que é um reflexo de uma realidade maior e mais ampla.

Essa escolha foi motivada partindo do ponto da observação de casos de sexismo em eventos oficiais do jogo League of Legends que repercutiram muito fortemente nas redes sociais, com destaque para o Twitter. Os quais estão inseridos em uma onda de lutas por direito de espaço igualitário para homens e mulheres nessas plataformas, de onde advém movimentos como o projeto Sakura que busca promover e dar visibilidade a competidoras através da promoção de campeonatos exclusivamente femininos, e de posicionamentos na mídia.

Essa realidade observada nós atentou ao fato de que, apesar de ser mais explícito já que o mundo dos video games sempre teve um público majoritariamente masculino e portanto ainda é muito segmentado por gêneros, o protagonismo masculino nos grandes "palcos" e arenas do meio se repete em muitas outras dinâmicas sociais, estando presente na diferença salarial entre homens e mulheres, na cobertura de campeonatos futebolísticos, entre

outras realidades, as quais expõem nossa sociedade machista e portanto tornam válida a análise aqui proposta.

A escolha da análise de depoimentos de mulheres que jogam, por diversão ou como forma de competir e gerar renda, jogos online, como League of Legends e Fortnite, torna-se necessária para nossa pesquisa por demonstrarem na prática como que o sexismo e a dinâmica machista age no cotidiano delas nas partidas online partindo de casos reais para gerar um panorama amplo do fato social problematizado aqui.

Busca-se também entender a relação que essas jogadoras tem com o movimento que busca uma maior participação feminina nesse ambiente, exigindo mais competidoras nas partidas oficiais, maior quantidade de patrocínios para "streamers" mulheres, posicionamentos oficiais e penalizações para casos identificados como problemáticos nessa realidade, para assim perceber se o movimento tem apoio de quem ele defende, ou se essas acabam por ser silenciadas pelo status quo perpetuado por essa rede.

OBJETIVOS GERAIS

O trabalho tem como objetivo geral:

Identificar situações de sexismo enfrentadas por jogadoras no mundo dos games, obter diversos pontos de vista sobre essa realidade e analisar o posicionamento de representantes do meio sobre o assunto. Com isso esperamos poder ter um panorama maior sobre a relação entre mulheres, jogos e preconceitos de gênero.

Como objetivos específicos, temos:

- Identificar episódios sexistas vivenciados pelas entrevistadas, e analisá-los para perceber se eles se repetem;
- Observar a visão masculina sobre a presença das mulheres no mundo do Esports, identificando os principais objetos do discurso que concretiza essa segregação;
- Identificar estereótipos ligados à figura feminina nesse universo e verificar a veracidade desses;
- Obter informações de movimentos e projetos que promovam uma maior inclusão de meninas e mulheres nas ligas e competições oficiais;

- Listar posicionamentos de entidades e representantes oficiais, em caso de identificação de atitudes desse tipo;

Com os dados e teorias aplicadas nesse trabalho visamos ser possível elaborar uma inferência de como é o cotidiano das mulheres em jogos onlines, com foco no League Of Legends. Para que assim possamos comparar com a realidade desse grupo em outras esferas sociais, percebendo se a mesma dinâmica se repete.

QUADRO TEÓRICO DE REFERÊNCIA

O Público feminino gamer no Brasil

Para a construção teórica do comportamento do público feminino de jogos online escolhemos por utilizar as referências e os dados apresentados pela pesquisa da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo desenvolvida por Ivelise Fortim, Louise de França Monteiro, Maria Julia Bengel e Victor Sancassani no ano de 2016 para o curso de Pós-Graduação em Psicologia Experimental.

Até os anos 2000, as mulheres não eram consideradas um mercado consumidor de Games, pois se acreditava~~-se~~ que essas não tinham interesse no assunto. Na época as explicações para essa crença passavam por fatores como a não satisfação da preferência feminina pelos jogos da época; a existência de poucas mulheres designers na indústria dos games; menor tempo de lazer disponível para as mulheres e reforço dos estereótipos de gênero na representação feminina em games. O mercado assumiu outro posicionamento, porém, com o desenvolvimento dos jogos para dispositivos móveis, onde público feminino é predominante, e com o aumento das mulheres como jogadoras dos jogos hardcore (consoles e PCs).

Atualmente, de acordo com a Entertainment Software Association, o público feminino representa 41% dos jogadores de videogame nos EUA, enquanto no Brasil, no âmbito dos jogos online, 48% dos homens e 39% das mulheres do país são jogadores. Para além disso a porcentagem de mulheres que afirmam consumir jogos vem crescendo, atingindo 52,6% em 2016, sendo que era 47,1% em 2015 e 41% no ano de 2013, segundo pesquisas realizadas pela empresa Sioux.

Pesquisas referenciadas pelo texto exposto mostravam que os jogadores do sexo masculino tendem a jogar jogos de estratégia, Role-playing game (RPG), ação e gêneros de luta mais frequentemente do que foi relatado pelas jogadoras do sexo feminino. Além disso, relataram que mulheres jogam mais jogos sociais, quebra-cabeças/cartas, música/dança,

educacionais e gêneros de simulação. Pesquisas mais recentes, também apresentadas, indicam que, comparando os jogadores core (que jogam jogos de tiro, luta, ação e aventura, esportes, estratégia, horror, RPG e MMORPG pelo menos uma vez por semana) e jogadores não-core. Existe um padrão entre os jogadores core femininos, masculinos e os não-core masculinos para às preferências de jogos. Porém jogadores não-core femininos mostraram-se diferentes em suas preferências.

Essas análises, no entanto, se baseiam em papéis estereotipados de gênero e não levam em conta contexto social, de diferença entre os gêneros, em que os jogos são jogados, já que as mulheres têm dificuldade no acesso aos consoles e jogos, tendo pouca experiência passada e conhecimento de diferentes gêneros de jogos.

Os tipos de jogadores que foram absorvidos pelos dados da pesquisa primária do trabalho analisado, são caracterizados como Explorador(a) que corresponde a um tipo curioso, interessado portanto, por geografia, cenário do jogo e exploram as possibilidades, sendo atentos a detalhes; Sobrevivente, o qual relaciona-se à temática de terror e apreciação da experiência a ele associada obtendo satisfação em situações de risco, perseguição, altura e alta velocidade; Audacioso(a) que busca uma experiência positiva através da emoção (jogos favoritos costumam ser os de corrida e simulações); Conquistador(a) que é o jogador que desfruta da derrota de seus inimigos, sendo muito competitivo e gostando de combate e violência; Comandante, o qual aprecia resolver quebra-cabeças, elaborar estratégias e tomar decisões; Colecionador(a) que é motivado por realizações de objetivos em longo prazo gostando de jogos complexos e com objetivos variados e Socializador(a), o qual gosta de interações com outros jogadores, preferindo jogos online, especialmente os MMO´s (analisado nesse trabalho).

Os tipos mais encontrados nas mulheres brasileiras da amostra da pesquisa da PUC foram Colecionadora (28,7%); Comandante (21,3%), Exploradora (21,1%), Conquistadora (9,6%) e Socializadora (9,6%). Com relação ao tipo Conquistadora, os dados são compatíveis com o fato de jogadores core masculinos e femininos terem preferências parecidas, já que esse é um tipo entendido como masculino. Um dos possíveis motivos para que o tipo Socializadora, comumente associado às mulheres, ter sido menos relevante, pode ser o fato de as mulheres sofrerem muito assédios em jogos online, como estudado no nosso trabalho. Os tipos menos encontrados foram Sobrevivente (6%) e Audaciosa (3%).

Os dados também foram divididos em faixas etárias, entre 18-24 anos, a distribuição se dá principalmente entre Colecionadora (23%), Comandante (21%) e Exploradora (23,9%). Entre essas também existem Conquistadora (12%), Socializadora (9%) e Sobrevivente

(6,9%), essa grande variedade e predominância em tipos dominados pelo público masculino podem estar em conexão com o fato que essa idade ter acesso a uma variedade de jogos em maior quantidade do que as gerações anteriores, ou ainda o menor preconceito com relação aos tipos de jogos que pode experimentar. Na faixa de 25-30 anos encontram-se mais Colecionadoras (34%), Comandantes (22%) e Exploradoras (16%). Nesta faixa etária também está o maior número de Socializadoras (11%) e o menor número de Conquistadoras (5,8%). A faixa de 31-35 anos possui muitas Colecionadoras (38%), seguidas de Exploradoras (22%) e Comandante (15%). Representam a menor categoria de Sobreviventes. A última faixa, de 36 a 60 anos tem uma igual quantidade de Colecionadoras e Comandantes (33%) e menor número Exploradora (9,5%).

O tipo Comandante é encontrado sempre, como exposto na maior parte da literatura sobre a área, porém, levando em conta as idades, as mulheres mais jovens vêm cada vez mais se diferenciando entre os tipos, indicando uma mudança de comportamento entre as gerações. Para Exploradora a faixa de 18 a 24 anos é a maior o que pode estar relacionado com o fato de cada vez mais existirem jogos com mapas abertos e infinitos. Os dados do tipo Conquistadora são interessantes ao se perceber que a faixa etária mais expressiva é formada por jogadoras mais jovens, o que se relaciona com o aumento do consumo desses jogos de batalha, motivado por uma mudança nos papéis sociais femininos. Um dado novo trazido por essa pesquisa foi a percepção de que as mulheres gostarem de platinar o jogo (tornar-se "certificada"), pode-se pensar quais seriam os motivos para essa ação e se ela é uma forma de buscar legitimação dessas como gamers em um mundo tão machista.

A divisão binária e a representação feminina no meio digital

Para tratarmos dessa pesquisa, primeiramente, decidimos dar um panorama geral da divisão binária de gêneros nos jogos online e um pouco da realidade da imagem feminina nesses jogos. Para isso usaremos nesse primeiro momento da monografia desenvolvida pela então bacharel Maria Luiza Petranski Arantes no ano de 2016 para a Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

O gênero assume um papel hierárquico que fortalece e legitima desigualdades entre as noções de feminino e masculino. No meio digital por conta da falta do julgamento e do anonimato acaba por se intensificar essa dinâmica, já que, inibidos da vergonha e da repressão os indivíduos mostram suas verdadeiras crenças. Além disso, as profissões no meio digital, são frutos de poder aquisitivo e social, o que limita o acesso da rede para aqueles que já detêm o conhecimento e soberania fora do âmbito virtual, repetindo assim a hierarquização

dos gêneros no meio digital, uma vez que o envolvimento com a tecnologia é visto como algo masculino.

É nesse contexto que surgem os videogames, tendo esses também uma predominância masculina formatada anteriormente, e, por apresentarem narrativas violentas, são muitas vezes associados à virilidade. Com isso não só as disparidades de gênero são fortalecidas como também cria-se novas formas de violência direcionadas às mulheres (como assédio e perseguição), agora no universo digital e dos games.

O assédio no ambiente virtual, infelizmente, é uma prática comum em todo o globo e atinge diversos segmentos da internet, causando muitos problemas, como exposto por Akdeníz (1998 – 2001, p.3), "being the victim of online harassment undoubtedly causes considerable anxiety as well as annoyance. Segundo a pesquisa realizada pela Universidade de Ohio – Estados Unidos e exposta no trabalho base , 293 mulheres que afirmaram jogar 22 horas por semana, consideram o assédio "pior do que outras práticas de abuso online", tendo uma parcela das entrevistadas relatado sintomas depressivos em decorrência dos ataques sofridos durante partidas. A pesquisa também diz que as participantes mesmo offline eram incomodadas com o assédio. Na cultura gamer esse comportamento é comum, já que mulheres são julgadas e vistas como invasoras por quererem entrar em um universo tão masculino.

Esse julgamento acaba por gerar por exemplo ações como "gender swapping" (troca de gênero) nos jogos online de multijogadores onde mulheres e homens que utilizam avatares femininos são submetidos a investigações visando descobrir sua real identidade de gênero, como uma forma de desqualificar as habilidades de jogadores mulheres.

Além dessa fiscalização, também é comum no ambiente gamer a perseguição, durante o jogo, dos participantes femininas, dificultando a partida delas. Também são comuns ofensas sexistas, como "volta para a cozinha". Muitos jogadores também associam o fato de uma mulher se interessar por jogos digitais como uma forma de "atrair a atenção masculina", pensando assim que eles têm mais liberdades com essas.

Os jogos Online também contribuem para a diferença de gênero com a elaboração de suas "skins" (personagens). Isso pois, no jogo League of Legends, da Riot Games, por exemplo, de seus 145 campeões, 90 são personagens masculinos e 52 personagens femininos (desconsiderando as personagens não binárias ou com gênero não definido) e quando analisamos cada personagem, é possível perceber a existência de skins "fetiche", com personagens femininas usando fantasias sexy de uma determinada profissão, sendo que o mesmo padrão não é identificado em personagens masculinos.

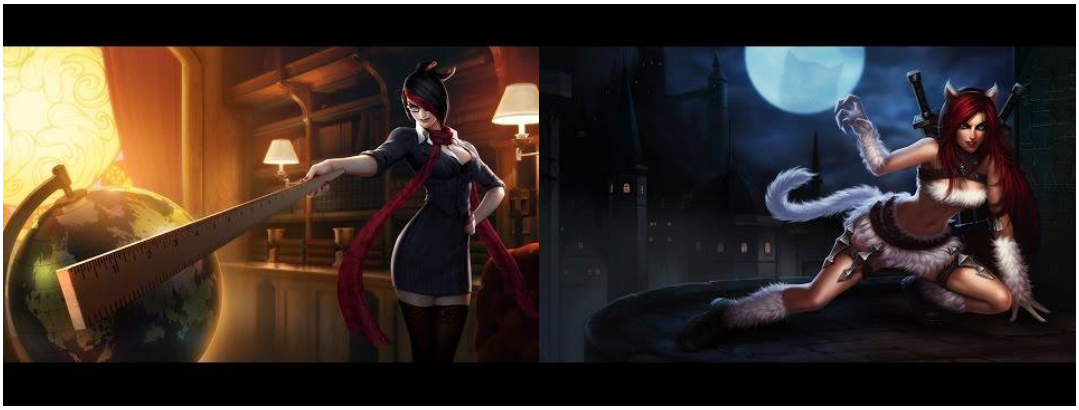


Figura 1 - Personagem “Fiora” sexualizada Figura 2 - Personagem “Katarina” sexualizada

Em League of Legends, apenas 6% das personagens femininas não são humanóides, porcentagem que é muito maior entre os masculinos mostrando uma sexualização do corpo feminino humano. Além disso, dessas com aparência humana um total de 82,3% apresentam decotes avantajados ou estão de roupa íntima, sendo que as personagens humanas que não são representadas de forma sexualizada são associadas à infância ou a diversidade.

Deixando a caracterização de lado, temos o fato que; levando em conta a divisão dos avatares do jogo entre as categorias “tanques” que podem atuar como lutadores, “magos”, que atuam como assassinos ou suportes, e demais posicionamentos; as personagens masculinas são mais associadas às categorias de lutadores e tanques, enquanto personagens femininas acabam ocupando a função de magas e suporte do time. Não só em League of Legends, mas na comunidade gamer em geral, jogadoras são constantemente associadas à função de suporte, responsabilizando se por proteger e cuidar de seus aliados, mantendo-se longe do confronto, sendo esse comportamento associado ao mito do “Eterno Feminino” de Beauvoir, uma vez que a posição é tida como feminina por tratar de papéis culturalmente associados à figura da mulher e seu “instinto maternal/protetor”.

Caso Recente

A empresa Razer é responsável pela fabricação de hardwares para aparelhos eletrônicos, como computadores e consoles. Ela é bastante conhecida no cenário de Esports, visto que possui um grande potencial de desempenho e um design bastante interessante para o público. Isso também é notável pelo slogan da empresa: “For Gamers, By Gamers”, e pelo número de patrocínios que a marca oferece para diversos influenciadores e profissionais da área de games.

Uma dessas pessoas patrocinadas é a Gabriela Cattuzzo (@gabicattuzzo), streamer famosa e jogadora de League of Legends. Ela era constantemente assediada ao vivo em suas

streams, tanto por espectadores quanto pelos jogadores que estavam em suas partidas. Por conta disso, um vídeo no qual ela lê, com deboche, um relato extremamente machista e misógino de um homem, se tornou viral recentemente em redes como o Facebook e o Twitter. Depois, um *tweet* da streamer afirmando que "homem é lixo" viralizou na comunidade, com o repúdio de inúmeros jogadores que tiveram o ego abalado pela publicação.

Após o ocorrido, Gabriela se desculpou por ambas as situações, afirmando que, inclusive, estava sendo ameaçada de morte por *channers*, utilizadores do fórum "*chan*", que é conhecido por seus vários discursos de ódio em formato de memes. Assim, esperava-se um posicionamento da empresa, mas que não agradou muito o público *gamer* feminino: a empresa iria cancelar o contrato com a jogadora, afirmando ser totalmente contrária a qualquer tipo de discriminação e ignorando completamente as razões pela qual ela havia chegado a fazer essas publicações: o machismo dos jogadores.

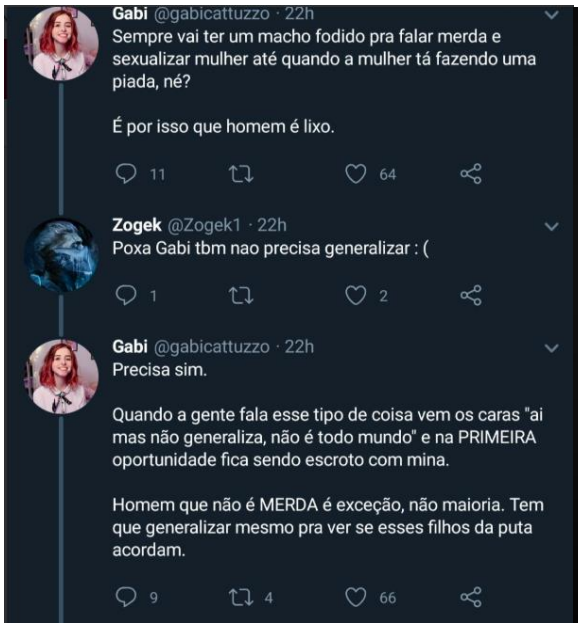


Figura 3 - Tweets que geraram a discussão

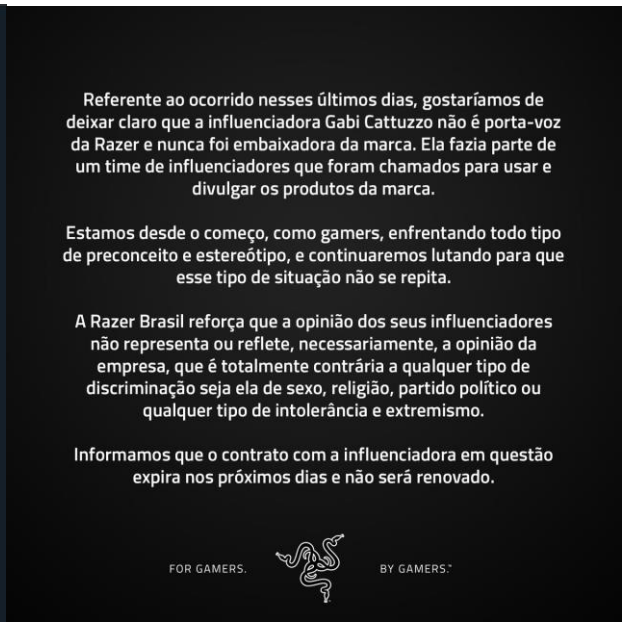


Figura 4 - Nota Oficial da Razer Brasil

HIPÓTESES

A partir dessa observação inicial acerca do cenário de Esports, propõe-se duas hipóteses:

- O sexismo nos jogos eletrônicos (mundo virtual) é apenas mais uma reprodução da misoginia presente na sociedade (mundo real) a partir do anonimato virtual;
- A resistência das mulheres no cenário de Esports causa aversão à comunidade devido ao conservadorismo da cultura de games.

METODOLOGIA DA PESQUISA

Para cumprir o objetivo geral da pesquisa, no que diz respeito à compreensão do sexismo dentro do mundo dos jogos online, a falta de representatividade feminina no meio e sobre como isso as afeta, desenvolvemos uma metodologia baseada em pesquisas referentes ao tema em redes sociais como no twitter baseado em polêmicas recentes sobre o assunto, assim como notas da empresa Razer sobre o ocorrido recentemente e um questionário quantitativo online utilizando a plataforma de formulário Google Forms para a coleta de dados de maneira a entender o comportamento e sentimento das mulheres e percepção geral de quanto e como o mundo dos jogos online é sexista.

Técnica de coleta

Para a realização do questionário online foi utilizado a plataforma Google Forms que faz a realização de pesquisas de maneira quantitativa e qualitativa por meio de um formulário digital. As seguintes perguntas a fim de tentar cumprir nosso objetivo da metodologia:

Qual seu gênero?

Qual sua idade?

Você costuma jogar jogos online?

Com que frequência você joga?

Qual sua preferência de jogo?

Você acha que o machismo está presente dentro dos jogos?

Você já foi ofendida por ser mulher enquanto jogava?

Você já foi assediado durante uma partida?

Você acha que as figuras femininas nos jogos são hiper sensualizadas?

Você costuma assistir campeonatos de jogos?

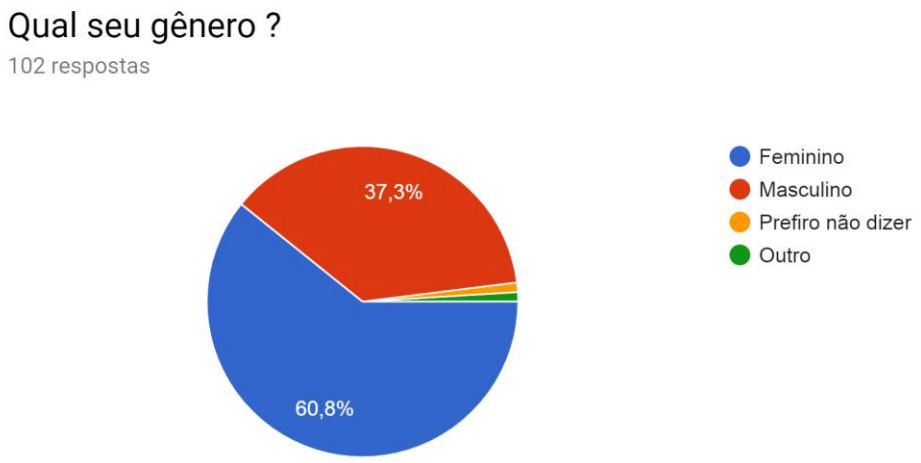
Nesses campeonatos há uma participação feminina considerável?

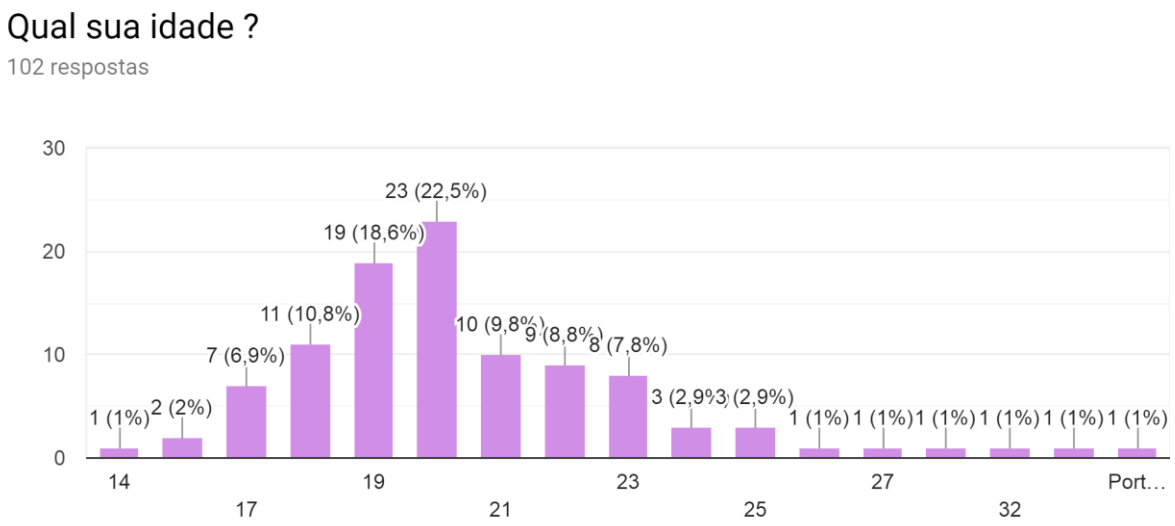
Você sente diferença na hora de ser contratada como jogadora por ser mulher?

PESQUISA PRIMÁRIA

Com base nos tópicos e objetivos do nosso trabalho realizamos uma pesquisa via Google Forms, para coletar os dados de gêneros variados sobre suas experiências em jogos on-line, e algumas questões voltadas somente para as mulheres.

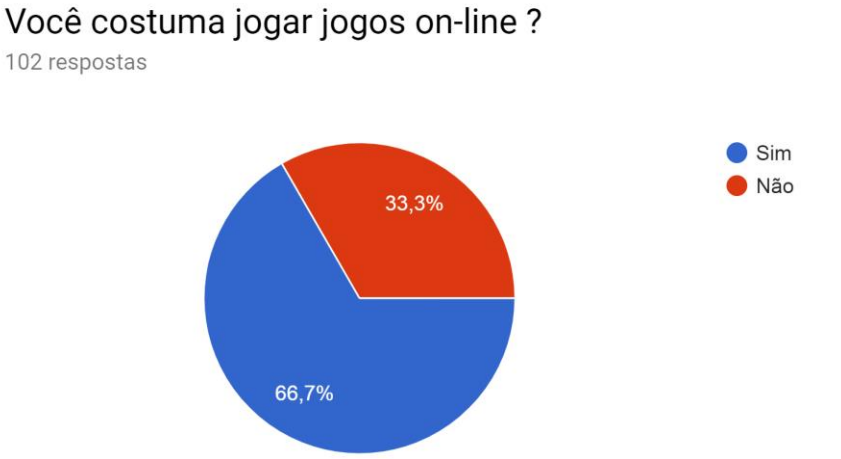
O questionário foi distribuído pelas plataformas do Whatsapp, e em menos de três dias foi coletado 102 respostas. O questionário foi enviado também para um grupo de mulheres que jogam com muita frequência de maneira mais profissional. No total foram 12 perguntas, sendo 9 obrigatórias e 3 somente para quem acompanha as notícias do mundo game, que acompanha os campeonatos e etc.

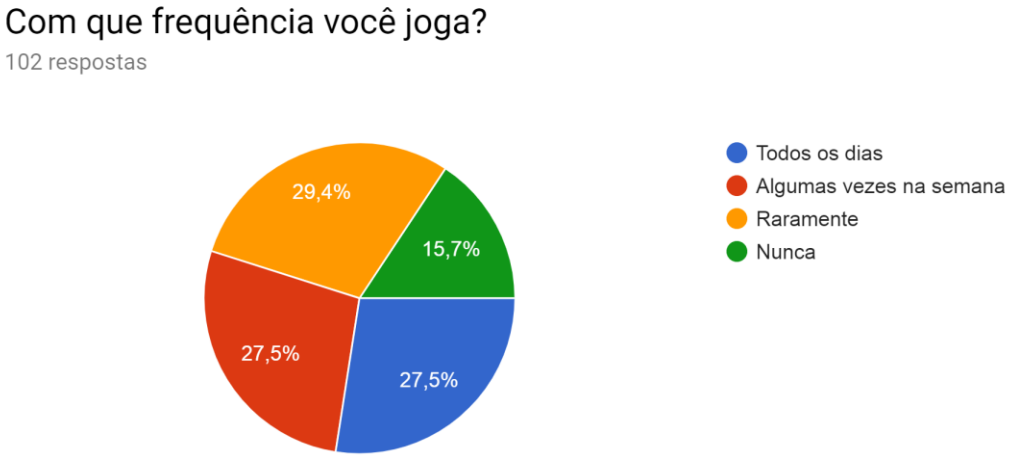




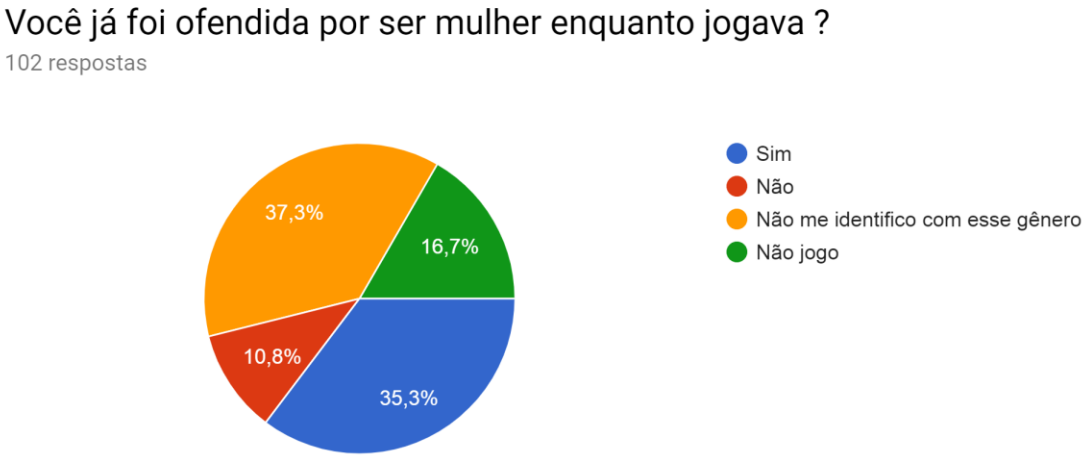
A partir dessa pergunta foi constatado que das 102 respostas 60,8% se identificam com o gênero feminino (62 pessoas), 37,3% se identificam com o gênero masculino (38 pessoas) e 2% se identificou como outro gênero ou preferiu não dizer (2 pessoas). Em relação a idade, a maior porcentagem foi de 20 anos (22,5%, 23 pessoas), a segunda maior foi 19 anos (18,6%, 19 pessoas), é possível ver o resto dos resultados no gráfico acima. Não é surpresa que a maioria do público seja feminino, tanto por conta do viés do trabalho, como

também das relações dos investigadores, o mesmo se aplica para a idade, por conta do público para o qual o formulário foi direcionado.





Essas três perguntas tinham o objetivo de identificar se os entrevistados jogam e ou tem costume de jogar, e qual a sua preferência de estilo, limitamos a algumas opções, sendo a opção de que não tem preferência seja tanto para quem não joga, quanto para quem realmente gosta de diversos estilos de uma maneira igual. É possível ver que a partir das respostas mais da metade das pessoas tem o costume de jogar (66,7%, total de 68 pessoas), e dentro desse número a maioria tem preferência por jogar RPG ("A sigla RPG, oriunda da expressão em inglês "Role Playing Game", define um estilo de jogo em que as pessoas interpretam seus personagens, criando narrativas, histórias e um enredo guiado por uma delas, que geralmente leva o nome de mestre do jogo" (FONSECA, 2018)).

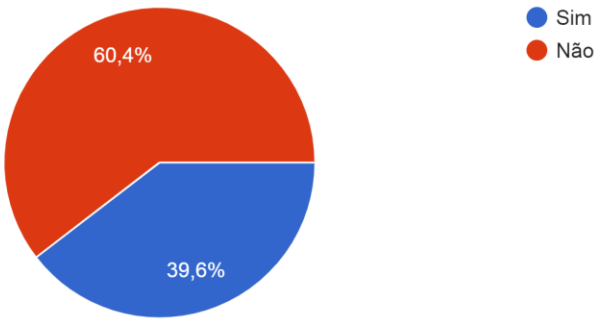


Essas perguntas tiveram em foco o objetivo do trabalho: queríamos ver se o que é percebido como observadores acontece de fato com pessoas próximas. Mais de 80% das pessoas que responderam ao questionário acham que o machismo está sim presente dentro dos jogos, mesmo pessoas que não tem o hábito de jogar tem noção de que essa é uma realidade atual.

Além disso, Mais da metade das mulheres que responderam ao questionário reportaram que já foram ofendidas durante uma partida somente por serem mulheres, o que ajuda a comprovar a hipótese abordada anteriormente. Dentro desse tema também abordamos o fato da hiper sexualização das mulheres nos jogos, principalmente na hora de montar os personagens, mais de 80% respondeu que concordam com essa afirmação.

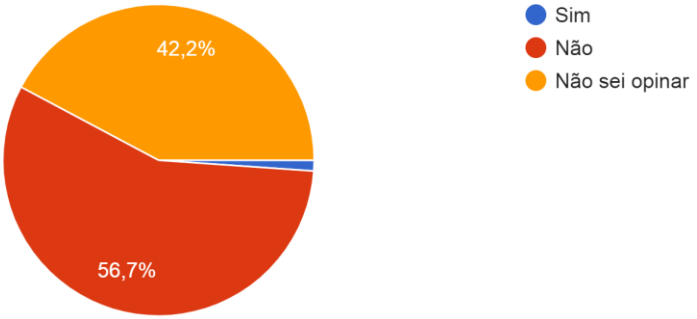
Você costuma assistir campeonatos de jogos ?

91 respostas



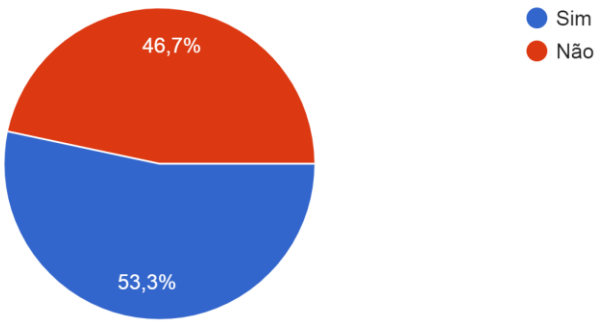
Nesses campeonatos há uma participação feminina considerável ?

90 respostas



Você sente diferença na hora de ser contratada como jogadora por ser mulher ?

75 respostas



As três perguntas acima não eram obrigatórias, portanto tiveram menos respostas. Dentro das 91 pessoas que responderam se assistem a campeonatos, 55 reportaram que não e 36 reportaram que assistem, porém na próxima questão houve 90 respostas e dentro delas 51 pessoas responderam que não há participação feminina considerável, ou seja, mesmo não acompanhando aos campeonatos as pessoas têm esse estereótipo de que as mulheres não jogam em campeonatos. Somente uma pessoas respondeu que há uma participação considerável de mulheres.

A última pergunta foi mais direcionada para as mulheres que se interessam no mercado profissional de games, porém houve algumas pessoas do gênero masculino que acabaram respondendo, mas mesmo excluindo esse público, a maioria respondeu que sente diferença por parte dos contratantes na hora somente pelo fato de serem mulheres.

Após o término da coleta de dados, uma das entrevistadas fez uma crítica construtiva quanto ao fato de se adicionar mais uma pergunta no final, levando em conto o do porque as mulheres não são contratadas. A mesma disse que “eu acho que não haveria dificuldade de contratação se elas não desistissem muitas vezes antes de chegar no "nível necessário" pra serem contratadas por empresas, ai sim, por causa do cenário que é constantemente agressivo com elas (porque hoje em dia o número de mulheres contratadas por empresas pra streamar é bem maior do que quando eu comecei a jogar lol, por exemplo, por ser um ambiente mais 'descontraído' que não exige tanto profissionalismo no jogo - ou seja, você não precisa se submeter ao estress de ser xingada para chegar onde só tem os melhores jogadores do jogo mas tem uma oportunidade de ser contratada por uma empresa pra prover entretenimento”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das pesquisas realizadas, foi possível observar que o machismo nesse ambiente é, sim, um problema reconhecido por parte da população. Maioria das pessoas que responderam o formulário admitiram que não há uma participação feminina considerável no cenário de Esports, e o número de respostas que afirma o contrário é zero, apenas reforçando a intensidade dessa misoginia. Até mesmo por parte das desenvolvedoras isso é notável, visto que há a sexualização absurda de personagens femininos e um número consideravelmente maior de personagens masculinos disponíveis para serem jogados.

No que diz respeito às hipóteses, pode-se confirmar que a primeira, relacionada com a reprodução do sexismo da sociedade nos jogos eletrônicos, possui coerência com os casos analisados. Apesar da licença poética dos desenvolvedores de jogos para a criação de personagens, nada justifica a ausência de verossimilhança ao hipersexualizar uma mulher

que, teoricamente, deveria usar roupas que protegessem seu corpo, tal como maioria dos homens o fazem.

Já a outra hipótese, que justifica a aversão da comunidade *gamer* à resistência feminina por meio do conservadorismo do cenário, não foi totalmente comprovada a partir da coleta de dados, visto que nenhuma das respostas foi direcionada para essa problemática. Porém, ao relacionar o comportamento dos agressores virtuais com os argumentos geralmente utilizados por pessoas conservadoras, é possível identificar uma série de semelhanças, incluindo o não reconhecimento da potencialidade das mulheres em um cenário que, até então, seria dominado pelo sexo masculino.

REFERÊNCIAS

ARANTES, Maria Luiza Petranski. **Sexismo nos Campos de Justiça: O Posicionamento de marca interferindo na jogabilidade de League of Legends.** 2016. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/45179/Maria%20Luiza%20-%20Sexismo%20nos%20campos%20de%20justica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 5 de Junho de 2019.

CBES. **História do eSports**. 2017. Disponível em: <http://cbesports.com.br/esports/historia-do-esports/>. Acesso em 3 de Junho de 2019.

FONSECA, Willian. **O que é RPG?**. 2018. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/video-game-e-jogos/243-o-que-e-rpg-.htm>. Acesso em 20 de junho de 2019.

FORTIM, MONTEIRO, BENGEL, SANCASSANI. **A Tipologia das Jogadoras: Um estudo do público feminino gamer brasileiro.** 2016. Disponível em: <http://www.sbgames.org/sbgames2016/downloads/anais/157458.pdf>. Acesso em: 25 de Junho de 2019.