

JOGUE COMO UMA

**GAROTA**



Renata Jessica Galdino

## **JOGUE COMO UMA GAROTA:**

Mobilização de mulheres na construção da cena  
feminina no eSport brasileiro

PUC-CAMPINAS

2019

Renata Jessica Galdino

## **JOGUE COMO UMA GAROTA:**

# Mobilização de mulheres na construção da cena feminina no eSport brasileiro

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Linguagens, Mídia e Arte, linha de pesquisa Sujeito e Mídia, da Pontifícia Universidade Católica de Campinas como requisito parcial para obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Tarcísio Torres Silva.

PUC-CAMPINAS

2019



Ficha catalográfica elaborada por Talita Andrade Rodrigues CRB 8/9675  
Sistema de Bibliotecas e Informação - SBI - PUC-Campinas

155.333  
G149j

Galdino, Renata Jessica

Jogue como uma garota: Mobilização de mulheres na construção da cena feminina no eSport brasileiro / Renata Jessica Galdino. - Campinas: PUC-Campinas, 2020.

153 f.: il.

Orientador: Tarcísio Torres Silva.

Dissertação (Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte) - Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte, Centro de Linguagem e Comunicação, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2020.

Inclui bibliografia.

1. Feminismo. 2. Redes Sociais. 3. Videogames. I. Silva, Tarcísio Torres. II. Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Centro de Linguagem e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte. III. Título.

**RENATA JÉSSICA GALDINO**

**“JOGUE COMO UMA GAROTA: MOBILIZAÇÃO DE MULHERES NA CONSTRUÇÃO DE  
UMA ÇENA FEMININA NO ESPORT BRASILEIRO”**

Este exemplar corresponde à redação final da Dissertação de Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte da PUC-Campinas, e aprovada pela Banca Examinadora.

**APROVADA: 13 de dezembro de 2019.**

---

**Prof. Dr. Tarcísio Torres Silva**  
(Orientador - PUC-CAMPINAS)

---

**Prof.ª Dr.ª Stela Cristina de Godoi**  
(PUC-CAMPINAS)

---

**Prof.ª Dr.ª Júlia Stateri**  
(SENAC/CAMPINAS)

*À Fabiola de Oliveira, companheira amada, pelo  
afago nos momentos difíceis e o impulso nos dias  
em que a vida pede coragem.*

## AGRADECIMENTO

A presente dissertação não existiria sem o precioso apoio de várias pessoas que me acompanharam durante a desafiadora jornada do mestrado.

Agradeço ao Prof. Dr. Tarcísio Torres Silva, por todo o empenho e sabedoria com a qual me orientou. A sua paciência e coragem para encarar todas as mudanças de rota que enfrentamos ao longo do processo foi determinante para o resultado deste trabalho.

Aos membros da banca de qualificação e defesa, Profa. Dra. Stela Cristina de Godoi e Profa. Dra. Julia Stateri pelos pertinentes apontamentos que engradeceram esse estudo.

Agradeço também a todos os professores do Programa de Pós-graduação em Linguagens, Mídia e Arte pela valiosa contribuição para minha formação acadêmica e pessoal, em especial as professoras Dra. Eliane Azzari e Dra. Márcia Rosa pela experiência transformadora de aprendizagem proporcionada em suas aulas.

Aos funcionários da Pontifca Católica de Campinas, em especial a Jessica Leite e Rafael Henrique J. Meireles Santos, por serem sempre tão solícitos e prestativos.

Aos meus queridos amigos, Ágatha Ursini Moraes, Alessandra Gomes, Ingrid Favoretto, Vinicius Memória e Luana Mercurio, que tornaram a jornada muito mais leve e alegre. Não faria sentido sem vocês.

A minha companheira, Fabíola de Oliveira, pela paciência, o apoio e confiança, e por ser sempre meu porto seguro.

Aos meus pais, Alinete Galdino das Neves e Antônio Galdino pelo apoio incondicional e por me fazer acreditar que seria possível.

*“No jogo do patriarcado as mulheres não são o time rival, elas são a bola.<sup>1</sup>” (SARKEESIAN, 2013)*

---

<sup>1</sup> “In the game of patriarchy women are not the opposing team, they are the ball”, tradução nossa.

## RESUMO

A presente dissertação contempla o estudo sobre a forma como as mulheres brasileiras estão se mobilizando para a construção e consolidação de um cenário competitivo feminino de eSports que seja inclusiva, segura e livre do machismo e da violência de gênero comum no universo *gamer*. A fim de compreender como as questões de gênero estão enraizadas na cultura *gamer*, este trabalho se baseia na perspectiva de que os jogos digitais são de tecnologias de gênero, produto de diferentes tecnologias sociais, técnicas e estratégias discursivas. Para tal, utiliza diferentes abordagens da pesquisa visando um diálogo interdisciplinar a fim de construir um saber teórico e prático que possa abarcar a complexidade do objeto deste estudo. Partindo de um levantamento bibliográfico que investiga a forma como as brechas digitais geradas pelas hierarquias de gênero afetam a maneira como tecnologias são desenvolvidas, difundidas e apropriadas pelo gênero feminino, buscamos mapear o cenário de eSports brasileiro com base em pesquisa bibliográfica exploratória combinada com uma pesquisa documental. A partir disso, são aplicadas as lentes de gênero buscando mapear oportunidades, estratégias e contextos da participação feminina nessas competições. Por fim, é realizada uma etnografia virtual por meio da observação não participante em três projetos brasileiros que buscam promover a participação feminina no cenário *gamer*. Os resultados da pesquisa demonstram que as mulheres brasileiras utilizam as redes sociais para construir redes de apoio e fomento à profissionalização e competitividade feminina, as quais contribuem para redução das desigualdades de gênero no cenário do eSport brasileiro.

**Palavras-chave:** Gênero; eSport; Redes sociais; feminismo; videogames.

## **ABSTRACT**

This dissertation presents the study on how Brazilian women are mobilizing for the construction and consolidation of a competitive female eSports scene that is inclusive, safe and free from machismo and gender-based violence in the gamer universe. To understand how gender issues are rooted in gamer culture, this paper is based on the perspective that digital games are gender technologies, the product of different social technologies, techniques and discursive strategies with which to build relationships of gender. To this, it uses different research approaches aiming at an interdisciplinary dialogue in order to build a theoretical and practical knowledge that can encompass the complexity of the object of this study. Starting from a bibliographic survey that investigates how the digital gaps generated by gender hierarchies affect the way technologies are developed, disseminated and appropriated by females, we seek to map the Brazilian eSports scene based on exploratory bibliographic research combined with documentary research. From this, gender lenses are applied to map opportunities, strategies and contexts of female participation in these competitions. Finally, a virtual ethnography is performed through non-participant observation in three Brazilian projects that seek to promote female participation in the gamer scene. The survey results show that Brazilian women use social networks to build support networks and promote female professionalization and competitiveness, which contribute to the reduction of gender inequalities in the Brazilian eSport scene.

**Keywords:** Gender; eSport; Social networks; feminism; video games.

# SUMÁRIO

<b>CONTEXTUALIZAÇÃO .....</b>	<b>13</b>
TRAJETÓRIA ACADÊMICA E PROFISSIONAL .....	13
<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>17</b>
<b>PARTE 1 - GÊNERO, TECNOLOGIA E VIDEOGAMES .....</b>	<b>32</b>
<b>1. A BRECHA TECNOLÓGICA DE GÊNERO .....</b>	<b>32</b>
1.1. AFINAL, GAME É COISA DE MENINO? .....	38
1.2. VIOLÊNCIA E SEXUALIZAÇÃO DAS MULHERES NOS GAMES.....	44
<b>2. O UNIVERSO GAMER.....</b>	<b>55</b>
2.1. UMA INDÚSTRIA BILIONÁRIA E PATRIARCAL.....	55
2.2. OS ESPORTS.....	63
2.3. STREAMING DE GAMES.....	69
2.4. JOGO, LOGO SOU GAMER?.....	73
2.5. O QUE É JOGAR COMO UMA GAROTA?.....	76
<b>PARTE 2: A CONSTRUÇÃO DA CENA FEMININA NO ESPORT BRASILEIRO .....</b>	<b>86</b>
<b>3. MAPA DO ESPORT FEMININO BRASILEIRO ENTRE 2016 E 2018.....</b>	<b>86</b>
3.1. PARTICIPAÇÃO FEMININA EM COMPETIÇÕES DE ESPORT .....	89
3.2. SALÁRIOS E PREMIAÇÕES.....	92
<b>4. MOBILIZAÇÃO FEMININA: ESTUDOS DE CASO .....</b>	<b>94</b>
4.1. RAINHA DE COPAS.....	96
4.2. PROJETO SAKURA.....	103
4.3. YOU GO GIRLS .....	119
<b>5. ANÁLISE DOS RESULTADOS.....</b>	<b>125</b>
5.1. A CONSTRUÇÃO DA CENA FEMININA NO ESPORT BRASILEIRO .....	126
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>142</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>144</b>



# CONTEXTUALIZAÇÃO

## Trajetória Acadêmica e Profissional

O videogame entrou na minha vida aos meus seis anos de idade por meio do console<sup>2</sup> Atari 2600, em meados de 1993. Quando meu irmão mais velho o ganhou de presente de aniversário de nossos pais, o console já era considerado ultrapassado, havia sido lançado no Brasil dez anos antes. O gráfico era péssimo, o controle mal funcionava e tínhamos apenas algumas opções de jogos, como *Enduro*, *Pac-Man* e *Pitfall*, mas a experiência do jogo me deixava encantada. Depois de pouco tempo meu irmão foi perdendo o interesse pelo videogame e eu, no entanto, passei longas horas da minha infância naquele universo, até que, anos mais tarde, o Atari finalmente parou de funcionar.

Essa lembrança traz uma sensação nostálgica, mas também ilustra um ponto central desta pesquisa: (1) “videogames não eram coisa de menina”. Por mais que eu gostasse dos jogos, esforçasse-me nas tarefas escolares e usasse todas as artimanhas que uma criança tem como ferramenta para negociar a aquisição de um bem de consumo, nunca consegui ganhar um videogame dos meus pais. Havia a questão financeira, é claro, mas na prática o motivo era que, na concepção machista de uma família de retirantes nordestinos de classe C, em plena década de 1990, os *games* não eram adequados para meninas.

Apenas em 2010, após concluir a graduação e ter um emprego estável, consegui comprar meu primeiro console de videogame, um PlayStation 2 usado, também já um pouco ultrapassado tecnologicamente para a época, mas extremamente “*high tech*” se comparado ao finado Atari. Desde então, os *games* estão sempre presentes na minha vida, encaixados entre uma atividade e outra, na infância como entretenimento, na fase adulta como uma maneira de relaxar do estresse da rotina e, mais recentemente, como objeto desta pesquisa. Neste exato momento, enquanto escrevo este parágrafo, Arthur Morgan<sup>3</sup> e seus companheiros de gangue estão pausados, aguardando pacientemente meu retorno para continuar a luta por sobrevivência em pleno Velho Oeste decadente.

Apesar de jogar com frequência, investir em jogos e consoles e pesquisar sobre o tema, até recentemente eu não me considerava uma verdadeira “*gamer*”, afinal, eu fugia do estereótipo reducionista homem/branco/cisgênero/nerd presente no imaginário popular sobre aficionados por jogos digitais. Ser uma “mulher *gamer*” invariavelmente implica em ter que provar constantemente conhecimento acerca do assunto, dar exemplos e responder perguntas desnecessárias para que as outras pessoas, em especial os homens, possam acreditar que você realmente sabe do que está falando. Esse processo é exaustivo e leva nós, mulheres, a um autoquestionamento constante sobre nossa capacidade, criando a sensação de um não pertencimento àquele determinado grupo. Isso ilustra o segundo ponto-chave desta pesquisa:

---

<sup>2</sup> O console de videogame trata-se de um dispositivo eletrônico que tem como objetivo executar softwares de jogos de vídeo e é caracterizado como um computador otimizado nos seus componentes internos e externos (PINTO; CORONEL; BRESOLIN, 2013).

<sup>3</sup> Arthur Morgan é um personagem fictício da saga Red Dead Redemption, jogo para PlayStation 4 e Xbox One desenvolvido pela Rockstar Studios em 2018. Vencedor do prêmio The Game Awards 2018 nas categorias Melhor Narrativa, Melhor Trilha Sonora, Melhor Design de Áudio e Melhor Performance. Um jogo de mundo aberto com uma imensidão de possibilidades de desafios, combates, caça, pesca, relacionamentos e decisões morais que afetam a narrativa da história, o destino dos personagens e a própria experiência do jogador.

(2) a mulher como esse ser Outro, o estrangeiro, aquele que vem de fora e ameaça a ordem de um espaço construído sobre a concepção sexista de um “*gamer* raiz”.

Ao embarcar na jornada da pesquisa acadêmica, os *games* faziam parte do meu projeto inicial, no entanto, sob uma ótica completamente diferente, voltada à utilização da gamificação em contextos educacionais. Essa linha se manteve até maio de 2018, quando participei do 2º Encontro Redes Digitais e Culturas Ativistas, organizado pelo Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte (LIMIAR) da PUC-Campinas, do qual faço parte. Para participar com a apresentação de um painel no evento, optei por fazer um desvio de pesquisa e abordar o ciberativismo em *games*, por meio do qual conheci a campanha #MyGameMyName que viria a mudar completamente minha trajetória como pesquisadora e *gamer*. Lançada em janeiro de 2018, a campanha #MyGameMyName faz alusão ao fato de que muitas mulheres se escondem atrás de nicknames e avatares masculinos para evitar situações de assédio em jogos digitais.

Ao pesquisar sobre a campanha, encontrei-me envolta em tema complexo e de um debate tão emergente que senti a necessidade de reformular todo o projeto de pesquisa para essa nova abordagem. Nesse momento, assim como em muitos outros durante essa trajetória, a compreensão e resiliência do meu orientador, professor doutor Tarcísio Torres Silva, foi fundamental para possibilitar uma mudança tão brusca de tema de pesquisa.

Dado o novo tema, definir as delimitações de recorte e o objeto de análise foi ponto de amplo debate, pesquisas, discussões e noites mal dormidas. Se por um lado a questão do machismo e da misoginia nos *games* parecia algo dado e, de certa forma, já bastante discutido na academia, por outro, a velocidade e a liquidez com que notícias vindas de todos os cantos do mundo acerca do tema surgiam, levantavam debates e eram esquecidas demonstravam grandes lacunas a serem observadas por diferentes abordagens teóricas e metodológicas.

Uma pergunta, no entanto, direcionou a perspectiva que viria a ser tomada nesta pesquisa. Todas as vezes em que apresentava a ideia de pesquisar sobre a diferença entre a experiência dos sujeitos em competições masculinas e femininas no eSport, ouvia a mesma indagação: “mas por que existe distinção entre gêneros em competições de videogames?”. Percebi que para a maioria das pessoas do meu círculo social a ideia de diferenciar competidores por gênero em esportes virtuais, nos quais aspectos como força física, tamanho, peso e velocidade não interferem no resultado, não fazia o menor sentido. Isso me levou ao terceiro ponto-chave deste estudo: (3) entender os reflexos da segregação por gênero em competições de eSport.

Os dados que serão apresentados ao longo desta pesquisa demonstram que a maioria das competições profissionais de eSports realizadas no país podem ser consideradas mistas, ou seja, não delimitam uma segregação por sexo ou gênero. Essa suposta neutralidade, no entanto, mascara a hegemonia masculina presente no contexto dos *games*: o sujeito “neutro” do eSport é o homem [branco].

Da percepção dessa injustiça surgem os movimentos sociais que buscam lutar por igualdade de gênero no eSport, no caso da comunidade *gamer* feminina, estes organizam-se majoritariamente por meio de redes sociais digitais. Esses movimentos, no entanto, acabam por divergir em relação às formas de inclusão das mulheres por meio da criação de espaços de jogo exclusivos para mulheres. O conceito de segregação nesta pesquisa diz respeito ao propósito de separar ou isolar as mulheres em competições exclusivamente femininas.

Por um lado, parte da comunidade engajada na discussão concentra-se em lutar por acesso com equidade em competições profissionais sem quaisquer distinções por gênero. Por outro, nota-se uma onda de iniciativas, organizações, projetos individuais e coletivos femininos que buscam construir e fomentar uma cena exclusivamente feminina no cenário competitivo de eSport brasileiro.

Dessa forma, esta pesquisa tem como estrutura base três pontos: (1) a construção sexista dos *games* como “coisa de menino”; (2) a hegemonia masculina que exclui as mulheres da cena *gamer*; (3) e as consequências da segregação por gênero das competições de eSport.

Dada a demanda do próprio objeto de estudo, fomentada pela estrutura do programa de mestrado do qual faço parte, essa pesquisa se dá sob uma abordagem interdisciplinar uma vez que o tema naturalmente exige diferentes enfoques para ser observado: das ciências exatas a questão técnica de softwares e hardwares; das ciências sociais aplicadas as questões econômicas e comunicacionais que envolvem a cultura *gamer*; das humanidades as questões de gênero envolvidas na ação do jogo e seus efeitos na constituição dos sujeitos.

A interdisciplinaridade se aplica tanto a essa pesquisa como à própria pesquisadora, afinal, minha trajetória acadêmica e profissional é marcada por interseções entre diferentes áreas do conhecimento. Minha primeira formação foi como técnica em Automação Industrial, o que proporcionou o contato com o desenho técnico, de onde nasceu meu interesse pela área de design. Graças ao Prouni, em 2004 pude acessar o Ensino Superior, graduando-me como bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Paulista (UNIP), em 2008. Em 2010 fui contratada pela Anhanguera Educacional para atuar como diagramadora de materiais didáticos, essa experiência me levou a conhecer a profissão de Designer Educacional e a me apaixonar pela área acadêmica. Durante o período de 2010 a 2012, cursei Especialização em Desenvolvimento de Sistemas para Web, além de duas disciplinas como estudante especial de mestrado no Instituto de Artes da Unicamp. Atualmente, faço parte da Vice-Presidência Acadêmica da empresa Kroton Educacional, na qual gerencio a área de Produção Digital de materiais didáticos.

O mestrado sempre foi um sonho. Durante muito tempo, um sonho distante que, em partes, era motivado pelo desejo da minha mãe de ter a filha “doutora”, mas também se tornou um sonho pessoal após tantos anos de convivência e profunda admiração pelos grandes acadêmicos com quem trabalhei e ainda trabalho no ramo educacional. Finalmente, em 2018 o sonho do *stricto sensu* começou a se tornar realidade por meio desta pesquisa que busca analisar a ascensão de uma cena feminina no eSport brasileiro fomentada pela movimentação social de mulheres *gamers*.

Para o desenvolvimento deste trabalho, o contato com autores e teorias proporcionado pelo programa de mestrado do LIMIAR foi fundamental. Destaca-se a disciplina “Questões contemporâneas: sujeito, mídia e tecnologia”, ministrada pela professora doutora Eliane Righi, na qual abordou-se a constituição do sujeito na pós-modernidade e sua relação com diferentes tecnologias e discursos midiáticos. Dentre os autores discutidos durante o decorrer do semestre, alguns têm influência direta nesta pesquisa, como Donna Haraway e Katherine Hayles com suas abordagens a respeito da figura ciborgue, pós-humanos e feminismo; ou indireta, como as análises históricas de Michael Foucault acerca da sexualidade, que serviram de base para a concepção da filósofa Judith Butler sobre gênero, sexo e sexualidade. Para questionar a

concepção da hegemonia masculina na construção da identidade *gamer* foi fundamental também a compreensão da construção de identidades por meio da linguagem, intensamente discutida na disciplina de “Linguagens e Identidades”, ministrada pela professora doutora Eliane Azzari, em especial a discussão sobre o conceito de Estrangeiro da autora Caterina Koltai.

A participação em alguns eventos foi essencial para a estruturação desta pesquisa, entre eles o Encontro Redes Digitais e Culturas Ativistas em maio de 2018, já citado anteriormente, que foi divisor de águas em minha trajetória acadêmica. O Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber), realizado em novembro de 2018 sob a temática “Fluxos emergentes e conexões expandidas”, teve grande importância para direcionar esta pesquisa sob a perspectiva da articulação feminina para uma apropriação da cena *gamer* pelas mulheres. Em conjunto com meu orientador e duas colegas mestrandas, Aghata Ursini Morais e Giulia Dias, apresentamos uma mesa com o tema “Imagens feministas na Cibercultura: articulações e diálogos entre linguagens”, na qual cada integrante realizou uma fala sob seu trabalho e, ao fim, discutimos as relações entre as imagens feministas nesses diferentes contextos.

Em dezembro de 2018 participei também da conferência internacional “Mulheres, Mundos do Trabalho e Cidadania – Diferentes Olhares, Outras Perspectivas”, organizada pelo DINÂMIA’CET-IUL e realizada no Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE), com uma apresentação de painel por videoconferência. O tema apresentado foi “Jogue como uma garota: questões de gênero em competições profissionais de eSports”, que virá possivelmente a se tornar um capítulo no e-book organizado pelo evento e deu origem ao capítulo sobre o mercado do eSport desta pesquisa.

Durante o segundo semestre de 2019, a realização de um curso foi muito importante tanto para revitalizar a energia da pesquisadora quanto para reacender a paixão pelo tema de estudo. Oferecido pelo Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio (ITS Rio), o curso “Gênero e Tecnologia: interseções e desafios” trouxe a temática das lentes de gênero, que foi de grande importância para a etapa de análise dos resultados desta pesquisa. Em suma, todos esses elementos, disciplinas, simpósios e encontros proporcionados pelo programa de mestrado foram fundamentais e determinantes para o desenvolvimento desta pesquisa e, conseqüentemente, da minha formação como pesquisadora.

## INTRODUÇÃO

A popularidade dos *games* não é algo novo. Os consoles estão presentes em boa parte dos lares desde os anos 1980, no entanto, é notável que na última década essa mídia vem ganhando um espaço cada mais significativo na vida das pessoas. Como mídia, os *games* não se resumem exclusivamente ao ato de jogar, mas trata-se de um fenômeno sociocultural que envolve questões socioeconômicas, de produção cultural, de comunicação e interação social (SANTAELLA, 2013).

A sociedade contemporânea vem sofrendo transformações pautadas pelo avanço tecnológico e pela massificação das mídias digitais, entre elas, os *games*, que alteram a arquitetura social e moldam a maneira como as pessoas se comportam e se relacionam. Diversas pesquisas apontam que a forma como os discursos de gênero estão presentes nos *games* contribui para segregar e legitimar a violência e opressão contra as mulheres, reforçando as hierarquias sociais do patriarcado (KUZNEKOFF; ROSE, 2013; MANTILLA, 2013; RUVALCABA et al., 2018; SHEN et al., 2016; WILLIANS et al., 2009).

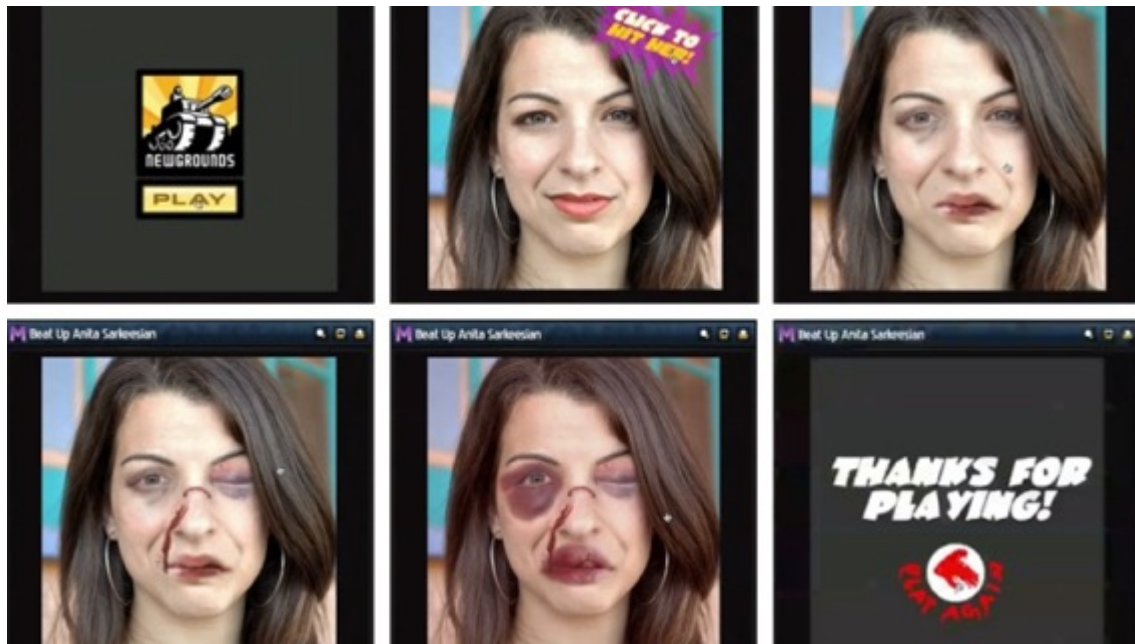
Nesta pesquisa, debruçamo-nos sobre a questão da participação e apropriação de mulheres na cena brasileira de eSports. Em suma, eSports são *games* competitivos que ocorrem no ciberespaço e são mediados por dispositivos eletrônicos.

Assim como nas demais esferas sociais, os *games* não escapam das discussões acerca de gênero, fomentadas por casos de assédio, agressão e exclusão de pessoas que fogem a uma suposta normatividade *gamer*. Um exemplo disso é o episódio de assédio sofrido por Anita Sarkeesian, feminista e crítica de mídia que, em 2012, realizou uma campanha para financiar de forma coletiva seu projeto de websérie *Tropes vs Women*, que discutia a recorrência de estereótipos machistas sobre personagens femininas nas narrativas dos videogames.

A captação de recursos para o projeto foi um verdadeiro sucesso, superando inclusive as expectativas da Anita, em contrapartida ela foi intensamente hostilizada, sofrendo inúmeras ameaças, envolvendo estupro e morte, além de ter informações pessoais vazadas na internet, chegando ao extremo de precisar cancelar uma palestra que faria na Universidade do Estado de Utah após uma ameaça de atentado por armas de fogo.

Sarkeesian ainda foi alvo do jogo *“Beat Up Anita Sarkeesian”*, algo como *“Espanque Anita Sarkeesian”*, em tradução livre, que desafiava o jogador a agredir o rosto de Anita, causando-lhe hematomas e escoriações no menor tempo possível (MANTILLA, 2013). A Figura 1 ilustra a interface do jogo.

Figura 1 - Interface do *game* “Beat Up Anita Sarkeesian”<sup>4</sup>

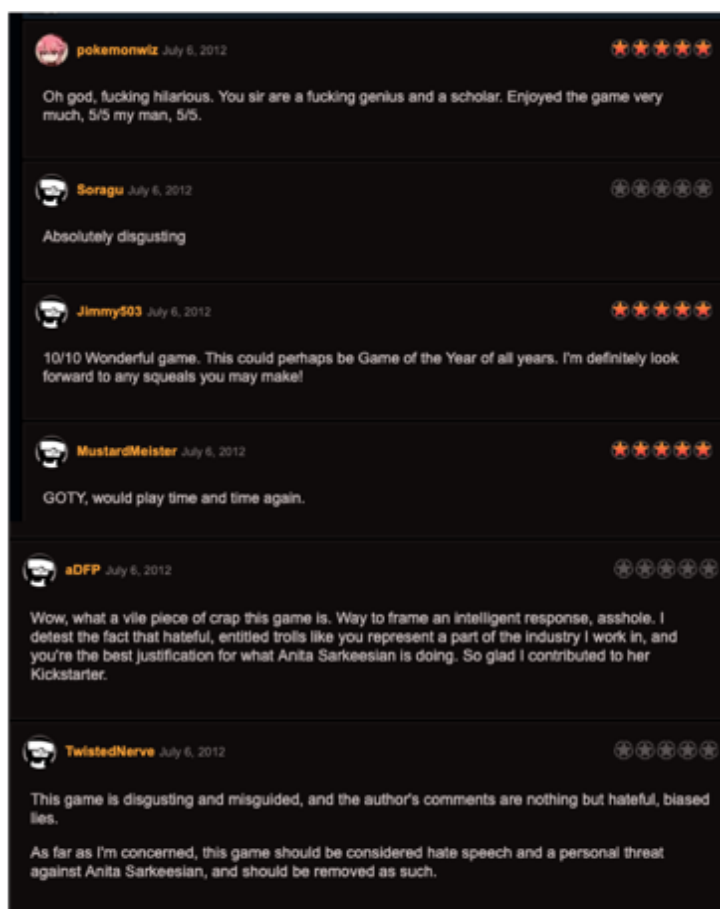


Fonte: CTV News.Ca Staff, 2012.

O jogo foi lançado em 2012 no portal NewGrounds, um repositório para publicação de *games* independentes, sendo posteriormente banido e seu download bloqueado devido à repercussão negativa do caso. A página dedicada ao *game*, no entanto, ainda está disponível e exibe nota 2,26 em uma escala de 1 a 5, atribuída pelos usuários do portal. Nos comentários fica evidenciada a polarização entre usuários que apoiam e elogiam o jogo, geralmente destilando comentários sexistas contra Anita, e usuários que reprovam o *game*, destacando seu teor machista e violento, conforme exemplo a seguir:

<sup>4</sup> Para uma melhor compreensão, sugerimos assistir ao vídeo do *gameplay*. Disponível em: <https://youtu.be/6yLXHZkH84I?t=26>. Acesso em: 22 maio 2019.

Figura 2 - Comentários do game “Beat Up Anita Sarkeesian” no portal NewGrounds.com<sup>5</sup>



Fonte: Eulogy For, [s.d.].

O linchamento virtual de Anita Sarkeesian, aliado a outros eventos concomitantes, desencadeou a popularização da *hashtag* #1reasonwhy, compartilhada por milhares de pessoas que se manifestaram via Twitter contra o sexismo inerente à cultura de videogames. A Figura 3 ilustra alguns dos milhares de *tweets* sobre a campanha. No topo superior esquerdo, Ashly Burch<sup>6</sup>, da

<sup>5</sup> Comentários da Figura 2 em tradução livre:

Pokemonwiz - 6 de julho de 2012: Oh deus, terrivelmente hilário. Você senhor é um gênio do caralho e um estudioso. Gostei muito do jogo, 5/5, amigo, 5/5.

Soragu - 6 de julho de 2012: Absolutamente nojento.

Jimmy503 - 6 de julho de 2012: 10/10 Jogo maravilhoso. Este talvez pudesse ser o Jogo do Ano de todos os anos. Estou definitivamente ansioso para qualquer lançamento que você possa fazer!

MustardMeister - 6 de julho de 2012: GOTY [sigla para *Game Of The Year*, Jogo do Ano], jogaria uma e outra vez.

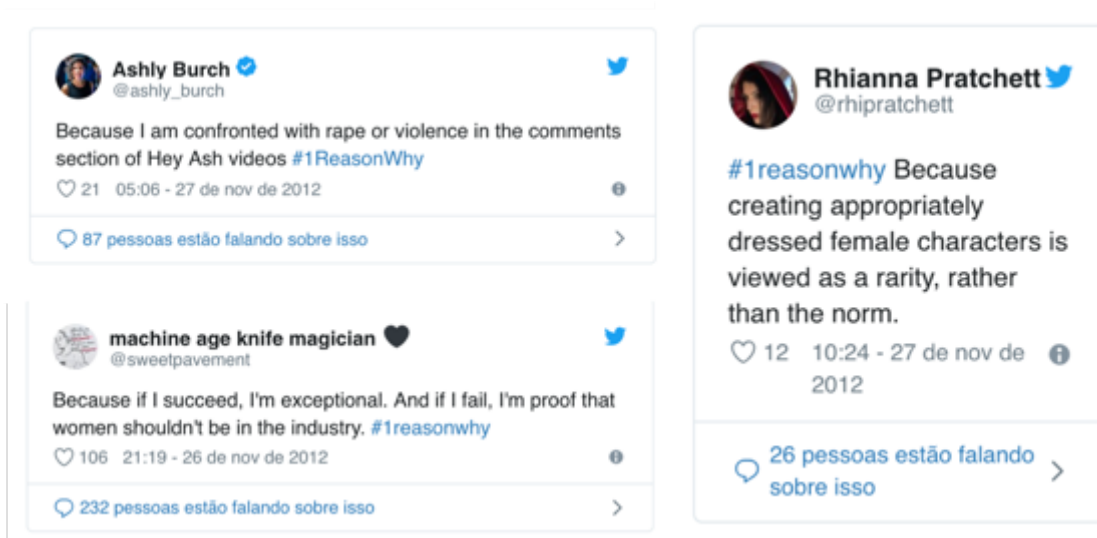
aDFP - 6 de julho de 2012: Uau, que pedaço de porcaria esse jogo. Maneira de enquadrar uma resposta inteligente, seu idiota. Eu detesto o fato de que trolls [gíria utilizada para pessoas cujo comportamento tem por objetivo desestabilizar uma discussão, provocando e enfurecendo as pessoas envolvidas] como você representem uma parte da indústria em que trabalho, e você é a melhor justificativa para o que Anita Sarkeesian está fazendo. Estou muito feliz por ter contribuído para o seu financiamento.

TwistedNerve - 6 de julho de 2012: Este jogo é nojento e equivocado, e os comentários do autor não passam de mentiras odiosas e tendenciosas. Estou preocupado, este jogo deve ser considerado discurso de ódio e uma ameaça pessoal contra Anita Sarkeesian, e deve ser removido como tal.

<sup>6</sup> “Because I am confronted with rape or violence in the comments section of Hey Ash videos #1reasonwhy”, em tradução livre, “Porque me deparo com estupro ou violência na seção de comentários dos vídeos Hey Ash”.

websérie “Hey Ash, Whatcha Playin’?”, abaixo Rowan Cota<sup>7</sup>, escritora e feminista, e à direita Rhianna Pratchett<sup>8</sup>, designer de narrativa de *games* como Tomb Raider (2013) (SAMPAIO, 2012).

Figura 3 - Tweets do movimento #1reasonwhy



Fonte: adaptada de Sampaio (2012).

Dois anos após o caso envolvendo Anita, a desenvolvedora Zoë Quinn lançou, em 2014, o jogo independente intitulado *Depression Quest* em que os jogadores deviam assumir o papel de um personagem com depressão. O jogo fez discreto sucesso e recebeu alguns prêmios, mas ganhou notoriedade quando o ex-namorado de Quinn publicou um longo texto em seu *blog* acusando-a de tê-lo traído com Nathan Grayson, do site especializado em *games* Kotaku, em troca de boas críticas<sup>9</sup>.

Na ocasião foi criada a *hashtag* #Gamergate (GG) em alusão ao caso Watergate<sup>10</sup>, sob o pretexto de discutir acerca da “ética no jornalismo *gamer*”, no entanto, na prática a *hashtag* passou a ser utilizada para divulgação de argumentos machistas e misóginos com o objetivo de rechaçar as mulheres dessa indústria, como Zoë Quinn, Anita Sarkeesian, entre outras.

Em seu *tweet*, destacado anteriormente, Rowan Cota parecia prever como o GG viria a se desenrolar nos anos seguintes. Ela escreve sobre o fato de uma mulher “bem-sucedida” ser tratada como exceção, enquanto a “falha” (importante destacar aqui que não existe “falha” no caso em questão) de uma única mulher serviria de prova de uma suposta inabilidade inata do gênero em atuar em determinada área, passando a ser cruelmente utilizada como ferramenta para desacreditar e desmoralizar todas as mulheres daquele setor. Em linhas gerais, o GG trata-

<sup>7</sup> “Because if I succeed, I'm exceptional. And if I fail, I'm proof that women shouldn't be in the industry.

#1reasonwhy”, em tradução livre, “Porque se eu sou bem-sucedida, eu sou excepcional. E se eu falho, eu sou a prova de que mulheres não deveriam estar nesta indústria”.

<sup>8</sup> “#1reasonwhy Because creating appropriately dressed female characters is viewed as a rarity, rather than the norm”, em tradução livre, “Porque criar personagens femininas apropriadamente vestidas é visto como raridade, em vez de norma”.

<sup>9</sup> Apenas como registro histórico, ficou evidente que o caso em questão tratava-se de uma mentira do noivo de Quinn, uma vez que Grayson nunca publicou uma resenha de qualquer dos jogos produzidos pela desenvolvedora (GAGLIONI, 2019). Ainda que isso tivesse ocorrido, de forma alguma justificaria o ataque contra ela.

<sup>10</sup> Escândalo político ocorrido nos Estados Unidos que culminou na renúncia do presidente Richard Nixon em 1974. O episódio se inicia em 1972 com uma invasão aos escritórios do Partido Democrata americano no conjunto de edifícios Watergate, em Washington, D.C., e após dois anos de investigação leva à descoberta de que assessores de Nixon conduziam um esquema de espionagem política para favorecer o candidato nas eleições (CABRAL, 2018).



se essencialmente disto, uma onda generalizada de ataques misóginos baseados em uma única fofoca conjugal disfarçada de crítica ética ao jornalismo, direcionada em especial a mulheres da indústria de *games*, mas não restrita exclusivamente a um setor em específico.

Os membros dos GG utilizavam fóruns on-line como Reddit e 4Chan para discutir e organizar estratégias de como atacar Quinn, conforme trecho a seguir:

```
Aug 21 17.48.51 <OtherGentleman> She can't even into depression. What makes you think she has the balls to kill herself?
Aug 21 17.48.57 <Opfag> I kind of want to just make her life irreparably horrible
Aug 21 17.49.04 <Opfag> At this point.
Aug 21 17.49.06 <rd0951> ^^
Aug 21 17.49.09 <rd0951> like I 21aid
Aug 21 17.49.16 <NASA_Agent> but what if she suicides
Aug 21 17.49.22 * nuoo2___ has quit (Quit: Lingo - http://www.lingoirc.com)
Aug 21 17.49.24 <Opfag> Good.
```

Fonte: We Hunted The Mammoth (2014, [s.p.]), grifo nosso.

No trecho destacado acima, o usuário *OtherGentlema* questiona quanto à possibilidade de a desenvolvedora cometer suicídio, dado que seu histórico de depressão era de conhecimento público. Em resposta, o usuário *Opfag* afirma “apenas querer tornar a vida dela irreparavelmente horrível” e por fim, sobre o questionamento de *OtherGentlema*, conclui que seria “bom”.

Quando Zoë passou a divulgar que a onda de ataques que estava sofrendo era orquestrada nesses fóruns, a comunidade do GG tentou desacreditá-la, afirmando que não passavam de casos esporádicos ou ainda forjados por ela própria. Na tentativa de silenciá-la, forneceram todos os registros de comunicação do *chat IRC channel #burgersandfries*, utilizando uma estratégia conhecida no meio jurídico estadunidense como “*document dump*”. Em linhas gerais, o termo significa cobrir a parte interessada com uma grande volumetria de documentos, muitas vezes de conteúdo irrelevante, com o objetivo de desorientar ou ainda atrapalhar a investigação, levando a parte interessada a uma verdadeira busca por “agulhas no palheiro”. A estratégia falhou, no entanto, pois Quinn teve auxílio de uma rede de colaboradores voluntários para analisar os documentos, entre eles, David Futrelle do *blog We Hunted the Mammoth*<sup>11</sup>, que publicou extensa análise das estratégias de ataque orquestradas contra Zoë.

O trecho em questão trata-se apenas de um pequeno recorte da perseguição à qual Quinn foi submetida. Seus dados pessoais foram divulgados, sua vida, exposta; ela passou a ser perseguida e sofrer diversos tipos de ameaças para além do “mundo virtual” que incluíram estupro e assassinato (GOULART; NARDI, 2017).

---

<sup>11</sup> Leia o *post* completo em: <http://www.wehuntedthemammoth.com/2014/09/08/zoe-quinns-screenshots-of-4chans-dirty-tricks-were-just-the-appetizer-heres-the-first-course-of-the-dinner-directly-from-the-irc-log/>. Acesso em: 30 out. 2019.

Uma questão central na postura dos membros do GG era o fato de que eles se sentiam vítimas de uma perseguição, na qual uma conspiração global do “politicamente correto” buscava oprimi-los (MORTENSEN, 2018).

Entre os argumentos mais comuns estava que as feministas queriam mudar o foco dos videogames para as relações de gênero e utilizar os jogos para manipular a próxima geração de homens, além de lucrar com suas causas por meio da divulgação delas no contexto dos videogames (BEZIO, 2018). Milo Yiannopoulos, jornalista e ativista de extrema-direita, utilizou a ocasião do GG para impulsionar a divulgação de suas ideias. Em uma de suas publicações ele explica o porquê simpatiza com o estereótipo do *gamer* masculino frustrado: *“Because an army of sociopathic feminist programmers and campaigners, abetted by achingly politically correct American tech bloggers, are terrorising the entire community – lying, bullying and manipulating their way around the internet for profit and attention”<sup>12</sup>* (MILO, 2014)

Não existem dados conclusivos sobre a extensão do GG, mas o volume de contas de redes sociais, postagens da *hashtag* e quantidade seguidores de páginas dedicadas ao tema apontam que os membros variavam entre 38 e 150 mil pessoas durante o ano de 2014, considerado o auge do episódio (MORTENSEN, 2018).

Cinco anos após a criação do GG, o movimento é atualmente relacionado ao crescimento da extrema-direita, também conhecida como *“alt-right”*, ou ainda “direita alternativa”. O movimento GG, além de ataques pessoais a figuras feministas ou ainda progressistas, também pregava a luta contra uma suposta “ideologia do politicamente correto” que estaria sendo infiltrada no universo dos *games*.

---

*O termo “alt-right” é utilizado para denominar um grupo de extrema-direita geralmente adepto de discursos e ideias nacionalistas, racistas, misóginas e antissemitas realizados em redes sociais (GAGLIONI, 2019).*

---

O GG se considerava um movimento apolítico e levava entre as suas bandeiras a despolitização dos jogos. No entanto, segundo Steve Bannon, líder da campanha eleitoral do presidente estaduniense Donald Trump, o grupo teria sido utilizado como parte da estratégia eleitoral do candidato durante a corrida pela presidência dos Estados Unidos da América (EUA) em 2016 (GAGLIONI, 2019). Pesquisadores apontam que termos pejorativos utilizados atualmente por Trump como “Geração Floco de Neve”, “Unicórnios” e “Chorões” tiveram sua origem em fóruns do #Gamergate (BEZIO, 2018).

---

<sup>12</sup> Em tradução livre: *“Porque um exército de feministas sociopatas programadoras e ativistas, encorajadas por blogueiros americanos politicamente corretos, está aterrorizando toda a comunidade – mentindo, intimidando e manipulando a internet para obter lucro e atenção.”*

No Brasil, essa proximidade com a extrema-direita também pôde ser identificada. Dados de uma pesquisa que traçou o perfil dos eleitores de Jair Bolsonaro durante a campanha eleitoral de 2018 identificou traços que a pesquisa definiu como “nerds, gamers, hackers e haters”, extremamente semelhante ao apontado por pesquisadores como características dos membros do GG (BEZIO, 2018; MORTENSEN, 2018).

Além do mundo do entretenimento e jogos, a figura dos *haters* e *trolls* se fazem presentes nos comentários de portais de notícias e outras ações cibernéticas como ataques a determinadas páginas ou perfis. Esse grupo foi um dos principais responsáveis por disseminar a imagem de Bolsonaro em sua pré-campanha, o que contribuiu consideravelmente para sua atual “popularidade”. (KALIL, 2018)

Não por acaso, Bolsonaro vem sinalizando uma aproximação com a comunidade *gamer*: em maio de 2019 assinou um decreto que reduz a alíquota do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), que incide sobre os *games*, e, ao divulgar o feito em seu Twitter, escreveu: “Um forte abraço, gamers!”.

Os membros do GG, ainda que restritos a uma parcela específica da comunidade *gamer*, demonstraram como as relações de poder hierarquizadas por gênero privilegiam os posicionamentos feitos por homens brancos dentro da indústria *gamer*. São exemplos disso a atual proximidade e influência (sofrida e exercida) com políticas de extrema-direita, bem como a postura de grandes empresas de tecnologia como a Intel e Adobe, que optaram por retirar anúncios de sites que criticavam o GG por receio de se indispor com parte de seus consumidores no auge da polêmica, em 2014.

Os exemplos trazidos até aqui ilustram como os *games* podem ser considerados território extremamente hostil, onde a violência e opressão de gênero se dá em forma de narrativas, discursos e interações entre os sujeitos. No entanto, da mesma maneira como as arenas virtuais são espaços de opressão, podem ser também compreendidas como campos de resistência nos quais coletivos se organizam para trazer maior visibilidade ao público *gamer* que difere do padrão hegemonicamente masculino.

Um exemplo disso é o *Girl Games Movement* (em tradução livre, Movimento de Jogos para Garotas), nascido do ciberfeminismo no início dos anos 1990 que tinha por propósito pensar práticas conjuntas entre jogadores, desenvolvedores, ativistas feministas e a comunidade acadêmica para o desenvolvimento de uma cena *gamer* livre de misoginia, objetificação sexual e estereotipização feminina (CASSELL; JENKINS, 1998).

Movimentos como *Girl Games Movement* representam a forma como essas mulheres se articulam para construir e se apropriar do espaço nos *games*. Com o avanço tecnológico e a massificação das redes sociais, esses movimentos passaram a se constituir fortemente por meio de coletivos organizados por intermédio das redes sociais. No contexto dos anos 1990, as redes sociais ainda estavam em sua fase embrionária, mas as ferramentas comunicacionais como e-mails, *chats* e fóruns foram essenciais para o desenvolvimento do *Girl Games Movement*, proporcionando o que Castells (2013) denomina como “autocomunicação de massa”, baseada em redes horizontais de comunicação multidirecional. Segundo o autor, em geral os movimentos sociais são desencadeados por eventos suficientemente significativos, capazes de

gerar fortes emoções em indivíduos – em especial a raiva, que é capaz de superar o medo e incitar o embate com o poder opressor.

Duas décadas após o *Girl Games Movement*, a hostilização contra Anita Sarkeesian, em 2012, que culminou no movimento #1reasonwhy, e a agressividade do *Gamergate*, em 2014, proporcionaram um sentimento de **sororidade** entre mulheres, sejam elas *gamers*, desenvolvedoras ou produtoras de conteúdo, desencadeando uma mobilização social virtual em prol de um cenário *gamer* mais acolhedor e diversificado. Esses exemplos ilustram movimentos sociais que emergem das redes sociais em busca de representatividade e diversidade no universo *gamer*. É importante, no entanto, perceber que essas transformações não se dão porque a tecnologia determina que elas aconteçam, mas, sim, porque a estrutura social em rede só pode se concretizar sobre essa base tecnológica (CASTELLS, 2013).

---

*O termo **sororidade** diz respeito às dimensões ética, política e prática do feminismo. Trata-se de uma aliança entre mulheres, na qual busca-se construir uma corrente de empatia e solidariedade. É uma variante do termo “irmandade” que vem do latim “sor”, que significa “irmã” (BEZERRA, 2018).*

---

Segundo Castells (2013), movimentos sociais nascem da indignação que uma injustiça provoca assim como da esperança de uma possível mudança. Esses dois ingredientes parecem estar bastante presentes na cultura *gamer* contemporânea, e começam a emergir em forma de campanhas, *hashtags*, coletivos e organizações femininas de fomento à participação de mulheres na cena de eSports.

A “MyGameMyName”, criada pela ONG norte-americana Wonder Women Tech e lançada em 2018, busca revelar e combater o assédio às mulheres nos *games* on-line. A *hashtag* #MyGameMyName, que em tradução literal significa “Meu jogo, Meu nome”, faz alusão ao fato de que muitas mulheres se escondem atrás de nicknames e avatares masculinos para evitar situações de assédio (KURTZ, 2019). Além da campanha, outras recentes iniciativas nacionais como o Projeto Sakura e o You Go Girls buscam dar visibilidade à comunidade feminina de eSports e fomentar a cena profissional feminina.

A observação desse fenômeno de emancipação feminina no universo *gamer*, em especial no contexto dos eSports, nos leva à questão norteadora desta pesquisa:

---

*De que formas as mulheres estão se mobilizando para fomentar a participação feminina no cenário de eSports brasileiro?*

---

A partir dessa questão se desdobram outras indagações que contribuem para a compreensão desse movimento social de forma mais abrangente:

- (a) quais são os temas pautados e as estratégias adotadas por esses grupos de mulheres *gamers*?; e
- (b) qual o impacto da segregação por gênero em competições de eSports em relação à inclusão de mulheres na cena *gamer* profissional?

Em busca de responder a essas perguntas, definiu-se como objetivo geral desta pesquisa analisar o processo de desenvolvimento de uma cena exclusivamente feminina no eSport brasileiro, fomentada pela movimentação social de mulheres *gamers* por meio das redes sociais. Dessa perspectiva, decorrem os seguintes objetivos específicos:

- Compreender de que formas a estrutura social patriarcal e misógina dos videogames exclui as mulheres do cenário *gamer* profissional.
- Mapear o setor de eSports brasileiro, considerando seu tamanho, crescimento e suas diferenças por gênero.
- Determinar como a segregação por gênero em competições de eSports impacta o volume e a representatividade de mulheres na cena *gamer* profissional.
- Levantar as estratégias adotadas por esses grupos para ampliar o acesso de mulheres ao cenário profissional.
- Analisar como se formam as redes de colaboração, apoio e incentivo a mulheres no eSport brasileiro.

Dentre os movimentos e ações que puderam ser identificados na fase inicial desta pesquisa, optou-se por delimitar três iniciativas que buscam fomentar a participação de mulheres no cenário profissional de eSports: (1) You Go Girls; (2) Sakura eSports; (3) Campeonato Rainha de Copas.

O site You Go Girls é uma iniciativa brasileira criada por duas garotas, Nayara Dornelas, que se intitula como “feminista e sonhadora”, e a desenvolvedora Scarlett Amorim. Segundo dados do site, o objetivo é ser um espaço acolhedor para mulheres que se sintam oprimidas no universo *gamer* e trazer visibilidade à cena feminina (SOBRE NÓS - YOU GO GIRLS, [s.d.]).

O Sakura eSports foi criado em setembro de 2018 com três objetivos: trazer visibilidade à comunidade feminina de eSports; unir a comunidade feminina; e estimular a competitividade feminina. Iniciativa de duas amigas, atualmente o projeto envolve uma grande comunidade engajada formada por meio de grupos em redes sociais.

Por fim, o campeonato Rainha de Copas é uma iniciativa brasileira de duas amigas que, após participarem de um campeonato feminino internacional de Dota 2, queriam propiciar essa experiência a outras mulheres. Sem patrocínio, elas organizaram um torneio por meio de divulgação no Facebook e conseguiram realizar o maior campeonato feminino já registrado de Dota 2 no mundo, sendo homenageado durante o The International 2018, torneio mundial organizado pela Valve Corporation, desenvolvedora do jogo.

Neste trabalho serão utilizadas diferentes abordagens da pesquisa científica visando um diálogo interdisciplinar, compreendendo a necessidade de articulações entre diferentes métodos a fim de construir um saber teórico e prático que possa abarcar a complexidade do objeto deste estudo. Partimos da perspectiva da internet como artefato cultural, compreendendo que a tecnologia está inserida na vida cotidiana e não pode ser observada como uma entidade à parte, mas pela integração do on-line e off-line (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011).

Da mesma forma que a internet e as redes sociais on-line conectam as pessoas em contextos virtuais e físicos, os *games* também possuem esse hibridismo como característica, uma vez que transitam constantemente entre o contexto virtual, por meio de experiências de jogo realizadas no ciberespaço, compartilhamento dessas experiências por meio de redes sociais e transmissões via *streaming*, mas também no âmbito físico ou off-line, em conferências, eventos, feiras, exposições e competições gigantescas, com arenas lotadas de jogadores profissionais e torcedores aficionados por eSports, semelhante ao formato de grandes eventos esportivos como o SuperBowl, Olimpíadas, Copa de Mundo de Futebol, entre outros.

Quanto à estrutura desta pesquisa, buscamos apresentar os resultados em linguagem acessível e organizados em duas partes: na primeira, mais conceitual e introdutória, contextualizamos o leitor a respeito da relação entre os *games* e as questões de gênero; e na segunda concentramos o relato da experiência etnográfica e análise dos resultados.

Na primeira parte, intitulada “Gênero, Tecnologia e Videogames”, evidenciamos a relação entre as questões de gênero e os videogames por meio do conceito cunhado por Teresa de Lauretis como “tecnologias de gênero”, técnicas e estratégias discursivas com as quais se constroem as relações de gênero específicas (DE LAURETIS, 1994). Para tal, optamos por realizar um levantamento bibliográfico exploratório que tem por objetivo familiarizar o pesquisador com o objeto a ser investigado na pesquisa. O método realizado envolveu o levantamento bibliográfico acerca do tema por meio de um estudo sistematizado a partir de publicações de fontes primárias e secundárias como livros e artigos de revistas científicas, além de artigos de jornais, matérias de revistas e portais especializados no tema de *games*.

No primeiro capítulo, buscamos investigar as brechas (ou divisórias) digitais geradas pelas hierarquias de gênero que afetam a maneira como as tecnologias são desenvolvidas, difundidas e apropriadas pelo gênero feminino. A partir disso, o texto busca conceituar “gênero” bem como a “categoria mulher” com base nas concepções das autoras Linda Nicholson e Joan W. Scott.

Em seguida, apresentamos um breve resgate histórico da concepção dos *games* como “coisa de menino”, traçando uma linha do tempo que se inicia com o primeiro *game* produzido, em 1952, passando pelo lançamento do Atari 2600 como entretenimento para toda a família, em 1977, até chegar à masculinização encontrada nas propagandas dos jogos atuais. Por fim, segue uma

revisão bibliográfica das pesquisas acadêmicas acerca da violência de gênero e hipersexualização das mulheres nos videogames.

Observada a literatura, fica evidente o interesse da academia, em especial na última década, em investigar como se dá a representatividade feminina nos *games* bem como a experiência das mulheres no contexto dos jogos *multiplayers*, em especial na comunicação entre jogadores. Nota-se, no entanto, uma lacuna a ser explorada quanto à profissionalização das mulheres na cena *gamer* no contexto dos eSports, tanto por uma perspectiva da atuação como *pro-players* (jogadoras profissionais) quanto como *streamers* (pessoas que realizam a transmissão de partidas via internet).

O segundo capítulo aborda o universo *gamer* por meio de pesquisa documental e tem por objetivo “descrever/comparar fatos sociais, estabelecendo suas características ou tendências” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 69). Para tal, utilizamos dados primários e secundários, como pesquisas de marketing, reportes de empresas especializadas na indústria de jogos, matérias jornalísticas, entre outros. O capítulo inicia-se com um panorama sobre a estrutura da indústria *gamer*, grandes números, lucros e investimentos do setor, e se direciona para uma discussão a respeito da toxicidade do ambiente de trabalho em empresas desenvolvedoras de *games*. Apresentamos brevemente um panorama geral sobre o cenário dos eSports, uma das ramificações mais recentes, abrangentes e lucrativas do contexto dos *games*, e concluímos o capítulo discutindo a espetacularização das transmissões via *streaming* de *games*.

Por fim, em “Jogo, logo sou *gamer*?” discutimos características do público *gamer*, segmentado em diferentes categorias de acordo com os interesses e hábitos dos jogadores, com enfoque especial sobre seu perfil demográfico, econômico e sociocultural. Os dados evidenciam que, a despeito do que figura no imaginário popular, o público *gamer* é bastante diversificado quanto à idade e ao gênero, sendo que no Brasil, nos últimos três anos, as mulheres são a maioria entre os praticantes de jogos digitais. Discutimos a identidade *gamer* formada por uma gama de culturas e subculturas que constroem determinado sujeito e, a partir disso, observamos o universo *gamer* por meio de lentes interseccionais, abordando especialmente gênero, raça e classe social, encerrando a primeira parte da pesquisa.

A seguir inicia-se a segunda etapa deste trabalho. O contexto específico da participação feminina nos eSports é abordado no terceiro capítulo por meio de uma pesquisa bibliográfica exploratória combinada com uma pesquisa documental baseada em relatórios de consultorias especializadas no setor. A abordagem metodológica da pesquisa documental foi utilizada devido à sua capacidade de fornecer amplas informações sobre os fatos a serem investigados. A utilização desse aparato metodológico favorece a observação da evolução de indivíduos, grupos, conceitos e práticas (JANUÁRIO; EVANGELISTA, 2017).

Aplicamos as chamadas “lentes de gênero” no cenário brasileiro de competições de eSports buscando mapear oportunidades, estratégias e contextos da participação feminina nessas competições. O conceito de lentes diz respeito à tomada de consciência crítica de que o gênero é um eixo estruturante das relações sociais (VIEIRA; NUNES; FERRO, 2017). Destaca-se a utilização do termo “gênero” como uma categoria de análise cuja utilização permite focar no caráter relacional entre os sexos como elemento constitutivo das relações sociais (SCOTT, 1989).

A pesquisa foi realizada seguindo os procedimentos de coleta e pré-análise do material, permitindo uma escolha criteriosa dos documentos a serem examinados e garantindo melhores resultados na análise crítica do material (SILVA et al., 2009). Pela natureza tecnológica do tema a ser pesquisado, a coleta de documentos concentrou-se em sites e páginas on-line do período entre janeiro de 2016 e dezembro de 2018. Foram considerados portais nacionais e internacionais de divulgação de competições de eSports, sites de notícias e páginas oficiais de ligas, *games* e competições, desde que contemplassem as informações significativas para esta análise: nome da competição; responsável pela organização; período em que foi realizada; *game* a ser disputado; modalidade (individual ou equipe); gênero dos participantes (masculino, feminino ou mista); quantidade de participantes por gênero; formato da competição; e valor de premiação. Em relação aos salários e patrocínios, as informações não são fornecidas pelas fontes supracitadas, portanto, utilizou-se como base de dados o site eSports Earnings, que reúne informações de proventos recebidos por *gamers* profissionais em premiações de torneios, patrocínio e publicidade (ESPORTS EARNINGS, 2019).

O quarto capítulo tem por objetivo realizar uma etnografia virtual por meio da observação não participante em três projetos brasileiros que buscam promover a participação feminina no cenário *gamer*. Para tal, fará uso de uma abordagem qualitativa que visa analisar um contexto em específico, entender, descrever e explicar fenômenos sociais (ANGROSINO, 2009).

A escolha da etnografia virtual como método de pesquisa nesse capítulo se justifica pelo fato de se dar no campo híbrido entre o on-line e o off-line, “acontecendo através da imersão e engajamento intermitente do pesquisador com o próprio meio” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 173).

A concepção de uma etnografia em contexto híbrido entre o on-line e o off-line possui uma série de terminologias, como “netnografia” (neologismo “net” + “etnografia”), “etnografia digital”, “etnografia virtual”, “webnografia”, entre outras. No entanto, essas terminologias não parecem propor mudanças substanciais à etnografia em si e apenas focam a relação dos procedimentos de coleta e análises dos dados (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011). Nesse sentido, o próprio termo “etnografia” pode ser retomado para descrever metodologias apropriadas ao estudo empírico da internet, desde que sejam detalhadas as variações de níveis entre on-line e o off-line em cada etapa da coleta e análise de dados.

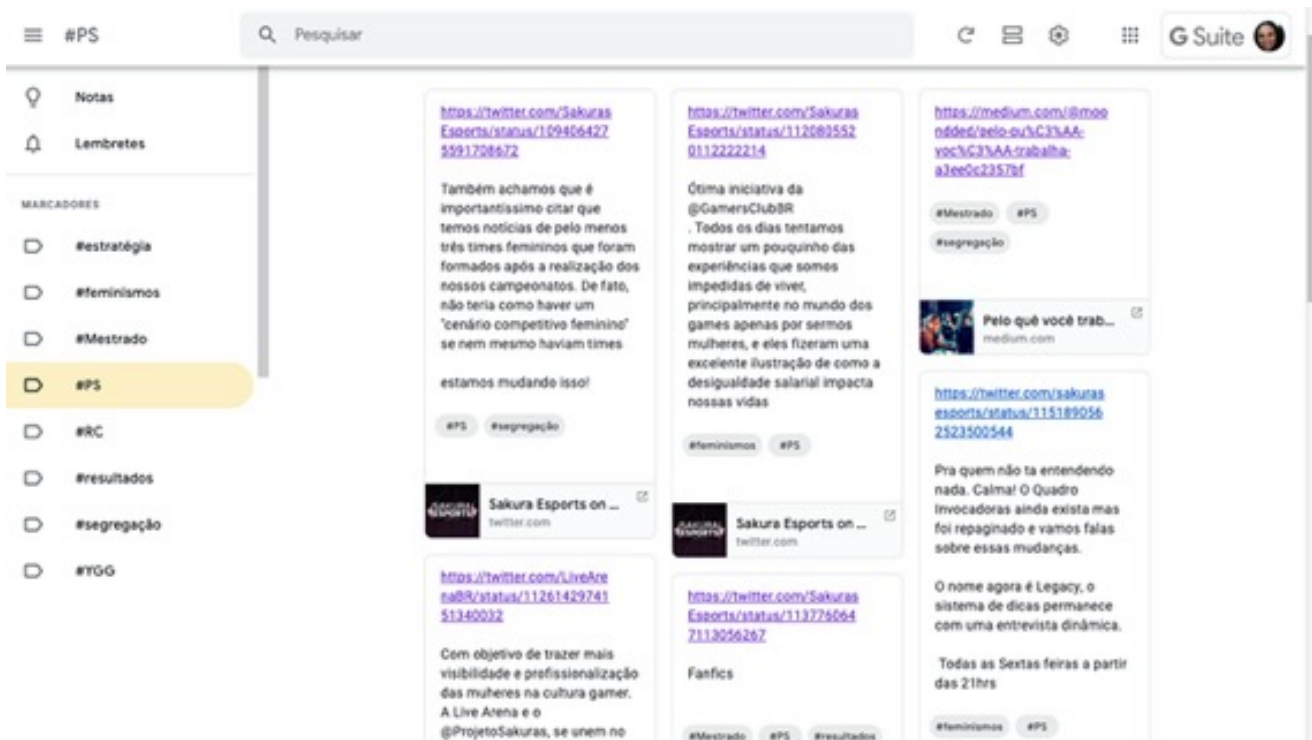
Optamos, nesta pesquisa, por utilizar o termo “etnografia virtual”, compreendendo que as análises realizadas por meio de observação e coleta de dados em redes sociais, fóruns, matérias jornalísticas on-line e *chats* sofrem influência significativa de acordo com os procedimentos adotados.

Quanto aos procedimentos, durante todo o processo de pesquisa utilizou-se um diário de campo com o objetivo de registrar as impressões do pesquisador sobre o cotidiano do grupo observado, para tal, foi utilizado o aplicativo “Keep”, que se trata de um serviço oferecido pelo Google gratuitamente e permite a criação, o acesso e a edição de notas via computadores e *smartphones* de forma sincronizada em tempo real. Essa escolha seu deu pelo fato de o serviço permitir acesso e resgate rápido dos dados por meio da ferramenta de busca e uso de *tags*, além de registrar automaticamente a data da anotação e permitir a inserção de imagens, capturas de tela, transcrições de conversações, *hiperlinks*, arquivos de foto e áudio, listas etc.



Com base na compreensão gerada na fase inicial e exploratória da pesquisa foi identificado que a quantidade e a heterogeneidade de dados primários de domínio público disponíveis, como postagens abertas em redes sociais, fóruns e *chats* públicos de transmissão via *streaming*, e coletados pela pesquisadora durante o processo de observação não participante, bem como os secundários obtidos por meio de entrevistas concedidas a jornais, *blogs* e portais de internet constantemente atualizados e disponíveis sobre o tema seriam suficientes para realização desta pesquisa, dispensando, assim, coleta de dados de forma direta, como entrevistas com os atores do processo.

Figura 4 - Captura de tela do “diário de campo” de pesquisa



Fonte: elaborada pela autora.

Em relação à técnica aplicada, a etnografia virtual, optou-se por manter a pesquisadora no espectro não obstrutivo e meramente observacional durante o trabalho de campo, adotando as práticas de *“lurking”*, ou ainda, observação não participante, pesquisador *“silencioso”* ou *“lurker”*, que diz respeito ao ato de entrar em *chats*, comunidades digitais, fóruns, grupos de discussão e perfis em redes sociais apenas como observador, sem exercer participação ativa (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011). A ação da observação não participante do pesquisador possibilita a realização do ofício etnográfico que inclui observar, analisar e descrever.

---

A prática de “*lurking*”, que em inglês significa algo como “ficar à espreita”, seria uma característica específica do ciberespaço pela qual o ator não se manifesta e apenas observa o comportamento dos outros (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011).

---

A prática de observação não participante foi adotada nesta pesquisa porque objetiva interferir o mínimo possível nas práticas cotidianas do grupo observado, ainda que compreendendo a impossibilidade de não interferência de forma absoluta, uma vez que a presença do pesquisador, mesmo que não anunciada, de alguma forma afeta o objeto a ser pesquisado. O ato de estar *logado* em determinada plataforma em si já é suficiente para interferir na experiência dos envolvidos no estudo, uma vez que a quantidade de pessoas conectadas é impactada e a presença do usuário/observador é percebida. Ainda assim, utilizou-se como estratégia a prática de não interagir diretamente com nenhum dos integrantes do grupo observado, ainda que se fosse estimulado por algum deles.

A análise dos dados obtidos na etapa de observação não participante foi realizada com base na concepção do sociólogo espanhol Manuel Castells, que afirma, como já citado, que os movimentos sociais são desencadeados por fortes emoções derivadas de algum evento significativo o suficiente para que os indivíduos superem o medo de desafiar o poder opressor (CASTELLS, 2013). Exemplos como *Gamergate*, a perseguição contra Anita Sarkeesian e Zoë Quinn, a disparidade de salários entre *gamers* de gênero masculino e feminino e a ausência de apoio institucional por parte da indústria *gamer* às competições femininas parecem ser eventos mais que suficientes para gerar a indignação necessária para as mulheres se organizarem em busca de uma grande mudança estrutural. A indignação e a esperança, apontadas pelo autor como ingredientes necessários para o surgimento de movimentos sociais em rede, parecem presentes de forma abundante na cultura *gamer* contemporânea, gerando o surgimento de diversas campanhas, coletivos e organizações femininas que buscam transformar a realidade feminina no eSport.

Por fim, o quinto capítulo tem como proposta analisar os resultados obtidos na pesquisa de campo, identificando a efetividade das ações realizadas por esses grupos, bem como de que forma a experiência das mulheres *gamers* está sendo impactada por essas iniciativas. Buscamos aqui cruzar os dados observados no terceiro capítulo com as iniciativas observadas para identificar se há relação entre os resultados. Conscientes de que este é um movimento em pleno curso, não há a ambição de apresentar teses conclusivas sobre a temática, mas, sim, contribuir para discussões futuras.

Quanto à estrutura do texto, fazemos uso de estratégias pedagógicas e comunicacionais, como vídeos, infográficos e leiautes diferenciados, que podem parecer deslocadas do texto acadêmico tradicional, mas que se justificam dada a sua contribuição para compreensão do tema por parte do leitor. Ao longo do texto serão destacados alguns termos fundamentais para compreensão desta pesquisa, bem como para o debate bem-intencionado acerca de questões de gênero e

feminismo em quaisquer esferas, sejam elas no eSport ou não. Alguns desses termos tratam de questões amplamente debatidas e profundamente estudadas na academia, enquanto outros podem ser considerados **buzzwords**.

---

*Buzzwords* significa “palavras barulhentas” e traz o sentido de poluição sonora. Trata-se de expressões da moda que se tornam muito populares durante um certo período. Geralmente, mas não exclusivamente, derivam de termos técnicos ou neologismos como “coworking”, “mansplaining” etc. (CABRAL, 2016, p. 21).

---

Esses termos serão definidos utilizando um layout diferenciado ao longo do texto, buscando promover a melhor compreensão ao ativar a memória visual do leitor, além de facilitar seu resgate durante a leitura. Mais que uma opção estética, essa estrutura tem como objetivo instrumentalizar o leitor de conceitos fundamentais para a compreensão desta pesquisa, por exemplo, conceitos de “gênero”, “patriarcado” e “androcentrismo”, abordados no capítulo a seguir, aprofundando a discussão a respeito da construção sexista da Ciência, Tecnologia e consequentemente, dos Videogames.

## PARTE 1 - GÊNERO, TECNOLOGIA E VIDEOGAMES

### 1. A BRECHA TECNOLÓGICA DE GÊNERO

Durante muito tempo a ciência e a tecnologia ostentaram uma suposta neutralidade, como se sua construção e manutenção não estivessem fundamentadas na hierarquização de sujeitos com base em sua classe social, gênero, etnia, raça etc. O sujeito tradicional da ciência é o sujeito hegemônico, sujeito do colonialismo, branco, europeu, heteronormativo e pertencente a classes sociais privilegiadas (FREITAS et al., 2017).

Esse cenário vem se transformando aos poucos, motivado pelas agendas feministas e pelos estudos de gênero, estudos negros, estudos indígenas, entre outros. Estes estudos buscam evidenciar que, além de não se tratar de construções neutras, a ciência e, conseqüentemente, a tecnologia são parte de uma estrutura de relações de poder baseadas numa sociedade patriarcal e **androcêntrica** (FREITAS et al., 2017).

---

*O termo **androcentrismo** designa uma prática consciente, ou não, de universalizar as experiências masculinas. Em suma, experiências masculinas são tidas como universais, de todos os seres humanos. Está profundamente ligada ao patriarcado, mas não se refere apenas ao privilégio masculino, e, sim, à tendência quase universal de reduzir toda a raça humana à figura do “homem”.*

---

Antes de aprofundar, no entanto, o conceito da brecha tecnológica, é importante conceituar **gênero**. Historicamente, a discussão a respeito da categoria “gênero” implica em diversas perspectivas e impasses entre pesquisadores, levando esse campo de estudos de maneira dinâmica entre diferentes abordagens e linhas de pensamento. Mais de que uma simples categoria baseada em elementos fisiológicos, o gênero deve ser compreendido como uma forma cultural de classificação, parte de um sistema relacional e hierarquizador que estabelece distinções baseado na violência simbólica. Para além das dicotomias do homem/mulher, gênero feminino/gênero masculino, trata-se de uma categoria abstrata que tem por objetivo “explicar e desconstruir diferenciações baseadas nas percepções sociais sobre o sexo, o corpo, a cultura” (NATANSOHN, 2014, p. 5).

---

*O **gênero** será compreendido nesta pesquisa como uma construção social e cultural, efeito das representações discursivas resultantes de diversos dispositivos institucionais como mídia, meios de comunicação, família, religião, bem como linguagem, arte, cultura, e, conseqüentemente, também os games.*

---

Pautamo-nos aqui na perspectiva defendida pela pesquisadora Linda Nicholson, que, em seu artigo “Interpretando o gênero”, leva-nos a pensar o corpo biológico como algo complexo, que deve ser analisado dentro de uma história e uma cultura, sob a ótica de uma variável, e não uma constante. A autora alerta para os perigos de pensar gênero como dependente do corpo biológico, o que contribuiria para a exclusão daqueles que diferem da heterossexualidade normativa, pautada na oposição binária masculino/feminino (NICHOLSON, 2000).

Para pensar a categoria mulher se faz necessário abandonar a dicotomia masculino/feminino, compreendendo-a como uma complexa rede de características que se entrecruzam (NICHOLSON, 2000). A autora se baseia nas ideias de Ludwig Wittgenstein sobre linguagem para argumentar que o sentido de mulher não deve ser definido por meio de uma característica ou conjunto delas, mas, sim, a partir de uma complexa rede de características, com diferentes elementos presentes em diferentes casos.

Assim, sugiro pensarmos o sentido de “mulher” como capaz de ilustrar o mapa de semelhanças e diferenças que se cruzam. Nesse mapa o corpo não desaparece; ele se torna uma variável historicamente específica cujo sentido e importância são reconhecidos como potencialmente diferentes em contextos históricos variáveis. (NICHOLSON, 2000, p. 36)

A filósofa e pesquisadora Judith Butler corrobora com Nicholson ao abandonar a ideia de uma definição exata para a categoria mulher, o que, segundo ela, apenas reforçaria ainda mais o binarismo masculino/feminino de matriz heterossexual (BUTLER, 2018). A autora, em seu livro *Problemas de gênero*, coloca à prova a categoria do sujeito, argumentando que esse trata-se de um construto performativo, logo, **mulher** “em si é um termo em processo, um devir, um construir do qual não se pode dizer legitimamente que tenha origem ou fim” (BUTLER, 2018, p. 69).

---

*Consideramos, portanto, **mulher** como essa complexa rede de características que se cruzam, uma constante construção, sem definição fixa. Ou seja, o sentido de mulher aqui não está restrito a uma característica específica física, social ou psicológica, ou a um conjunto delas, mas, sim, ao emaranhado de atributos que possibilitam mapear semelhanças e reconhecer diferenças desses sujeitos.*

---

Nesta pesquisa buscamos compreender os *games* pela ótica das tecnologias de gênero, termo cunhado pela escritora Teresa de Lauretis que diz respeito às “técnicas e estratégias discursivas” com as quais se constroem as relações de gênero específicas (DE LAURETIS, 1994, p. 38). Nesta perspectiva, o gênero não se trata de uma propriedade dos corpos, ou seja, algo natural aos seres humanos, mas de um conjunto de efeitos “produzidos nos corpos, comportamentos e relações sociais” (PEREIRA, 2009, p. 486). Para a autora, gênero é produto de diferentes tecnologias sociais, tais como televisão, cinema, jornal, internet e, conseqüentemente, *games*. Dessa forma, o gênero não é propriedade dos corpos, mas um conjunto de efeitos produzidos sobre eles.

Ao longo deste trabalho o enfoque estará nas questões de gênero, direcionado à experiência de mulheres no contexto virtual e, em especial, dos jogos digitais, mas é importante, no entanto, reforçar que gênero nesta pesquisa não se trata de um sinônimo de mulher. Os sujeitos centrais abordados ao longo desta pesquisa identificam-se como mulheres, mas nesse recorte há multiplicidade de identidades criadas discursivamente que articulam, além do gênero, raça, origem geográfica, classe social, contexto cultural, orientação sexual, entre outros, que evidenciam a necessidade de uma abordagem sob lentes **interseccionais**.

---

*Em linhas gerais, **interseccionalidade** diz respeito à interdependência das relações de poder de raça, sexo e classe.*

---

O conceito de interseccionalidade, cunhado academicamente pela afro-estadunidense Kimberlé Crenshaw em 1989, permite enxergar as sobreposições de gênero, raça e classe e define o posicionamento do feminismo negro frente à ideia de um feminismo global e hegemonicamente branco. Apesar do termo se tornar popular no contexto acadêmico a partir dos anos 2000, sua origem está atrelada ao movimento feminista negro dos anos 1970, conhecido como *Black Feminism*, que buscava criticar a hegemonia do feminismo branco, europeu, heterossexual e de classe média. “A interseccionalidade é vista como uma das formas de combater as opressões múltiplas e imbricadas, e portanto como um instrumento de luta política” (HIRATA, 2014, p. 69).

Retomando o conceito de brecha tecnológica de gênero, historicamente o trabalho produtivo foi designado ao gênero masculino, reservando para as mulheres as funções de atendimento às necessidades básicas e de bem-estar social, ligadas essencialmente a questões de cuidado e de reprodução. Se antigamente elas eram exclusivamente ligadas a funções como cuidar da casa, educar os filhos e se dedicar a atividades de artesanato, ainda hoje esses estereótipos se reproduzem com a imagem feminina fortemente relacionada a funções de cuidado, estando em sua maioria ligadas a áreas como enfermagem, recursos humanos, comunicação, educação etc.

A exclusão feminina do fazer científico e tecnológico foi pautada por discursos científicos, que postulavam, a partir de determinações biológicas, que a mulher seria menos capaz de produzir ciência e tecnologia. Estudos mais recentes apontam inquietudes sobre esse universo hegemônico, androcêntrico e sexista na ciência e na tecnologia. (FREITAS *et al.*, 2017, p. 4)

Em linhas gerais, os estudos de gênero em ciência e tecnologia apontam que esses saberes foram instituídos a partir de bases epistemológicas e filosóficas masculinas. A ciência foi construída por homens e para homens. Não por um **determinismo biológico** que justifique o afastamento de mulheres dessas áreas, mas por uma construção arquitetada para manter privilégios masculinos sobre o contexto hegemônico androcêntrico da ciência.

---

***Determinismo biológico** atribui as características de um indivíduo a seus genes ou algum componente de sua fisiologia. A ideia central é de que as mulheres seriam inferiores aos homens em determinadas funções por causa de suas características biológicas distintas.*

---

O conceito de suposto determinismo biológico foi fortemente utilizado para perpetuar a ideia de que mulheres possuem capacidades inferiores aos homens em determinadas áreas, entre elas a ciência, a tecnologia e os *games*. Um conceito equivocado que desconsidera completamente o contexto social no qual o sujeito está inserido (NICHOLSON, 2000). O afastamento das mulheres da tecnologia não se baseia em fatores biológicos, e sim em uma brecha tecnológica de gênero.

Essa brecha diz respeito não somente aos obstáculos enfrentados pelas mulheres para o acesso às Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), mas envolve também dimensões sociais de como o gênero opera de forma hierarquizadora no desenho, distribuição e apropriação das tecnologias pelo gênero feminino (NATANSOHN, 2013).

Se observada a história dos grandes avanços tecnológicos, por exemplo, é possível identificar dois fatores: primeiro, que a tecnologia é projetada, moldada e difundida por homens brancos na academia e no complexo industrial militar; segundo, quando mulheres de alguma forma conseguem atravessar essa brecha que segrega a participação por gênero na tecnologia, ocorre um apagamento histórico e sistemático da atuação feminina, como, por exemplo, o fato de Ada Lovelace<sup>13</sup> e Hedy Lamarr<sup>14</sup> serem importantes nomes da tecnologia e passarem despercebidos a maioria das pessoas.

*What we learn from the history of the internet is that it was engineered, implemented, programmed, and spread by white men in academia and the*

---

<sup>13</sup> Ada Lovelace (1815-1852), matemática e escritora inglesa, criou o primeiro algoritmo para ser processado por uma máquina. É considerada a primeira programadora de toda a história.

<sup>14</sup> Hedy Lamarr (1914-2000), atriz e inventora, criou um sistema de comunicações para as Forças Armadas dos EUA que serviu como base para a invenção do Wi-Fi e da atual telefonia celular.

*military-industrial complex. Despite the fact that the earliest computer programmers were actually women, the creators of ARPANET and the earliest desk-sized computers were educated white men with ties to research institutions and the government, spaces which have historically been associated with white male authority and privilege*<sup>15</sup>. (BEZIO, 2018)

No livro *Internet em código feminino: teorias e práticas*, a autora Graciela Natansohn utiliza o exemplo da experiência infantil de meninos e meninas ao desmontarem seus brinquedos para ilustrar o que ela chama de “*hábitus* tecnológico binário, hierárquico e altamente desfavorável às meninas” (NATANSOHN, 2013, p. 17). Segundo a autora, os meninos são estimulados a desmontar e (tentar) remontar seus brinquedos num exercício da curiosidade criativa fundamental ao fazer tecnológico, enquanto as meninas, na mesma situação de desconstruir suas bonecas, são repreendidas e desestimuladas, encorajadas a demonstrar zelo e responsabilidade com seus pertences, empurradas ao ofício do cuidado, de bem-estar social e de reprodução.

Justine Cassell e Henry Jenkins apresentam dados no livro *From Barbie to Mortal Kombat: gender in computer games*, de 1998, que corroboram a visão de Natansohn. Os autores investigam o contexto norte-americano da cultura *gamer* na década de 1990 e debatem as relações de gênero nos jogos de computador a partir de referências culturais, valores e atribuições aos jogos de acordo com o gênero das crianças.

Para eles, o imaginário de que o gênero feminino não tem interesse em jogos digitais não se dá pelo suposto determinismo biológico, mas, sim, pelo fato de que os homens dominam o acesso aos computadores, excluindo as mulheres da cena. Os autores citam um estudo realizado com crianças em idade pré-escolar em que os meninos se apropriavam dos computadores, limitando o acesso das meninas. O menor tempo de exposição das meninas aos computadores e aos jogos se refletia na falta de interesse delas por estes. No entanto, após a mediação de professores, garantindo o acesso com equidade entre meninos e meninas, ambos apresentavam interesse semelhante pelos jogos (CASSELL; JENKINS, 1998).

Diversos fatores implicam diretamente nessa “fratura tecnológica de gênero”, como: letramento, afinal, para utilizar os recursos tecnológicos é necessário ler e escrever; capacitação em informática; domínio básico da língua inglesa, uma vez que esta é predominante em softwares, sites e dispositivos tecnológicos; recursos econômicos para adquirir e pagar o acesso; produção e divulgação de conteúdos úteis às mulheres; e, por fim, oportunidades de inserção do gênero feminino em contextos de desenvolvimento da ciência e tecnologia (ALONSO, 2007 *apud* NATANSOHN, 2013).

Natansohn (2013, *apud* CASTAÑO, 2010) lista três tipos de brechas digitais de gênero: (a) a capacidade de acesso às redes; (b) o uso que as pessoas fazem da tecnologia; e (c) o lugar das mulheres na produção e governança tecnológica.

---

<sup>15</sup> Em tradução livre:

“O que aprendemos com a história da internet é que ela foi projetada, implementada, programada e difundida por homens brancos na academia e no complexo industrial/militar. Apesar de os primeiros programadores de computador serem mulheres, os criadores da ARPANET e dos primeiros computadores de mesa foram homens brancos instruídos com vínculos com instituições de pesquisa e com o governo, espaços historicamente associados à autoridade e privilégio de homens brancos”.



Seguindo a perspectiva da autora, é possível ilustrar a brecha tecnológica de forma bastante sintomática se observada a questão dos games, conforme exemplo a seguir:

- a) **A capacidade de acesso às redes:** conforme será abordado mais à frente nesta pesquisa, dados demonstram que o gênero feminino se apropria mais facilmente de jogos *mobile*, ou seja, para dispositivos móveis como *smartphones* e *tablets*, enquanto o masculino domina o espectro dos consoles e computadores (SIOUX GROUP et al., 2019). Dados apontam que a utilização de internet por meio de dispositivos móveis no Brasil é igualitária entre os gêneros, sendo que 74% dos indivíduos de sexo<sup>16</sup> masculino e 75% de sexo feminino afirmam ter utilizado a internet no telefone celular nos últimos três meses. Já em relação ao computador, 63% dos indivíduos de sexo masculino já utilizaram computador, enquanto apenas 58% dos indivíduos sexo feminino o fizeram. Uma das explicações para esse fenômeno é de que a popularização dos *smartphones* e dos planos pré-pagos de internet possibilitam um maior acesso do gênero feminino a esses dispositivos. A maior parte dos jogos *mobile* pode ser jogada *off-line*, não depende necessariamente de internet móvel ou sinal de *wi-fi* para rodar, o que demanda menos recurso financeiro e possibilita o acesso das mulheres a esses jogos.
- b) **O uso que as pessoas fazem da tecnologia:** os jogos *mobile* são considerados jogos “casuais”, dificilmente são levados a competições de nível profissional, possuem pouca ou nenhuma publicidade e não acarretam a seus jogadores o status de “gamers”. Esses jogos são marginalizados na cultura *mainstream* dos videogames, considerados menos relevantes ou, ainda, como jogos de “mulheres”.
- c) **O lugar das mulheres na produção e governança tecnológica:** segundo dados do Censo realizado em 2018, as mulheres representam apenas 20,7% da força de trabalho entre sócios e funcionários das empresas de produção de *games* (SAKUDA; FORTIM, 2018). Se observado o recorte por área de atuação dentro da indústria, essa brecha se mostra ainda maior, o gênero feminino se concentra em atividades de marketing, vendas e administração, representando apenas 10,8% nas áreas diretamente relacionadas ao fazer tecnológico, como programação e gestão de projetos.

O exemplo anterior ilustra a forma como a brecha digital de gênero marginaliza a participação das mulheres na experiência dos jogos digitais. Mais do que plataformas de entretenimento, os *games* podem ser considerados a primeira e provavelmente a mais atraente forma de introdução de crianças ao universo tecnológico.

A experiência com os jogos digitais abre uma porta para o interesse e a apropriação do campo da tecnologia desde a infância, com implicações diretas na maneira como as relações de poder baseadas na hierarquização de gênero se perpetuam no campo da ciência e da tecnologia. A forma como essa brecha digital se consolidou desde os primórdios da indústria *gamer* é o tema a ser aprofundado no próximo capítulo.

---

<sup>16</sup> A pesquisa TIC Domicílios 2018 não possui recorte por gênero, apenas por sexo.

## 1.1. AFINAL, GAME É COISA DE MENINO?

A percepção de que os *games* são “coisa de menino” está profundamente enraizada na sociedade, baseada na crença de um suposto determinismo biológico pelo qual o gênero masculino teria mais interesse e aptidão para os jogos digitais. No entanto, se observada a breve história dos videogames, fica evidente que essa hegemonia masculina se dá devido ao fato de que a estrutura científica e tecnológica, base da indústria *gamer*, é pautada em relações de poder patriarcais e androcêntricas.

Os primeiros videogames surgiram em 1952, a partir da versão computadorizada do *Tic Tac Toe*, ou Jogo da Velha, programada por Alexander Douglas na Universidade de Cambridge. Em 1958, William Higinbotham produziu uma versão do osciloscópio de *Ping Pong* no *Brookhaven National Laboratory* do Departamento de Energia dos EUA e finalmente, em 1962, nasce o *Spacewar!*, o primeiro jogo de computador que não se tratava de uma versão digitalizada de outro jogo, desenvolvido por uma equipe de pesquisadores do MIT liderada por Steve Russell (BEZIO, 2018).

O que a criação desses jogos tem em comum é que, assim como a internet, seus desenvolvedores (e, conseqüentemente, os jogadores) eram homens brancos altamente instruídos que trabalhavam na academia ou no complexo industrial e militar na Inglaterra ou nos Estados Unidos. Com isso, os jogos criados nas décadas de 1970 e 1980, e que acabam por se perpetuar até os dias de hoje, não exclusivamente, mas em grande número, são narrativas centradas em figuras masculinas de soldados, aventureiros, ciborgues e criminosos.

A despeito desse cenário, a década de 1970 marca o início de um período de ascensão feminina à mídia e ao mercado de trabalho. Não por acaso, durante esse período os primeiros consoles de videogames começaram a ser vendidos como entretenimento para toda a família, sem distinção de idade e gênero entre o público, de forma semelhante à estratégia utilizada para comercialização de eletrodomésticos como a televisão ou o rádio, por exemplo.

A Figura 5 ilustra a estratégia utilizada pela empresa Atari para divulgação do console Atari 2600, lançado nos EUA em 1977, que chegou ao Brasil em 1983. Observa-se que o console é intitulado de “inimigo da família brasileira”, em alusão a uma atividade realizada em família na qual pai, mãe e crianças combatiam de forma conjunta e sem distinções os diversos vilões presentes nos jogos.

Figura 5 - Propaganda do console Atari 2600



Fonte: Reis Jr., [s.p.].

Durante a década 1980 a indústria de videogames enfrentou uma grande baixa de vendas motivada pela crise financeira nos EUA e a forte concorrência das recém-chegadas empresas japonesas ao mercado americano. Nesse momento, a japonesa Nintendo optou por reposicionar os videogames como brinquedos masculinos, por entender que este se tratava de um setor mais bem estabelecido e de demanda estável se comparado ao mercado de eletrodomésticos, que em momentos de crise passavam a ser vistos pelos consumidores como bens supérfluos.

A Figura 6 apresenta uma sequência de imagens extraídas da primeira propaganda<sup>17</sup> feita para televisão do console Nintendo NES, lançado em 1983 no Japão, que chegou aos EUA em 1985. No vídeo, dois jovens brancos de gênero masculino jogam de maneira entusiasmada na companhia do robô Rob, item que acompanha o jogo.

<sup>17</sup> O vídeo completo da propaganda pode ser assistido em: <https://www.youtube.com/watch?v=IU1-ncmPiJk>. Acesso em: 23 mar. 2019.

Figura 6 - Comercial televisivo de lançamento do Nintendo NES em 1985, nos EUA



Fonte: adaptada de Retro Games Fan, [s.d.].

Tal estratégia se mostrou eficaz durante um tempo, sendo seguida pelas demais empresas do ramo e, desde então, os videogames passaram a ser direcionados para o público jovem e masculino (BLANCO, 2017). Dados de 1998 apontam que nesse período, o público *gamer* era formado em 80% pelo gênero masculino (BEZIO, 2018).

Outro elemento que pode ter grande influência na baixa aderência feminina aos *games* está relacionado aos fliperamas, máquinas de jogos disponibilizadas em espaços públicos ou em casas especializadas. Nesses locais, muito populares nos Estados Unidos da América (EUA) durante os anos 1980, os *arcades*, como eram conhecidos, eram acionados por moedas ou fichas e foram responsáveis por popularizar os videogames entre o público que ainda não tinha acesso aos consoles domésticos. Esses locais, no entanto, tinham reputação duvidosa, sendo constantemente comparados às casas de caça-níquel controladas em grande parte pela máfia, o que afastava o público feminino (DONOVAN, 2010 *apud* BLANCO, 2017).

A estrutura social baseada em preceitos misóginos impedia que as meninas frequentassem esses locais, empurrando-as para ocupações como brincar de bonecas ou realizar as atividades domésticas enquanto os meninos se divertiam e se habituavam aos desafios dos *games*, que, de acordo com diversas pesquisas, têm potencial para contribuir para o desenvolvimento do raciocínio lógico (MCGONIGAL, 2017). “*Gaming might help develop confidence and skills in using digital technologies, leading to an increased interest and aptitude for careers in computer science and other fields that heavily rely on such technologies*<sup>18</sup>” (HAYES, 2007, p. 23).

<sup>18</sup> Em tradução livre:

Os jogos podem ajudar a desenvolver confiança e habilidades no uso de tecnologia digital, levando a um maior interesse e aptidão para carreiras em ciência da computação e outros campos que dependem fortemente dessas tecnologias.

Tōru Iwatani, criador do *Pac-Man*, parece ter percebido esse afastamento das meninas dos fliperamas e afirma ter desenvolvido esse *game* com o objetivo de atrair o público feminino para esses espaços. Para criar o personagem, Iwatani teria associado a imagem de mulheres à comida e, inspirado por um pedaço de pizza, acabou criando um dos personagens mais icônicos dos videogames (BLANCO, 2017).

Apesar do grande sucesso de *Pac-Man*, apenas no início dos anos 1990 a indústria identificou a oportunidade de investir no público feminino, motivada por fatores como a saturação do mercado, a introdução do CD-ROM e as discussões acerca do *gap* de gênero na área de tecnologia (CASSEL; JENKINS, 2011). Esses fatores culminaram no lançamento do jogo *Barbie Fashion Designer*, produzido pela Mattel em 1996, que explorava a marca da boneca Barbie, bastante consolidada entre o público feminino, e tinha como diferencial se tratar de uma mídia de computador, sendo comercializada sem a necessidade de aquisição de um console específico. Esse ponto é bastante relevante, haja vista o direcionamento que a indústria de videogames havia dado aos consoles de “produto masculino” durante a década anterior.

O jogo da Barbie dá início a um movimento chamado *Pink Games* (Jogos Cor-de-Rosa), baseado no estereótipo de que as meninas se interessavam apenas em temáticas de roupas, maquiagem, beleza e atividades consideradas “do lar” (CASSEL; JENKINS, 2011).



Figura 7 - Capa do CD-ROM do jogo Barbie Fashion Designer, Mattel, 1996



Fonte: Barbie, [s.d.].

Os chamados *Pink Games* acabaram por reforçar a figura da mulher em posições objetificadas e sexistas. Em oposição a essa perspectiva, o *Girls Games Movement* buscou proporcionar práticas conjuntas entre desenvolvedores, pesquisadores da área de estudos de gênero e militantes dos movimentos feministas na produção de jogos que dessem menos ênfase aos aspectos da “feminilidade” dos *Pink Games* e buscassem construir narrativas que valorizassem a experiência das mulheres nos jogos digitais.

Em 1995, Theresa Duncan e Mônica Gesue lançam o jogo *Chop Suey*, uma história interativa de duas garotas aventureiras e fãs de comida chinesa. Esse jogo inaugura uma tendência alternativa aos *Pink Games*, com jogos também voltados ao público feminino, no entanto, com enfoque em questões de socialização, resolução de conflitos e reprodução de situações vivenciadas por meninas de 8 a 12 anos. Esses jogos, que viriam a ficar conhecidos como *Purple Games*, em sua grande maioria foram desenvolvidos pela produtora *Purple Moon* (BLANCO, 2017).

Figura 8 - Capa do jogo *Rockett's New School* (1997) da Purple Moon



Fonte: *Rockett's New School*, [s.p.]

Apesar de fugirem ao estereótipo de uma feminilidade baseada em roupas, maquiagens e afazeres domésticos, os *Purple Games* estavam baseados na ideia de que as mulheres seriam naturalmente mais sociáveis e conciliadoras do que os homens. Ambos os casos se apoiam numa suposta feminilidade pautada na oposição binária masculino/feminino.

O pensamento por trás dos jogos considerados como *Purple Games* parte de uma perspectiva feminista denominada “diferencialista”, ou ainda, “essencialista”, marcada pelas lutas por afirmação das diferenças e da identidade, que considerava o sexo genital como diferenciador em relação aos homens e, portanto, formador de uma identidade feminina. Essa perspectiva foi intensamente criticada por autoras como Butler (2018), Nicholson (2000) e Scott (1989), que, entre suas especificidades, abordam o gênero como uma construção social e cultural, efeito das representações discursivas.

O estudo de caso registrado no artigo “*Gendered identities at play: case studies of two women playing Morrowind*”, de Elisabeth Hayes (2007), corrobora as autoras supracitadas ao criticar o que ela define como concepções limitadas da natureza do gênero e sua manifestação nos comportamentos e autopercepção das pessoas em relação à forma como o mercado e parte da academia identifica as supostas preferências femininas em relação aos *games*. Para a autora, o estereótipo de que *gamers* de gênero feminino preferem jogos casuais, colaborativos e com foco em interações sociais enquanto *gamers* do gênero masculino optam por jogos competitivos e de combate não reflete as múltiplas camadas pelas quais os indivíduos constroem sua

identidade, como questões de classe, raça, história pessoal e fatores culturais que diferem na vida de cada um (HAYES, 2007).

Um exemplo são as *Grrrl Gamers*, mulheres que na década de 1990 fugiam do padrão estereotipado dos *Pink Games* e optavam por jogos considerados “masculinos”, forçando o reconhecimento de sua presença e habilidade naquele espaço. Essas mulheres não buscavam um segmento próprio dentro dos jogos, mas, sim, reivindicavam sua representatividade em todos os tipos de *games*, tornando as arenas virtuais verdadeiros territórios de resistência.

O *Girls Games Movement* foi perdendo força no final da década de 1990, mas sua semente foi plantada no solo fértil dos *games* que passavam por um verdadeiro processo de ascensão, impulsionado pelo avanço da tecnologia no desenvolvimento de consoles e computadores pessoais (PCs), aliado à popularização da internet de banda larga. Nesse contexto, a comunidade feminina continuou a ocupar espaços chegando, em 2018, a representar 46% do público global de *games* (NEWZOO, 2019a). No Brasil, nos últimos três anos, as mulheres são maioria entre os praticantes de jogos digitais, e em 2018 elas representam a maioria entre o público (SIOUX GROUP et al., 2019).

A despeito disso, as mulheres ainda continuam a ser representadas de forma excessivamente sexualizadas nos videogames além de sofrerem diversas formas de violência de gênero.

## 1.2. VIOLÊNCIA E SEXUALIZAÇÃO DAS MULHERES NOS GAMES

Sob a perspectiva das tecnologias de gênero, podemos admitir que os *games* atuam como reforço de estereótipos que implicam na marginalização e exclusão de determinadas expressões de gênero e orientações sexuais (DE LAURETIS, 1994). Diversas pesquisas apontam que os videogames são território hostil e opressor para as mulheres, onde a violência de gênero se concretiza por meio de interação entre os usuários, bem como discursos e narrativas de jogos (BURGESS et al., 2011; FOX; TANG, 2014; KASUMOVIC; KUZNEKOFF, 2015; KUZNEKOFF; ROSE, 2013; PAASSEN; MORGENROTH; STRATEMEYER, 2017; SHEN et al., 2016).

Um estudo publicado em 2017 identificou o alarmante dado de que 100% das mulheres *gamers* já sofreram algum tipo de assédio, entre ameaças de estupro, insultos físicos e sexistas dentro e fora do ambiente de jogo (FOX; TANG, 2014). A tendência do crescimento da participação das mulheres nos *games* parece estar mudando a dinâmica social do ciberespaço, o que aparentemente não tem sido bem aceito entre uma expressiva parcela dos usuários, tornando o assédio sexual algo assustadoramente comum nas comunidades de jogos digitais. “Espera-se que os jogos sejam uma atividade masculina, e qualquer presença feminina pode parecer uma invasão ao território masculino.” (FOX; TANG, 2014, p. 315, tradução nossa.)

Diversos autores (FOX; TANG, 2014; GRAY, 2012; LEA; SPEARS, 1991) apontam que o ambiente dos *games* é hostil para todos os jogadores, em especial para os que não se encaixam no estereótipo dos *gamers*. O motivo para tal comportamento pode estar relacionado à popularização dos MMOG (*massively multiplayer online game*), ou ainda, jogos *multiplayers*, em que as partidas passaram a ser disputadas com pessoas desconhecidas de qualquer parte do mundo, levando à desinibição dos jogadores, bem como a desindividualização dos participantes. Nesse contexto, o anonimato tem importantes implicações no modo como a comunicação se dá



nesses ambientes, facilitando o assédio e outras formas de interação negativa (FOX; TANG, 2014). Ainda assim, a hostilidade direcionada às mulheres parece se destacar pela agressividade e pelo teor machista e misógeno.

As ameaças e ofensas sofridas pelas mulheres no ambiente dos *games* podem ser identificadas sob diferentes formas: tratamento discriminatório, perseguição on-line e off-line, xingamentos machistas e até mesmo ameaças de estupro e abuso sexual (RODRIGUES, 2017). Essa percepção é evidenciada por meio de pesquisas acerca do tema.

Destaca-se ainda a pesquisa realizada em 2012 por Jeffrey H. Kuznekoff e Lindsey M. Rose, professores da Universidade de Ohio. Os pesquisadores realizaram um estudo observacional para jogar e gravar partidas *multiplayer* nas quais jogaram contra 1.660 jogadores, transmitindo clipes de áudio pré-gravados com vozes masculinas e femininas para, posteriormente, realizar uma análise quantitativa da reação dos jogadores. O resultado indicou que, em média, a voz feminina recebeu três vezes mais comentários negativos do que a voz masculina ou nenhuma voz (KUZNEKOFF; ROSE, 2013).

Por mais que os dados apresentados neste capítulo evidenciem a hostilidade contra o gênero feminino nos jogos digitais *multiplayers*, o texto acadêmico pode ter dificuldade de representar toda a violência direcionada às mulheres nas arenas virtuais. O “Vídeo 1 - Machismo em *games*” tem apenas 24 segundos de duração, mas é capaz de tornar tangível a agressividade direcionada às mulheres em comunicação de jogos digitais *multiplayers*.

No vídeo, editado pela autora a partir de fragmentos de vídeos públicos disponíveis nas plataformas YouTube, Vimeo e Twitch, frases tidas como “comuns” em contextos sociais como “*tinha que ser mulher mesmo*” e “*vai pilotar fogão*” dividem espaço com xingamentos extremamente agressivos, sexistas e racistas, como “*cala boca, sua piranha*”, ou ainda, “*cachorra preta, macaca*”, entre outros. Os vídeos originais dos quais retiramos os fragmentos apresentados aqui foram postados pelas próprias vítimas dessas violências em suas contas pessoais nas plataformas citadas anteriormente.

## Vídeo 1 - Machismo em *games*<sup>19</sup>



Fonte: elaborado pela autora.

Em uma extensa análise sobre os personagens em videogames que incluiu 150 jogos produzidos para nove diferentes plataformas no ano de 2009, identificou-se uma ampla representação de personagens homens, brancos e adultos em contraste a uma sub-representação de hispânicos, nativos americanos, crianças, idosos e, como já se desconfiava, mulheres (WILLIAMS et al., 2009).

Em resposta a essa ausência de representatividade de gênero nos *games* a indústria parece ter investido em narrativas com uma maior diversidade de personagens, no entanto, esse direcionamento gera ainda uma nova problemática: a falsa representatividade. Entre os jogos que incluem representação feminina, é comum ver a figura feminina representada em papéis secundários, ocupando a posição de “donzela em perigo” – ao mesmo tempo em que é “algo a ser protegido”, também é vista como “prêmio” aos esforços do protagonista, em sua ampla maioria representado pelo estereótipo do homem branco cisgênero (GOULART et al., 2017).

Além disso, são retratadas de forma excessivamente sexualizada ou como vítimas de agressão, e ainda, a figura da mulher é associada a personalidades passivas, dependentes ou menos competentes que os homens (BURGESS et al., 2011; KUZNEKOFF; ROSE, 2013).

A imagem da mulher acaba sendo muitas vezes hipersexualizada com seios volumosos, curvas surreais, mostrando o corpo da mulher coberto por praticamente roupa nenhuma, estando totalmente inadequada para a situação em que a personagem se encontra dentro do jogo como, por exemplo, situações de batalhas. (BRISTOT; POZZEBON; FRIGO, 2017, p. 865)

<sup>19</sup> Vídeo disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1FTAgOqvvetSgbjpvNIqmCmospjLxxK1GD/view?usp=sharing>. Acesso em: 22 maio 2019.

A Figura 9 ilustra o visual das personagens femininas no jogo Mortal Kombat 9 (MK9), lançado em 2011. As roupas das personagens são claramente inadequadas para a situação de combate corpo a corpo na qual o jogo se passa.

Figura 9 - Personagens femininas do jogo Mortal Kombat 9 (2011)



Fonte: The ladies, [s.d.].

Ainda quanto à falsa representatividade, quando o caso não é de hipersexualização, como no exemplo anterior, pode acontecer também sobre a forma de uma dependência da figura masculina, devendo ser auxiliada, resgatada, ou ainda, a motivação que o herói precisa para aceitar o chamado para a aventura, como nos clássicos Super Mario e The Legend of Zelda. Este segundo, inclusive, é um caso muito emblemático quanto à falsa representatividade: apesar de ter o nome de uma personagem feminina em seu título, na prática, o personagem jogável e central da história é o jovem Link.

Presente na mesma moeda, mas em face oposta à falsa representatividade feminina, está a objetificação e a normatização da violência contra as mulheres, como no jogo Rape Day, lançado 6 de março de 2019. A mecânica do jogo Rape Day, que em tradução livre significa “Dia do Estupro”, consiste basicamente em estuprar, matar e torturar mulheres. Assim que lançado, o *game* foi fortemente criticado nas redes sociais, tendo início uma petição nessas mídias e o jogo foi suspenso pela Steam<sup>20</sup>, plataforma onde o *game* havia sido disponibilizado, além de ter sido proibido em países da Europa.

No site da Desk Plant, desenvolvedora do jogo, o criador do *game* define seu objetivo como: “normalizar o estupro da mesma maneira que a cultura popular normalizou o assassinato” (TRIVIÑO, 2019, [s.p.]). Esse argumento foi bastante utilizado pelos defensores do jogo, que

<sup>20</sup> A Steam é a plataforma atualmente líder de mercado e principal referência em *games* e aplicativos de programação para computadores. Fornece serviços de comercialização de jogos, atualização, também possui uma interface de rede social com *chat*, lista de desejos, eventos e promoções.

afirmam que a mídia em geral, o cinema, a televisão, os quadrinhos normalizam a violência e o assassinato e, nesse contexto, o conteúdo do jogo seria semelhante. Ainda segundo o criador do *game*, a violência sexual está passando por um processo de normalização e, em breve, o gênero passará a ser socialmente aceito entre os jogos de videogame. Os defensores reclamam que a suspensão trata-se de restrição de liberdade e censura, mesmos argumentos dos membros do GG (GUGGISBERG, 2019).

Figura 10 - Cena do jogo Rape Day



Fonte: Triviño, 2019.

Como já abordado em capítulos anteriores, a própria indústria *gamer* é fundamentada sobre uma cultura misógina e hegemonicamente masculina. Desde o princípio dos videogames, estes são projetados e desenvolvidos essencialmente por homens e para homens, em especial, no que tange à cultura *mainstream*. No entanto, após a grande repercussão do GG em 2014, parte da indústria passou a investir mais em jogos protagonizados por personagens do gênero feminino, como: *Dishonored 2* (2016), *Horizon Zero Dawn* (2017) e a nova versão de *Lara Croft*, em *Shadow of the Tomb Raider* (2018).

Essa mudança, no entanto, não se deve apenas a uma tomada de consciência ética motivada pelos eventos do GG, nem tão pouco a uma mudança estrutural na forma como o mercado de *games* passou a enxergar seu público, mas é fruto de todo um contexto de debate social sobre as questões de gênero nas mais diferentes esferas sociais, bem como a observação de uma oportunidade de mercado visando à ampliação de consumidores em potencial e, consequentemente, o lucro.

Em entrevista transcrita no livro *Videogames, diversidade e gênero*, Adrienne Shaw, pesquisadora e professora de estudos de jogos e referência em teoria *queer* e representação

LGBTQ em videogames, quando questionada sobre uma possível “ética da indústria de *games*” em relação à representatividade feminina, comenta:

[...] não existem razões para esperar que eles [indústria *mainstream*] trabalhem fora das normas do capitalismo. [...] Mais representações de diferentes populações dentro do sistema capitalista são sempre vistas como uma tentativa de atingir a uma audiência, mas isso não diminui sua importância, independentemente do porquê dessas representações existirem. (JOB; KURTZ, 2019)

Um exemplo dessa representação comentada por Shaw pode ser visto na Figura 11, que ilustra as personagens centrais do jogo *Uncharted: The Lost Legacy*, lançado em 2017 pela Naughty Dog e publicado pela Sony Interactive Entertainment. Trata-se da primeira aventura independente da história da franquia *Uncharted* protagonizada por duas mulheres, Chloe Frazer e Nadine Ross. O jogo merece notoriedade por trazer personagens femininos a uma franquia de jogos consagrada sem recorrer ao estereótipo da donzela, sexualizar demasiadamente as personagens ou entregar uma narrativa menos aventureira e dinâmica do que os demais jogos protagonizados por personagens masculinos.

Figura 11 - Chloe Frazer (esquerda) e Nadine Ross (direita) do jogo *Uncharted: The Lost Legacy*<sup>21</sup>



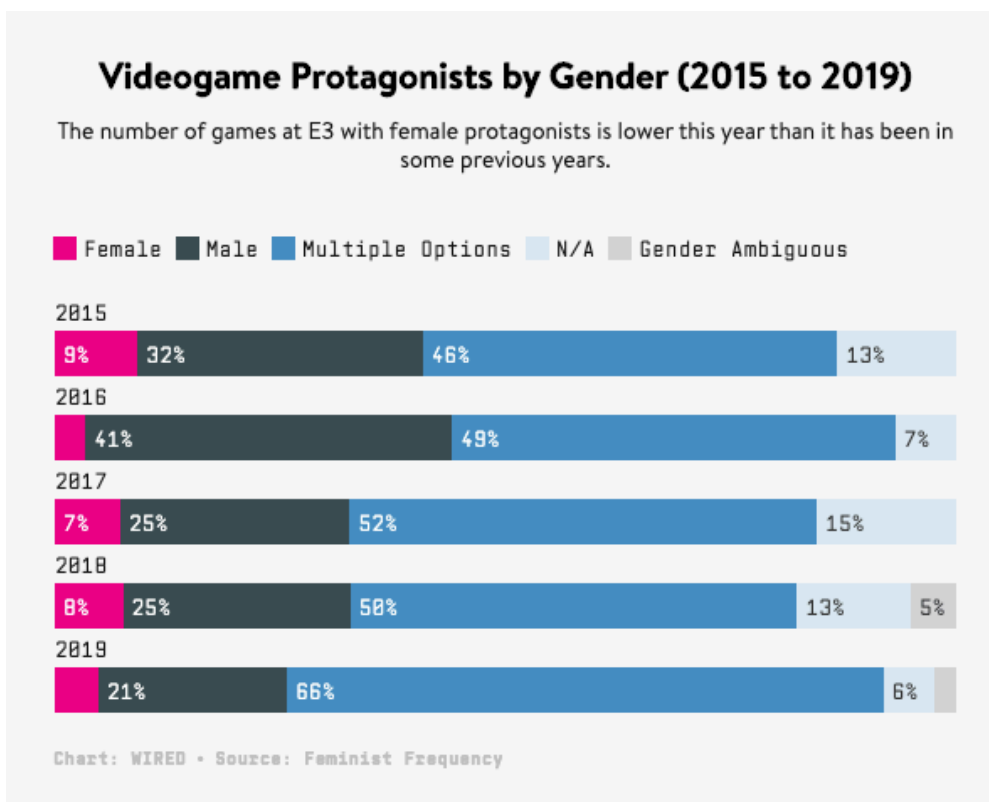
Fonte: *Uncharted: The Lost Legacy*, 2018.

<sup>21</sup> Para uma melhor compreensão, sugerimos assistir ao trailer do jogo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-PhhikPHTWM>. Acesso em: 22 maio 2019.



Esse exemplo, no entanto, não condiz com a tendência observada no mercado. Apenas 5% dos 126 jogos apresentados na edição de 2019 da E3<sup>22</sup> são protagonizados por personagens femininos, o menor número desde 2015. Em análise do evento realizada pelo site *Feminist Frequency*<sup>23</sup>, de Anita Sarkeesian, evidenciou-se que a porcentagem geral de jogos que centralizam personagens femininas não está aumentando e continua significativamente menor que a de jogos que centralizam heróis masculinos, conforme gráfico da Figura 12:

Figura 12 - Percentual de protagonistas por gênero na E3 de 2015 a 2019



Fonte: Petit e Sarkeesian, 2019.

O gráfico ilustra que o número de jogos que permitem que o jogador escolha o gênero de seu personagem supera significativamente o volume de jogos com gênero fixo de protagonistas (sejam eles femininos ou masculinos). Essa tendência agrada parte da crítica, uma vez que permite a liberdade do jogador vivenciar novas formas de gênero. Segundo Hayes (2007), pode ser extremamente positivo que os jogos possibilitem que meninas e meninos experimentem novas formas de identidades de gênero, principalmente se estas puderem romper com as concepções dominantes e limitantes de feminilidade e masculinidade. No entanto, essa escolha, de certa forma, pode ser limitante para a construção das narrativas, fazendo com que os jogadores continuem experimentando apenas identidades de gênero com as quais se sentem habituados.

<sup>22</sup> A Electronic Entertainment Expo, conhecida como E3, é uma feira internacional dedicada a jogos eletrônicos, considerada a mais importante da categoria. A edição de 2019 ocorreu entre os dias 11 e 13 de junho no *Los Angeles Convention Center*, no estado da Califórnia (EUA).

<sup>23</sup> Disponível em: <https://feministfrequency.com>. Acesso em: 30 out. 2019.

Essa redução no protagonismo feminino nas narrativas dos *games* pode estar diretamente relacionada a uma onda de conservadorismo e de ascensão da extrema-direita, que envolve boa parte da comunidade *gamer*, em especial os membros do GG, como discutido anteriormente. O lançamento do jogo Mortal Kombat 11<sup>24</sup> (MK11) em 2019, por exemplo, desagradou parte dos fãs da franquia, que consideraram que as personagens femininas não eram “suficientemente sexys” (COSTA, 2019b).

Além da melhora gráfica possibilitada pela evolução tecnológica ocorrida entre os oito anos que separam o lançamento dos jogos MK9 e MK11, fica evidente também uma preocupação maior em tornar o visual das personagens mais realista e menos sexualizado. Nota-se que as roupas passam a cobrir mais partes do corpo e a estrutura física e muscular, principalmente seios e glúteos, passa a ser menor e mais compatível com a estrutura corporal das personagens. Estilo de vestimenta, cores e características étnicas foram mantidas. A Figura 13 mostra a evolução visual das personagens Sonya, Skarlet, Kitana e Jade, sendo à esquerda e levemente acima a versão do MK9 e à direita a versão do MK11.

Figura 13 – Evolução do visual de personagens femininas entre os jogos Mortal Kombat 9 e 11



Fonte: elaborada pela autora<sup>25</sup>.

A discussão a respeito do visual das personagens parece ter início com um *tweet* de 18 de abril de 2019, publicado pelo perfil do *blog* “One Angry Gamer”. O *blog*, de William Usher, define-se como um “fornecedor de notícias sobre jogos sem remorso” e surgiu no auge do GG, consolidando-se como um canal de interação entre seus adeptos até os dias de hoje.

A imagem a seguir traz, à esquerda, uma captura de tela do *tweet* em questão, no qual o perfil do *blog* reclama das roupas consideradas “puritanas” e ridiculariza o jogo, afirmando que a próxima edição do *game* traria as personagens de burca. À direita, um *tweet* em resposta ao primeiro, no qual o autor responsabiliza “os socialistas e as feministas (de terceira onda) do Ocidente” por provocar o surgimento de “personagens femininos de merda como esses”.

<sup>24</sup> Jogo de luta que é a décima primeira edição da franquia Mortal Kombat, desenvolvido pela *NetherRealm Studios* e publicado pela Warner Bros, lançado em março de 2019 para as plataformas Microsoft Windows, Nintendo Switch, PlayStation 4 e Xbox One.

<sup>25</sup> Imagens de Warner Bros (2019); The ladies, [s.d.]

Figura 14 – Reação de *gamers* ao visual das personagens femininas de Mortal Kombat 11 (2019)



Fonte: U/POYTE, [s.d.].

O jogo é atualmente avaliado com nota 82 no site Metacritic.com<sup>26</sup>, que considera uma escala de um a cem com base em notas de críticos especialistas em *games*. No entanto, a mesma plataforma permite também a atribuição de notas dos usuários do site, a qual atinge apenas 3,2 em uma escala de 1 a dez para o mesmo jogo. Nas resenhas de usuários, parte dos comentários utilizam os termos ***SJW*** (*Social Justice Warrior*, ou em tradução livre, Guerreiros da Justiça Social) e “Mulheres feias” para justificarem suas notas.

---

***SJW*** trata-se de um termo pejorativo popularizado na ocasião do Gamergate para se referir a pessoas ou instituições progressistas, ligadas a movimentos sociais e pela diversidade (GOULART; NARDI, 2017).

---

<sup>26</sup> O site reúne críticas de álbuns, videogames, filmes, programas de televisão, DVDs e livros e é referência de avaliação de qualidade para o sistema on-line de distribuição de jogos Steam, para a Microsoft em seu sistema Xbox Live Arcade, e também para a Warner Bros.. Disponível em <https://www.metacritic.com/game/playstation-4/mortal-kombat-11>. Acesso em: 30 out. 2019.



A imagem a seguir traz alguns exemplos de resenhas de usuários do site Metametric que atribuíram nota 1, menor nível da escala, ao jogo MK11. Os usuários justificam sua decepção com o jogo por uma suposta “ausência de beleza” ou excesso de roupas das personagens, que seriam motivadas por uma agenda feminista. Esse discurso segue a mesma linha das narrativas utilizadas pelos membros do GG para hostilizar mulheres da indústria *gamer* em meados de 2014.

Figura 15 - Resenhas de usuários do jogo Mortal Kombat 11 na plataforma Metametric<sup>27</sup>



Fonte: captura de tela realizada pela autora.

Em entrevista ao site Polygon, Steve Beran, diretor de arte do jogo, afirma que a mudança foi intencional e vem atrelada a um “amadurecimento” dos jogos desenvolvidos pela NetherRealm:

<sup>27</sup> Em tradução livre:

**Usuário1:** Eu estava realmente ansioso pelo MK11! Tão decepcionado agora.

Eu nunca esperaria que Mortal Kombat - de todos os jogos! - seria arruinado por uma agenda da SJW. Mas foi exatamente isso que aconteceu! Parece que os desenvolvedores as tornaram intencionalmente feias, sem mencionar suas roupas aprovadas por feministas ... Oh, bem, estarei jogando Soul Calibur 6 e Dead or Alive 6 em vez disso.

**Usuário2:** Agenda Tornou as personagens femininas feias e vestidas demais.

Loot grind e Cripty não são necessários.

Agenda SJW na sua cara.

Mas o jogo parece legal

**Usuário2:** SJW / Feminista / Política forçada a entrar no jogo.

Pare com isso! Monetização - Micro-trans são ruins para jogos que custam dinheiro.

“Tenho certeza de que isso desapontará alguns fãs. Não temos lutadoras de biquínis, e acho que isso é bom. Se as pessoas estão desapontadas, não me arrependo de fazer essa mudança de forma alguma” (COSTA, 2019a, [s.p.]).

A postura da companhia parece coerente, no entanto, o próprio estúdio enfrenta acusações de favorecer uma cultura corporativa tóxica, tema a ser mais profundamente abordado no próximo capítulo que contextualiza o cenário atual da indústria *gamer*.

## 2. O UNIVERSO GAMER

### 2.1. UMA INDÚSTRIA BILIONÁRIA E PATRIARCAL

O tamanho do mercado e a popularidade dos jogos digitais podem ser dimensionados a partir de um simples dado inicial: mais de 2,5 bilhões de pessoas, ou 32% da população mundial, podem ser consideradas *gamers*. Não há um consenso sobre o que define um *gamer*, diversos autores (MCGONIGAL, 2017; ZICHERMANN; CUNNINGHAM, 2011), pesquisadores da área (CASSELL; JENKINS, 1998; GOULAR; NARDI, 2017; KOWAL et al., 2018; PAASSEN; MORGENROTH; STRATEMEYER, 2017) e profissionais da indústria (NEWZOO, 2018; SIOUX GROUP et al., 2019) adotam diferentes métricas para descrever as características de um *gamer*.

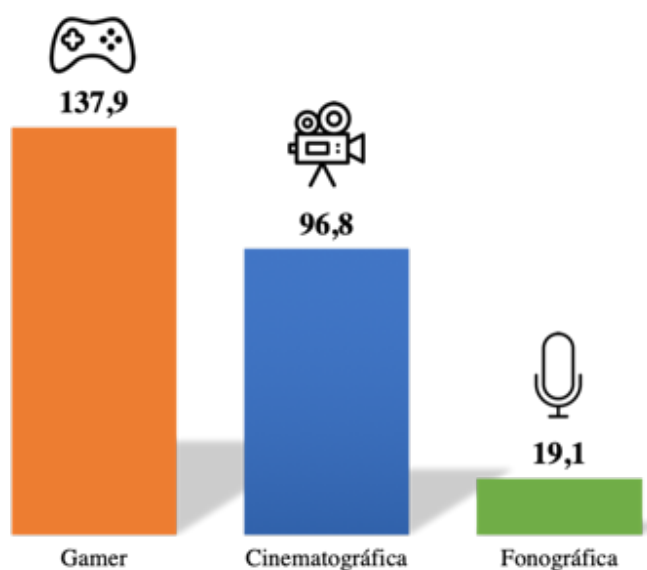
---

*Neste trabalho, optamos pela definição utilizada na Pesquisa Gamer Brasil realizada em 2019 (PGB2019) que considera **gamer** qualquer pessoa que possui o hábito de jogar jogos digitais, independente do estilo de jogo, frequência, duração das partidas, profissionalização ou conhecimento sobre jogos, softwares e hardwares relacionados.*

---

O público *gamer* sustenta uma indústria que já é 40% maior que a cinematográfica e sete vezes maior do que a indústria fonográfica, conforme gráfico da Figura 16.

Figura 16 - Lucro global em 2018 das indústrias *gamer*, cinematográfica e fonográfica, em US\$ bilhões



Fonte: elaborada pela autora<sup>28</sup>.

O conceito de indústria *gamer* nesta pesquisa está baseado na concepção de que o papel social dos trabalhadores de *games* é parte da “indústria capitalista” por constituir-se em um setor produtivo do capital. Este entendimento se fundamenta nas análises de autores que consideram os processos de produção de valor e de valorização do valor na sociedade capitalista contemporânea acabam por se “transbordar” para outros espaços e setores da economia (GODOI, 2012).

Analistas do setor indicam que em 2019 a indústria *gamer* irá movimentar o valor aproximado de 152,1 bilhões de dólares, um crescimento de 9,6% em relação ao ano anterior. E a perspectiva de futuro é ainda mais positiva: a projeção para o mercado global de *games* é de que os gastos dos consumidores com jogos crescerão para 196 bilhões até 2022 (NEWZOO, 2019b).

Entre os segmentos que mais se destacam estão os jogos de consoles, que apontam um crescimento de vendas de 13,4%, sendo responsáveis por gerar o valor aproximado de 47,9 bilhões em 2019, seguido pelos jogos para dispositivos móveis (*smartphone* e *tablet*), que crescem 10,2% ao ano e já correspondem a uma fatia de 45% do mercado global de jogos (NEWZOO, 2019b).

Segundo a TIC Domicílios 2018, entre os 77% dos brasileiros que já utilizaram a internet, 35% afirmam ter jogado on-line nos últimos três meses (CETIC.BR, 2019). A plataforma mais utilizada é o *smartphone*, respondendo por 83% dos *gamers* brasileiros, seguido pelos consoles, com 48,5%, e *notebooks*, com 42,6% (SIOUX GROUP et al., 2019).

O Brasil ocupa a segunda posição na América Latina em receita de *games*. Segundo a projeção de analistas, em 2019 esse mercado irá movimentar cerca de 1,6 bilhão de dólares no país,

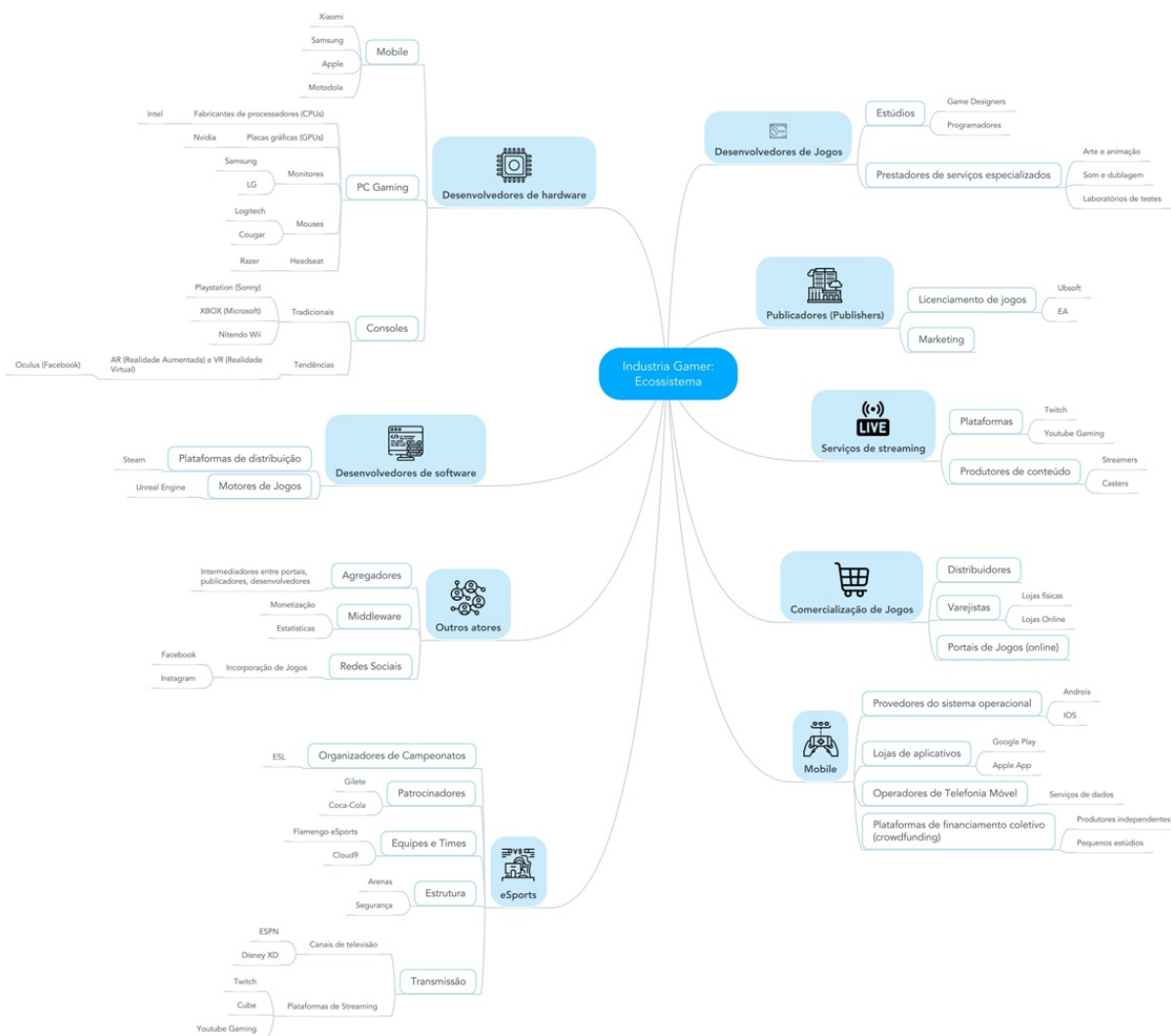
---

<sup>28</sup> Informações obtidas a partir de dados divulgados pela IFPI Global Music Report 2019, [s.d.]; Newzoo, 2018; The Motion Picture Association of America, Inc. (MPAA), 2019

ficando atrás apenas do México, que tem como previsão gerar cerca de 1,8 bilhão em receita (NEWZOO, 2019b).

A indústria de *games*, em certos aspectos, se parece com a cinematográfica, fonográfica e editorial, mas apresenta, no entanto, um conjunto próprio de nuances e complexidades. Os principais atores do setor de *games* são editores, distribuidores, desenvolvedores, clientes, consumidores, varejistas, desenvolvedores de *hardware* e proprietários de plataformas. Quanto ao desenvolvimento de um *game*, diversos profissionais são necessários trabalhando de forma conjunta para desenvolver as diferentes partes de um projeto de *game* (design, programação, som, gráfico etc.) (LARSSON, 2018). A Figura 17 ilustra superficialmente a complexa gama de empresas, categorias de mercado e trabalhadores que formam o ecossistema da indústria *gamer*:

Figura 17 - Ecossistema da indústria *gamer*



Fonte: elaborada pela autora.

O orçamento de um *game* varia de acordo com sua complexidade, expectativa de lucro do projeto, plataformas disponibilizadas, entre outros, mas, apenas para referência, um título menor de um estúdio como a Ubisoft ou Eletronic Arts (EA) pode ter orçamento entre U\$ 15 a

U\$ 20 milhões de dólares. No entanto, jogos mais robustos como Grand Theft Auto V (GTA V) podem chegar a U\$ 300 milhões de dólares de investimento (LARSSON, 2018).

Embora o mercado seja dominado por um pequeno número de grandes corporações, como Sony, Microsoft e Nintendo, o setor profissional é principalmente movimentado por pequenos e médios estúdios, formados por equipes que variam de 35 a 60 funcionários e chegam a responder por 75% do mercado no Reino Unido (LARSSON, 2018).

Como abordado no capítulo que discute a forma como a indústria *gamer* foi consolidada hegemonicamente masculina, heteronormativa e branca, historicamente os *games* foram projetados e desenvolvidos por homens e para homens. Ainda sob essa formação da indústria *gamer*, é importante destacar que toda essa construção é realizada com base na concepção de uma masculinidade fundamentada em virilidade, agressão e competitividade.

Esses aspectos são visíveis tanto nas narrativas de *games*, na hostilidade entre os jogadores assim como no ambiente de trabalho das empresas desenvolvedoras e estúdios de jogos. Uma das práticas, que apesar de extremamente tóxica é bastante comum na indústria *gamer*, é conhecida por **crunch**, na qual funcionários são obrigados a trabalhar mais de 90 horas por semana, por baixos salários e suscetíveis a comportamentos agressivos e abusivos por parte da gestão.

---

*No contexto da indústria gamer, "crunch" refere-se a longas e intensas jornadas de trabalho nas quais equipes de desenvolvedores de jogos trabalham de maneira exaustiva para entregar projetos.*

---

Dados de 2017 apontam que mais da metade dos desenvolvedores da indústria trabalham com períodos de *crunch* na criação de *games*, sendo que 37% destes não recebem hora extra ou folga referentes a esses períodos (WESTSTAR; O'MEARA; LEGAULT, 2018). O relatório da conferência de desenvolvedores de *games* de 2019 aponta que 23% dos funcionários da categoria trabalharam mais de 46 horas semanais nos últimos dozes meses (STATE OF THE GAME INDUSTRY 2019). A maioria dos entrevistados, 69%, afirma que as horas de dedicação extra são motivadas por vontade própria, ou seja, eles "sentem" que precisam fazer o esforço extra, enquanto 26% afirmam serem forçados por superiores a trabalhar períodos de *crunch*.

Esse ponto é fundamental no que tange à indústria dos videogames. Apesar de ter quase cinquenta anos, se comprada aos setores próximos em tamanho e lucratividade, essa é uma área nova na qual a maior parte dos funcionários são jovens recém-formados ou ainda estudantes. Grande parte dos desenvolvedores de *games* descreve-se como artistas, desvinculando-se da classe trabalhadora. "Sabemos que, para os trabalhadores da chamada Indústria Criativa, composta em sua maioria por um público de perfil mais jovem, a recompensa financeira nem sempre é tão importante quanto a realização pessoal e o reconhecimento social pelo seu trabalho" (SANTAELLA, 2013, [s.p.]). Esse sentimento é fomentado pelas empresas do

setor que, por um lado, prezam pela criação de ambientes de trabalho descontraídos, com acesso livre a máquinas de café, refrigerantes e doces, horários flexíveis e atividades de lazer, mas, por outro lado, forçam uma carga de trabalho desproporcional que gera alto nível de estresse em seus funcionários. Não são raros os casos de afastamento por esgotamento físico, mental e depressão nessas áreas.

Quanto às questões de gênero, dados de 2014 apontam que no Reino Unido as mulheres representavam apenas 6% da força de trabalho na indústria de *games*. Em 2016, esse número parece ter saltado para 19%, mas, ainda assim, ilustra uma grande brecha entre os gêneros (HARVEY, 2019; LARSSON, 2018). Se observado para além do sujeito cisgênero, é possível identificar brechas ainda maiores: de acordo com dados do relatório *Developer Satisfaction Survey* de 2017, entre os respondentes da pesquisa 74% se definem como do gênero masculino, 21% do gênero feminino, apenas 2% como transexual e 1% como mulher transgênero.

No Brasil, dados de 2018 demonstram um crescimento de 182% no volume de empresas desenvolvedoras de jogos digitais no país. Essa curva de crescimento, no entanto, não se mantém quando observada a participação feminina na indústria. No primeiro Censo, realizado em 2014, as mulheres representavam 15% da força de trabalho, entre sócios e funcionários. Quatro anos depois, esse número subiu para apenas 20,7%. Como já abordado anteriormente, se observado sob o recorte da área de atuação, a brecha é ainda maior: apenas 10% das mulheres atuam em áreas diretamente relacionadas a programação e gestão de projetos de *games* (SAKUDA; FORTIM, 2018).

Segundo Richard Wilson, CEO da Associação de Desenvolvedores de Jogos Independentes (TIGA) do Reino Unido, os problemas de diversidade na indústria do país são causados devido à necessidade de funcionários altamente qualificados, sendo que 80% da força de trabalho precisa ter nível superior em áreas da ciência da computação, nas quais a proporção de mulheres é baixa (HARVEY, 2019). Nesse sentido, sob a ótica da interseccionalidade, é possível deduzir que indivíduos de classes sociais menos favorecidas, negros e imigrantes terão mais dificuldade de acesso a esse mercado de trabalho.

Trata-se de um ciclo vicioso de exclusão e manutenção da hegemonia do sujeito do colonialismo, branco, europeu e heteronormativo, em que o acesso aos *games* é exclusivo às crianças que se enquadram no padrão “menino, branco, de classe social elevada”, o que aumenta a familiaridade e aderência desses indivíduos às áreas de ciência e tecnologia, por isso poderão optar por uma formação superior direcionada para o desenvolvimento de *games* e, ao atuarem no desenvolvimento de produtos, tendem a reproduzir os estereótipos aos quais foram submetidos durante todo esse processo.

O ambiente dos *games* não é tóxico apenas nas arenas virtuais onde as partidas são disputadas, características como virilidade, agressividade e competitividade também são levadas aos estúdios de desenvolvimento de jogos. A própria indústria fomenta uma cultura de assédio e machismo na qual não são raras as denúncias de casos de assédio, violência sexual e psicológica.

Em 2018, uma reportagem feita pelo site Kotaku denunciou diversos casos de abuso ligados a Riot Games, produtora do jogo *League of Legends* (LoL). A matéria contava com relatos de 28 funcionários e ex-funcionários da empresa e citava casos de favorecimento empresarial aos

funcionários de gênero masculino, preconceito na contratação de pessoas de gênero feminino e casos de assédio e abuso sexual dentro da empresa.

Segundo dados da matéria, apenas 20% dos funcionários da Riot Games são do gênero feminino, sendo que nos níveis de liderança a porcentagem é ainda menor, apenas 10%. Entre as acusações publicadas estavam casos de favorecimento e promoção de homens em detrimento de mulheres que apresentavam melhor desempenho, envio de fotos de genitália masculina de chefes ou colegas por e-mail, e ex-funcionários que afirmaram sentirem pressão para deixar a empresa após divulgarem suas preocupações sobre discriminação de gênero na companhia (D'ANASTASIO, 2018). Por fim, a matéria conta ainda que muitos dos ex-funcionários tiveram de assinar termos de não depreciação ao deixarem a Riot Games, o que os impedia de falar sobre suas experiências.

Após a repercussão do caso, a Riot informou que iria atualizar o código de conduta da empresa buscando garantir um ambiente seguro e justo para seus funcionários. No entanto, em maio de 2019 cerca de 100 funcionários promoveram um protesto na sede da companhia, em Los Angeles, no qual reclamavam da postura machista e do ambiente tóxico da empresa, além de reivindicar a anulação da cláusula de arbitragem forçada utilizada pela Riot para tentar anular processos de funcionários.

Em linhas gerais, a cláusula existente no contrato dos funcionários os impede de levarem a companhia à justiça em casos de discriminação e/ou assédio sexual no trabalho. No Twitter, *gamers*, desenvolvedores e pessoas em geral apoiaram a ação com a *hashtag* #RiotWalkout. A imagem a seguir traz uma foto do protesto divulgada no Twitter, na imagem, uma funcionária da Riot Games segura um cartaz em que podemos ler “Eu reportei e ele foi promovido”.



Figura 18 - Foto do protesto realizado por funcionários da Riot Games em 6 de maio de 2019



Fonte: Upcomer, 2019

Os casos de cultura de assédio e machismo na indústria *gamer* não se restringem apenas a Riot Games. A NetherRealm Studios, produtora do MK 11 e já citada anteriormente, tem sido fortemente criticada por parte da comunidade *gamer* machista por vestir as personagens femininas de “forma puritana”. No entanto, o suposto respeito e “amadurecimento” da empresa citados por Steve Beran, diretor de arte do jogo, não parecem se refletir no ambiente de trabalho (COSTA, 2019a). Em maio de 2019 a NetherRealm Studios foi acusada por ex-funcionários de promover a cultura de *crunch* e condições de trabalho abusivas, sexistas e transfóbicas.

Segundo a matéria do site Variety, em períodos de *crunch* durante a produção do MK11 os funcionários chegaram a trabalhar mais de 90 horas por semana, sendo obrigados a dormir no local de trabalho em sofás ou colchões infláveis. Em depoimento ao site, uma ex-funcionária comenta que o número de funcionárias de gênero feminino trabalhado em tempo integral era muito pequeno e que todas receberam apelidos pejorativos dos desenvolvedores de gênero masculino. A fonte da matéria afirma:

*Sexist, transphobic and generally toxic behavior was rampant, likely due to the fact that people were working 80-plus hours a week for months on end and there was no accountability for such behavior [...]. I heard from multiple people that a cabal of male [developers] had nicknames for all of the women*

*in the office, including 'Silver Fox', 'DB'/'Dyke Bitch' and 'Morph,' in reference to a trans employee*<sup>29</sup>. (LANIER, 2019, [s.p.])

Com as narrativas dos *games* sendo construídas em ambientes tóxicos, misóginos e machistas como esses, o futuro dos *games* em relação às questões de gênero e diversidade parece ser catastrófico. No entanto, é importante destacar que existem inúmeras iniciativas, estúdios e empresas desenvolvedoras de *games* com temáticas inclusivas, que, mais que representatividade nos jogos *mainstream*, buscam trabalhar de forma integrada e colaborativa para criar, reestruturar e pensar jogos que possam proporcionar experiências diferenciadas e inclusivas (JOB et al., 2019).

Esses jogos, no entanto, não serão abordados em profundidade neste estudo porque fogem da cultura *mainstream* dos *games*, que é a base, pelo menos até agora, dos campeonatos profissionais de eSports, tema central desta pesquisa e mais profundamente abordado no próximo capítulo.

---

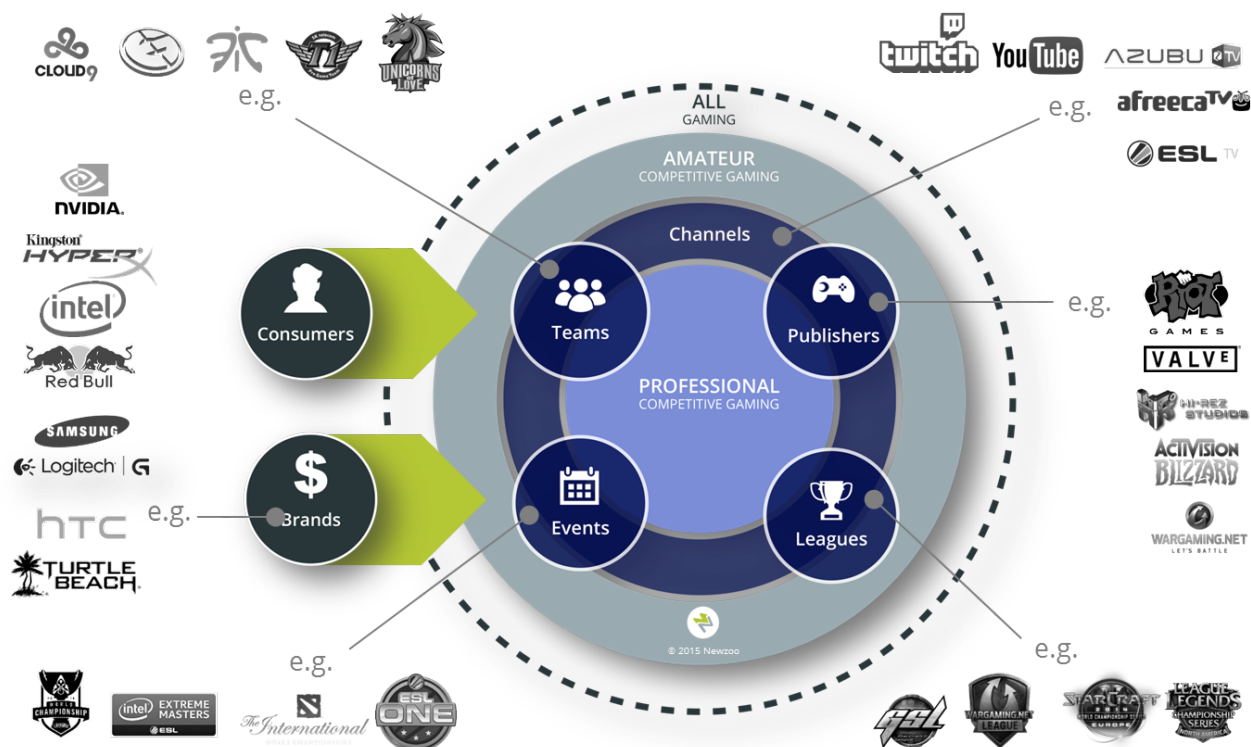
<sup>29</sup> Em tradução livre:

“O comportamento sexista, transfóbico e geralmente tóxico era galopante, provavelmente devido ao fato de que as pessoas trabalhavam mais de 80 horas por semana durante meses a fio e não havia nenhuma responsabilidade por esse comportamento [...]. Ouvi de várias pessoas que um grupo de desenvolvedores tinha apelidos para todas as mulheres no escritório, incluindo 'Silver Fox', 'DB' / 'Dyke Bitch' e 'Morph', em referência a uma funcionária trans”.

## 2.2. OS ESPORTS

O universo dos *games* engloba uma ampla ramificação de categorias e atividades como as comunidades de jogadores, empresas produtoras, instituições de ensino voltadas ao desenvolvimento de profissionais da área, mídia especializada e tantas outras. Entre elas, os chamados eSports ganharam destaque especial nos últimos anos. A Figura 19 ilustra o ecossistema dos eSports:

Figura 19 - Ecossistema econômico dos eSports



Fonte: (NEWZOO REPORT, 2017)

Definir o que são os eSports é difícil devido à complexidade da convergência da cultura, à evolução tecnológica, ao modelo de negócio e às especificidades do esporte (JENNY et al., 2017). Em linhas gerais, os eSports podem ser definidos como “uma área de atividades esportivas na qual as pessoas desenvolvem e treinam habilidades mentais ou físicas a partir do uso de tecnologias de informação e comunicação” (WAGNER, 2006, p. 2, tradução nossa).

No contexto das atividades físicas tradicionais, o esporte é determinado por alguma forma de competição que ocorre sob condições formais e estruturadas em que o sucesso de determinado jogador é medido diretamente pela comparação do seu desempenho em relação aos demais participantes da mesma atividade, de forma institucionalizada. Em suma, os esportes caracterizam-se por regras padronizadas, geralmente determinadas e monitoradas por entidades oficiais (BARBANTI, 2006).

Se utilizarmos o paralelo dos esportes tradicionais em relação às atividades físicas, podemos, portanto, definir que os eSports diferenciam-se por sua natureza competitiva, em contraponto aos chamados *games* casuais, que possuem mais ênfase na narrativa do *game* e na experiência do jogador em si.

Destacam-se entre os principais gêneros dos eSports os jogos de Esportes (exemplo: Pro Evolution Soccer, Fifa e Madden NFL); Ação em Primeira Pessoa (exemplo: Call Of Duty e Battlefield); Luta (exemplo: Street Fighter e Mortal Kombat); e os MOBAs (*Multiplayer Online Battle Arena*), novo gênero que vem se popularizando rapidamente com jogos de estratégia em tempo real, nos quais os jogadores atuam de forma colaborativa para atacar e conquistar equipes adversárias (exemplo: Dota 2 e LoL).

Nas últimas décadas os eSports passaram por um processo de popularização que levou à monetização dos eventos, com transmissões via *streaming* de alcance global e a criação de verdadeiros astros e celebridades (RUVALCABA et al., 2018). Para ter uma dimensão do processo de espetacularização dos eSports, grandes redes internacionais de televisão, como a ESPN (*Entertainment and Sports Programming Network*) e a TBS (*Turner Broadcasting System*) passaram a incluir a cobertura dessas competições em suas grades.

O Brasil é líder em audiência de eSports na América Latina, mais de 9 milhões de brasileiros assistem a torneios de eSports mais de uma vez por mês e podem ser considerados entusiastas da categoria (NEWZOO, 2019c). Mais de 60% dos brasileiros conhece ou já ouviu falar de eSports, e destes, 48% praticam e 12,9% ainda não, mas pretendem praticá-los algum dia. Entre os entusiastas dos eSports, 69% são homens e 31% mulheres, com a maior concentração de idade entre 21 e 35 anos. Os dados apontam que 69% dos fãs de eSport consomem conteúdo relacionado ao tema pelo menos uma vez por semana (SIOUX GROUP et al., 2019). Os fãs brasileiros são conhecidos por sua paixão e dedicação aos jogos, equipes e eventos.

Quanto à regulamentação do eSport no Brasil, tramitam atualmente três projetos, sendo dois deles na Câmara (n. 3.450/2015 e n. 7.747/2017) e um no Senado (n. 383/2017). De autoria do deputado federal JHC (PSB/AL), o Projeto de Lei n. 3.450/2015 acrescenta um artigo à Lei Pelé, reconhecendo o desporto virtual como esporte. De maneira semelhante, o Projeto de Lei n. 7.747/2017 de Mariana Carvalho, deputada Federal (PSDB/RO), também busca incluir essa opção na Lei Pelé e foi anexado ao PL anterior. Já no Senado, o Projeto de Lei n. 383/2017, de autoria do senador Roberto Rocha (PSDB/MA), define o que é esporte eletrônico e estipula que jogos de conteúdo violento e/ou cunho sexual, como "Counter-Strike Global Offensive" (CSGO) e "Rainbow Six Siege" (R6), não sejam considerados esportes eletrônicos. A lei ainda define o desporto virtual oficialmente como esporte e seus praticantes recebem a nomenclatura de atletas, além de instituir o dia 27 de junho como "Dia do Esporte Eletrônico".

Mesmo com trâmites de regulamentação em andamento, os eSports possuem uma lógica diferente de organização dos esportes tradicionais uma vez que envolvem questões de propriedade intelectual que pertence à desenvolvedora do *game*. Na prática, quem define a forma como as competições de eSport serão estruturadas são as empresas e instituições desenvolvedoras e publicadoras de jogos. Em julho de 2019, a Riot Games e a Ubisoft, responsáveis pela produção dos jogos e do cenário competitivo de LoL e do R6, enviaram uma carta ao senado brasileiro solicitando uma discussão mais abrangente a respeito do PL n. 383/2017. No texto, as empresas afirmam:

É importante ressaltar que, diferente dos esportes tradicionais, os esportes eletrônicos possuem características particulares, como o direito garantido por lei sobre a propriedade intelectual das desenvolvedoras e publicadoras, que hoje são responsáveis pela atualização, manutenção e suporte de seus jogos. Essas empresas também investem no cenário esportivo eletrônico sob a forma de criação de infraestrutura e organização de torneios, transmissão de conteúdo, bem como fomento e apoio aos times e jogadores, suportando todo um ecossistema que gera milhares de empregos indiretos e movimenta a economia, tudo isso fazendo parte de uma esfera singular que não se assemelha à esfera contemplada na normatização que hoje rege os esportes tradicionais. Acreditamos que temos a oportunidade de construir juntos um cenário de regulamentação bem fundamentado que leve em conta as especificidades dos esportes eletrônicos e, nesse sentido, nos colocamos à disposição para colaborar com esta discussão tão importante para o mercado e para o Brasil ([SPORTV.COM](http://SPORTV.COM), 2019, [s.p]).

Um dos principais pontos levantados pelas empresas e instituições envolvidas no contexto dos eSports é a manutenção da dominação do desenvolvimento e comercialização dos eSports. As empresas responsáveis pela carta citada são exemplos de produtoras que centralizam o cenário competitivo de seus respectivos *games*, sendo autônomas na promoção de campeonatos, ligas, jogos, equipes, atletas etc. Essa lógica neoliberal levanta importantes questões éticas acerca de como um pequeno volume de empresas pode se apropriar de uma prática esportiva que tem potencial para profundos impactos sociais e econômicos.

Quanto à segregação por gênero, dada a lógica da autonomia dessas empresas para definir livremente as estruturas das competições, não existe um consenso sobre a restrição das competições por sexo e gênero. Cada campeonato, liga ou competição estabelece suas próprias regras.

A *International eSports Federation* (IESF) acendeu a discussão a respeito da segregação por gênero no meio *gamer*. A instituição foi criada em 2008 por uma parceria internacional entre Coreia do Sul, Dinamarca, Alemanha, Áustria, Bélgica, Holanda, Suíça, Vietnã e Taiwan com os objetivos de melhorar constantemente o eSport e de promover seus valores de maneira internacional (WEBSTER, 2018). No entanto, em 2014 se envolveu em uma grande polêmica ao proibir a participação de *gamers* de gênero feminino em um torneio finlandês de Hearthstone.

Na época, a IESF argumentou que buscava incluir a segregação de gênero em seus regulamentos e normas como parte do esforço da instituição de promover o e-Sports como um esporte legítimo. Após a repercussão do caso, a IESF reconsiderou suas políticas de gênero e atualmente suas competições não possuem restrição de gênero, inserindo, inclusive, no estatuto da instituição um artigo específico sobre a não discriminação da participação feminina:

**Article 5 Non-discrimination and Promoting Female Participation**

*1. The Practice of esports is a fundamental right for all.*

*2. Ali parties related to the IESF's events including its Members and partners shall take all appropriate measures to eliminate discrimination against women, and to promote and elevate the participation of female players in order to ensure, on a basis of equality of women and men, the same rights, in particular, to participate in recreation, leisure and sports activities and all aspects of cultural life.*

3. *Discrimination of any kind against lineage, gender, religion, politics, individual, organization or any reason is strictly prohibited and punishable by suspension or expulsion*<sup>30</sup>. (WEBSTER, 2018, p. 4)

Em 2015 a Garena eSports, liga filipina de eSports, se envolveu em um caso semelhante. A liga, responsável pelo então torneio mensal feminino “*Iron Solari League*”, de LoL, incluiu no regulamento da competição uma cláusula que limitava a participação de mulheres lésbicas e transgênero devido a uma “eventual e injusta vantagem que elas poderiam ter” em relação às demais competidoras (GONÇALVES, 2015 [s.p.]). O caso gerou ampla repercussão na imprensa *gamer* e nas redes sociais, e pouco depois a organização emitiu uma nota lamentando o ocorrido e cancelando a cláusula em questão do regulamento da competição.

Os casos citados geraram discussão e revolta, em especial entre a parcela progressista, feminista e LGBTQ+ da comunidade *gamer*, pela clara exclusão de indivíduos de competições baseada na orientação sexual ou identidade de gênero. No entanto, a segregação por sexo ou gênero é uma prática comum nos esportes tradicionais.

Historicamente, os esportes sempre foram campos de disputa para apropriação feminina, por exemplo, na Antiguidade, enquanto as mulheres tinham práticas desportivas constantes em Esparta, em Atenas essas práticas eram exclusivas para os homens. Nos primeiros jogos modernos, em 1900, as mulheres podiam participar apenas em três modalidades: golfe, tênis e iatismo. No Brasil, conhecido mundialmente por seu fanatismo pelo futebol, as mulheres foram proibidas de praticá-lo até 1983.

A segregação entre sexos nos esportes tradicionais se sustenta em um determinismo biológico, baseado na diferença genética e biológica entre os sexos. Segundo o resgate histórico realizado no artigo “Representação social da mulher brasileira nas atividades físico-desportivas: da segregação à democratização”, durante a segunda metade do século XIX a exclusão da mulher das práticas esportivas se baseava no argumento de que ela “não deveria gastar energia com outras atividades, reservando-a exatamente para a função de reprodução” (MOURÃO, 2000, p. 12). Segundo a autora, historicamente o processo de emancipação da mulher na prática esportiva se deu de forma sutil e não confrontativa, trata-se de um fenômeno relativamente recente e tem apresentado progresso lento.

Atualmente, alguns cientistas ainda sustentam a segregação por sexo no esporte baseados em diferenças nas capacidades físicas entre os gêneros, segundo revisão da literatura:

Em relação à força muscular absoluta, a da mulher média é 63,5% da força do homem. A força muscular da parte superior do corpo das mulheres é de 55,8% da força dos homens enquanto que a da parte inferior é de 71,9%. Já em relação à capacidade aeróbia, a diferença em valores absolutos no consumo máximo de oxigênio é de aproximadamente 30%. Resultados

---

<sup>30</sup> Em tradução livre:

Artigo 5 Não discriminação e promoção da participação feminina

1. A prática de eSports é um direito fundamental para todos.

2. Todas as partes relacionadas aos eventos da LeSF, incluindo seus membros e parceiros, devem tomar todas as medidas apropriadas para eliminar a discriminação contra as mulheres e promover e elevar a participação de jogadoras para garantir, com base na igualdade de mulheres e homens, os mesmos direitos, em particular, de participar de atividades recreativas, de lazer e esportivas e todos os aspectos da vida cultural.

3. Qualquer tipo de discriminação contra linhagem, gênero, religião, política, indivíduo, organização ou qualquer outro motivo é estritamente proibido e punível com suspensão ou expulsão.

relativos à capacidade anaeróbica e potência anaeróbica apresentam os mesmos resultados que nos correspondentes aeróbicos. (PINTO; CORONEL; BRESOLIN, 2013)

No entanto, não há consenso sobre o tema. Por um lado, entre indivíduos do mesmo sexo biológico pode haver diferenças fisiológicas de peso, tamanho e estrutura corporal que apresentem impacto muito maior do que para atletas de estrutura física semelhante e sexo biológico diferente. Por outro, a evolução tecnológica e medicinal possibilita um nível de intervenção tão alto no treinamento e suplementação dos atletas que é muito difícil afirmar que essas barreiras fisiológicas ainda sejam intransponíveis entre os sexos. Além disso, a participação de atletas *trans* em competições esportivas levanta novas discussões acerca do tema, evidenciando que a separação entre os sexos no esporte trata-se de uma questão muito mais social do que biológica.

Conforme argumenta Jorge Knijnik em entrevista cedida a revista Superinteressante, mensurar as diferenças fisiológicas entre homens e mulheres só teria relevância se fosse possível apagar todos os aspectos históricos e sociais que envolvem o desenvolvimento dos atletas no contexto esportivo. Dado que historicamente o universo dos desportos, assim como as áreas da ciência e da tecnologia, como já argumentado até aqui, trata-se de um domínio de hegemonia masculina, torna-se impossível comparar o desempenho desses indivíduos de forma igualitária (SUPERINTERESSANTE, 2003).

As discussões acerca do tema não são recentes e os progressos acontecem de forma lenta e progressiva, mas é possível identificar alguns avanços no sentido de uma participação mais igualitária no contexto esportivo. Alguns esportes considerados tradicionais, como Basebol, Badminton, Bobsleigh<sup>31</sup> já contemplam a participação de atletas de todos os gêneros. Nos Jogos Olímpicos de Tóquio, em 2020, o número de eventos mistos dobrará, de nove para dezoito, contemplando novas provas como o revezamento 4 x 400 m no atletismo, o 4 x 100 m medley na natação e a disputa por equipes mistas no judô (FELIZOLA, 2018).

No que tange aos esportes eletrônicos, essa discussão poderia ser considerada desnecessária, uma vez que questões como peso, velocidade e massa muscular dos atletas não apresentam nenhum tipo de interferência direta no desempenho dos *gamers*. No entanto, como bem observado por Knijnik, a questão da segregação por gênero nos esportes se concentra muito mais no âmbito social do que no desporto ou na fisiologia dos atletas.

Especificamente em relação à prática desportiva eletrônica, é possível que estejamos diante do esporte mais democrático já praticado em termos de distinção de sexo e gênero, o que tem enorme impacto econômico, pois permite maior inserção de pessoas no mercado de trabalho de forma equiparada em todos os direitos sociais e trabalhistas. (MIGUEL, 2018 [s.p.])

Atualmente, a maioria das grandes competições de eSport em âmbito internacional define em regulamento a participação de jogadores de qualquer gênero, sendo, assim, classificadas como competições mistas. São os casos da *League of Legends Championship Series* (LCS), liga

---

<sup>31</sup> Esporte de inverno onde equipes de duas ou quatro pessoas realizam, por meio de um trenó, descidas cronometradas em uma pista de gelo sinuosa.

profissional norte-americana de LoL, do *The International*, maior torneio de Dota 2, popular por conceder os maiores prêmios em dinheiro no eSport, bem como da *Overwatch League*, competição profissional do videogame Overwatch. No entanto, apesar de não possuírem restrição de gênero entre seus participantes, em toda a história dessas competições há apenas dois casos de participação feminina entre as competições citadas, são elas: Maria “Remilia” Creveling, primeira mulher e transexual a disputar uma liga profissional de LoL, e Kim “Geguri” Se-yeon, primeira e única mulher a jogar na principal liga de Overwatch do mundo.

Como estratégia para vencer essa barreira de exclusão feminina no cenário competitivo dos eSports, diversas iniciativas como You Go Girls, Projeto Sakura, GIRLGAMER Esports Festival, Campeonato Rainha de Copas e My Game My Name tem surgido nos últimos anos, buscando alavancar um cenário competitivo exclusivamente feminino para que as atletas possam jogar e desenvolver suas habilidades competitivas em um ambiente seguro.

Essa estratégia, no entanto, não é consenso entre a comunidade *gamer*, nem mesmo entre as *gamers* de gênero feminino. Entre a parcela que defende a existência de competições segregadas por gênero, o argumento é de que esses espaços são uma alternativa para o acesso e desenvolvimento de mulheres no contexto profissional dos eSports. Por outro lado, quem se opõe a essa divisão por gênero argumenta que a segregação apenas marginaliza as mulheres a uma cena de menor importância, que atrai menores investimentos e impede que as *gamers* possam competir de forma igualitária com *pro-players* de gênero masculino.

Enquanto mercado de trabalho, o eSport se mostra uma área extremamente lucrativa, porém com grandes brechas de gênero. Assim como em esportes tradicionais, como o futebol, também tem por característica a glamourização de um seleto grupo de atletas de elite, que recebem salários milionários, enquanto um grande volume de atletas atua constantemente em campeonatos menores, sem qualquer tipo de reconhecimento ou salário, em especial se observado o recorte de gênero feminino.

De acordo com as estimativas, Peter Dager, um jogador dos EUA também conhecido como ppd, ganhou cerca de U\$ 2,74 milhões de dólares ao longo de sua carreira de eSports (STATISTA, 2018a). No entanto, entre as jogadoras os lucros são significativamente menores. De acordo com estimativas de sites especializados, a mulher com maiores ganhos como profissional de eSports foi a canadense “Scarlett”, Sasha Hostyn, que teria faturado U\$ 171 mil em todo o curso de sua carreira, aproximadamente 16 vezes menos que o jogador masculino com maiores ganhos (STATISTA, 2018b). Essa diferença é ainda maior se observados os dados do site eSports Earnings<sup>32</sup>, no qual os ganhos de *pro-players* de gênero masculino chegam a ser 25 vezes maiores do que os das atletas de gênero feminino. De acordo com as informações divulgadas, a maior parte da renda dos *pro-players* é proveniente de patrocínio, premiações e direitos de imagem.

Pesquisas acerca dos aspectos de gênero nos eSports ainda são muito limitadas, mas alguns estudos começam a evidenciar dados relevantes. Dados de 2017 apontavam que apenas 15% dos espectadores de eSports nos EUA eram mulheres (STATISTA, 2018c). Em 2019, o estudo de segmentação proposto pela Newzoo aponta que o gênero feminino responde por quase metade

---

<sup>32</sup> De acordo com as informações publicadas no site eSports Earnings, <https://www.esportsearnings.com>, os dados são baseados em informações públicas disponíveis na internet e alimentadas por uma comunidade colaborativa, com o objetivo de facilitar o acesso aos dados referentes ao cenário do eSport e evidenciar o crescimento das competições de videogames.



(46%) de todo do público definido como Popcorn Gamer<sup>33</sup>, aficionados em assistir *games* e eSports (NEWZOO, 2019a). Uma curva de crescimento de mais de 300% em apenas dois anos. Esse perfil que se inclina para um público mais jovem, concentra sua faixa etária entre 10 e 35 anos é um dos perfis apontados pela consultoria como mais promissores para crescer e se consolidar nos próximos anos motivado pela crescente popularização do *streaming*.

Nem todos os dados, no entanto, são tão positivos quanto o anterior. Segundo a associação Women in Games WIGJ, apenas cerca de 5% das pessoas que trabalham com eSports são mulheres (WOMEN IN ESPORT, 2018). A presença feminina também ainda é extremamente reduzida em transmissões realizadas via *streaming* em plataformas como Twitch e YouTube. Estimativas de sites especializados apontam que 81,5% dos canais da Twitch, maior plataforma de *streaming* de *games*, pertencem a usuários de gênero masculino, no entanto, não é possível afirmar se esse número é real uma vez que a Twitch não coleta e divulga estatísticas a respeito de gênero de seus usuários (INFLUENCER MARKETING HUB, 2018). Essas transmissões representam um novo e gigantesco mercado para os profissionais da área de *games* e, apesar de promissor, também já começa a dar evidências de problemas de gênero enraizados em sua estrutura.

### 2.3. STREAMING DE GAMES

O fácil acesso a dispositivos de gravação, edição e compartilhamento de conteúdo tornou o ato de jogar um *game* em um evento público, consumível, que pode ser acompanhado por milhares de pessoas de qualquer parte do mundo de forma síncrona ou assíncrona. O *streaming* popularizou novas formas de compartilhar a experiência de jogo, seja por meio de resenhas, transmissão de partidas amadoras, campeonatos internacionais, tutoriais e dicas de jogos, entre outros.

Para Guy Debord, escritor francês e teórico marxista, na sociedade a representação imagética está separada da experiência real e concreta de forma que tudo se torna uma representação, o que ele chamou de “Sociedade do espetáculo” (DEBORD, 2003). O autor dialoga e atualiza a concepção marxista do capitalismo, afirmando que a sociedade continua a ser baseada no acúmulo de mercadorias, mas que essas não seriam mais apenas fruto da produção mercantil, e sim de uma sociedade baseada na produção e consumo de imagens (COELHO, 2016).

Na sociedade do espetáculo, a separação entre as experiências concretas e a representação imagética dessas experiências nos leva à perda do controle sobre a dimensão simbólica, na qual as experiências concretas são esvaziadas de sentido e passam a ser também fetichizadas. No contexto das transmissões em *streaming*, o conceito de performance no jogo extrapola os atributos de desempenho técnico e ganha contorno de caráter social e performático. O jogador, ou no caso o *streamer*, representa um papel durante a transmissão no qual tão relevante ou mais que sua habilidade técnica é a sua capacidade de entreter e cativar a audiência. Mais de

---

<sup>33</sup> As oito personas propostas pela Newzoo para segmentação do perfil *gamer* serão mais profundamente abordadas no capítulo 2.4.

que jogar, o *streaming* implica em certas características performáticas encenadas nas quais as ações do *streamer* buscam agradar e fidelizar a audiência (AGUIAR, 2018).

Durante uma transmissão, o *streamer* captura e exhibe suas expressões faciais, além de simular um diálogo com sua audiência, que pode acontecer por meio de *chats* e conversas por voz. Para tal, esses *streamers* acabam, em grande parte, optando por seguir modelos e formatos de transmissões realizados por outros canais bem-sucedidos, abrindo mão de uma suposta autenticidade para promover seu conteúdo. Nesse sentido, “a exterioridade do espetáculo em relação ao homem que age aparece nisto, os seus próprios gestos já não são seus, mas de um outro que lhes apresenta” (DEBORD, 2005, p. 19).

A maneira como o *streamer* vivencia a experiência do jogo está diretamente influenciada pela noção de que sua performance está sendo acompanhada pelo público, acrescentando uma camada de expectativa quanto ao seu desempenho, humor, aparência e capacidade de interação com os demais jogadores (no caso das partidas *multiplayer*) e com o próprio público, que retroalimenta o *streamer* com seu *feedback* síncrono e assíncrono por meio de *chat* de texto e voz, ou ainda, *emoticons*, *stickers* e diferentes linguagens por meio de redes sociais conectadas, formando um novo processo de comunicação baseado no compartilhamento da experiência midiaticizada do jogo.

O fenômeno do *streaming* levou os *games* a um novo processo de midiaticização. Em linhas gerais, o conceito de midiaticização faz uso de diversas teorias e metodologias que fornecem um arcabouço para a análise e compreensão do papel mutável dos meios de comunicação na relação com os demais processos culturais e sociais (HJARVARD, 2014). A midiaticização concentra-se nas transformações estruturais de longo prazo das relações entre mídia, cultura e sociedade, e concebe o fenômeno a partir da evidência de novos padrões de interação promovidos por essas mídias e sua relação com a sociedade.

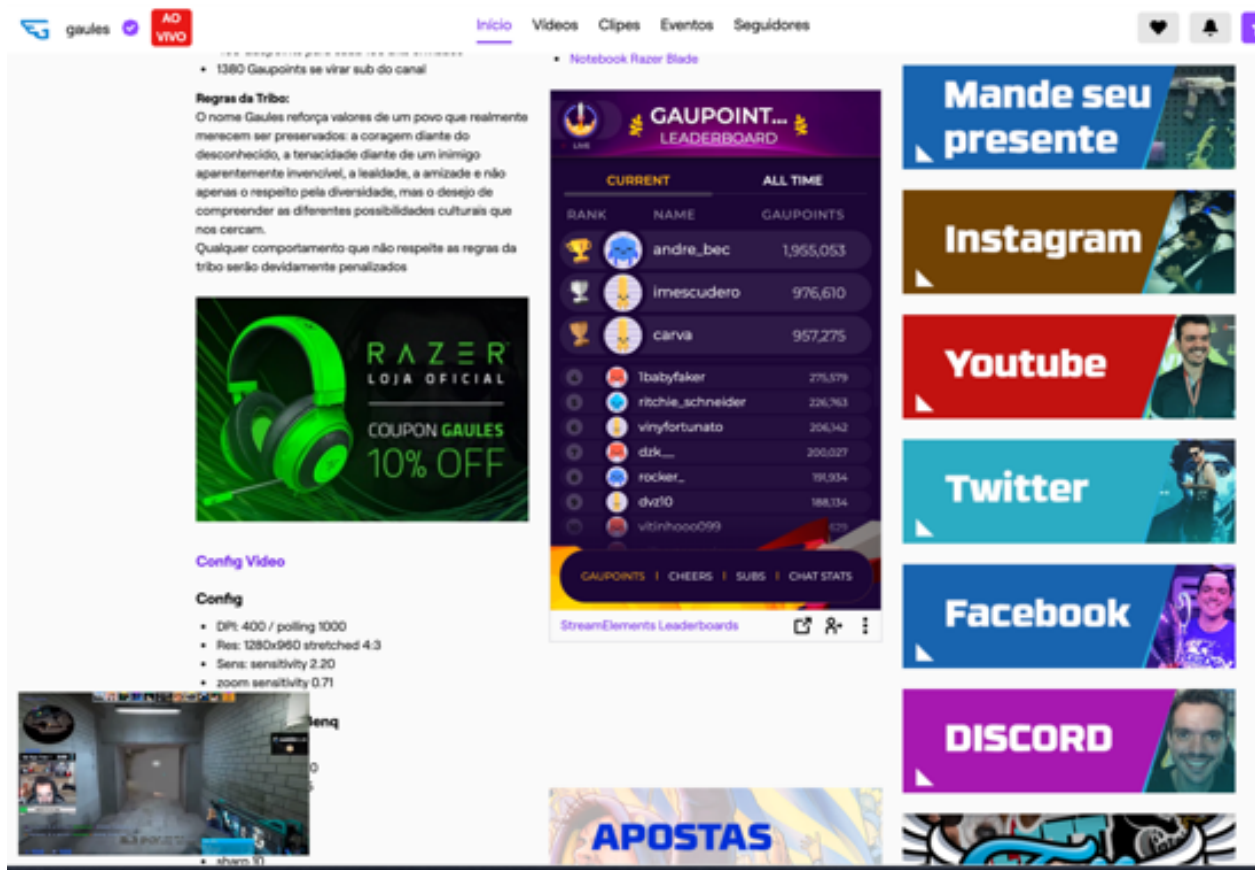
O processo de midiaticização pode apresentar duas formas distintas, porém não excludentes, e que frequentemente atuam de maneira combinada: a midiaticização direta (forte) e a indireta (fraca) (HJARVARD, 2014). No caso da midiaticização direta, é notável que determinada ação social até então não mediada, ou seja, realizada a partir de interação face a face, passa a ser realizada por uma interação com determinado meio. O autor Stig Hjarvard, em seu livro *A midiaticização da cultura de massa* (2014), cita um exemplo relacionado ao tema *games* para ilustrar a midiaticização direta, no qual um jogo de xadrez de tabuleiro físico se transforma em um simulador de computador. Nesse caso, é fácil reconhecer o “antes” e o “depois” do processo de midiaticização. As regras, objetivos e estruturas do jogo se mantêm, porém, o uso de um computador abre novas possibilidades de exploração do jogo de forma assíncrona, à distância, inclusive de maneira individual, jogando apenas contra a máquina.

No entanto, se pensarmos no processo de *streaming* dos *games* podemos defini-lo também com um exemplo de midiaticização indireta (fraca). Os videogames sempre foram realizados por meio de dispositivos eletrônicos, mas, ao longo dos últimos anos, o processo de jogar foi transformado de um ato individual ou restrito a pequenos grupos localizados fisicamente próximos (por exemplo, em *LAN houses*), para uma experiência global, transmitida e compartilhada por todo o planeta de forma simultânea e interativa, sendo diretamente influenciada pelo meio (plataformas de *streaming*) e por esses outros sujeitos (*gamers* e *viewers*).

Esse processo de mediação indireta se dá de forma mais sutil, mas nem por isso menos transformadora do que no caso do simulador de xadrez. Em ambos os casos a mediação diz respeito a uma crescente dependência das instituições por recursos controlados pelos meios de comunicação. Como já mencionado anteriormente, o processo de comunicação de um *game* não necessariamente se encerra quando uma partida de jogo termina. Dada a própria dinâmica comunicacional nos contextos digitais, essas interações transcendem o espaço-tempo da transmissão e continuam, por vezes, a reverberar em outros contextos comunicacionais.

Um elemento constantemente utilizado por *streamers* em sua página da Twitch é a integração e divulgação com outras redes sociais, que proporciona melhor conectividade social e engajamento com o público (SJÖBLOM et al., 2019). Essas redes costumam ser utilizadas para promover as transmissões e gerar aumento na audiência.

Figura 20 - Perfil do *streamer* Gaules na Twitch



Fonte: Twitch, 2019.

A Figura 20 apresenta uma captura de tela do perfil do *streamer* Gaules na plataforma Twitch que ilustra a utilização desse espaço para divulgação e integração com outras redes sociais, como o Instagram, YouTube, Twitter, Facebook e Discord. Essa conectividade tem grande importância para a construção e o fortalecimento de uma comunidade centralizada na figura do *streamer*, que passa a ter o *status* de *digital influencer*, podendo utilizar o público como mercadoria em transações comerciais dentro e fora da plataforma (SJÖBLOM et al., 2019).

O processo de midiaticização indireta pelo qual o *streaming* de *games* se constitui leva o espectador a um papel de interação mediada, pela qual, mais do que assistir, ele participa, comenta e é coprodutor do conteúdo ou experiência de jogo. Em outras palavras, “interação social consiste em comunicação e ação” (HJARVARD, 2014, p. 52). Nos meios de comunicação interativos, “tanto emissor quanto receptor podem influenciar o conteúdo da comunicação, embora tal intercâmbio não seja ainda comparável àquele que se verifica na comunicação física, face a face” (HJARVARD, 2014, p. 28).

O ato de realizar o *streaming* do jogo tem peso muito diferente do ato de jogar uma partida. Em geral, os *streamers* não exibem apenas as cenas da partida, mas também expõem sua imagem na tela, esboçando reações e interagindo com os *viewers* de forma multimidiática. “Significa dizer que os *streamers* não apenas jogam um jogo e o transmitem, porém jogam ‘para’ e ‘com’ a sua audiência” (SEULA; AMARO, 2018).

Dessa forma, quando o *gamer* assume o papel social de *streamer*, diferentes competências são exigidas e inicia-se uma ação de interação direta com outros sujeitos que podem ser também *gamers*, *streamers* ou *viewers*, cada um contribuindo e modificando o andamento do jogo, de forma a levar à simbiose de construção da experiência midiaticizada e espetacularizada dos *games*. Esses aspectos são fundamentais para compreender de que formas se constrói a identidade *gamer*.

## 2.4. JOGO, LOGO SOU GAMER?

Definir o que torna um usuário de jogos digitais em um *gamer* não é simples. Os usuários mais radicais afirmam que é preciso anos de experiência em jogos digitais, bem como longas horas de dedicação diária para se considerar um *gamer*. Já em pesquisas acadêmicas, o termo aparece relacionado a diferentes quantidades de horas de dedicação. No estudo *Different cognitive abilities displayed by action video gamers and non-gamers*, os autores consideram como *gamers* aqueles usuários que jogam pelo menos uma hora por semana (KOWAL et al., 2018). A maioria das pesquisas, no entanto, opta por separar os *gamers* entre jogadores “casuais” e “hardcore”.

O livro *A casual revolution: reinventing video games and their players* discute essa dicotomia entre jogadores “casuais” e “hardcore”. Segundo ele, o estereótipo do *gamer* “hardcore” seria o do adolescente “nerd”, majoritariamente de gênero masculino e fã de ficção científica, zumbis e ficções de fantasia, que investiria muitos recursos financeiros na aquisição de jogos, bem como tempo na experiência de jogos muito complexos. Em oposição a essa figura estaria o jogador “casual”, mais interessado em fantasias positivas e experiências fáceis e agradáveis de jogo, com pouco tempo disponível para jogar e pouco disposto a investir recursos financeiros em *games* (JUUL, 2010).

O autor defende a tese de que os jogos casuais estão revolucionando o mercado de *games* fomentados especialmente pelos jogos de interface mimética e os jogos disponíveis para download. Nos jogos de interface mimética os movimentos do avatar em tela imitam a atividade do jogador, por exemplo o *Just Dance*, jogo de dança, ou ainda em jogos de esportes como Tênis e Golfe, popularizados inicialmente pelo Nintendo Wii e atualmente disponíveis em versões similares de todas as grandes fabricantes de consoles, chegando atualmente a experiências ainda mais imersivas por meio de óculos de realidade virtual (VR) e experiência em realidade aumentada (RA).

Quanto aos jogos para download, no livro de 2010 o autor se concentra em jogos disponíveis para instalação em computadores, que promovem narrativas simples e apresentam interface leve. Atualmente, esses jogos migraram para as plataformas *mobile* e são extremamente populares, com conteúdo de todos os tipos em versões gratuitas, pagas ou ainda em modelo *freemium*<sup>34</sup>, como o Candy Crush, por exemplo.

Os jogos considerados *hardcore* são mais complexos e exigem de seus jogadores longo tempo de dedicação para compreensão da narrativa e mecânicas de jogo, em geral possuem progresso

---

<sup>34</sup> Modelo de negócio tipicamente utilizado em serviços digitais em que determinado produto é oferecido de maneira *free*, ou seja, gratuita, mas usuários podem pagar para obter benefícios adicionais considerados “*premium*”.

lento e contínuo, demandam persistência do jogador para concluir as missões e desafios propostos pelo *game* e, em tese, proporcionariam experiências mais significativas de jogo. Os jogos casuais, em contrapartida, podem ser jogados em breves períodos de tempo e não exigiriam conhecimento íntimo da narrativa do *game* (JUUL, 2010).

Esses estereótipos podem induzir à interpretação de que os *gamers* casuais seriam menos dedicados aos jogos e teriam experiências menos significativas, no entanto, por serem mais flexíveis, os jogos casuais podem levar o jogador a dedicar tempo e maior frequência aos *games* se comparado aos *gamers hardcore*. Dessa forma, não é incomum que um *gamer* casual conheça mais títulos e tenha mais experiências de jogos do que um *gamer* considerado *hardcore*.

Outro ponto importante em relação à dicotomia entre *gamers* casuais e *hardcore* é que essas posições não são fixas e podem variar de acordo com o contexto de vida dos jogadores. Um jogador *hardcore* pode passar a ter menos tempo para se dedicar aos jogos por motivos de trabalho ou dedicação aos filhos e à família, optando por jogar *games* casuais como “passatempo”. Da mesma forma, jogadores considerados casuais podem passar a ter tanto interesse em pequenas experiências de *games* que começam a investir recursos financeiros e de tempo consideráveis em experiências de jogo.

A *Pesquisa Game Brasil 2019* se baseia nessa dicotomia de *gamers* casuais e *hardcore* para segmentar o perfil dos *gamers* brasileiros: 67,2% correspondem a *gamers* casuais, enquanto apenas 32,8% são considerados *gamers hardcore*. Na perspectiva da pesquisa, a linha que separa um *gamer* casual de um *hardcore* é definida pela quantidade de horas dedicadas aos *games*, tipo de dispositivo utilizado e investimentos realizados na compra de jogos e equipamentos.

Segundo a Newzoo, consultoria líder em análises de jogos e esportes, no entanto, a separação linear entre jogadores “casuais” e “*hardcore*” é incompleta e oferece poucos subsídios para a compreensão das múltiplas e complexas camadas que compõem o público *gamer*. O relatório publicado pela instituição em 2019 segmenta o público em oito personas que, segundo a companhia, abrangem todos os aspectos do envolvimento do consumidor de *games*: jogar, assistir e consumir.

Os pesquisadores notaram diferentes tipos de comportamentos entre os entusiastas *gamers*, que variavam de acordo com seus hábitos de jogo, de compras relacionadas aos jogos e com a maneira como eles compartilham e se engajam ativamente com conteúdo e discussões sobre jogos em redes sociais e outras comunidades on-line (NEWZOO, 2019a).

Figura 21 - As oito categorias propostas pela Newzoo



Fonte: Bosman, 2019.

Em linhas gerais, as oito categorias apresentadas pela Newzoo (2019), são:

- *The Ultimate Gamer*: (13%) perfil que investe todo o seu tempo livre e dinheiro em *games*. Este segmento é majoritariamente masculino, o gênero representa 65% desta parcela de *gamers* e a faixa etária média é de 28 anos. Eles jogam, assistem e consomem *games*.
- *The All-Around Enthusiast*: (9%) este perfil é um pouco menos dedicado aos *games* que o perfil anterior, mas ainda assim bastante interessado em jogar, assistir e consumir conteúdos de *games*. Também é majoritariamente masculino, mantendo a proporção de 65% do público de gênero masculino e 35% feminino, no entanto são mais jovens, concentram-se na faixa etária de 27 anos.
- *The Cloud Gamer*: (19%) gostam muito de *games*, mas diferentemente dos anteriores, têm pouco interesse por investir em *hardwares*. Compram equipamentos apenas quando necessário. Jogam muito, não assistem a tantos jogos e compram pouco. Esse público é mais equilibrado em relação à distribuição de gênero, sendo composto por 59% do gênero masculino e 41% do feminino, em média com 28 anos.
- *The Conventional Player*: (4%) não têm muito interesse em assistir jogos, gostam de manter-se atualizados quanto aos últimos lançamentos do mercado. Comprar *hardwares* e equipamentos é parte da diversão para este perfil de maioria masculina, 62%, na média de 32 anos.
- *The Hardware Enthusiast*: (9%) jogam casualmente e não têm muito interesse em assistir conteúdos de jogos. Investem muito na compra de consoles, computadores e equipamentos de jogo. São majoritariamente de gênero masculino, 60%, na faixa etária de 30 anos.

- *The Popcorn Gamer*: (13%) esta parcela do público investe mais tempo assistindo do que de fato jogando. São usuários ativos de plataformas como Twitch e YouTube. Investem pouco em jogos e equipamentos e são distribuídos entre 54% do gênero masculino e 46% do feminino. Concentram-se na faixa etária de 29 anos.
- *The Backseat Viewer*: (6%) costumavam ser jogadores muito ativos, mas atualmente têm pouco tempo para jogar devido à família e ao trabalho. Jogam pouco, gastam pouco com *hardwares*, mas investem tempo em assistir eSports em plataformas de *streaming*. Também são fãs de esportes tradicionais. O gênero masculino representa 57% deste público, que se concentra na faixa etária de 31 anos.
- *The Time Filler*: (27%) têm pouco interesse em assistir eSports e ver partidas de *games*, jogam no tempo livre e investem em *hardwares* e equipamentos moderadamente. Jogam para passar o tempo, especialmente em dispositivos móveis. Público majoritariamente feminino, representando 61%. Consideravelmente mais velho que os anteriores, a média de idade é de 38 anos.

Assim como Juul argumenta que as posições entre *gamers* casuais e *hardcore* não são fixas, podemos observar que as oito categorias listadas pela Newzoo também são passíveis de sobreposições e migração de perfil ao longo da vida de um *gamer*. A constante transformação do setor, fomentada pelo avanço frenético da tecnologia e novas formas de configuração social, impede delimitações de extremidades sólidas e regulares entre os diferentes perfis de *gamers*.

No entanto, ainda hoje a figura do *gamer* parece estar associada ao perfil do jovem de classe média do sexo masculino no imaginário popular. Segundo pesquisas, a maioria dos adultos acredita que os homens são maioria entre os que jogam videogames (RUVALCABA et al., 2018). Uma possível explicação para isso se dá porque “historicamente os jogos promovem em sua grande maioria a narrativa e visualidade de personagens brancos, homens e heterossexuais” (GOULART et al., 2017, p. 128).

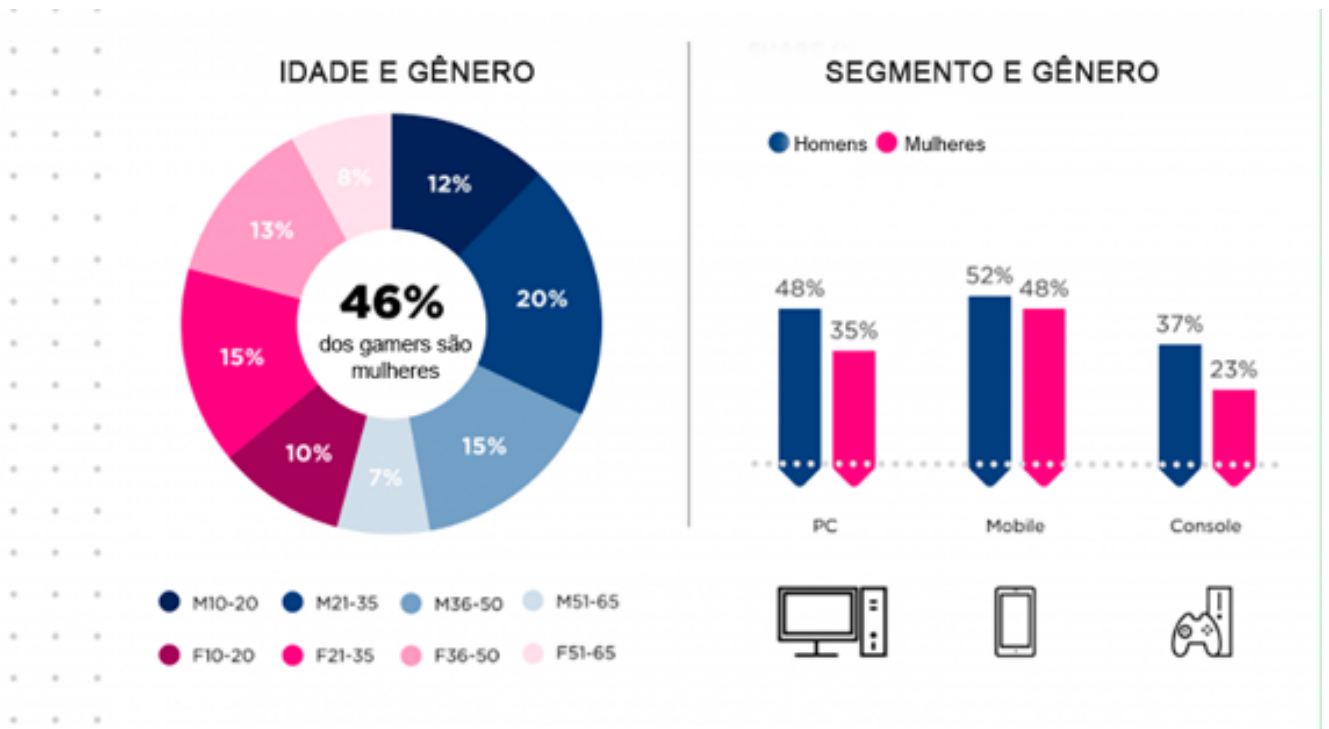
## 2.5. O QUE É JOGAR COMO UMA GAROTA?

Os dados apresentados pelo relatório da Newzoo demonstram que o estereótipo de *gamers* como um público homogêneo formado basicamente por adolescentes de gênero masculino é antiquado e impreciso. Pesquisas apontam que, no Brasil, as mulheres jogam tanto ou mais que os homens, mas, ainda assim, não são consideradas como *gamers*.

Dados do relatório *Gamer Consumer Insights* de 2017 já apontavam a forte presença feminina entre o público *gamer*. Na ocasião, elas representavam 46% do público enquanto os homens respondem por 54%, proporção que se mantém no relatório de 2019 (NEWZOO, 2017; NEWZOO, 2019).



Figura 22 - Gênero dos gamers



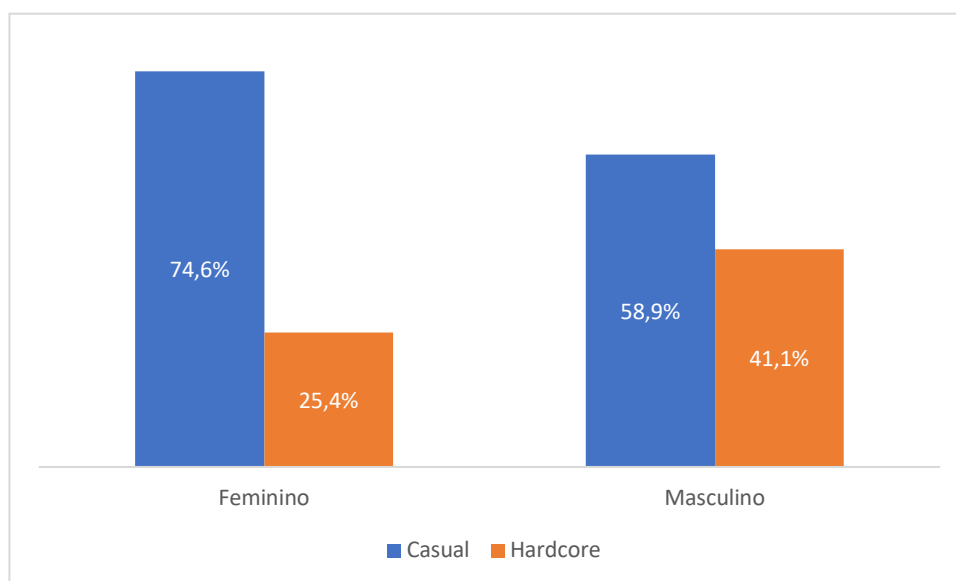
Fonte: adaptada de Newzoo, 2017.

A Figura 22 revela importantes dados a respeito dos dispositivos utilizados para jogar. Em relação aos dispositivos móveis, jogos realizados em *tablets* e *smartphones*, os acessos são igualmente populares entre homens e mulheres, sendo que 52% deles e 48% delas jogam pelo menos mais de uma vez por mês nesses dispositivos. Porém, quando se trata de consoles, os dados evidenciam um contraste maior entre os gêneros (NEWZOO, 2017).

Entre os homens que jogam pelo menos uma vez por mês, o *personal computer* (PC) é o principal dispositivo utilizado, respondendo por 48% dos jogadores, seguido pelos consoles, que são a preferência entre 37% deles. Já entre as mulheres, apenas 35% afirmam utilizar o PC como dispositivo de jogos e 23% os consoles. Esses dados são relevantes, pois quando se trata da profissionalização nos eSports, os jogos de dispositivos móveis recebem pouca ou nenhuma atenção. A mídia especializada bem como as empresas que patrocinam e fomentam o mercado dos eSports estão focadas nos jogadores de PCs e consoles, pelo menos até o momento.

Dados da PGB19 corroboram esse aspecto e destacam ainda que, no contexto nacional, as mulheres são maioria entre os *gamers*, representando 53% do público. Apesar disso, na pesquisa 74,6% das mulheres são categorizadas como *gamers* casuais, enquanto 25,4% são consideradas *gamers hardcore*. Entre os homens há um maior equilíbrio entre os estilos, 58,9% se enquadram na categoria de *gamers* casuais enquanto 41,1% são considerados *gamers hardcore* (SIOUX GROUP et al., 2019). O Gráfico 1 ilustra essa diferença.

Gráfico 1 - Relação entre *gamers* brasileiros considerados casuais e *hardcore* segundo a PGB19

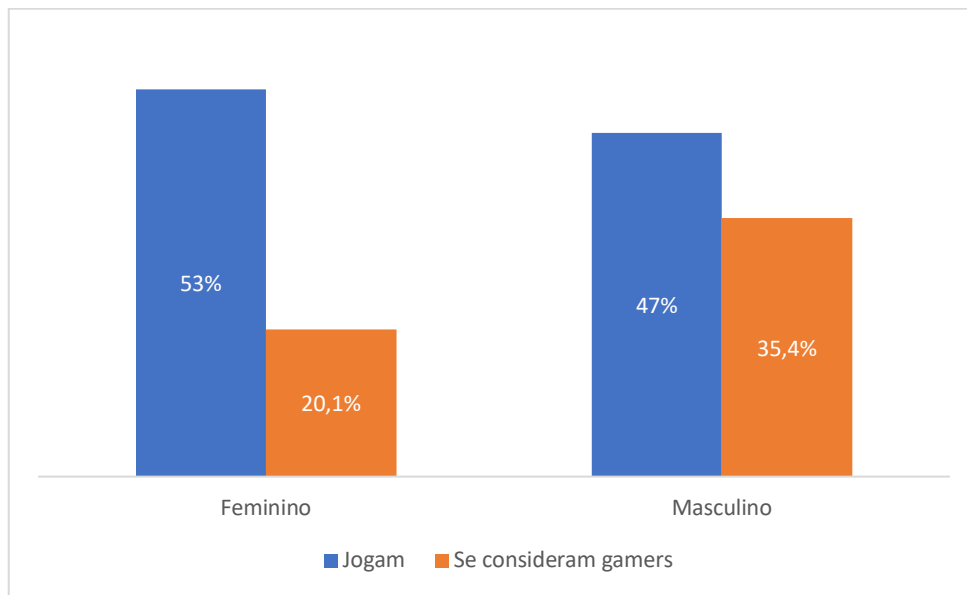


Fonte: elaborado pela autora.

O fato identificado pela Newzoo das mulheres preferirem as plataformas *mobile* para interagir com os jogos, aliado ao fato ilustrado na PGB19 de que a maioria delas são *gamers* casuais, ajuda a explicar o curioso dado em relação a como homens e mulheres se autointitulam enquanto *gamers*.

Mesmo sendo maioria entre os praticantes de jogos digitais, apenas 20,1% das mulheres se consideram *gamers*, enquanto, entre os homens, a fatia que se considera *gamer* é de 35,4% (SIOUX GROUP et al., 2018). Os gráficos a seguir ilustram essa relação.

Gráfico 2 - Proporção entre jogadores que se autointitulam “gamers” por gênero



Fonte: elaborado pela autora.

Esses dados elucidam como a participação feminina no *games*, ainda que presente de forma massiva e superior à masculina no caso do cenário brasileiro, vai sendo mantida marginalizada ao segmento dos *games* considerados casuais, setor que, apesar de estar revolucionando o mercado, como apontado por Juul (2010), ainda é menos valorizado, recebe menores investimentos e publicidade e, conseqüentemente, menores oportunidades de profissionalização.

Se observada a segmentação proposta pela Newzoo quanto ao recorte de gênero, a maior concentração do público feminino, 36%, se enquadra na categoria *Time Filler*, ou seja, jogam para “passar o tempo”. São pessoas que jogam com frequência, normalmente no celular, durante o tempo livre, como filas, horário de almoço, no transporte etc. Esse perfil assemelha-se de forma geral ao que a PGB19 considera como *gamers* casuais: jogadores que utilizam o tempo livre para jogar e pouco investem em *games* e equipamentos de jogos.

A segunda maior concentração de *gamers* do gênero feminino está na categoria *Cloud Gamer*, que corresponde a 17% do público. Elas desfrutam com frequência de experiências de jogos de alta qualidade, mas preferem títulos gratuitos ou com desconto e investem em *hardware* como consoles e computadores *gamers* apenas quando necessário. Em terceiro lugar, a categoria *Popcorn Gamers* representa 14% do público feminino, o que significa que jogam um pouco, mas gostam de assistir conteúdo relacionado a jogos, em especial, acompanhar eSports em plataformas de *streaming*.

Somados, esses três perfis desafiam a visão limitada de que as mulheres teriam uma preferência inata por jogos mais casuais, menos competitivos e mais sociais. Dados que corroboram a visão de Elisabeth Hayes ao argumentar que as suposições e generalizações pautadas em orientações de gênero em relação aos videogames não conseguem refletir as diversas e complexas maneiras pelas quais mulheres e homens podem se interessar e desfrutar de experiências de *games*. A autora defende que para compreender a experiência de indivíduos em relação aos jogos digitais

é preciso levar em conta a complexidade da identidade das pessoas, como fatores culturais, contexto social, história pessoal, e não apenas o gênero (HAYES, 2007).

Se observado ainda sob a perspectiva de De Lauretis, em que os *games* são tecnologias de gênero, o tempo de dedicação aos jogos identificado nas pesquisas citadas pode revelar contextos sociais mais profundos. Segundo as pesquisas, os homens costumam jogar mais constantemente em computadores e consoles, 20,4% dos homens disseram jogar todos os dias contra 15,1% das mulheres. No entanto, ao cruzar esses dados com informações sobre o tempo de trabalho não remunerado realizado pelos gêneros, podemos elucidar algumas diferenças importantes sobre como homens e mulheres lidam com o “tempo livre”.

O trabalho doméstico, como cuidar dos filhos, da alimentação e da organização da casa, ainda se mantém majoritariamente feminino, pesquisas apontam que as mulheres respondem por pelo menos duas vezes mais trabalho doméstico do que homens (MEDEIROS et al., 2018). Somadas as horas de jornada de trabalho e afazeres domésticos, as mulheres brasileiras trabalham em média 3,1 horas semanais a mais que os homens (IBGE, 2018). Dessa forma, uma hipótese para a diferença de horas dedicadas aos *games* por gênero pode ser a de que os homens teriam muito mais tempo livre para se dedicar aos jogos do que as *gamers* de gênero feminino.

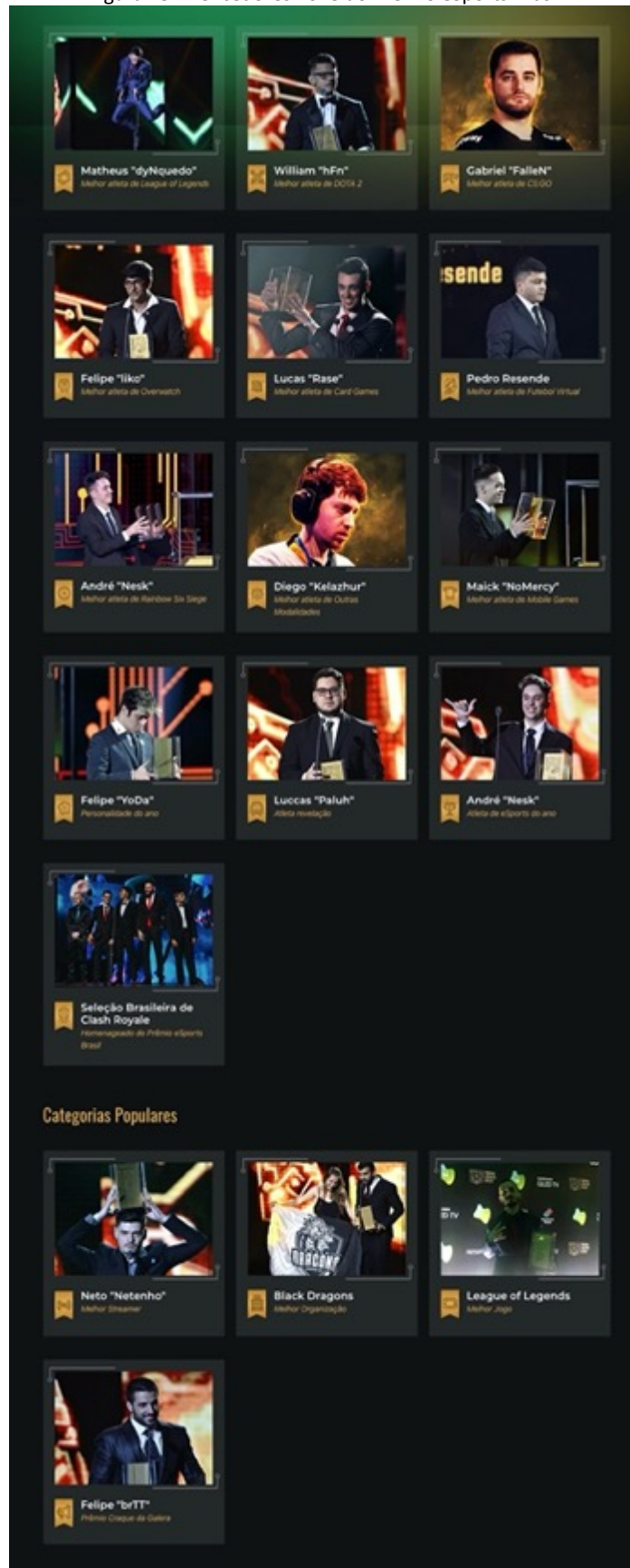
Se observada sob a ótica da interseccionalidade, essas brechas se mostram ainda maiores. Quanto à classe social, dados apontam que o interesse em eSports concentra-se no público de classes A e B, perfil que tem acesso irrestrito à internet de banda larga e canais de televisão por assinatura (SIOUX GROUP et al., 2019). Mesmo com a popularização dos *smartphones* e a internet móvel, cerca de 30% da população brasileira ainda não tem sequer acesso à internet. Não foram encontrados dados a respeito de raça no cenário dos eSports, mas uma breve análise sobre as fotos dos vencedores do “Prêmio eSports Brasil 2018<sup>35</sup>” (PEB18) pode ilustrar como, além de masculina, a indústria *gamer* também é hegemonicamente branca.

Dados de 2018 indicam que a população brasileira é composta em sua maioria por pardos (46,5%), seguido de brancos (41,3%) e negros (9,3%). Somando pardos e negros, a população não branca representa 55,8% da população nacional. Quanto ao gênero, a maior parte da população é de mulheres, 51,7% (IBGE, 2018). Apesar disso, entre os vencedores do “Oscar brasileiro” dos eSports não há nenhum *gamer* negro e a única mulher premiada representava um clube de eSport, o Black Dragon, conforme Figura 23.

---

<sup>35</sup> O Prêmio eSports Brasil é um evento anual organizado e realizado em parceria pelo Grupo Globo e pela Go4it.

Figura 23 - Vencedores 2018 do Prêmio eSports Brasil



Fonte: Prêmio eSports Brasil, [s.d.].

A ocasião da votação do prêmio ilustrou ainda a face machista e racista da comunidade *gamer* brasileira. A *pro-player* Danielle “Cherna” Andrade, de 19 anos, foi a única mulher indicada a uma categoria de “melhor atleta” na fase de indicação de júri. Durante a etapa de votação popular, a atleta sofreu uma onda de ataques em suas redes sociais, conforme exemplos a seguir:

Figura 24 - Ataques nas redes sociais contra a *pro-player* “Cherna”



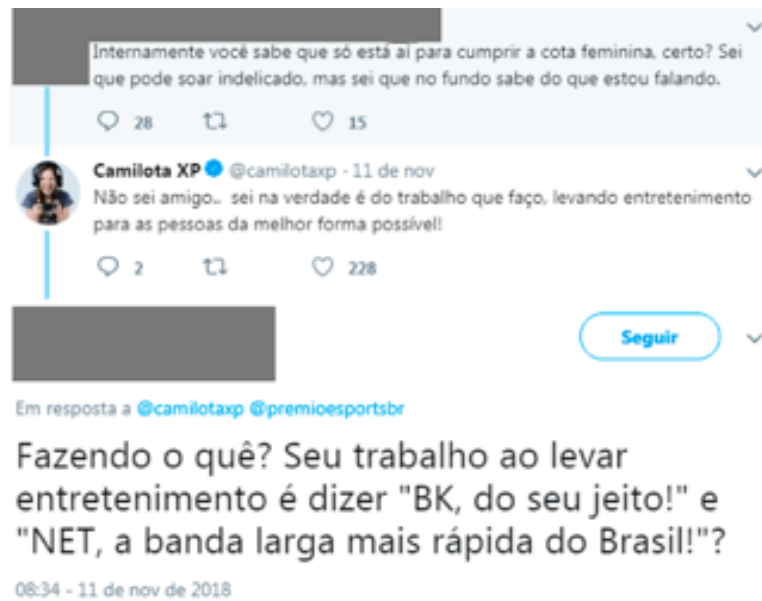
Fonte: adaptado de Soriano (2018).

A organização do evento publicou rapidamente uma nota oficial de repúdio aos ataques em que escreveu: “Lamentamos e repudiamos todas as ofensas proferidas à atleta @ChernaR6 e ao nosso Superjúri. É triste que episódios como este ainda ocorram. Seguiremos firmes na luta pelo respeito e no combate a quaisquer tipos de preconceitos” (PRÊMIO ESPORTS BRASIL, [s.d.]). No entanto, nenhuma ação mais enfática foi tomada pela organização.

A premiação foi dividida em dois tipos: Técnicas, com doze categorias; e Populares, com quatro categorias. No total, foram 88 indicados, entre atletas profissionais, organizações e *streamers* exclusivamente brasileiros e atuantes em 2018, dos quais apenas dois eram do gênero feminino (2%). Nenhuma mulher foi vencedora entre as 16 categorias premiadas. Quanto ao júri, entre as 40 pessoas selecionadas apenas oito eram mulheres (20%) (SPORTV.COM, 2018).

Camila “Camilota XP” Silveira, apresentadora e *streamer*, segunda mulher a ser indicada ao PEB18, concorria na categoria “Personalidade do Ano”. Camilota também recebeu mensagens de ataque em suas redes sociais:

Figura 25 – Ataques direcionados a “Camilota XP” nas redes sociais



Fonte: Soriano, 2018.

Os ataques a “Cherna” e “Camilota XP” ilustram alguns pontos discutidos até aqui: o sexismo de parte da comunidade *gamer*; a utilização das redes sociais para realização desses ataques; a brecha de gênero na participação feminina em contextos profissionais de eSport; e a ausência ou baixíssima representação de pessoas negras e pardas entre a comunidade *gamer*. Mas além desses pontos, amplamente discutidos até aqui, o exemplo do Prêmio eSport Brasil levanta ainda novas questões: o que diferencia a onda de ataques sofrida por Cherna e Camilota XP? Algum papel é aceitável para a mulher na comunidade *gamer*?

A objetificação e sexualização da figura feminina não fica restrita apenas às personagens em narrativas de jogos, ela também é projetada sobre os corpos das *gamers* em competições de eSport e transmissões de *streaming*. Dados de um estudo realizado em uma universidade da Índia apontam que as comunicações realizadas por *chat* da Twitch direcionadas a *streamers* mulheres, em geral, são relacionadas à sua aparência e forma física enquanto *streamers* do sexo masculino recebem mais comentários focados em suas habilidades de jogo, como por estratégias, movimentos, velocidade etc. (NAKANDALA et al., 2016).

Em seu estudo, Ruvalcaba *et al.* (2018) identificou que mesmo quando as mulheres recebem comentários positivos em comunicações na Twitch, cerca de 37% deles focam exclusivamente em sua aparência física, comportamento que os autores denominam como sexismo benevolente. Em comparação, apenas 7,5% das comunicações recebidas pelos homens são a respeito da sua aparência.

As críticas observadas em direção a Camilota possuem fortemente a marcação de gênero, como afirma o primeiro comentário: “*internamente você sabe que está ai para cumprir a cota feminina, certo?*”. A *streamer* concorria na categoria de “Personalidade do Ano”, na qual não há uma comparação direta de suas habilidades *gamers* com as dos demais concorrentes homens. Conforme descrito no regulamento do prêmio, “Na categoria denominada ‘Personalidade do ano’, não serão considerados os desempenhos técnico ou esportivo dos indicados, mas sim sua

contribuição para o desenvolvimento do esporte eletrônico no Brasil” (PRÊMIO ESPORTS BRASIL, [s.d.]). A *streamer* tem sua presença questionada com base apenas na concepção machista de que, como mulher, pouco teria a contribuir com o eSport brasileiro.

Em contrapartida, Cherna, como mulher negra, recebe duas marcações que intersectam a produção de sua identidade e acarretam uma experiência conjunta de machismo e racismo. Sobre ela pesam, assim como sobre Camilota, críticas a respeito de sua habilidade técnica como *gamer* pelo fato de ser mulher, mas diferentemente da *streamer*, Cherna disputa a categoria de “Melhor atleta de Rainbow Six Siege”, o que implica em uma comparação direta de suas habilidades técnicas em relação ao desempenho de atletas do gênero masculino.

Dados demonstram que ao perder para uma oponente do gênero feminino, os homens preocupam-se mais com o impacto negativo em sua reputação do que com a derrota de fato (RUVALCABA et al., 2018). Para além disso, ainda pesam sobre Cherna preconceitos raciais profundamente enraizados na cultura *gamer* e evidenciados na ocasião do GG. Atualmente, os membros do GG também são denominados de extrema-direita, *alt-right*, ou como afirma Jessie Daniels, da Hunter College, em Nova York, trata-se “apenas uma forma de se dar um novo nome para os supremacistas brancos” (GAGLIONI, 2019, [s.p.]).

Os casos de Cherna e Camilota ilustram a maneira como se dá a experiência feminina no contexto dos eSports e *streaming* em território brasileiro. Diversas pesquisas em contexto global evidenciam ainda outros dados a respeito da experiência feminina nesses territórios.

Os resultados de um estudo realizado em 2018 sobre a experiência de mulheres em relação ao *feedback* de outros jogadores em partidas de eSports sugeriram que a experiência do gênero feminino inclui mais assédio sexual em comparação a dos homens (RUVALCABA et al., 2018). O mesmo estudo aponta ainda que, assim como nos esportes tradicionais, ameaças e estereótipos de gênero afetam negativamente o desempenho das *pro-players*. Quando essas jogadoras são expostas a informações que indicam que os homens tendem a ter desempenho superior em sua área de atuação, elas apresentam um desempenho pior em suas partidas.

O estudo conclui que o assédio sexual ao qual as jogadoras estão constantemente expostas no cenário *gamer* pode impedir e reduzir o volume de mulheres que buscam a profissionalização nos eSports (RUVALCABA et al., 2018). Outro estudo, de 2016, corrobora essa perspectiva e ainda revela que o estereótipo de que as mulheres apresentariam desempenho inferior ao dos homens não é apenas falso, mas também uma causa potencial da desigualdade entre os gêneros nos jogos digitais (SHEN et al., 2016). Em suma, o machismo enraizado na comunidade *gamer* impede que essas mulheres possam jogar e praticar de maneira igualitária, o que torna muito mais difícil para elas jogar em nível de igualdade com jogadores de gênero masculino.

Quanto à hostilidade na comunicação entre os *gamers*, em geral as *gamers* do gênero feminino que apresentam desempenho equivalente aos de gênero masculinos recebem tratamentos completamente diferentes. Segundo dados de uma pesquisa de 2017, quando as mulheres investem o mesmo tempo de dedicação que os homens, os resultados são equivalentes, no entanto, em caso de desempenho mediano, elas tornam-se invisíveis ou são marginalizadas, o que não fica evidenciado da mesma forma com os homens (PAAßEN; MORGENROTH; STRATEMEYER, 2017).



No artigo *“Insights into sexism: male status and performance moderates female-directed hostile and amicable behavior”*, publicado em 2015, os autores evidenciam que os jogadores masculinos que apresentavam um desempenho ruim durante a partida eram mais hostis em relação a um companheiro de equipe com voz feminina, em contrapartida, apresentavam comportamento submisso em relação ao jogador com voz masculina no mesmo cenário (KASUMOVIC; KUZNEKOFF, 2015). Os autores concluem que os homens de baixo status aumentam a hostilidade dirigida às mulheres para minimizar a perda de status como consequência da reconfiguração hierárquica resultante da entrada de uma mulher na arena competitiva.

## PARTE 2: A CONSTRUÇÃO DA CENA FEMININA NO ESPORT BRASILEIRO

### 3. MAPA DO ESPORT FEMININO BRASILEIRO ENTRE 2016 E 2018

Os eSports revelam-se um mercado extremamente lucrativo, no qual a maior parte da renda dos *gamers* é proveniente de patrocínios, premiações e direitos de imagem. Porém, as mulheres *gamers* profissionais têm menos acesso a competições de altas premiações, fato este que colabora para que não haja mulheres entre os 300 *gamers* mais bem pagos do mundo (RUVALCABA *et al.*, 2018).

O objetivo deste capítulo é realizar um mapeamento do cenário de eSport brasileiro em relação à participação feminina. Essa pesquisa foi realizada seguindo os procedimentos de coleta e pré-análise do material, permitindo uma escolha criteriosa dos documentos a serem examinados e garantindo melhores resultados na análise crítica do material (SILVA; DAMACENO; MARTINS; SOBRAL; FARIAS, 2009). A coleta de documentos concentrou-se em sites e páginas on-line do período entre janeiro de 2016 a dezembro de 2018. Foram considerados portais nacionais e internacionais de divulgação de competições de eSport, sites de notícias e páginas oficiais de ligas, *games* e competições, desde que contemplassem as informações significativas para esta análise.

Em relação aos salários e patrocínios, as informações não são fornecidas pelas fontes supracitadas, portanto, utilizou-se como base de dados o site eSports Earnings, que reúne informações de proventos recebidos por *gamers* profissionais em premiações de torneios, patrocínio e publicidade (ESPORTS EARNINGS, 2019).

Durante o processo de pesquisa foram identificadas algumas limitações neste estudo. A primeira delas diz respeito à quantidade de plataformas que possibilitam a organização de campeonatos de eSport em diferentes modalidades competitivas, sejam abertos ao público geral ou restritos a grupos específicos, gerando altíssimo volume de campeonatos disputados. Dessa forma, fez-se necessário determinar um recorte e optamos por concentrar esta análise em competições oficiais, ou seja, válidas para o ranking oficial de cada modalidade, bem como seletivas para eventos internacionais, desde que realizadas no Brasil, de forma presencial ou on-line.

Dada a ampla diversidade de jogos existentes, optou-se ainda por delimitar a abrangência deste estudo com base nos *games* de maior relevância no cenário competitivo profissional. Para tal, foram considerados os títulos que oferecem as maiores premiações em dinheiro: Dota 2; Counter-Strike: Global Offensive; Fortnite; League of Legends; PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG); Overwatch; Heroes of the Storm; Hearthstone; StarCraft II; Call of Duty: WWII (ESPORTS EARNINGS, 2019a).

Outra limitação se dá pelo fato de que, em geral, as competições não divulgam a informação de gênero de seus participantes, portanto, foi necessário estender as buscas em sites, comunidades on-line e redes sociais, com base nos *nicknames* (apelidos) para identificar o perfil dos jogadores. Nesse processo, alguns não puderam ser identificados por motivos diversos, como utilização de *nicknames* neutros, exclusão do perfil on-line, dados incompletos, entre outros. Esses casos foram desconsiderados do *corpus* da pesquisa.

Com as informações coletadas, criou-se um banco de dados e, em seguida, partimos para a etapa de análise de conteúdo, que se constitui em procedimentos sistemáticos para a análise minuciosa dos documentos, descrevendo e interpretando as informações com o objetivo de dar respostas à problemática desta pesquisa, ou seja, o mapeamento da cena feminina nas competições de eSport.

Foram identificadas 30 competições oficiais de eSport no período de 1º de janeiro de 2016 a 31 de dezembro de 2018, totalizando o montante de R\$ 315.350,00 em premiações, além de uma vaga para participar do campeonato mundial “*Starseries i-League Season 7*”, disputado em Kiev, na Ucrânia<sup>36</sup>. Quanto à modalidade, 100% das competições foram realizadas no formato de equipes, não foram identificadas competições individuais que atendessem aos critérios definidos nesta pesquisa.

O Quadro 1 demonstra as competições selecionadas para esta pesquisa com dados da organização do evento, gênero dos participantes do campeonato, data de início da competição e *game* disputado.

Quadro 1 - Competições analisadas nesta pesquisa

NOME DA COMPETIÇÃO	ORGANIZAÇÃO	GÊNERO DOS PARTICIPANTES	DATA	GAME	PREMIAÇÃO
ESL Brasil Premier League - Season 7	ESL Brasil	Misto	19/11/2018	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 20.000,00
ESL Brasil Premier League - Season 6	ESL Brasil	Misto	07/09/2018	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 20.000,00
Brasil Game Cup 2018	BGS Next Level	Masculino	03/07/2018	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 30.000,00
Brasil Game Cup 2018	BGS Next Level	Feminino	03/07/2018	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 30.000,00
Brasil Game Cup 2018	BGS Next Level	Misto	03/07/2018	Dota 2	R\$ 15.000,00
ESL Brasil Premier League - Season 5	ESL Brasil	Misto	16/04/2019	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 10.000,00
Brasil Game Cup 2017	BGS Next Level	Misto	13/10/2017	Dota 2	R\$ 3.000,00
ESL Brasil Premier League - Season 4	ESL Brasil	Misto	02/08/2017	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 13.450,00
XLG Copa Brasil 2017	XLG Gamers Club	Misto	31/07/2017	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 10.000,00
ESL Brasil Premier League - Season 3	ESL Brasil	Misto	24/03/2017	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 12.000,00
Brasil Game Cup 2017	BGS Next Level	Masculino	09/04/2017	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 5.700,00
Brasil Game Cup 2017	BGS Next Level	Feminino	09/04/2017	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 5.700,00
Brasil Game Cup 2017	BGS Next Level	Misto	25/03/2017	Dota 2	R\$ 3.000,00
Brasil Game Cup 2017	BGS Next Level	Misto	24/03/2017	Overwatch	R\$ 3.000,00
ESL Brasil Premier League - Season 2 - Final	ESL Brasil	Misto	29/10/2016	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 10.000,00
ESL Brasil Premier League - Season 2 - Fase de grupos	ESL Brasil	Misto	27/08/2016	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 5.000,00

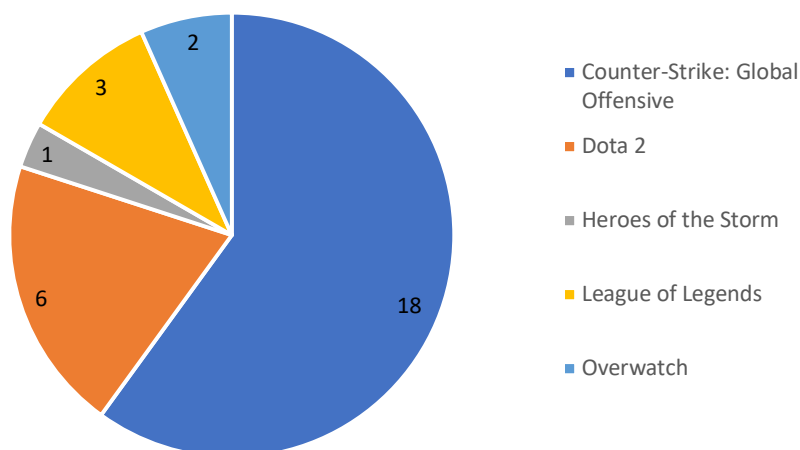
<sup>36</sup> Campeonato de Counter-Strike: Global Offensive promovido pela Starladder entre os dias 30 de março a 7 de abril de 2019, com premiação total de U\$ 500.000,00

Logitech Challenge Brasil 2016	Logitech	Misto	08/09/2016	League of Legends	R\$ 5.000,00
Brasil Game Cup 2016	BGS Next Level	Misto	02/09/2016	Dota 2	R\$ 40.000,00
Brasil Game Cup 2016	BGS Next Level	Misto	02/09/2016	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 15.000,00
ESL Brasil Premier League - Season 1 - Final	ESL Brasil	Misto	29/07/2016	League of Legends	R\$ 10.000,00
ESL Brasil Premier League - Season 1 - Fase de grupos	ESL Brasil	Misto	19/05/2016	League of Legends	R\$ 5.000,00
ESL Brasil Premier League - Season 1 - Final	ESL Brasil	Misto	31/07/2016	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 10.000,00
ESL Brasil Premier League - Season 1 - Fase de grupos	ESL Brasil	Misto	14/05/2016	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 5.000,00
Campeonato Brasileiro de Heroes of the Storm 2018	Juan "jschritte" Freitas licenciada pela Blizzard's Community Competition License	Misto	17/11/2018	Heroes of the Storm	R\$ 5.000,00
WESG 2018 Brazil	UCC Alisports	Misto	30/11/2018	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 0,00
GAMECON Challenge CS:GO Feminino 2018	MX Studios	Feminino	01/10/2018	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 12.000,00
Gamecon 2018 de Counter-Strike: Global Offensive.	MX Studios	Feminino	01/10/2018	Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 0,00
GameCon Challenge 2018	MX Studios	Misto	01/10/2018	Overwatch	R\$ 10.000,00
Rainha de Copas 2018	Rainha de Copas	Feminino	30/06/2018	Dota 2	R\$ 1.500,00
Rainha de Copas 2017	Rainha de Copas	Feminino	30/06/2017	Dota 2	R\$ 1.000,00

Fonte: elaborado pela autora.

Em relação aos *games*, Counter-Strike: Global Offensive foi o jogo mais disputado (60%), seguido pelo Dota 2 (20%), League of Legends (10%), Overwatch (7%) e Heroes of the Storm (3%).

Gráfico 3 - Distribuição das competições por jogos



Fonte: elaborado pela autora.

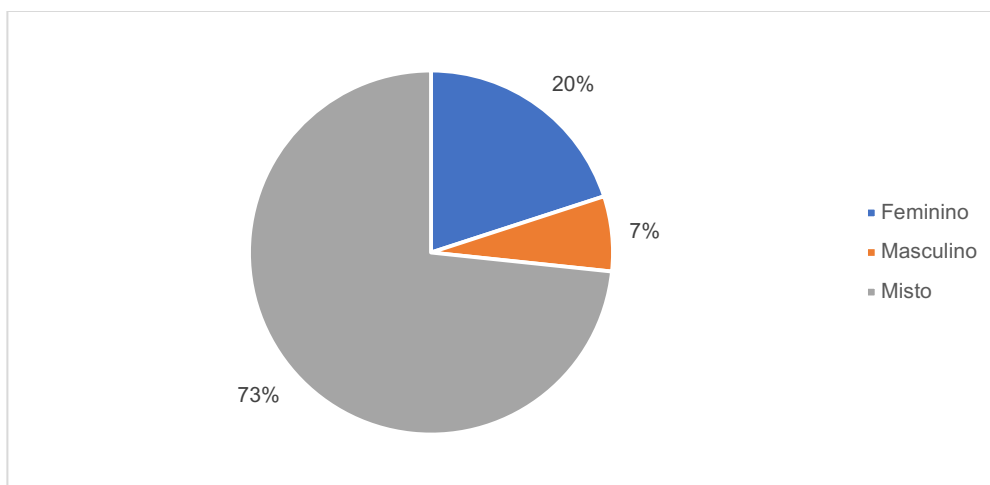
Quanto à localização, a maior concentração de competições ocorreu na cidade de São Paulo (40%). Os torneios exclusivamente on-line, sem sede física, que permitem a participação de jogadores de qualquer região do país ou ainda de outros países<sup>37</sup> ocuparam a segunda posição (37%), seguidos por Rio de Janeiro (13%) e Brasília (10%). Em relação à quantidade total de *gamers*, as competições somaram 278 equipes e envolveram 1.501 participantes.

### 3.1. PARTICIPAÇÃO FEMININA EM COMPETIÇÕES DE ESPORT

Identificou-se que a maioria das competições não definem o gênero dos participantes, portanto, podem ser consideradas mistas (73%), ou seja, permitem a formação de equipes femininas, masculinas ou ainda formadas por homens e mulheres, conforme Gráfico 4.

<sup>37</sup> Em relação à nacionalidade dos participantes, os dados identificados nesta pesquisa apontam que na maioria das competições são aceitas participações de estrangeiros e/ou brasileiros que residem fora do país, desde que uma quantidade mínima da equipe resida no Brasil. As quantidades mínimas variam de acordo com cada organização.

Gráfico 4 - Segregação das competições por gênero



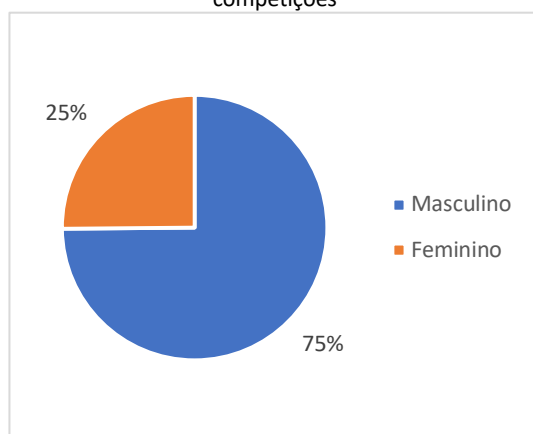
Fonte: elaborado pela autora.

No entanto, a despeito dessa suposta “igualdade de oportunidades”, foi observado que apenas 25% do total de competidores (entre competições mistas, femininas e masculinas) são de gênero feminino. Como já elucidado anteriormente, identificar o gênero pelo qual os jogadores se definem nem sempre é possível devido a diversos fatores, ainda assim, esses números revelam dados alarmantes a respeito da participação feminina em competições de eSport em território brasileiro.

Ao focar apenas as 22 competições consideradas mistas, a disparidade entre os gêneros se evidencia ainda mais. Do total de 1.088 participantes, apenas 20 foram identificados como *gamers* de gênero feminino (2%). Soma-se a isso o fato de que nenhuma das equipes mistas que contemplavam mulheres venceu a competição.

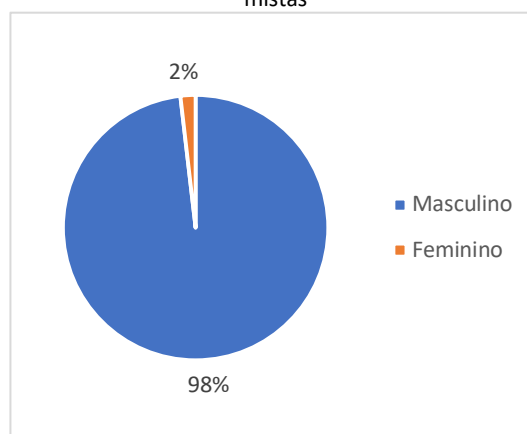
Esses dados comprovam que a grande maioria das competições profissionais é exclusivamente masculina, mesmo que em seu regulamento não haja nenhum impedimento para a participação de mulheres, e ilustram a realidade de exclusão que as *gamers* brasileiras vivenciam diariamente. Mesmo com um amplo volume de competições consideradas mistas, as mulheres enfrentam dificuldades para participar de equipes profissionais de alto rendimento.

Gráfico 5 - Participantes por gênero em todas as competições



Fonte: elaborado pela autora

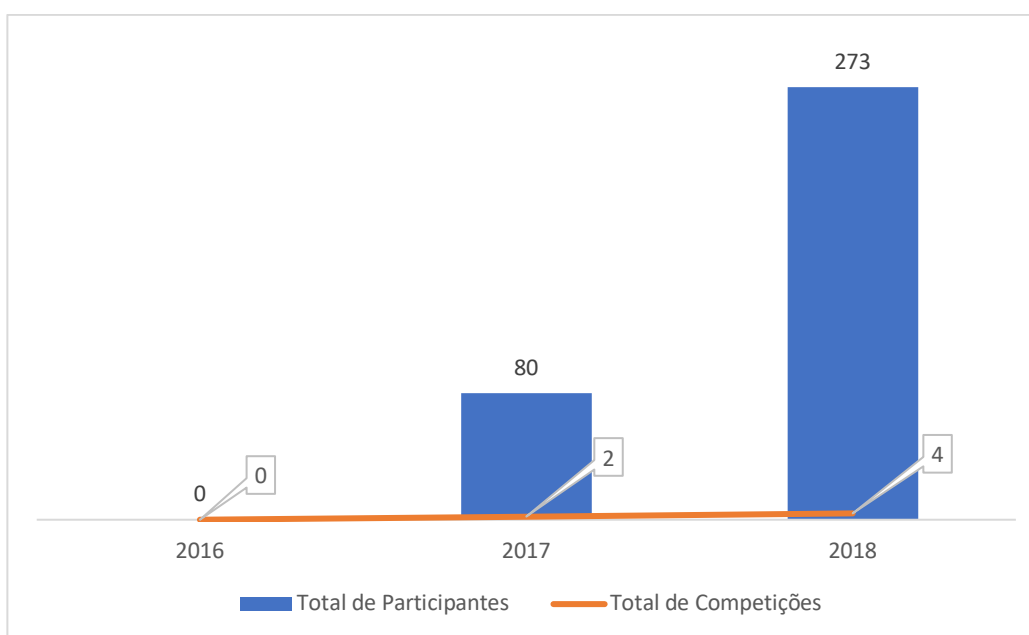
Gráfico 6 - Participantes por gênero em competições mistas



Fonte: elaborado pela autora

Buscando contornar essa exclusão, nos últimos anos nota-se uma tendência de surgimento de ligas e competições exclusivamente femininas, que têm por objetivo promover um espaço seguro, livre do machismo e da violência de gênero, para que essas jogadoras possam treinar e se desenvolver como profissionais. Em 2016 não foram encontradas competições exclusivamente femininas, em 2017 identificamos duas e em 2018, quatro competições. Foram elas: Brasil Game Cup 2017, Rainha de Copas 2017, Brasil Game Cup 2018, Rainha de Copas 2018, Gamecon Challenge CS:GO Feminino 2018, Gamecon 2018 de Counter-Strike: Global Offensive. Entre os jogos disputados, o Counter-Strike: Global Offensive é o líder (67%), seguido pelo Dota 2 (33%), os demais jogos não pontuaram.

Gráfico 7 - Evolução dos campeonatos exclusivamente femininos por ano e premiação



Fonte: elaborado pela autora.

### 3.2. SALÁRIOS E PREMIAÇÕES

Quanto à premiação, se considerada a relação entre as competições segregadas por gênero (exclusivamente feminina e exclusivamente masculina), os ganhos femininos superam em valores, sendo o total de R\$ 50.200,00 contra R\$ 35.700,00 em competições exclusivamente masculinas. No entanto, é preciso retomar o dado analisado anteriormente, de que as mulheres representam apenas 2% do total de participantes em competições mistas, sendo que estas concentram a maior quantia em premiação, totalizando R\$ 229.450,00, valor 357% maior que o movimentado em competições exclusivamente femininas. O Gráfico 8 mostra de forma ilustrativa essa diferença, considerando a proporção dos valores pagos em competições mistas de acordo com a quantidade de participantes por gênero, ou seja, 2% de mulheres e 98% de homens.



Fonte: elaborado pela autora.

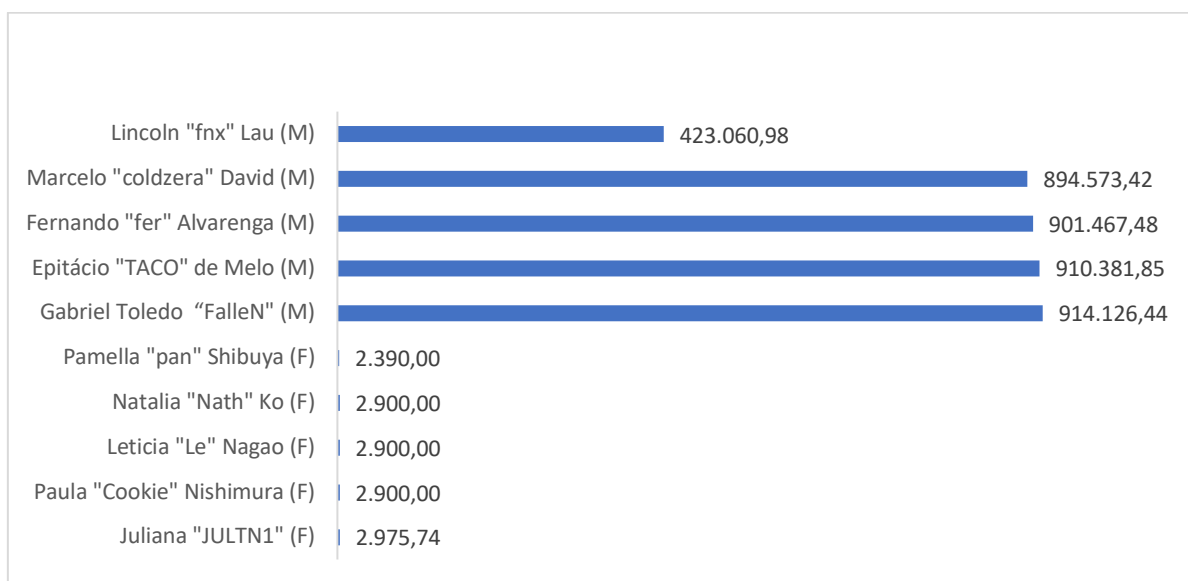
Em relação aos salários e patrocínios, os dados disponíveis abertamente são extremamente escassos, no entanto, foi possível identificar uma grande distância entre os valores recebidos por *pro-players* de gênero masculino em relação às mulheres no mesmo nível de desempenho.

De acordo com as estimativas, Gabriel Toledo, conhecido como "FalleN", jogador profissional de Counter-Strike: Global Offensive pelo time MIBR, é o brasileiro com maiores ganhos no eSport, ocupando a 72ª posição no ranking mundial em rendimentos globais, acumulando U\$ 914.126,44 em premiações durante seus 13 anos de carreira (ESPORTS EARNINGS, 2019b).

No entanto, entre as jogadoras, os lucros são significativamente menores. A brasileira melhor colocada no ranking mundial atualmente é Juliana Maransaldi, conhecida como "showliana", também jogadora de Counter-Strike: Global Offensive, que teria faturado U\$ 2.975,00 ao longo da carreira conforme ilustrado no Gráfico 9 (ESPORTS EARNINGS, 2019c).



Gráfico 9 - Comparativo de ganhos entre os gêneros feminino (F) e masculino (M)



Fonte: elaborado pela autora, baseado em dados de eSports Earnings (2019a).

O *gap* entre gêneros se confirma quando observamos os cinco *gamers* brasileiros com maiores ganhos por gênero. Segundo dados levantados nesta pesquisa, os ganhos dos atletas masculinos brasileiros chegam a ser 307 vezes maiores do que os das atletas do gênero feminino. Também são maiores as oportunidades de desenvolvimento para os homens, que por meio de uma hegemonia masculina se apropriam da cena *gamer* e excluem os atletas que fogem do padrão masculino, cisgênero e heteronormativo.

É importante destacar, no entanto, que a comunidade *gamer* feminina não está inerte em relação a esse cenário e tem buscado fomentar a participação feminina, bem como trazer visibilidade e oportunidades para as jogadoras que procuram a profissionalização no eSport. Uma dessas ações é por meio da construção de uma cena feminina no eSport com a criação de ligas, times e campeonatos amadores e profissionais exclusivos para *gamers* do gênero feminino, que, de acordo com os dados apontados aqui, já começam a apresentar sinais de impacto positivo no desenvolvimento desse cenário.

## 4. MOBILIZAÇÃO FEMININA: ESTUDOS DE CASO

O trabalho de campo desta pesquisa foi realizado em ambientes digitais, acessados por meio da internet e concentrados nas redes sociais Twitter, Facebook e Instagram, além das plataformas de *streaming* de vídeo Twitch e YouTube, detalhados a seguir.

Conforme abordado inicialmente, quanto à técnica de pesquisa adotou-se a prática de *lurking*, ou ainda, observação não participante, mantendo a figura do pesquisador no espectro não obstrutivo e meramente observacional durante o trabalho de campo. O Quadro 2 apresenta formas e instrumentos de coleta utilizados durante a pesquisa.

Quadro 2 - Coleta de dados e informações

OBJETO DE ESTUDO	LOCAL DE COLETA	INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS E INFORMAÇÕES
<b>RAINHA DE COPAS</b>	<p>Facebook  <a href="https://www.facebook.com/rainhadecopasdota2">https://www.facebook.com/rainhadecopasdota2</a></p> <p>Site  <a href="https://marcelanhd.wixsite.com/rainhadecopas?fbclid=IwAR0utnqw9L0jP1K7ikYhePFBu8YsF_OY">https://marcelanhd.wixsite.com/rainhadecopas?fbclid=IwAR0utnqw9L0jP1K7ikYhePFBu8YsF_OY</a></p>	<p>Anotações sobre o projeto e suas interações via Google Keep.</p> <p>Arquivamento de postagens.</p> <p>Arquivamento de matérias sobre em <i>blogs</i> e sites</p>
<b>YOU GO GIRL</b>	<p>Site do projeto  <a href="https://yougogirls.com.br/">https://yougogirls.com.br/</a></p> <p>Facebook  <a href="https://www.facebook.com/yougogirlsoficial/">https://www.facebook.com/yougogirlsoficial/</a></p> <p>Twitter  <a href="https://twitter.com/yougogirls_">https://twitter.com/yougogirls_</a></p> <p>Instagram  <a href="https://www.instagram.com/yougogirlsoficial/">https://www.instagram.com/yougogirlsoficial/</a></p> <p>Canal na Twitch  <a href="https://www.twitch.tv/yougogirls">https://www.twitch.tv/yougogirls</a></p> <p>Canal no Discord  <a href="https://discordapp.com/invite/ufVV2tC">https://discordapp.com/invite/ufVV2tC</a></p>	<p>Anotações sobre o grupo e suas interações via Google Keep.</p> <p>Arquivamento de postagens (PDF)</p> <p>Arquivamento de matérias sobre em <i>blogs</i> e sites (PDF).</p>
<b>SAKURA ESPORTS</b>	<p>Site do projeto Sakura  <a href="https://projeto-sakura1.webnode.com/">https://projeto-sakura1.webnode.com/</a></p> <p>Twitter  <a href="https://twitter.com/SakurasEsports?s=17">https://twitter.com/SakurasEsports?s=17</a></p>	<p>Anotações sobre o projeto e suas interações via Google Keep.</p> <p>Arquivamento de postagens.</p> <p>Arquivamento de matérias sobre em <i>blogs</i> e sites</p>

	<p>Grupo no WhatsApp: Streamers Sakura</p> <p>Instagram  <a href="https://www.instagram.com/sakurasesports/">https://www.instagram.com/sakurasesports/</a></p> <p>Medium  <a href="https://medium.com/@projetosakuras">https://medium.com/@projetosakuras</a></p>	
--	---	--

Fonte: elaborado pela autora.

Os locais de coletas digitais utilizados nesta pesquisa são relativos aos sites, grupos e mídias sociais relacionados ao grupo/projeto/torneio pesquisado. Durante o processo de imersão em campo, que durou de 1º de julho de 2019 a 2 de novembro de 2019, dia de encerramento da coleta de dados, acompanhamos diariamente as postagens nos grupos e as interações nas redes sociais dos grupos objetos deste estudo utilizando a ferramenta Keep do Google para arquivar as mensagens, postagens e conteúdos previamente selecionados para análise. Essa ferramenta foi utilizada por permitir a rápida armazenagem de conteúdos coletados on-line, dar suporte a formatos de texto, imagem, anexos e *links*, adicionar comentários e permitir o rápido resgate por meio de marcadores aplicados, bem como pesquisa de texto entre o conteúdo das notas.

Dada a própria estrutura da internet e das redes sociais, entre as mensagens analisadas poderá haver conteúdos datados de antes do período de início da análise da pesquisa. Como as mensagens, postagens e interações ficam registradas na rede, salvo se removidas intencionalmente pelo próprio usuário, não raramente nos deparamos com postagens anteriores ao período analisado, mas que, dada a contribuição do conteúdo, optamos por considerá-las mesmo assim. A data indicada nessas postagens será a data original de publicação do conteúdo. Os dados coletados totalizaram o montante de 242 notas, entre capturas de telas, *links* de matérias e postagens realizadas nas redes sociais.

Durante o período de análise, revisitamos as notas previamente selecionadas revisando os tópicos e organizando os conteúdos por meio de marcadores, com o objetivo de organizar os tópicos a serem abordados na estrutura escrita da pesquisa. São eles: estratégias; feminismos; segregação; e resultados. Desse total, 157 notas foram selecionadas como *corpus* utilizado na análise desta pesquisa.

As mensagens e conteúdos extraídos das comunicações e interações dessas redes sociais transcritos aqui serão apresentados de acordo com a seguinte estrutura: mensagem ou trecho da mensagem; autoria (utilizando nomes fictícios<sup>38</sup>) e data de publicação, conforme exemplo a seguir:

<sup>38</sup> Os nomes fictícios utilizados nesta pesquisa buscam homenagear mulheres brasileiras revolucionárias, que a seu modo e a seu tempo abriram caminho para que pudéssemos batalhar por novas transformações e conquistas. A seleção segue a estrutura do maravilhoso livro *Extraordinárias: mulheres que revolucionaram o Brasil*, de Duda Porto de Souza e Aryane Cararo. Os nomes fictícios estarão sinalizados com asterisco ao final, conforme exemplo: Madalena Caramuru\*

Se denunciar ajuda? Eu acho que sim! O projeto faz uma desconstrução. Hoje em dia criou-se um medo de ser acusado. Muitos não querem mais parecer machistas  
Madalena Caramuru\*, 17 de outubro de 2019

Caso haja partes suprimidas das mensagens será utilizado o recurso “[...]” para indicar o recorte da mensagem original bem como a indicação de grifos quando necessário utilizar o negrito no texto transcrito para destacar trechos de grande relevância (grifos nossos). Por questões éticas e de privacidade, optou-se por omitir dados de identificação como nome ou *nicknames* dos usuários que tiveram dados coletados e analisados nesta pesquisa, por estes serem considerados “material sensível”.

Em casos de utilização de conteúdos de matérias jornalísticas ou páginas oficiais de competições e torneios, os nomes dos autores serão mantidos por questões de direitos autorais.

#### 4.1. RAINHA DE COPAS

O Rainha de Copas (RDC) trata-se de um campeonato feminino de Dota 2<sup>39</sup>. Segundo a página do evento na plataforma Liquipedia, uma espécie de Wikipédia específica sobre *games*, o objetivo do RDC é “estimular a prática feminina de Dota 2 por meio de uma interação saudável entre seus jogadores, além de criar um vínculo entre o grupo Dota das Meninas, a Comunidade Dota 3 Brasil e os nossos patrocinadores” (RAINHA DE COPAS, [s.d.]). O RDC é considerado o maior campeonato feminino de Dota 2 do mundo.

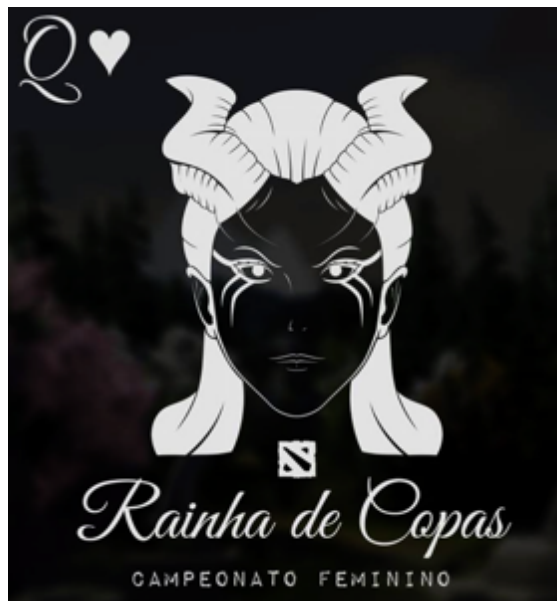
O Campeonato Rainha de Copas é uma iniciativa brasileira de duas amigas, Lihn Soares e Marcela “Kami” Furlan, fundada após a participação das duas no torneio feminino *Midas Perseverance*, realizado em 2016. Em entrevista ao site da ESPN, Lihn afirma que a ideia de criar o campeonato surgiu após os organizadores do *Midas* desistirem de realizar a edição de 2017. Lihn foi a idealizadora do RDC e contou com o apoio de Kami na organização, planejamento e execução, além de Daphne [Binder] na criação da identidade visual do torneio.

Inicialmente sem patrocínio, as organizadoras tiveram apoio de Fernanda Cássia, dona do grupo Dota das Meninas no Facebook com a contribuição de R\$ 500 do próprio bolso para ser utilizado como premiação do evento. O grupo Dota das Meninas, formado no Facebook, reunia na época da criação do RDC, por volta do início de 2017, cerca de 500 *gamers* e foi peça central na organização e divulgação do campeonato.

---

<sup>39</sup> Dota2 é jogo de gênero *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) desenvolvido pela Valve Corporation como sequência do *Defense of the Ancients* (DotA), desenvolvido a partir de uma modificação (mod) em um mapa desenvolvido para *Warcraft III: The Frozen Throne*.

Figura 26 - Logo do Campeonato Rainha de Copas



Fonte: Facebook do Rainha de Copas

Em março de 2019 a *holding* de eSports BBL anunciou um circuito de torneio feminino em parceria com o Rainha de Copas, liderado por Marcela “Kami” Furlan, uma das organizadoras do RDC que atualmente é gerente de projetos da BBL. O projeto da *holding* é fortemente influenciado pelo RDC e leva em seu nome, *Queen of Hearts*, a homenagem ao campeonato original.

Com recursos que uma empresa desse tamanho pode oferecer, o circuito da BBL expande o campeonato de forma transversal, ampliando a quantidade de tipos de jogos para LoL, CSGO, R6, além do original Dota 2, e comportando etapas que vão do nível amador ao profissional: White Rabbit Cup, primeira etapa em nível amador aberta a todos os jogos citados; o Mad Hatter, etapa seguinte, será restrito ao R6 e ao Dota 2 e é considerado o segundo degrau na escalada, e por fim, o campeonato *premium* Queen of Hearts, que além das participantes classificadas na etapa anterior, também será aberto por convite para equipes internacionais e irá oferecer premiação de R\$ 23 mil reais.

Além disso, o circuito feminino da BBL serviu de classificatória para o torneio internacional do GIRLGAMER Esports Festival, evento que aconteceu em São Paulo em outubro de 2019 e já teve sede na China e em Portugal em anos anteriores.

Na página oficial do Facebook do RDC, o anúncio da parceria foi realizado da maneira discreta, apenas em agosto de 2019 com um *post* sobre a etapa de inscrições para as classificatórias do Queen of Hearts, conforme transcrito a seguir:

O Rainha de Copas está de volta! E agora com uma nova cara, o Queen of Hearts  
Esse domingo 01/09 vai ter a classificatória aberta que classificará as  
equipes finais para compor as 8 participantes da etapa online!

O torneio conta com 23k de premiação dividida entre as 8 equipes participantes.  
A classificatória no domingo começa a partir das 14hrs horário de Brasília [...]  
Rainha de Copas, 28 de agosto de 2019.

No mesmo dia, a página atualizou a identidade visual para o logo do torneio Queen of Hearts, com destaque para os logos da parceria com a Intel e Claro Gaming.

Figura 27 - Nova identidade visual do Facebook do Rainha de Copas



Fonte: Facebook do Rainha de Copas.

O RDC é um grande divisor de águas em relação à participação feminina no cenário do eSport brasileiro, e além de criar oportunidades para que mulheres *gamers* pudessem ser inseridas no contexto competitivo dos *eSports*, também serviu de chamariz para que a indústria pudesse voltar sua atenção ao público feminino, trazendo investimento para esse nicho e potencializando o cenário.

Essa apropriação capitalista de iniciativas femininas no cenário eSport certamente é fundamentada na lógica do lucro, como afirma o CMO da BBL, Leo de Biase, em matéria publicada no site da ESPN: “[...] a ideia foi justamente com a intenção de atrair o mercado, pois a BBL acredita que o projeto é rentável” (MACKUS, 2019). No entanto, como apontado por Shaw, essa lógica não reduz a importância de competições que potencializam a representatividade feminina e, ainda que timidamente, permitem uma maior apropriação desses espaços pelas mulheres (JOB et al., 2019).

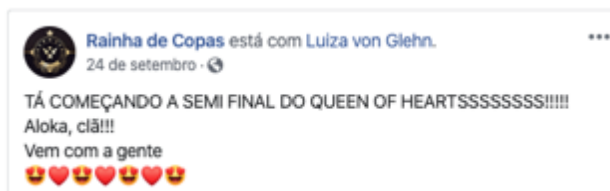
#### 4.1.1. ESTRATÉGIAS: RAINHA DE COPAS

De maneira geral, toda a divulgação do RDC é realizada basicamente pelas redes sociais, em especial pela página do evento no Facebook e compartilhamento de informações em páginas parceiras e dos patrocinadores.

Atualmente, a página do RDC no Facebook possui 2231 seguidores e tem 2177 *likes*. A página é administrada por Daphne Binder, Lihn Soares e Marcela Furlan, as fundadoras do RDC. A

frequência das postagens tem sido reduzida, até a finalização deste trabalho a última postagem da página datava de 24 de setembro de 2019, anunciando o início da partida de semifinal do campeonato Queen of Hearts, em parceria com a BBL.

Figura 28 - Publicação da página Rainha de Copas no Facebook



Fonte: Facebook do Rainha de Copas.

O primeiro campeonato RDC aconteceu em julho de 2017 e contou com a participação de 16 equipes e 95 *gamers*. A segunda edição, realizada em julho de 2018 teve a participação de 20 equipes e 134 *gamers*. Além disso, o RDC ainda organizou em fevereiro de 2019 o Rainha do Verão, torneio aberto a participação de jogadoras amadoras, com uma proposta menor se comparada as edições do RDC.

Além dos investimentos dos patrocinadores, o RDC contou com o saldo das inscrições realizadas pelas equipes participantes. As inscrições para a edição de 2017 ocorreram entre os dias 17 de junho e 1º de julho de 2017 e custavam R\$ 5 reais de taxa por participante, os times poderiam variar de cinco a sete integrantes, sendo cinco *players* e dois *standins* (substitutos). Para a edição de 2018, as inscrições custavam R\$ 30 reais por equipe.

O campeonato foi homenageado durante o *The International 8* (TI8), a maior competição de Dota 2 do mundo e também a maior em premiação em todo o eSport<sup>40</sup>, com um vídeo no qual Sheever, a apresentadora do The International, mostra os bastidores da decisão presencial do RDC2.

Os desafios enfrentados pela organização do evento como o amadorismo e a falta de recursos e impactou negativamente na realização dos campeonatos. No RDC2, realizado em 2018, as duas equipes finalistas eram Minas Club e Elite Diosas Guerreras team (EDG), esta segunda formada integralmente por jogadoras do Peru. No dia 19 de julho, as jogadoras do EDG tiveram um problema ao embarcar no voo em Lima e não conseguiram estar presentes na final do campeonato. Segundo nota divulgada na página do Facebook do RDC, inicialmente a organização planejou realizar a final com o time de Minas Club presencialmente e o time peruano de maneira remota, no entanto, o time de Minas não teria ficado confortável com a situação.

Optou-se então, por anunciar o Minas Club como equipe vitoriosa da segunda edição do Rainha de Copas por W.O<sup>41</sup>. Quanto ao evento presencial, dado todo o investimento realizado pelos

<sup>40</sup> Na edição de 2018 do The International, o evento quebrou o recorde mundial de premiação de uma competição de eSport ao alcançar o valor de US\$ 24,8 milhões de dólares, US\$ 100 mil a mais que o recorde do próprio TI no ano anterior.

<sup>41</sup> W.O. ou Walkover é um termo em inglês para atribuição de uma vitória a uma equipe ou competidor quando a equipe adversária está impossibilitada de competir. Significa ganhar automaticamente, sem realizar o jogo.

patrocinadores, foi organizado um *showmatch*<sup>42</sup> entre o time Minas Club e uma equipe composta por jogadoras das equipes 2Kill, Rebirth e da própria organização do evento.

Em nota, a organização do evento se mostrou bastante decepcionada com as circunstâncias, pediu desculpas à comunidade *gamer* e destacou que algumas pessoas estavam “desejando coisas ruins para a comunidade inteira”, em alusão às críticas recebidas por uma suposta desorganização ou falta de habilidade feminina em liderar esse tipo de evento.

Foi o ideal? Não. Foi o planejado? Obviamente que não. Mas nós fizemos o possível e o impossível no período de tempo que tínhamos. Nós pedimos desculpas a vocês da comunidade que tem expectativas altas com o campeonato, mas esperamos que entendam que essa foi a única opção que tínhamos a não ser cancelar o evento.

Apesar de tudo, o dia foi maravilhoso, com exceção de um pequeno problema com o som da transmissão que logo foi resolvido tudo ocorreu perfeitamente. Tivemos a presença de pessoas incríveis, amigos e apoiadores que nos elogiaram infinitamente e nós queremos lembrá-los. Nós NÃO somos uma organização profissional, nós somos um grupo de meninas com um sonho e pra levantar da cadeira e começar a produzir algo de tamanha importância pro nosso cenário não é preciso muita coisa além de paixão e força de vontade.

Vamos levar todos os erros e imprevistos desse ano em mente para que ano que vem eles não se repitam, e para aqueles que esperam que as coisas deem errado... Sinto muito, mas vocês estão desejando coisas ruins para a comunidade inteira, porque estamos levando destaque para todos, estamos ajudando várias meninas a saírem do escuro e começarem a ter voz dentro da comunidade, e não vamos parar por nada.

Nos vemos em 2019

Rainha de Copas, 23 de julho de 2018

A estratégia de criar parcerias com uma empresa especializada no ramo de eventos de *games* parece ser ter sido uma solução para driblar as dificuldades em que as organizadoras se encontravam em relação à gestão dos campeonatos e à escassez de recursos. Em matéria publicada no site da ESPN, Kami afirma:

Além disso, queríamos criar um incentivo constante, não só um torneio no ano, por isso elaboramos um circuito, para que as meninas joguem ao longo do ano. Temos a ideia de que as meninas precisam de incentivo para se descobrir no cenário competitivo. As meninas não precisam só ser fã de games, elas também podem ser jogadoras, e jogadoras competitivas. (MACKUS, 2019)

De acordo com a visão da *gamer*, investir no crescimento do cenário competitivo exclusivamente feminino é fundamental para que as mulheres ganhem experiência e possam se desenvolver para competir no cenário profissional em todos os tipos de torneio.

---

<sup>42</sup> O termo *showmatch* indica partidas presenciais amistosas realizadas por jogadores profissionais, geralmente em grandes eventos, com o objetivo de fomentar o cenário eSport e divulgar marcas.



#### 4.1.2. FEMINISMOS: RAINHA DE COPAS

As expressões “feminista” e “feminismo” não foram encontradas em nenhuma publicação, *post* ou comentário relacionado ao Rainha de Copas. Em sua página no Liquipedia, a organização destaca que o objetivo do RDC é estimular a prática feminina de Dota por meio de uma interação saudável entre seus jogadores.

Destaca-se a utilização do termo “saudável” em resposta a uma toxicidade da comunidade *gamer*, em especial a hostilidade direcionada às *gamers* de gênero feminino, conforme evidenciado em capítulos anteriores.

Quanto à participação das atletas, o campeonato se define como exclusivo para participantes de gênero feminino, aberto a participação de *gamers trans* mediante comprovação de tratamento hormonal, conforme regulamento disponível na página oficial do Facebook:

[...]

1.2.1 Poderá participar deste campeonato todas as pessoas físicas com idade maior de 13 anos e gênero feminino, sendo necessária comprovação via Discord e outros esclarecimentos caso haja suspeita de fraude.

1.2.2 **Será permitida a participação de jogadoras trans mediante apresentação de perfil público feminino e comprovação obrigatória de tratamento hormonal por pelo menos 12 meses que deve ser encaminhado a administração para verificação.** Maiores informações sobre o assunto são encontradas na postagem destinada no Grupo das Meninas. (RAINHA DE COPAS, 2017, grifo nosso)

Durante esta pesquisa não foi identificado entre as participantes do torneio a participação de *gamers trans*, tão pouco publicações, *posts* ou comentários sobre o tema.

#### 4.1.3. SEGREGAÇÃO: RAINHA DE COPAS

O campeonato RDC tem por princípio criar um espaço exclusivo para que mulheres possam jogar em contexto competitivo, em um ambiente seguro, livre da hostilidade e misoginia comuns na comunidade *gamer* em geral.

O regulamento do campeonato define a participação exclusiva de *gamers* de gênero feminino, sendo aberto à participação de atletas *trans*, conforme descrito anteriormente, mediante comprovação de tratamento hormonal.

Quanto à questão da segregação, evidenciou-se nas postagens do grupo da comunidade do RCD que a estratégia de fomentar uma cena exclusivamente feminina tem como objetivo criar um espaço para que essas mulheres possam treinar e se desenvolver ao ponto de competirem de forma igualitária com atletas de gênero masculino em competições globais. No comentário a seguir, transcrito a partir do vídeo sobre a realização presencial da final do RDC2, a atleta destaca a importância do incentivo de meninas desde a infância no interesse pelos jogos digitais:

Os meninos têm espaços, eles crescem nisso, então nós queremos a chance, sabe, garotas estão interessadas nisso. O jogo não é apenas para homens, e não porque os jogadores masculinos são melhores ou porque podemos competir de forma justa, porque, na verdade, acredito que as oportunidades são iguais, mas poucas meninas jogam Dota porque não somos incentivadas desde a infância.

Hipólita Jacinta Teixeira de Melo\*,

#### 4.1.4. RESULTADOS: RAINHA DE COPAS

O campeonato ocorreu entre os dias 8 e 30 de julho de 2017 e contou com a participação de 16 equipes e 95 jogadoras entre *players* principais e *standins*. O RDC foi considerado, na época, o maior campeonato feminino de Dota 2, superando a Super Liga Feminina da China, que até então era o maior campeonato do tipo registrado, contando com 10 equipes participantes.

A premiação total do torneio foi de R\$ 1.975 reais, distribuídos entre todas as equipes participantes. As vencedoras, o time “Sui Generis”, ficaram com a maior premiação, no valor total de R\$ 500 reais e o troféu de campeãs. A segunda posição ficou com o time “ultrAvioleNt E-Sports”, que recebeu R\$ 350 reais, e o terceiro lugar ficou com as Damas de Espadas, que receberam a premiação total de R\$ 250 reais.

Em 2018, o campeonato teve sua segunda edição, com mais investimentos e um número ainda maior de participantes e patrocinadores, no entanto, com uma premiação total menor que o ano anterior. O Rainha de Copas 2 teve início em 30 de junho de 2018 com a fase de grupos, seguida da fase eliminatória, que ocorreu entre os dias 6 e 11 de julho de 2018. A segunda edição do RDC teve como diferencial a grande final presencial, que ocorreu no dia 20 de julho no Espaço Havok, na cidade de São Paulo.

A premiação total do Rainha de Copas 2 foi de R\$ 1.000 distribuídos entre todas as equipes participantes. A equipe “Minas Club” ficou com a primeira posição e a premiação no valor total de R\$ 550 reais. A segunda posição ficou com o time peruano “Elite Diosas Guerreras”, com premiação de R\$ 225, o terceiro lugar com a equipe “Rebirth eSports”, com premiação de R\$ 150 reais e o quarto lugar com a equipe “Trinity Meow”, no valor de R\$ 75 reais.

O impacto do RDC foi transformador na comunidade *gamer* feminina brasileira. O evento de 2017 foi responsável por aproximadamente um terço (27%) da quantidade de mulheres *gamers* participantes de eventos de eSport em território nacional, de acordo com os dados apresentados no capítulo quatro.

Em 2018, os dados demonstraram um crescimento de 295% em relação ao volume de *gamers* que participaram de competições de eSport no Brasil. Esse aumento, pelo menos em parte, se deve à forma como o RDC movimentou o cenário *gamer* no ano de 2017, demonstrando que as *gamers* de gênero feminino também podiam ter espaço e destaque no cenário competitivo.

O evento pode ser considerado a primeira grande competição de eSport feminino no Brasil e tem como diferencial o fato de ter sido idealizado e realizado por uma organização de mulheres com o objetivo específico de fomentar a cena feminina.

No vídeo de 4'55" sobre a final presencial do RDC, disponível no canal oficial de Dota 2 no YouTube<sup>43</sup> e apresentado mundialmente no TI 2018, a apresentadora questiona as jogadoras da equipe Minas Club sobre qual é o objetivo delas como *gamers*, conforme diálogo transcrito a seguir:

Sheever: - Qual é o objetivo de vocês?

Dandara\*: - Pra mim, quero ver algumas jogadoras participando de grandes campeonatos, podendo jogar players masculinos, ver jogadoras femininas se destacar nestes eventos.

Sheever: - Você quer treinar uma garota? Aquela que será a "primeira garota"?

Barbara de Alencar\*: - Sim, este é o sonho!

Nota-se no diálogo que as *gamers* não sonham necessariamente se tornar-se grandes *pro-players*. Fica claro ao longo de todo o vídeo que as *gamers* se reconhecem como amadoras e estão mais interessadas na experiência da competição do que em uma premiação ou carreira profissional em si.

No vídeo também se evidencia o interesse das *gamers* em possibilitar que novas mulheres possam ascender ao cenário competitivo e conquistar espaço de destaque entre os *gamers* de gênero masculino. Vale destacar aqui que, historicamente, a função da docência, em especial do magistério, foi construída sobre um processo de feminização da prática docente associada às supostas características de feminilidade, como uma profissão da virtude, do amor, de paciência, dedicação e vocação. Não por acaso é comum esse discurso feminino de assumir o papel de tutoria, buscando atuar na preparação das novas atletas para um cenário *gamer*.

Esse sentimento, no entanto, não deve ser identificado apenas por uma pressão social que empurra o gênero feminino para a posição de preparadora ou educadora. Lê-se também, nesse diálogo, que o sentimento de sororidade entre a comunidade *gamer* feminina é constante e tem um papel fundamental na construção coletiva da cena *gamer*.

## 4.2. PROJETO SAKURA

O Projeto Sakura, atualmente intitulado Sakura eSports (SE), nasce em setembro de 2018 a partir de um grupo de WhatsApp formado por mulheres *gamers* que tinham como objetivo a troca de experiência para que elas pudessem se desenvolver em partidas ranqueadas de LoL.

Essas mulheres perceberam que quando pediam dicas a homens, fossem amigos, namorados ou *gamers* com quem costumavam jogar, esses invariavelmente tentavam as "*bootsar*", o que, no contexto de LoL, pode significar uma ajuda direta, quando uma pessoa joga logada na conta de outra, ou ajuda indireta, quando uma pessoa joga em conjunto com outra, dizendo passo a passo o que esta deve fazer, com o objetivo de melhorar a classificação do *gamer* em questão.

---

<sup>43</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=53&v=5X7F8U\\_34Qg](https://www.youtube.com/watch?time_continue=53&v=5X7F8U_34Qg). Acesso em: 3 nov. 2019.

Em ambos os casos, trata-se de uma postura condescendente e paternalista que define, por princípio, que as mulheres não teriam capacidade de evoluir por méritos próprios.

As mulheres desse grupo de WhatsApp queriam se desenvolver por conta própria, buscavam apenas dicas e troca de experiência com outros *gamers*, como é comum entre os jogadores de gênero masculino. Percebendo a importância do grupo no WhatsApp, Thaís "Misa" e Juliana "Moondded", decidiram levar o projeto para o Twitter, com o objetivo inicial de auxiliar mulheres a formar equipes de LoL para jogar em companhia segura e agradável, sem sofrer com a **trash talk**, característica dos *games multiplayer*.

---

***Trash talk** é uma expressão originalmente utilizada em esportes tradicionais americanos e que foi incorporada ao contexto dos videogames. Diz respeito a conversas irritantes, falar besteiras e, em alguns casos, agredir verbalmente o adversário com o objetivo de reduzir sua concentração.*

---

De acordo com o texto publicado no portal Medium, o SE tem três objetivos principais: trazer visibilidade à comunidade feminina de eSports; unir a comunidade feminina e estimular a competitividade feminina (SAKURA, 2019).

Juliana "Moondded", uma das idealizadoras do projeto, afirma que a inspiração para o nome do projeto vem do fato de que as árvores cerejeiras, que em japonês são chamadas de Sakura, parecem estar mortas ao inverno, mas estão bastantes vivas por dentro e florescem lindamente na primavera (SORIANO, 2019). O projeto, portanto, entende que as mulheres têm grande potencial para o cenário competitivo de *games*, mesmo que isso ainda não esteja visível, mas que em determinado momento, a cena *gamer* feminina irá florescer e ganhar destaque na indústria.

Figura 29 - Primeiro logo do Projeto Sakura utilizado na página do Facebook



Fonte: Facebook do Projeto Sakura.

Quanto à visibilidade, o Sakura eSports busca fomentar o cenário feminino por meio das redes sociais compartilhando campeonatos, perfis de mulheres *gamers* e iniciativas com ênfase no público feminino. O projeto tenta derrubar o estereótipo de que as mulheres *pro-players* são uma comunidade subdesenvolvida e marginalizada.

Outro tema abordado nas páginas do SE é a questão da “rivalidade feminina” que, segundo as organizadoras do projeto, atrapalha o desenvolvimento das *gamers* e seria fruto de um contexto social no qual as “mulheres vivem com a sina de terem sido educadas sob o peso da rivalidade feminina, onde você se sente na obrigação de ser melhor que outras mulheres, o que geralmente acaba em desentendimentos, brigas e desmerecimento da conquista de outras mulheres” (SAKURA, 2019, [s.p.]). Nesse sentido, o projeto busca criar espaços de interação entre mulheres *gamers* que estimulem a competitividade feminina de forma saudável, amistosa, justa e igualitária, livre de **rage** característico das competições normais de *games*.

---

*Em tradução livre, **rage** significa raiva, no entanto, no contexto dos games a expressão é utilizada para definir ataques intensos de raiva e agressividade por parte de um determinado jogador. Trata-se de uma expressão mais violenta do que o trash talk. O **rager** (pessoa que está expressando o rage) tende a xingar oponentes e colegas de equipe, ofender outras pessoas com ataques misóginos, homofóbicos, racistas, ou ainda, atingir algo ou alguém de forma física, seja quebrando o próprio equipamento ou até mesmo atacando fisicamente alguém.*

---

Segundo o SE, se por um lado a rivalidade feminina é um problema para o desenvolvimento das mulheres *gamers*, por outro, a falta de incentivo à competitividade também é um empecilho para a profissionalização das mulheres. Essa ausência do interesse em competir, segundo as organizadoras do projeto, se daria pela estrutura patriarcal a qual a sociedade está submetida e que impõe características como a bondade e o altruísmo como elementos específicos do feminino, contra a competitividade e a ambição, específicas do masculino.

Sabemos que a competitividade nas mulheres não é estimulada quando crianças, ao contrário do que acontece com os homens — importante lembrar: competitividade é diferente de rivalidade —, e por conta disso, não temos tanta vontade de nos dedicarmos ao cenário competitivo (além de outros motivos). (SAKURA, 2019, [s.p.])

Em 24 de setembro de 2019, o projeto anunciou no Twitter a saída de Juliana "Mooned" da organização do SE, e em 11 de outubro de 2019, anunciou a mudança de nome para Sakura eSports, além da nova identidade visual:

Figura 30 - Logo Sakura eSports 2019



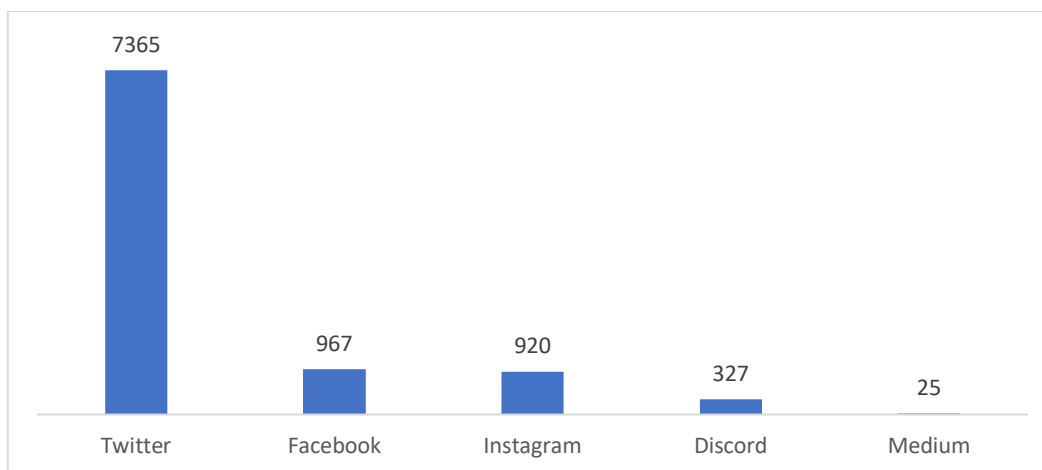
Fonte: [twitter.com/SakurasEsports](https://twitter.com/SakurasEsports).

Em linhas gerais, o SE trata-se de um projeto recente, mas que vem ganhando destaque nas redes sociais dentro da comunidade *gamer*, em especial entre o público feminino. Atualmente o site oficial do projeto apresenta sete integrantes como a *staff*, mas, de acordo com as publicações nas redes sociais, diversas mulheres trabalham para o projeto como *casters* (narradoras) de transmissão e monitoras de campeonatos sem necessariamente possuírem vínculo estabelecido formalmente com o projeto.

### 4.2.1. ESTRATÉGIAS: PROJETO SAKURA

O maior canal de comunicação do SE é o Twitter. Foi por meio dessa rede social que o projeto se consolidou e ganhou proporção entre a comunidade *gamer*. Além do perfil oficial no Twitter<sup>44</sup> o projeto está presente no Facebook, Instagram, Medium e Discord, conforme quantidade de seguidores indicada no Gráfico 10:

Gráfico 10 - Número de seguidores em redes sociais do Sakura eSports



Fonte: elaborado pela autora.

Como estratégia de atuação, o SE tem buscado parcerias com empresas privadas do setor *gamer* para desenvolver torneios e dar visibilidade ao cenário feminino. Em março de 2019, o projeto firmou uma parceria com a INTZ a partir da qual surgiu o projeto Invocadoras, que consistia em um torneio feminino de LoL no qual, ao final, uma comissão técnica formada pela própria INTZ iria escolher uma ou mais atletas para serem contratadas pelo clube.

Além da criação de campeonatos, outra estratégia para aumentar a visibilidade da comunidade *gamer* feminina é a divulgação do perfil de *pro-players* e *streamers* de gênero feminino por meio das redes sociais do projeto. Entre os formatos abordados estão o “Sakuera Legacy”, no qual mulheres do cenário *gamers* são entrevistadas com transmissão ao vivo via Twitch, e a “Semana Apex”, na qual o projeto divulgou o perfil e uma entrevista com várias garotas que fazem parte da comunidade do *game* Apex Legends, além de compartilhar iniciativas de outros grupos, projetos e empresas relacionadas ao cenário *gamer* feminino.

Durante o ano de 2019, o SE ganhou destaque entre a mídia especializada pela parceria no campeonato Invocadoras, sendo tema de matérias em veículos de mídia tradicionais, como Revista Capricho, site do SportTV, ESPN, entre outros.

<sup>44</sup> Disponível em: <https://twitter.com/SakurasEsports>. Acesso em: 2 nov. 2019.

### 4.2.1. FEMINISMOS: SAKURA ESPORTS

A *priori*, o projeto não se define como uma iniciativa feminista, apesar de seus textos e publicações em geral apresentarem fortes proximidades com várias vertentes dos feminismos. Não são facilmente encontradas citações diretas a termos como “feminismo” ou “feminista” nas publicações oficiais do SE, no entanto, por vezes o tópico é abordado de maneira indireta pelo projeto. A **thread** a seguir ilustra uma das referências encontradas no Twitter oficial do projeto.

---

Uma **thread** é uma espécie de linha de discussão, bastante comum em ambientes de interação on-line, como redes sociais, fóruns e comunidades virtuais. A partir de uma mensagem original são postadas respostas que recebem ainda novas respostas, assim formando uma cadeia de tópicos que concentra as diversas interações a respeito de determinado tema. Essa cadeia de respostas subordinadas é chamada de thread.

---

Figura 31 - Thread sobre racismo e feminismo



Fonte: [twitter.com/SakurasEsports](https://twitter.com/SakurasEsports).



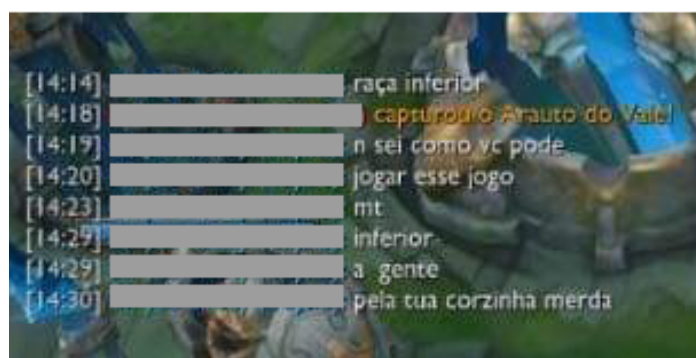
No *thread* acima destaca-se o comentário do perfil Sakura:

feminismo não é e nunca vai ser passar pano pra atitudes erradas, não confundam as coisas, desde já ^^  
Sakuras eSports, 24 de março de 2019.

Na ocasião, um membro do time “Hamtarô Vem aí” que participava do projeto Invocadoras, organizado pelo SE em parceria com a INTZ, protagonizou um episódio de *rage* durante uma partida ranqueada de LoL disparando comentários racistas contra outros *gamers*. A informação foi divulgada por um dos jogadores por meio de um *tweet*.

No Twitter, o SE se pronunciou sobre o caso informando estar ciente do acontecido e que estariam estudando as providências a serem tomadas. Horas depois, o clube INTZ também se pronunciou sobre o tema informando que iniciaria uma investigação sobre o comportamento da *gamer*.

Figura 32 - Captura de tela dos comentários racistas de uma *gamer* durante o projeto Invocadoras



Fonte: Vale, 2019, [s.p.].

A participante em questão foi banida do torneio Invocadoras, o time, no entanto, não foi prejudicado, uma vez que o caso de racismo aconteceu em uma partida alheia à competição e as demais jogadoras da equipe não teriam participado do caso de racismo. A *gamer* em questão se pronunciou via Twitter assumindo a responsabilidade e se desculpando publicamente pelo ocorrido.

Nesse caso em específico, o tema do feminismo foi citado pelo projeto em resposta a comentários que colocavam em dúvida qual seria o posicionamento do SE frente ao episódio de racismo. Na resposta, o SE se posiciona no sentido de demonstrar que as marcações de gênero e raça não são antagônicas, e que no caso de uma conduta racista por uma *gamer* de gênero feminino, a bandeira da sororidade não poderia ser utilizada para amenizar a gravidade do ato cometido.

Além de construir espaços seguros para a prática *gamer* feminina, o SE também leva como bandeira a prática da denúncia de casos de assédio ou postura machista por parte de *gamers*, campeonatos ou instituições. Em fevereiro de 2018, o projeto lançou no Twitter uma espécie de brincadeira chamada “Streamer machista oculto”, com o objetivo de que as seguidoras da página divulgassem a descrição de um *streamer* sem citar o nome, informando o acontecimento

que ilustrava o machismo daquele streamer. A thread em questão teve mais de 50 comentários, 20 retweets e 257 likes.

Figura 33 - Thread "streamer machista oculto"

The image shows a screenshot of a Twitter thread. The main tweet is from 'Sakura Esports' (@SakurasEsports) and asks for a description of a streamer without using their name or handle. It includes a warning about DMs. Below are several replies: one asks for details about a streamer's appearance and behavior; another shares a personal experience of being in a streamer's stream; a third updates that the streamer hasn't streamed in two years; a fourth mentions a girl who blocked the user on Twitter; and the final reply includes a meme about aggression and motives.

**Thread**

**Sakura Esports** @SakurasEsports

ok, vamos brincar de streamer machista oculto, pode ser?

Você dá a descrição do streamer em questão SEM CITAR NOME OU @, e qual foi o acontecimento que fez com que você percebesse que ele era realmente machista. A pessoa q tentar adivinhar te manda uma DM pra confirmar.

Translate Tweet  
9:00 PM - Feb 18, 2019 · Twitter Web Client

20 Retweets 257 Likes

**Sakura Esports** @SakurasEsports · Feb 18  
Replying to @SakurasEsports  
Por exemplo:

"Meu streamer machista oculto tem cabelo x, olhos y, usa óculos, era pro player, joga no top, e adora dizer que mulher não devia jogar lol"

que tal?

5 45

[Redacted] · Feb 18  
Replying to @SakurasEsports  
eu já fui mt fã dele, assistia stream dele direto e era mt ativa na twitch. Um belo dia eu caio na ranked dele, ele joga terrivelmente mal mas resolve botar a culpa em mim pq eu era >mulher< e devia estar "lavando louça". não acompanhei mais ele e n sei se ele é babaca ainda

2 33

[Redacted] · Feb 18  
atualização: descobri que ele não faz mais stream há quase 2 anos finalmente os refrescos 🍷

1 27

2 more replies

[Redacted] · Feb 18  
Replying to @SakurasEsports  
oclinhos, joga de singed

Fez uma garota excluir o twitter

44 2 263

2 more replies

[Redacted] · Feb 18  
Replying to @SakurasEsports  
É por saber dessas coisas toscas que eles fazem que eu ja sigo a filosofia de odiar primeiro e conhecer depois, todo mundo é um merda até que se prove que é um pouco menos merda.

2 3 32

Fonte: twitter.com/SakurasEsports.

Ainda quanto ao fomento das denúncias de assédio e agressão contra mulheres, em agosto de 2019 o SE publicou em seu site oficial uma matéria sobre os 13 anos da Lei Maria da Penha, na qual, além de contextualizar a trajetória de luta de Maria da Penha Maia Fernandes, enfatiza também a importância da legislação em prol dos direitos das mulheres, incentivando a denúncia em situações de agressão:

O Projeto Sakura enxerga Maria da Penha como um símbolo de luta, superação e força, e a lei como fundamental à legitimação dos direitos das mulheres e um avanço no combate à violência doméstica, familiar ou de gênero. Nesse aniversário de 13 anos de decreto, o Sakura encoraja você a quebrar um ciclo de violência hoje ao ligar pra Central de Atendimento à Mulher em Situação de Violência (180) se estiver sofrendo violência ou conhecer uma mulher nesta situação. As atendentes do 180 são capacitadas para lidar com os casos, prestar informações e acolher, orientar e encaminhar as mulheres conforme cada situação. (PROJETO SAKURA, [s.d.])

Constantemente a página faz *posts* e campanhas centradas na questão do assédio, incentivando a denúncia e fornecendo um espaço de discussão e acolhimento para mulheres que sofrem com o machismo no contexto dos *games*. Em geral, esses *threads* costumam concentrar depoimentos de mulheres *gamers* que acabam por interagir umas com as outras, conversando e fornecendo apoio emocional entre elas.

Além das *threads* no Twitter, o grupo de WhatsApp “Streamers Sakura” também costuma ser espaço de suporte emocional entre as mulheres que buscam se profissionalizar como *streamers* de *games*. Essas redes funcionam com um ambiente de sororidade onde as mulheres, além de trocar experiências sobre a parte prática e técnica do fazer *gamer*, também discutem questões pessoais e desafios enfrentados por elas na vida e profissão, conforme discussão transcrita a seguir:

Maria Quitéria\*: To muito sobrecarregada, aguentando e passando muita coisa e calada, sabe? Ai hoje estourei um pouco

Maria Quitéria\*: Meu pai conversou comigo agora no fim da tarde e eu melhorei um pouco

Nísia Floresta\*: Hoje depois que li p Twitter hoje deu muito desânimo de continuar a fazer as lives.

Nísia Floresta\*: Fique bem. Qualquer coisa estou aqui. Pode me chamar ou me ligar ❤️

Maria Quitéria\*: Temos que ser fortes e continuar, um dia vamos conseguir conquistar nosso respeito!

Maria Quitéria\*: Obrigada! ❤️

Ana Neri\*: Se precisar conversar pode me chamar, sei que mal me conhece, mas to aqui

Maria Quitéria\*: Obrigada, mesmo! ❤️

Anita Garibaldi\*: meninas, quero dizer a todas que não desanimem!! sei como é desanimador é difícil continuar lutando, mas vai dar tudo certo

Anita Garibaldi\*: nosso esforço em trazer conscientização pra comunidade vai dar certo

Anita Garibaldi\*: não desistam, to aqui pra ajudá-las e apoiá-las da melhor forma possível ❤️

Grupo Streamers Sakura no WhatsApp, 26 de junho de 2019.

Outro exemplo do papel exercido pelo SE como suporte psicológico e apoio emocional às mulheres foram as *lives* realizadas na semana do dia dos namorados. No dia 11 de junho de 2019, o tema foi “Bate-papo: você não é inferior a outras mulheres por estar solteira”, em 12 de junho, “Companhia para o dia dos namorados: não fique sozinha(o)”, além de “Conselhos amorosos” no dia 14 de julho de 2019. De acordo com as publicações, as *lives* tinham como objetivo fornecer suporte emocional às mulheres e abordar a questão do sentimento de inferioridade relacionado ao fato de ser solteira.

#### 4.2.2. SEGREGAÇÃO: SAKURA ESPORTS

Uma das principais frentes do SE é a criação de torneios e campeonatos exclusivamente femininos com o objetivo de apoiar o desenvolvimento das *gamers* desse gênero em um ambiente seguro e agradável.

Constantemente questionado sobre os impactos da segregação de gênero nesse cenário, o SE mantém a postura de que as ligas exclusivamente femininas são importantes para permitir que as mulheres possam se desenvolver em contextos competitivos sem o peso do machismo ou do *rage* sexista comumente direcionado a elas em competições mistas:

A criação de campeonatos femininos não só ajuda a incentivar as mulheres a competir, como também as permite competir de maneira sadia e ‘livre de rage.’ [...] Isso poderia auxiliar na diminuição do machismo da comunidade, pois poderia mostrar para os garotos que não queremos tomar o lugar deles e sim conquistar o nosso espaço. E não significa necessariamente uma dominância de nós sobre eles. (SORIANO, 2019)

Em uma *thread* publicada em dezembro de 2018 no Twitter, o SE apresenta argumentos pelos quais considera importante a criação de ligas exclusivamente femininas nos eSports, entre eles destaca, além do assédio e do machismo já conhecidos, a questão das ***gaming houses***.

---

***Gaming houses*** são casas onde *gamers* moram juntos com o objetivo de treinar e conviver, buscando dedicação integral ao desenvolvimento das suas habilidades de jogo. Trata-se de um formato comum em times profissionais de eSport. Nessas casas, geralmente convivem entre quatro e seis *pro-players*.

---

De acordo com o SE, as *gaming houses* são um elemento de exclusão das mulheres da cena profissional, uma vez que para elas seria muito mais difícil a adaptação a um espaço desses, se comparado aos *gamers* de gênero masculino.

Agora, imagine que você é uma mulher, certo? E seu sonho é ser pro player. Mas como o formato de treino do LoL são as gaming houses, você teria que morar com ~no mínimo~ mais 6 homens com quem, teoricamente, você não possui intimidade alguma.  
Incrivelmente legal, não?  
Sakura Esports, 23 de dezembro de 2018.

Além do desconforto natural de conviver com pessoas até então desconhecidas, a questão do gênero irá pesar consideravelmente nessa relação. Em geral, a pressão familiar sobre a mulher que opta por morar com homens integrantes de uma equipe pode ser muito maior do que se comparada a um jogador do gênero masculino. Sobre a mulher, possivelmente pesaria também responsabilidades com a organização e gestão da casa de forma desproporcional em relação aos homens, além de estar suscetível a diversos tipos de assédio ou situações constrangedoras no convívio diário e íntimo com os colegas de equipe. Por fim, complementa:

Enxergamos a criação de uma liga feminina como necessária pois assim mulheres poderiam finalmente se tornar profissionais com uma certa qualidade. O cenário *gamer* é machista por natureza, o cenário do LoL exclui as mulheres pelo modo como foi formado.  
Sakura Esports, 23 de dezembro de 2018.

Com base nesses argumentos, o SE defende sua postura de apoio à criação e ao desenvolvimento de uma cena feminina no eSport, destacando que esta não teria o papel de afastar as mulheres do cenário profissional misto, mas, sim, de garantir uma porta de entrada para o contexto competitivo igualitário e seguro para o acesso feminino.

### **4.2.3. RESULTADOS: SAKURA ESPORTS**

Com pouco mais de um ano de existência, o Sakura eSports já apresenta relevantes resultados dentro do cenário *gamer* feminino brasileiro. O projeto de maior impacto do SE foi o Invocadoras, realizado em parceria com a INTZ. Esse campeonato foi organizado em duas seletivas, a primeira ocorreu entre os dias 16 e 17 de março de 2019 e contou com a participação de 32 times e 160 *gamers*. A segunda etapa, realizada entre 23 e 24 de março, contou com 41 times femininos, totalizando a participação de 280 *gamers*.

Figura 34 - Anúncio do projeto Invocadoras



Fonte: [twitter.com/intz](https://twitter.com/intz).

A competição foi aberta a jogadoras de todos os níveis, sem restrição de **Elo**, sendo exclusiva para a participação de *gamers* de gênero feminino. De acordo com o regulamento do campeonato, mulheres cis e trans foram igualmente aceitas.

---

*No contexto de LoL, o **Elo** é o sistema de classificação utilizado pelo jogo para medir o nível do jogador em partidas ranqueadas. O método foi adaptado do Rating Elo, modelo estatístico utilizado para calcular a força relativa entre jogadores de xadrez inventado pelo físico americano Arpad Elo.*

---

Em 9 de agosto a INTZ anunciou a contratação de Tainá "Yatsu" Santos e Julia "Mayumi" Mayumi, que passarão a integrar uma equipe mista de LoL do clube em 2020, treinando sob o modelo de **gaming office**.

---

O modelo de **gaming office** trata-se de uma alternativa ao *gaming house*. Nestes espaços, que funcionam como um escritório tradicional de trabalho, os gamers têm uma estrutura adequada para treinar com escala predefinida de horários e interação direta com os demais membros da equipe, mas sem a necessidade de morar no local de trabalho.

---

A contratação das jogadoras foi bastante comentada nas redes sociais, bem como em matérias publicadas pela mídia especializada. O anúncio da contratação no Twitter teve 4.500 *likes* e mais de 700 interações na *thread*.

Figura 35 - Anúncio da contratação das atletas selecionadas no projeto Invocadoras



Fonte: [twitter.com/intz](https://twitter.com/intz)

Antes do campeonato Invocadoras, o SE já vinha desenvolvendo campeonatos menores de forma amadora. Em dezembro de 2018 aconteceu o “Primeiro Torneio Sakura” com o intuito de promover uma maior interação e visibilidade entre o público feminino de LoL. O torneio contou com a participação de 10 times e 50 *gamers* de gênero feminino. De acordo com as organizadoras, apesar de algumas dificuldades técnicas devido à falta de experiência da equipe, o torneio foi um sucesso: “Honestamente, muito melhor que o planejado. Foi a primeira vez em

que organizamos um torneio, não tinha experiência alguma com plataformas como o battlefy, muito menos em gerenciar mais de 50 pessoas ao mesmo tempo, então por esse lado, foi incrível” (MULTIVERSOMAS, 2019). Em janeiro de 2019 o SE organizou a segunda edição do torneio, dessa vez com a participação de 11 times.

Em junho de 2019, o projeto lançou o “Duozada Sakurão”, torneio de LoL no formato de duplas, sendo este, no entanto, um campeonato misto que contou com 169 duplas inscritas. Ainda na seara dos campeonatos, mas desta vez não relacionado diretamente ao eSport, em junho de 2019 o SE lançou o “Sakurafic”, uma competição de **fanfics** sobre o tema de Dia dos Namorados que deveria ser baseada em pelo menos um casal de LoL.

---

*Fanfictions, ou **fanfics**, são histórias de ficção escritas por fãs a partir de personagens já existentes, seja na literatura, no cinema ou na televisão. Trata-se de um gênero da literatura que é considerado por muitos autores fruto das possibilidades das novas tecnologias. Nas fanfics os escritores em geral tecem novas narrativas a partir de uma fonte original.*

---

Além dos campeonatos, o SE também promoveu uma parceria com o LiveArenaBR, um centro de educação e entretenimento voltado à cultura *gamer*. A parceria oferecia um cupom de desconto para os cursos oferecidos pela empresa, além da isenção de matrícula. De acordo com o anúncio do LiveArena, a iniciativa buscava trazer mais visibilidade e profissionalização das mulheres na cultura *gamer*.



Figura 36 - Anúncio de parceria entre LiveArenaBR e Sakura eSports



Fonte: [twitter.com/LiveArena](https://twitter.com/LiveArena).

Por fim, destaca-se uma pesquisa realizada pelo SE sobre o tema “Mulheres nos eSports”<sup>45</sup>. A pesquisa on-line foi realizada entre os meses de outubro de 2018 e maio de 2019, formada por 18 perguntas, e coletou respostas de 543 pessoas por meio de Twitter, grupo de WhatsApp e Twitch. O objetivo da pesquisa é apresentar dados sobre o apoio à criação de um cenário feminino nos eSports, bem como mapear as dificuldades encontradas por mulheres na profissionalização *gamer*.

<sup>45</sup> A pesquisa completa pode ser acessada em: <https://projeto-sakura1.webnode.com/l/pesquisa-mulheres-nos-esports-resultados>. Acesso em: 2 nov. 2019.

Figura 37 - Capa da apresentação de resultados da pesquisa “Mulheres nos eSports”



Fonte: Sakura Esports, [s.d.].

De acordo com os dados publicados no site do SE, quanto ao gênero dos respondentes, 54% foram mulheres, 44,4% homens e 1,6% indicaram a opção “Outros”. Entre os respondentes, 64,1% afirmaram que já sonharam em ser *gamers* profissionais contra 34,4% que não. Quando questionados sobre o motivo, as principais respostas são: falta de incentivo; falta de habilidade; necessidade de trabalhar e estudar; machismo na comunidade; escassez de chances; vergonha e ausência de equipamento de qualidade.

Quanto à criação de um cenário *gamer* feminino, 78,5% do público respondente afirmou ser a favor da criação de um cenário *gamer* feminino e 10,9% contra. A pesquisa destaca que entre a parcela do público que apoia a criação de um cenário feminino, os principais argumentos para tal são: a ação pode incentivar mais mulheres a tornarem-se *gamers* profissionais; aumenta a representatividade feminina; aumenta a visibilidade, proporcionando um cenário mais saudável; cria um espaço seguro que incentivaria a competitividade; serviria de porta de entrada para o cenário misto. Entre os 10% que se posicionam contra a criação de uma cena *gamer* exclusivamente feminina, os argumentos principais são: a segregação seria prejudicial ao contexto *gamer*; as ligas mistas devem ser um espaço aberto e seguro para todos; a segregação reforçaria estereótipos; por fim, acarretaria menor investimento das organizações em campeonatos femininos.

Quando questionados se haveria uma redução do machismo na comunidade *gamer* com a criação de um cenário feminino competitivo, 56,2% responderam que sim e 28,5% responderam que não. O resultado da pesquisa não indica a resposta dos 15,3% restantes. Entre os respondentes, 84,4% afirmam que o machismo na comunidade *gamer* é causa da escassez de mulheres que jogam em times mistos. A segunda causa mais apontada seria a falta de esforço das mulheres (11%).

A grande maioria dos respondentes, 95,6%, afirma apoiar as mulheres no cenário competitivo de eSports, no entanto, quando questionados sobre o interesse em assistir a campeonatos femininos, 6,8% afirmaram não ter interesse.

Os motivos para a baixa quantidade de mulheres entre os elos mais altos dos *games* são apontados como: falta de incentivo para subir (62,2%); utilização de *nicknames* neutros, impossibilitando a identificação de mulheres de elo alto (como já indicado anteriormente, a utilização de *nicknames* neutros é uma alternativa utilizada por mulheres para evitar o machismo) (57,6%); não há interesse delas em subir no ranking (14,9%); não se dedicam o suficiente (14%).

### 4.3. YOU GO GIRLS

O You Go Girls (YGG) é uma iniciativa criada por Nayara “Lalinha” Dornelas, que se define como “feminista e muito sonhadora, amante dos jogos on-line e mundo virtual”. O YGG nasceu em meados de setembro de 2018 a partir da construção do site do projeto. A proposta do YGG é ser um espaço de “acolhimento a todas mulheres que são envolvidas no mundo virtual e se sentem, de alguma forma, oprimidas pela comunidade” (SOBRE NÓS - YOU GO GIRLS, [s.d.]).

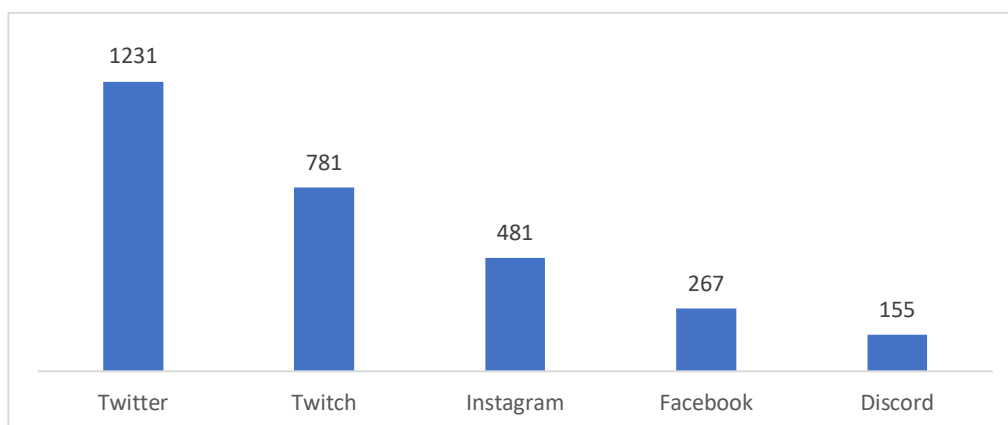
Figura 38 - Capa do Facebook do projeto You Go Girls



Fonte: facebook.com/YouGoGirIsOficial.

O YGG é formado por uma equipe de mulheres que inclui administradoras, *streamers*, redatoras, designers e *social media*. O projeto tem como base o site oficial e faz uso de diversas redes sociais para divulgar conteúdo e interagir com a comunidade. As redes com mais penetração de público são o Twitter e o canal da Twitch, conforme Gráfico 11:

Gráfico 11 - Número de seguidores em redes sociais do You Go Girls



Fonte: elaborado pela autora.

Em entrevista ao site Multiverso Mais, Lalinha, fundadora do projeto, afirma que a inspiração para criar o YGG veio de sua própria experiência como entusiastas dos *games*:

Eu sempre gostei de jogos online, e por muito tempo me privei porque ouvia o tempo todo que era ‘coisa de garoto’, e porque sempre foram muito agressivos quando descobriam que eu era mulher. Então um dia, indo para uma feira de games, eu pensei: por que não tem um lugar para mulheres jogarem juntas e se sentir apoiadas? Eu estava realmente saturada de não fazer o que eu gostava por puro machismo. (REIS, 2018, [s.p.])

Com pouco mais de um ano de projeto, o YGG firmou parceiras para a organização de um campeonato exclusivamente feminino, que veio a ser cancelado posteriormente, realizou a cobertura de eventos e feiras de *games*, além de abrir espaço nos canais do projeto para divulgar o trabalho de mulheres *gamers*.

#### 4.3.1. ESTRATÉGIAS: YOU GO GIRLS

A principal estratégia do YGG é a criação e divulgação de conteúdo sobre o cenário *gamer* com enfoque especial no contexto feminino. O grupo orgulha-se de divulgar que todo o projeto é mantido por uma equipe 100% feminina, composta por mulheres de todo o Brasil que trabalham de forma colaborativa na criação de conteúdo, redação, análise de *games*, designers, *streaming*, entre outros.

O YGG possui uma agenda diária de transmissões via Twitch realizadas por *streamers* parceiras do projeto. Além das transmissões, o projeto também realiza quadros esporádicos estilo “Game Talk” via Twitch, em formato de bate-papo com entrevistados.

A publicação de conteúdo é realizada com frequência semanal e é o ponto central do site e das redes sociais do projeto. Os temas são variados e incluem novidades sobre campeonatos e torneios, análises de jogos, cobertura de eventos e conteúdos de apoio emocional, por exemplo, o Girls Gang Support, uma série de publicações com foco em mulheres *gamers* que sofrem com o machismo e preconceito na comunidade.

O primeiro episódio da série, publicado em 25 de janeiro de 2019, tem como tema: “O que fazer ao ser assediada in game?”. No *post*, a autora contextualiza inicialmente o que pode ser considerado assédio virtual, o qual ela define como:

Qualquer ato que lhe tenha causado constrangimento, danos morais, intimidação e, em alguns casos, levado até problemas psicológicos. Comentários sexuais, rótulos pejorativos, **discurso de ódio**, tornar as vítimas alvo de ridicularização ou postar declarações falsas com o objetivo de humilhar, tudo pode ser incluído ao termo do *cyberbullying*. (OLIVEIRA, 2019, [s.p.])

Ainda no texto, a autora sugere a utilização de aplicativos para gravar o conteúdo das partidas on-line, incluindo *chat* de voz, de texto e conteúdo em tela que possam ser utilizados como prova em caso de uma denúncia. A seguir, indica a denúncia direta ao suporte de jogo e, posteriormente, enviar via Twitter ou Instagram todo o ocorrido para a administração do YGG, bem como a outras comunidades e personalidades apoiadoras da comunidade *gamer* feminina. A autora afirma que a repercussão nas mídias sociais é fundamental para que haja solução dos casos. Por fim, para casos graves, o *post* indica a abertura de boletim de ocorrência (B.O.) em uma delegacia.

Quanto aos torneios, em 20 de abril o YGG anunciou o “Sentinela”, um torneio de LoL exclusivo para o público feminino que seria formado por 16 times e premiaria os vencedores com 40 mil RPs<sup>46</sup> oferecidos em parceria pela ToBeOp, uma empresa de organização de torneios amadores. No entanto, em 4 de maio o YGG anunciou o cancelamento do torneio alegando falta de comprometimento dos times participantes.

Sobre a questão financeira, o YGG se define como um projeto sem fins lucrativos. Foi criada, em outubro de 2018, uma campanha de financiamento coletivo na plataforma Vakinha.com<sup>47</sup> com o objetivo de arrecadar R\$ 2.000 reais para compra de equipamento (câmera e iluminação) e aprimoramento do site. A campanha, no entanto, foi encerrada em 28 de janeiro de 2019 com apenas R\$ 25 reais arrecadados.

### 4.3.2. FEMINISMOS: YOU GO GIRLS

A fundadora do YGG, Nayara “Lalinha” Dornelas, define-se como uma feminista, portanto, nota-se um alinhamento do projeto a diversas pautas dos feminismos. Entre os conteúdos abordados nas publicações destaca-se uma aproximação às causas LGBTQ+, identificada, por exemplo, no *post* realizado em 29 de janeiro de 2019, dia da visibilidade trans, bem como na publicação em comemoração ao dia dos namorados.

---

<sup>46</sup> Riot Points (RPs) é uma das duas moedas de compra dentro do jogo LoL, podem ser adquiridos por meio de compra com dinheiro real e são utilizados para comprar itens de jogo.

<sup>47</sup> Disponível em: <https://www.vakinha.com.br/vaquinha/apoio-ao-projeto-you-go-girls>. Acesso em: 2 nov. 2019.

Figura 39 - Post do YGG sobre Visibilidade Trans



Fonte: facebook.com/YouGoGirlsOficial.

No *post* reproduzido acima, a página demonstra respeito e admiração pela causa trans: “Parabéns a todas pela coragem, pela conquista de poder ser quem realmente se é. E muita luta e luz para quem ainda está se descobrindo, para quem ainda não se reconhece”.

No dia 12 de junho, data da comemoração do dia dos namorados, a página postou uma publicação desejando felicidades aos seguidores do projeto. No *post*, foi utilizada a ilustração do casal lésbico Tracer e Emily, retirada da história em quadrinhos (HQ) *Reflections*, do jogo Overwatch<sup>48</sup>.

<sup>48</sup> Trata-se de uma expansão do universo do jogo Overwatch por meio de animações lançadas no YouTube e histórias em quadrinhos produzidas e publicadas pela Blizzard, empresa desenvolvedora do jogo.

Figura 40 - Post You Go Girls de dia dos Namorados



Fonte: facebook.com/YouGoGirlsOficial

Não foram encontradas menções diretas às diversas vertentes de feminismos nos *posts* ou publicações realizadas pelo projeto. Ainda assim, o conteúdo mostra-se fortemente alinhado a questões de empoderamento feminino e denúncias de assédio ou opressão às mulheres. Além disso, nota-se um cuidado com questões de representatividade da comunidade LGBTQ+.

### 4.3.3. SEGREGAÇÃO: YOU GO GIRLS

Nota-se o alinhamento estratégico do YGG à organização e divulgação do cenário feminino *gamer*. Apesar de ter sido cancelado, o Torneio Sentinela, idealizado pelo o YGG, tinha como característica a exclusividade feminina na competição. Em entrevista ao site Versus, a fundadora do projeto afirma:

O torneio é um passo muito importante dentro do You Go Girls. Estamos todas muito animadas e orgulhosas de finalmente tirar isso do papel. Todo o projeto gira em torno de dar voz e visibilidade para as mulheres dentro do esports, e este campeonato tem como objetivo ser uma porta de entrada para as jogadoras. Nós sabemos que este não é o modelo ideal e queremos futuramente ter torneios mistos, até mesmo de outros jogos, já que não tem porque mulheres não jogarem junto de homens. (JUNIOR, 2019, [s.p.])

Em enquete realizada no Twitter do YGG em novembro de 2018, o projeto questiona seus seguidores sobre soluções para o cenário feminino no eSport. Entre os 307 votos recebidos, 43% optaram pela opção “organizações contratando player mulheres”. A segunda opção mais votada foi “oportunidades na ponta do cenário, como narração, comentarista e coaching”, com 27%. Em resposta à enquete, um usuário responde:

times mistos vei, e-sport não é esporte físico em que há uma diferença biológica justificada pela evolução, mas sim um esporte mais mental e que não há um consenso científico q o cerebro de mulheres e homens são diferentes  
Georgina Albuquerque\*, 6 de novembro de 2016.

Em resposta, o YGG afirma:

somos a favor dos times mistos! 😊  
You Go Girls, 6 de novembro de 2016.

Evidencia-se, portanto, que a postura do YGG frente à questão da segregação por gênero nos eSports é de que esta deve ser vista como uma porta de entrada para mulheres na apropriação do cenário *gamer*. O YGG investe na organização e divulgação de campeonatos exclusivamente femininos com o objetivo de que as mulheres possam se desenvolver no cenário competitivo, visando sua participação em eventos mistos, jogando de forma igualitária com *gamers* de gênero masculino.

#### 4.3.4. RESULTADOS: YOU GO GIRLS

Com pouco mais de um ano de existência, o You Go Girls demonstra uma presença massiva nas redes sociais, em especial no Twitter e Twitch. No Twitter foram identificadas 1219 publicações até a data fim da coleta de dados deste trabalho, um número considerável para o tempo de existência do projeto.

Em suas redes sociais, o YGG fomenta a discussão a respeito do espaço feminino na cena *gamer* brasileira, além de contribuir para a divulgação do perfil de mulheres *gamers* por meio do compartilhamento de canais e abertura de espaço para novas *streamers* em seu canal oficial na Twitch. No entanto, entre os 13 vídeos disponíveis em formato *on demand* no canal oficial do YGG na Twitch foi identificado um baixo volume de visualizações. Os dois vídeos mais populares são “Xiofanna - Jogando Dead by Daylight I You Go Girls” e “Comemorando 1 ano de You Go Girls”, com seis visualizações cada. Esse dado demonstra que por mais que o projeto tenha uma atuação massiva nas redes sociais, o alcance do conteúdo desenvolvido ainda é baixo.

Em entrevista ao site da SportTV, a fundadora do YGG afirma estar feliz com os resultados do projeto até o momento e notar que as mulheres *gamers* passaram a ter menos medo denunciar o assédio sofrido nos *games*:

Eu reparei que as mulheres agora estão com menos medo de mostrar os assédios que sofrem, nos marcam em diversas posts, pedem a nossa ajuda e tudo que está ao nosso alcance a gente faz. Estão surgindo outros projetos parecidos e mais campeonatos que abrem as portas para as mulheres nos eSports, e isso é muito bom para comunidade. (REIS, 2019)

Segundo ela, os planos futuros do YGG envolvem a promoção de campeonatos amadores exclusivamente femininos com o objetivo de aproximar as mulheres do cenário competitivo dos eSports.



## 5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os temas apresentados até aqui foram orientados de acordo com o objetivo geral desta pesquisa de analisar o processo de desenvolvimento de uma cena exclusivamente feminina no eSport brasileiro fomentado pela mobilização social de mulheres *gamers* por meio das redes sociais.

A partir desse objetivo central, foram definidos os recortes temáticos deste estudo, sendo eles: (1) a construção sexista dos *games* como “coisa de menino”; (2) a hegemonia masculina que exclui as mulheres da cena *gamer*; e (3) as consequências da segregação por gênero das competições de eSport. A partir dessas temáticas, foram elaborados os objetivos específicos com a função de orientar e conduzir o processo de produção da pesquisa.

“A construção sexista dos *games* como coisa de menino”, traduzida como o objetivo específico de compreender de que formas a estrutura social patriarcal e misógina dos videogames exclui as mulheres do cenário *gamer* profissional, foi foco da discussão realizada no primeiro capítulo por meio de um levantamento bibliográfico exploratório.

O segundo recorte temático, estipulado como “a hegemonia masculina que exclui as mulheres da cena *gamer*”, foi abordado por meio de uma revisão bibliográfica das pesquisas acadêmicas acerca da violência de gênero e hipersexualização das mulheres nos videogames, bem como pelo resgate histórico da concepção machista da indústria, chegando à atual representação feminina nas narrativas dos videogames.

O terceiro eixo temático, determinado como “as consequências da segregação por gênero das competições de eSport”, foi organizado e traduzido em três objetivos específicos desta pesquisa, sendo o primeiro deles: mapear o setor de eSports brasileiro, considerando seu tamanho, crescimento e suas diferenças por gênero. Esse objetivo foi abordado no terceiro capítulo por meio de pesquisa bibliográfica exploratória combinada com uma pesquisa documental baseada em relatórios de consultorias especializadas no setor.

No capítulo anterior, apresentamos os resultados da observação e do acompanhamento de campo dos objetos deste estudo através do método da etnografia virtual, utilizando a técnica da observação não participante. Esse capítulo foi orientado de acordo com o objetivo específico de levantar as estratégias adotadas por esses grupos para ampliar o acesso de mulheres ao cenário profissional.

Neste capítulo, apresentaremos o resultado da análise desses grupos, visando atingir o terceiro objetivo específico deste eixo temático e último desta pesquisa: analisar como se formam as redes de colaboração, apoio e incentivo a mulheres no eSport brasileiro.

Em posse dos dados e percepções coletados na etapa de imersão em campo, o próximo passo para a construção desta pesquisa é dar sentido ao que foi investigado por meio de um texto que possa tornar legível ao leitor todo o conhecimento construído durante o processo de imersão no campo. Para isso, o texto etnográfico deve apresentar a interpretação dos dados coletados e evidências que direcionem a resposta ao problema de pesquisa de forma argumentativa (PAZ, 2017).

Para isso, realizamos uma categorização dos dados coletados na fase da imersão no campo criando conexões entre os dados e as categorias identificadas nas três iniciativas observadas nesta pesquisa: Rainha de Copas, Sakura eSports e You Go Girl.

Quanto ao método de análise dos dados coletados, empregamos o modelo utilizado por Paz (2017) na tese de doutorado intitulada “Mulheres e Tecnologia: Hackeando as relações de gênero na comunidade Software Livre do Brasil”, dada a proximidade do tema e semelhança do objeto de pesquisa, adaptando as ferramentas e processos de acordo com as especificidades que os objetos deste estudo demandavam durante sua elaboração.

O processo de análise dos dados coletados se deu da seguinte forma: leitura geral dos dados armazenados na ferramenta Google Keep, codificação e categorização por meio de marcadores estipulados e, por fim, elaboração das considerações. Importante ressaltar, no entanto, que esse processo não se deu necessariamente de forma linear, como é típico do fazer etnográfico, precisando ser revisto e adequado por diversas vezes ao longo do processo de escrita do trabalho.

Estabelecemos quatro categorias que pareceram mais lógicas e apropriadas para atingir os objetivos definidos neste estudo, organizando a escrita de acordo com quatro temas centrais: (1) estratégias; (2) feminismos; (3) segregação por gênero; e (4) resultados atingidos pelos projetos até então. Estrutura esta que foi utilizada como marcadores na etapa de codificação e categorização dos dados coletados e empregada no capítulo anterior para apresentar a análise inicial da pesquisa de campo em cada um dos projetos.

Inicialmente, identificamos as motivações para criação e desenvolvimento de cada iniciativa, as lideranças envolvidas e os principais meios de interação desses grupos. A partir disso, concentramos a análise na estrutura dos grupos, identificando as estratégias de atuação, meios e canais de comunicação, frequência das postagens e fluxos de comunicação. As abordagens dos grupos foram observadas quanto à questão da segregação por gênero no contexto dos eSports, apresentando, por fim, os resultados práticos obtidos por esses grupos até o momento. Buscamos, assim, cruzar o mapeamento das competições femininas de eSport apresentado no terceiro capítulo com a atuação das três iniciativas observadas nesta pesquisa. Discutimos em seguida de quais formas os femininos estão presentes na concepção e práticas desses grupos.

Cruzando os dados observados no mapeamento do cenário feminino dos eSports brasileiro, buscamos discutir de que forma a segregação de torneios promovida pelos grupos analisados impacta a experiência de mulheres no cenário nacional de eSports, identificando vantagens e desvantagens dessa estratégia e buscando responder aos objetivos definidos nesta pesquisa.

## **5.1. A CONSTRUÇÃO DA CENA FEMININA NO ESPORT BRASILEIRO**

Como observado no capítulo anterior, foram analisadas nesta pesquisa três iniciativas que buscam fomentar a participação de mulheres no cenário profissional de eSports, sendo elas o Campeonato Rainha de Copas, o projeto Sakura eSports e o site You Go Girls.

O sociólogo espanhol Manuel Castells afirma que os movimentos sociais são desencadeados por fortes emoções derivadas de algum evento significativo o suficiente para que os indivíduos superem o medo de desafiar o poder opressor (CASTELLS, 2013). Essa característica pode ser observada nas três iniciativas. Em ambos os casos, as fundadoras dos projetos afirmaram em entrevistas, publicações nas redes sociais ou ainda em áreas específicas dos sites oficiais dos projetos que a ideia de construir as iniciativas surge da observação de uma exclusão feminina das competições de eSport bem como do machismo e opressão de gênero na comunidade *gamer*.

Os movimentos sociais nascem a partir de um plano individual, de uma indignação, da percepção de indivíduos que se sentem humilhados, ignorados ou mal representados. Essa percepção resulta em uma emoção negativa, em geral a raiva, que, quando associada à esperança de uma mudança, permite a superação do medo e, com isso, a tomada de ação. Para que isso aconteça, no entanto, é necessário que os indivíduos se conectem a outros indivíduos com experiências semelhantes e isso só é possível por meio de uma comunicação eficiente.

Historicamente, os movimentos sociais dependiam de mecanismos de comunicação como boatos, sermões, manifestos ou a propagação pela imprensa (CASTELLS, 2013). Atualmente, esse processo foi amplificado pelas redes digitais que permitem uma comunicação horizontal de forma autônoma e interativa. Contexto este que é determinante para a insurgência das três iniciativas observadas neste estudo. O Quadro 3 ilustra o processo de surgimento de cada projeto, bem como o canal de comunicação utilizado para tal.

Quadro 3 - Surgimento das iniciativas

<b>Projeto</b>	<b>Data de origem</b>	<b>Motivação</b>	<b>Canal de comunicação</b>
Rainha de Copas	Junho de 2017	Indignação com a desistência da organização do <i>Midas Perseverance</i> de promover a edição do campeonato feminino em 2017.	Grupo de Facebook Dota das Meninas.
Sakura eSports	Setembro de 2018	Percepção do machismo e misoginia enfrentados por mulheres que tentavam se desenvolver nas partidas ranqueadas de LoL.	Grupo de WhatsApp de mulheres que jogavam LoL.
You Go Girls	Setembro de 2018	Saturação de não poder desfrutar dos <i>games</i> como gostaria, devido ao machismo.	-

Fonte: elaborado pela autora.

Portanto, segundo a perspectiva de Castells (2013), podemos compreender os três projetos analisados nesta pesquisa como de fato movimentos sociais, uma vez que apresentam, cada um ao seu modo, os elementos elencados pelo autor como estruturais ao desenvolvimento de movimentos sociais.

Observa-se que os projetos analisados dão indícios de resgatarem as premissas do *Girls Game Movement* dos anos 1990, movimento orquestrado por desenvolvedores, pesquisadores de gênero e militantes feministas que buscavam, de forma conjunta, construir novas narrativas e experiências femininas no contexto dos videogames.

No caso do Rainha de Copas, as organizadoras haviam participado de uma competição de eSport, gostaram da experiência e posteriormente souberam que o campeonato não teria uma nova edição. Por isso, uniram-se para criar um novo campeonato e permitir que outras mulheres pudessem experienciar o cenário competitivo *gamer* em um espaço seguro e livre da misoginia dos campeonatos mistos. Nesse sentido, o grupo do Facebook Dota das Meninas foi fundamental para possibilitar a percepção de que tal sentimento de indignação era coletivo.

O Sakura eSports também surge a partir de um canal de comunicação que permitiu que várias mulheres pudessem perceber o machismo enraizado na cultura *gamer* e como este as impedia de se desenvolver de forma autônoma. De acordo com Castells (2013, p. 15), “a empatia no processo de comunicação é determinada por experiências semelhantes às que motivaram o acesso emocional inicial”, em outras palavras, a troca de experiência proporcionada pelo grupo de WhatsApp dessas mulheres motivou a criação de um movimento contra a injustiça e exclusão a qual elas estavam submetidas.

No caso do projeto You Go Girls não foi identificado entre os dados coletados na pesquisa de campo qual meio de comunicação propiciou o compartilhamento inicial entre as organizadoras do projeto, no entanto, o projeto baseia-se fortemente na divulgação de denúncias contra o assédio e o machismo na comunidade *gamer* por meio das redes sociais. Na transcrição a seguir, o YGG apresenta seu objetivo.

Nos apresentando oficialmente:

Criamos o projeto para que fossemos um suporte e um acolhimento à todas mulheres que são envolvidas no mundo dos games e se sentem, de alguma forma, oprimida pela comunidade, sejam elas, proplayers, streamers ou amantes de jogos.

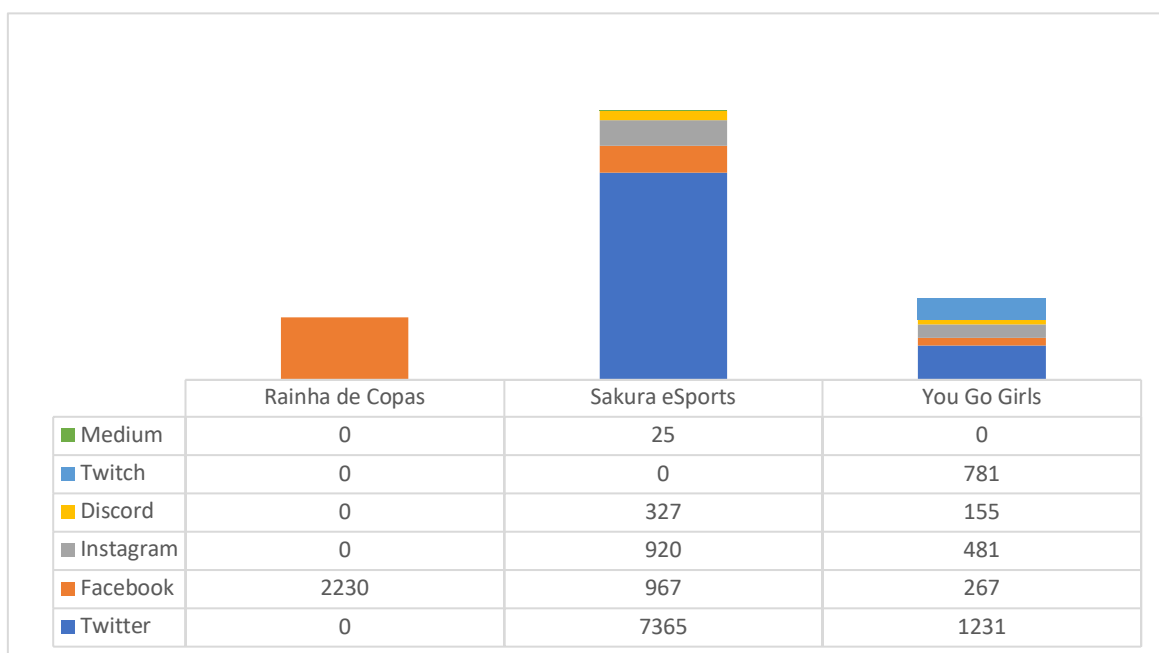
You Go Girls, 23 de outubro de 2019.

Quanto ao gênero das fundadoras das iniciativas, 100% dos projetos foram fundados e são administrados exclusivamente por mulheres. O RDC tem em sua origem três mulheres como responsáveis pelo projeto, atualmente, no entanto, possui uma parceria com a empresa BBL na qual parte da *staff*, sócios e funcionários, são de gênero masculino.

O SE surge da iniciativa de duas amigas e ao longo do tempo vem absorvendo novas colaboradoras fixas e eventuais. De acordo com os dados do site do projeto, todos os membros da equipe fixa são mulheres. Por fim, o YGG surge da iniciativa de uma mulher com o apoio de mais duas amigas. Dados do site indicam que a equipe de colaboradoras é 100% feminina.

As redes sociais são a grande ferramenta de mobilização dos três grupos observados. Entre as redes mais utilizadas, destacam-se o Twitter e o Facebook. Todas as iniciativas observadas possuem sites oficiais, estes, no entanto, não centralizam o foco de interação com o público. O Gráfico 12 ilustra o alcance em números de usuários “seguidores” em cada uma das redes sociais dos projetos observados:

Gráfico 12 - Utilização das redes sociais por projeto



Fonte: elaborado pela autora.

De acordo com os dados apresentados no Gráfico 12, destaca-se a baixa presença em redes sociais do RDC, que concentra sua atuação apenas no Facebook. O projeto atualmente parece ter sido despriorizado, especialmente após a parceria com a BBL, que concentra na página da empresa toda a divulgação da liga feminina *Queens of Hearts*.

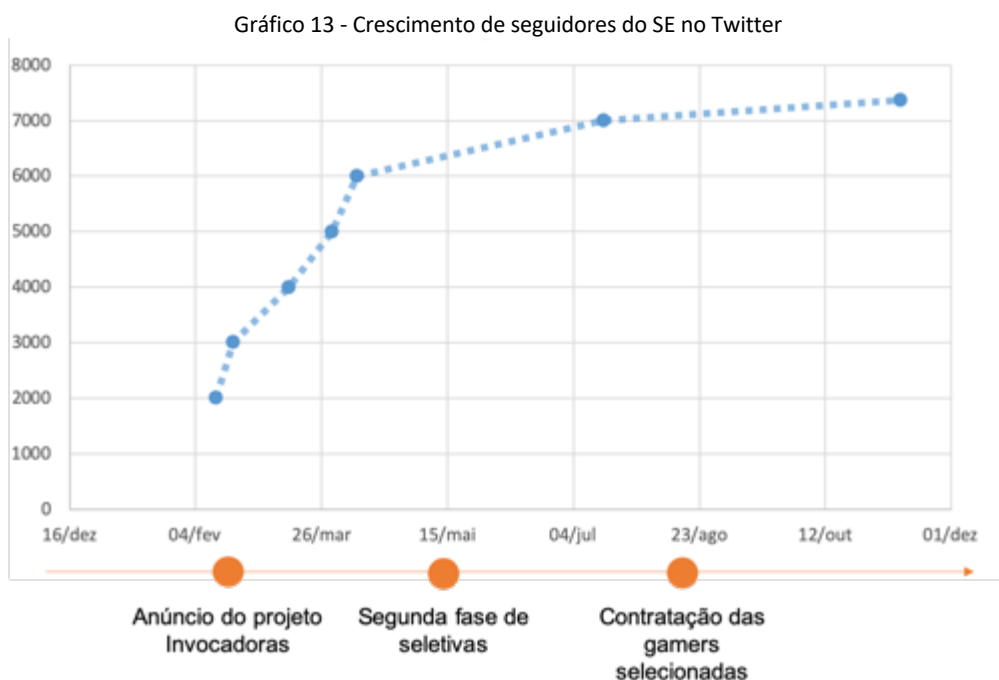
Por outro lado, o Sakura eSports concentra o maior número de seguidores, alcançando 9604 usuários se considerada a soma de todas as redes. Importante destacar, no entanto, que esse número não representa a quantidade de indivíduos alcançados pelo projeto, uma vez que a maior parte dos usuários possui perfil em diversas redes, podendo estar sobreposto entre os seguidores de diferentes plataformas.

Em quantidade de seguidores de uma única rede, destaca-se o perfil do Twitter do SE que possui 7365 seguidores, volume cinco vezes maior que o YGG, o que demonstra uma estratégia de divulgação melhor do SE, uma vez que ambos os projetos datam do mesmo período, setembro de 2018.

Uma das hipóteses para o crescimento exponencial do SE no Twitter é devido à organização e promoção de campeonatos exclusivamente femininos, em especial, o projeto Invocadoras em parceria com a INTZ. O perfil do Twitter da empresa possui atualmente 177.200 seguidores, portanto, ao divulgar o projeto Invocadoras citando o perfil do Sakura eSports, este alcançou um volume gigantesco de novos usuários que puderam se interessar pela iniciativa e conhecer o projeto.

Em 12 de fevereiro de 2019, a página do Twitter do SE comemorava ter atingido a marca de 2000 seguidores. Desde o anúncio do torneio Invocadoras, realizado em março de 2019, esse volume cresceu de maneira exponencial, chegando a 7000 seguidores em julho de 2019. O

Gráfico 13 ilustra a relação entre o crescimento de seguidores do perfil do SE no Twitter e as fases do torneio Invocadoras.



Fonte: elaborado pela autora.

Conforme observado na pesquisa de campo, a parceria com empresas privadas para a organização, apoio e promoção de campeonatos de eSports trata-se de uma prática comum entre as três iniciativas.

O RDC firmou parceria com a BBL para organização de uma liga feminina de eSports que contempla três torneios que vão do nível amador ao profissional de diversos *games*. Essa parceria foi possível devido ao fato de que Marcela “Kami” Furlan, uma das idealizadoras do RDC, atualmente trabalha na BBL. Se por um lado a parceria possibilitou um crescimento na quantidade de competições e no investimento desses campeonatos, por outro, o RDC parece ter sido descontinuado, ainda que não oficialmente.

O anúncio da parceria foi divulgado pela imprensa especializada em março de 2019, na ocasião, a última publicação da página do RDC datava de 19 de fevereiro de 2019, com o anúncio das equipes campeãs do torneio Rainha do Verão. A página passou por um hiato de publicações, retornando apenas em 28 de agosto de 2019 com o anúncio do campeonato Queen of Hearts. Desde então, foram identificadas apenas oito publicações na página, todas referentes ao campeonato promovido pela BBL.

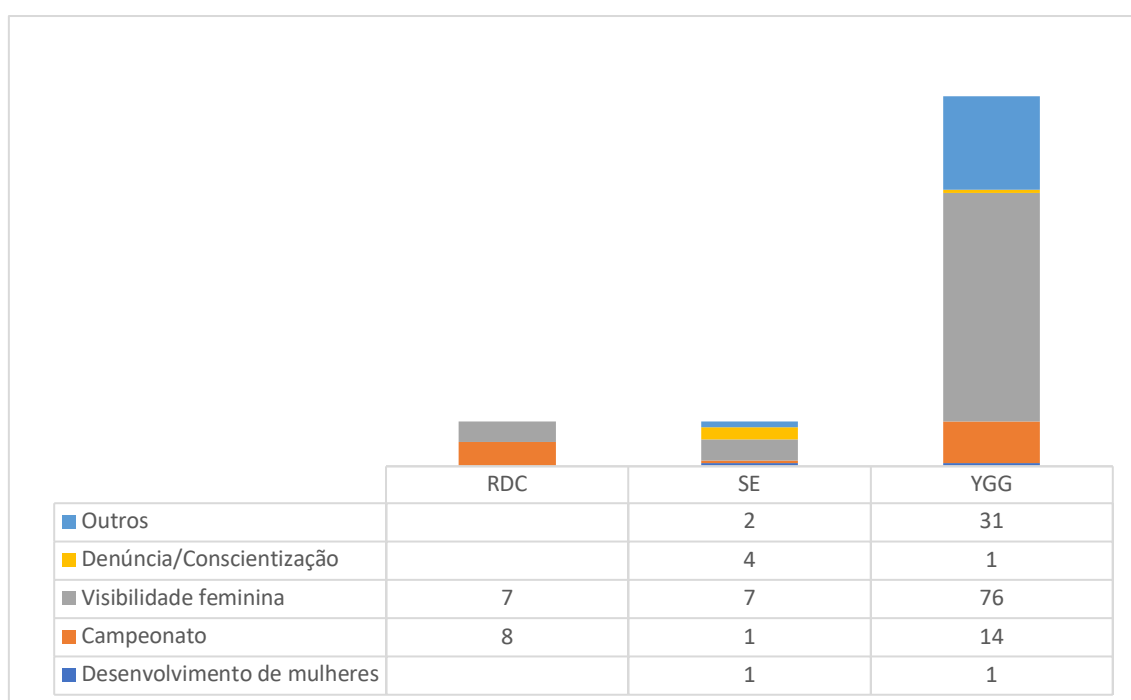
O Sakura eSport também investiu na parceria com empresas privadas, sendo a mais relevante a organização do torneio Invocadoras, em conjunto com a INTZ. No entanto, diferentemente do observado em relação ao RDC, no caso do SE a parceira teve um papel importante na divulgação do projeto, como apresentado no Gráfico 13.

O You Go Girls tentou uma parceria com a ToBeOp para a realização do torneio Sentinela, anunciado em abril de 2019. No entanto, em 4 de maio de 2019 foi publicado o anúncio de cancelamento desse torneio. Desde então, não foram anunciados novos torneios ou parcerias com empresas privadas. Em 8 de março de 2019 foi publicado no Facebook e Twitter do YGG uma parceria com o Guanandi Tournament, um campeonato de Overwatch organizado pela equipe da Ecopoint League. Porém, a parceria em questão não tem demonstrado resultados relevantes até o momento.

Quanto ao foco das publicações nas redes sociais, o processo de imersão no campo demonstrou que os projetos estão concentrados em quatro frentes de atuação: visibilidade feminina (59%); organização e divulgação de campeonatos (15%); denúncia e conscientização sobre assédio e machismo na comunidade *gamer* (3%); criação de conteúdo com foco no desenvolvimento de mulheres *gamers* (1%). E as publicações restantes (22%) foram categorizadas como Outros (propaganda de jogos, divulgação de eventos etc.), sem necessariamente ter nenhuma ligação direta com as questões de gênero.

O Gráfico 14 ilustra a categorização das postagens realizadas pelas páginas oficiais das três iniciativas (RDC, SE e YGG) no Facebook durante o período de 1 de julho a 2 de novembro de 2019. Optou-se por utilizar as postagens da rede Facebook pelo fato de ser a única plataforma que é comum às três iniciativas observadas.

Gráfico 14 - Categorização das postagens no Facebook



Fonte: elaborado pela autora.

Entre as postagens do RDC, nota-se foco na divulgação do campeonato Queen of Hearts. Todas as publicações realizadas no período analisado são a respeito do campeonato.

O Sakura eSports apresenta uma distribuição maior entre os temas abordados no Facebook. Entre as postagens do SE, 47% são a respeito de visibilidade feminina, com *posts* sobre mulheres *gamers* e equipes femininas no contexto de eSport. Em segundo lugar, ficam as postagens a respeito de denúncia de machismo e assédio, bem como campanhas de conscientização voltadas para o público feminino, correspondendo a 27% das publicações no período analisado. Destaca-se entre essas postagens uma publicação referente ao aniversário da Lei Maria da Penha e conteúdos a respeito da conscientização sobre o câncer de mama em apoio à campanha Outubro Rosa.

Figura 41 - *post* sobre a campanha Outubro Rosa publicado pelo Sakura eSports



Fonte: facebook.com/SakuraeSports.

O *post* exibido acima ilustra como esses projetos, em especial o Sakura eSports, buscam uma interação com o público feminino que transpassa a questão dos *games*, levando a discussão de gênero para os demais âmbitos da esfera social.

Por fim, o You Go Girls apresenta a maior volumetria de postagens no Facebook durante o período analisado, foram 123 publicações. Entre elas, 62% tratam de visibilidade feminina, mas a maioria, 87%, é referente à divulgação de cada *streamer* responsável pela transmissão no canal da Twitch naquele determinado dia. Esses posts, além de informar o *nickname* da *streamer* e o *game* a ser explorado durante a transmissão, destacam a foto, em geral de rosto, da *streamer*, explorando a aparência física da jogadora.

Esses *posts* podem ser considerados como uma forma de ampliar a visibilidade feminina na comunidade *gamer*, uma vez que abrem oportunidade para que essas mulheres possam usufruir



do alcance do canal do projeto divulgando seu trabalho pessoal como *streamer*. Por outro lado, reforçam uma prática bastante questionada entre a comunidade *gamer* feminina: a questão da aparência física como elemento de atratividade.

Conforme apresentado no capítulo 2, a objetificação das mulheres *gamers* já foi observada em pesquisas acadêmicas sobre o tema que demonstram que, em transmissões via *streaming*, a maior parte das comunicações direcionadas às mulheres é referente à sua aparência e forma física, enquanto os homens recebem mais *feedbacks* relacionados ao seu desempenho como *gamers*. Nesse sentido, a prática do YGG de investir em publicações que destacam a aparência física das *gamers* pode reforçar o estereótipo feminino e ser prejudicial ao desenvolvimento das mulheres *streamers*.

Entre as demais publicações da página YGG, 11% são referentes à divulgação de campeonatos e uma postagem, 1%, foi identificada como conteúdo com foco no desenvolvimento de habilidades de jogo para mulheres. As demais postagens foram consideradas na categoria Outros, 25%, como propagandas de jogos, campeonatos e memes sem nenhum tipo de relação com a questão de gênero em específico.

### 5.1.1. FEMINISMOS E SEGREGAÇÃO POR GÊNERO

Durante o processo do fazer etnográfico acompanhando as publicações, postagens e interações das três iniciativas que formam o *corpus* desta pesquisa, em poucos momentos foi identificada a utilização da terminologia “feminista”. A exceção é o projeto You Go Girls, que descreve Nayara Dornelas, a fundadora da iniciativa, como “feminista e sonhadora” na página “Sobre nós” do site oficial do projeto, conforme a seguir:

O site foi criado por Nayara Dornelas, feminista e sonhadora, juntamente com a desenvolvedora de web Scarlett Amorin que tornou tudo isso possível. Hoje, nós queremos atingir todos os jogos com nossas garotas, mostrando que podemos chegar onde muitos homens chegam. Entrevistas, notícias, inspirações, campeonatos, duo matches e muito mais, para mostrar que YOU GO, GIRLS! (SOBRE NÓS - YOU GO GIRLS, [s.d.]

Notou-se que mesmo se tratando de iniciativas que têm como foco a visibilidade e o desenvolvimento de mulheres no eSport, esses grupos ainda apresentam certa relutância em utilizar o termo “feminismo” para descrever as causas e lutas das mulheres. No entanto, ainda que não levantem a bandeira do movimento, ambos os grupos demonstram a *práxis* feminista, buscando, mais do que discutir e diagnosticar a condição da mulher na sociedade, atuar de maneira prática na transformação da realidade feminina, em especial no contexto *gamer*, recorte sob o qual as três iniciativas observadas se debruçam.

Em linhas gerais, podemos definir que os feminismos (no plural, uma vez que existem diversas linhas teóricas e políticas), lutam pela igualdade de gênero e pelo fim da hegemonia masculina estabelecida por meio de ideologias, discursos e processos. Um exemplo de como as iniciativas RDC, SE e YGG atuam de forma prática alinhada a certos preceitos básicos dos femininos é a forma como esses grupos se posicionam em relação à crença de que as mulheres seriam menos capazes ou menos interessadas nos *games* por um suposto determinismo biológico. No *post* a

seguir, extraído do Twitter da página YGG, o projeto discute a questão dos jogadores homens questionarem as habilidades das jogadoras apenas baseados no gênero:

É muito surreal que as pessoas o tempo todo tentam diminuir as mulheres em games, e as culpando por perderem um game. Queria entender como ser mulher te torna automaticamente ruim em qualquer jogo.  
You Go Girls, 22 de outubro de 2018.

Um outro exemplo é a *thread* postada pela SE em abril de 2019 a respeito de uma campanha contra a desigualdade salarial entre homens e mulheres no mercado de trabalho. Na ocasião, o SE retweetou um vídeo postado pelo @GamersClubBR que ilustra por meio dos *games* como a diferença salarial de 32% entre os gêneros pode implicar na vida das mulheres<sup>49</sup>.

Ótima iniciativa da @GamersClubBR. Todos os dias tentamos mostrar um pouquinho das experiências que somos impedidas de viver, principalmente no mundo dos games apenas por sermos mulheres, e eles fizeram uma excelente ilustração de como a desigualdade salarial impacta nossas vidas

Adaptando isso pra situações dentro dos games, isso significa que demoramos 32% a mais de tempo pra poder melhorar o PC, ou comprar um PC 1/3 mais barato porque ganhamos menos.  
E como todos sabem fatores como FPS, por exemplo, impactam diretamente no rendimento ingame

Sabe aquele jogo que acabou de ser lançado e tá todo mundo comprando? Com 32% a menos de salário, fica muito mais difícil de comprar. Teclado mecânico, mouse com DPI variável e cadeira gamer confortável??? Nem pensar, só se você passar muito tempo economizando.

Esses são exemplos "bobos", levando em conta que a maioria das pessoas levam os games como um hobby e não uma profissão, mas e aquela menina que sonha em ser streamer? E aquela sua amiga que ta tentando subir de elo porque quer muito ser pro player?

E todas as mulheres, mães, amigas, esposas, namoradas, que precisam pagar por todas as necessidades básicas de um ser humano, ganhando quase 1/3 a menos pra trabalhar o mesmo tempo desempenhando as mesmas funções de um homem?

Por esses e outros motivos, nós apoiamos a #equality.  
Sakura eSports, 23 de abril de 2019.

O exemplo acima ilustra como a abordagem do SE está alinhada à discussão do empoderamento das mulheres a partir da perspectiva tecnofeminista. Em linhas gerais, essa perspectiva entende que todos os aspectos de nossas vidas e as relações de poder são afetados pelos sistemas sociotécnicos e que estes são fruto de uma hegemonia masculina, conforme discutido no primeiro capítulo. Portanto, para que haja progresso e equidade de gênero é necessário que as mulheres passem a dominar também as áreas de ciência e da tecnologia (WAJCMAN, 2006). E é justamente nesta seara que os *games* se encontram.

Na publicação, o SE busca ilustrar como a diferença salarial entre os gêneros impacta a experiência de mulheres *gamers* que possuem menos recursos para investir em equipamentos

---

<sup>49</sup> O vídeo pode ser acessado em: [equality4change.com.br](http://equality4change.com.br). Acesso em: 2 nov. 2019.

e ferramentas. Esses fatores, somados ao machismo e misoginia inerentes à comunidade *gamer* impedem a ascensão das mulheres na profissionalização nos eSports. Além da bandeira do empoderamento, o SE também utiliza suas redes para denunciar o machismo e a exclusão de gênero, conforme trecho da *thread* a seguir:

3- cremos que existe um certo '**preconceito**' com as mulheres dentro das organizações de esports. Conhecemos muitas mulheres high elo (muito mais do que costumam dizer que existem) que transitam entre o mestre e o challenger que aparentemente nunca foram sequer contatadas por organizações de esports, além de algumas, que já entraram nessas organizações, terem relatado casos onde a opinião delas não era ouvida e elas eram tratadas de maneira diferente dos outros players unicamente por serem mulheres.  
(estamos reunindo informações sobre isso)

4- **A comunidade gamer é machista.** E ainda vai demorar MUITO pra deixar de ser machista. Quando uma mulher entra num time "misto", temos relatos o suficiente pra saber o que acontece, independente do jogo que estamos falando. As habilidades dela são constantemente depreciadas apenas pelo fato dela ser mulher. Aconteceu com a Cute, Revy e Kiit no cenário de lol BR. Aconteceu com a Cherna, quando foi indicada ao prêmio de melhor jogadora. Quando uma mulher joga com homens num time, independente de como ela jogue, o peso da derrota cai sobre ela.  
Sakura eSports, 6 de fevereiro de 2019, grifo nosso.

Mas as proximidades entre a posição desses grupos e as práticas feministas não ficam restritas apenas ao contexto virtual ou ainda aos eSports. Questões sobre o assédio do mudo "físico" e o respeito ao corpo da mulher também são discutidas por esses grupos:

Ei, psiu... recadinho:  
Carnaval tá chegando e só para lembrar: A fantasia das mulheres, seja ela qual for, não é convite para assédio! ❤️  
Bom dia, suas LINDAS!  
You Go Girls, 28 de fevereiro de 2019.

Esse tipo de *post*, bem como testemunhos e notícias sobre assédios envolvendo mulheres *gamers*, são frequentes entre as publicações dos grupos YGG e SE, assim como em respostas e retweets de seguidoras das páginas. No exemplo mostrado sobre o carnaval, a questão do assédio sexual enfrentado por mulheres em blocos e festas é tratada de forma leve e casual, mas casos mais extremos de violência contra a mulher também foram abordados pelos grupos.

Em 2 de abril de 2019, a jogadora de R6 Thainara "Ruivinhayakuza44" Barbosa foi brutalmente assassinada com 20 facadas na casa em que morava com sua filha de apenas 4 anos. O assassino confesso era o "companheiro" da vítima, que se entregou à polícia um dia após o ocorrido. Na ocasião, as páginas do YGG e SE se pronunciaram sobre o caso:

Gamers ou não, somos todas mulheres e, por conta da cultura machista em que vivemos, infelizmente estamos susceptíveis à esse tipo de situação.

Vá em paz, Ruivita. Continuaremos lutando contra essa cultura que nos mata todos os dias, por você e por todas nós.

F<sup>50</sup>.

Sakura eSports, 2 de abril de 2019.

Nós, do #YouGoGirls, estamos todos os dias, em diferentes plataformas, lutando pelos nossos direitos. E mulheres de todo o mundo, lutam todos os dias pelas suas vidas. É desolador a perda de mais uma, descanse em paz, Ruivita ❤️ Continuaremos lutando por você, por todas!

You Go Girls, 2 de abril de 2019.

Não foi identificada nenhuma postagem do RDC sobre o assunto, no entanto, como já mencionado anteriormente, a página ficou sem realizar postagens de fevereiro a agosto de 2019.

O caso de Ruivita teve bastante repercussão nas mídias sociais e também na imprensa especializada, reacendendo o debate sobre as questões de gênero no contexto *gamer*. A publicação da SE recebeu 47 comentários na *thread*, 172 retweets e 693 *likes*, a publicação YGG recebeu 2 comentários na *thread*, 10 retweets e 32 *likes*. Mais uma vez, fica evidente o potencial maior de alcance do SE em relação ao YGG nas redes sociais.

Outro exemplo de atuação dos grupos nas redes frente a casos de machismo foi a repercussão do acontecido com a Vaevictis, equipe da primeira divisão russa de LoL, formada exclusivamente por mulheres. Na ocasião, a equipe adversária, formada apenas por homens, realizou cinco banimentos atípicos, eliminando apenas os campeões de suporte do time feminino. Ao escolherem banir apenas a função de suporte, a equipe masculina tentou humilhar o time feminino baseando-se no estigma machista de que as mulheres só sabem jogar LoL em função de suporte. Na ocasião, o perfil do SE publicou uma *thread* sobre o assunto:

Na comunidade SEMPRE é falado que mulher só joga de suporte, e a gente sabe que isso não é verdade. Eles atribuem essa posição à mulher pq por "ser mais fácil" seria a única em que mulheres poderiam jogar, por ser interior.

A partir do momento em que eles banem 5 supps, eles estão estereotipando todas aquelas mulheres que se dedicaram pra estar lá, dizendo que elas não são capazes e que não deviam estar lá. Isso é absolutamente ridículo, principalmente à níveis de campeonato profissional.

Sakura eSports, 17 de fevereiro de 2019.

Ocasões como essa ilustram como o machismo ainda está fortemente presente nas competições mistas. Mesmo quando um time feminino consegue disputar campeonatos desse tipo, o contexto hostil e misógino dificulta e prejudica o desempenho das mulheres, motivo pelo

---

<sup>50</sup> O "F" nesta situação é uma referência ao jogo *Call of Duty Advanced Warfare* no qual durante a cena de um funeral o jogador é convidado a prestar condolência pressionando a tela F (no original em inglês a expressão significa "Press F to pay respect").

qual o debate a respeito da criação de ligas exclusivamente femininas é prioritário na comunidade *gamer*.

As opiniões a respeito da segregação por gênero são divergentes entre os grupos analisados em alguns pontos, mas em linhas gerais, ambas as iniciativas defendem que as competições exclusivamente femininas têm potencial para abrir caminho para o desenvolvimento das *gamers* mulheres, bem como prepará-las para o cenário competitivo misto.

De acordo com as organizadoras do RDC, os torneios femininos têm o papel de estimular o interesse das mulheres pelo cenário competitivo:

Muitas meninas precisam desse estímulo para se interessar, para se arriscar, para treinar e se envolver mais com o jogo [...]. Percebemos que, com a última edição do Rainha de Copas, muitos times foram montados e estão treinando e disputando campeonatos mistos até hoje, sem contar que [o torneio] quebra a ideia de que mulheres deveriam jogar de suporte. Muitas meninas, hoje, jogam com heróis e em roles que desconheciam anteriormente. (RIGON, 2018)

O Sakura eSports corrobora com essa visão argumentando que os campeonatos femininos são importantes para permitir a experiência competitiva entre mulheres em um ambiente saudável e seguro, alheio ao machismo e o *rage* comum das competições mistas.

Entre os argumentos do SE está a questão das *gamings houses*, como já abordado anteriormente. De acordo com o SE, esses espaços por si só excluem a presença feminina das equipes profissionais. Argumenta-se que dificilmente as mulheres vão se sentir confortáveis em morar com companheiros de equipe de gênero masculino, assim como os homens também não ficariam à vontade.

Ainda que os *gamers* em questão aceitem, as empresas responsáveis legalmente por essas equipes e, conseqüentemente, por manter esses espaços, dificilmente vão arcar com as responsabilidades que envolvem a convivência de homens e mulheres em tempo integral. Nesse sentido, o SE argumenta:

A gaming house é, basicamente, uma casa onde todos os jogadores do time necessariamente moram. Foi "criada" por dois proplayers de Starcraft ao irem morar no mesmo apartamento com a intenção de se dedicar integralmente aos treinos.

Aparentemente, essa estratégia é abordada majoritariamente pelo cenário de League of Legends, que possui suas competições concentradas em um único local; no caso do Brasil, em São Paulo. Outros esportes não costumam utilizar GHs por conta de seus campeonatos serem mais espalhados.

Agora, imagine que você é uma mulher, certo? E seu sonho é ser pro player. Mas como o formato de treino do LoL são as gaming houses, você **teria que morar com -no mínimo- mais 6 homens com quem, teoricamente, você não possui intimidade alguma.** Incrivelmente legal, não?

Então, vai ser difícil de morar com alguns caras que você não conhece e tal, mas você quer tipo MUITO ser proplayer e se dedica, pega challenger,

entra pra uma organização, mora na gaming house mesmo que isso seja meio desconfortável e aí seu time perde no primeiro jogo.

E então você é responsabilizada pela derrota (**como aconteceu com a Cute, por exemplo**), mesmo dando seu melhor e jogando da forma mais correta possível. **Homens perdem suas partidas porque tiveram problemas ingame, mulheres perdem partidas porque... bem... são mulheres né.**

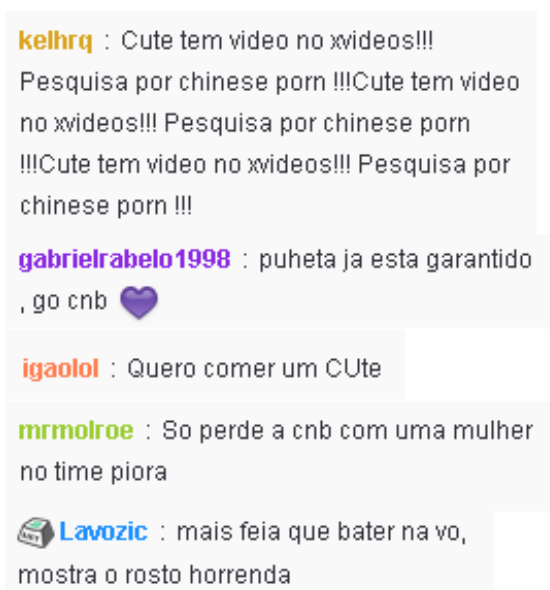
Sakura eSports, 23 de dezembro de 2018 (grifo nosso).

Na *thread* transcrita acima e postada no Twitter do SE, o projeto argumenta sobre a necessidade da criação das ligas femininas de eSport ilustrando o caso em que, mesmo estando disposta a enfrentar todo o desconforto de ter que conviver com homens em uma *gaming house*, a presença feminina nas equipes mistas ainda é vítima de mais uma face da misoginia da comunidade *gamer*: a culpabilização da mulher pela derrota baseada exclusivamente no gênero.

No caso citado, a *gamer* Cute sofreu uma onda de ataques no *chat* de transmissão da partida e, posteriormente, em suas redes sociais pela derrota que seu o time sofreu durante a competição da SuperLiga de LoL. Na ocasião, mesmo com um desempenho tão bom ou superior ao dos colegas de equipe, de acordo com a análise dos críticos e *casters* da partida, toda a responsabilidade da derrota recaiu sobre Cute baseada simplesmente no fato de ser uma mulher jogando.

Além dos comentários repletos de insultos relacionados à função de suporte da jogadora, escolha dos campeões utilizados por ela e xingamentos de cunho machistas como “#voltapracozinha” ou ainda “*a cute ta de TPM, deem um desconto*”, a *gamer* foi vítima também de assédio sexual, injúria e difamação, conforme exemplos a seguir:

Figura 42 - Trechos do chat de transmissão da partida da SuperLiga de LoL



Fonte: Coutinho, 2017.

O teor machista e sexista dos comentários ilustra o argumento do SE quanto à necessidade de criar espaços menos hostis para a prática feminina competitiva. Casos como o da Cute, primeira mulher a disputar uma grande competição de LoL no Brasil, poderiam servir de referência e estímulo para outras mulheres que sonham em ascender à cena profissional *gamer*. No entanto, devido ao machismo da comunidade, esses casos passam a assustar e repelir mulheres, aumentando a brecha entre os gêneros nos eSports.

Em contrapartida, experiências positivas de campeonatos femininos têm potencial para motivar a inserção de mulheres no cenário competitivo, abrindo oportunidades para que elas possam se interessar pela prática profissional. O *post* a seguir, retweetado pela página do SE, corrobora esse aspecto:

Vou dar um exemplo sobre mim.. eu era jogadora casual. Nunca foquei em melhorar e cagava pra isso. Tinha essa mesma mentalidade. Primeiro camp feminino, insistiram pra eu jogar. Não queria.. joguei. **Tomei gosto pelo competitivo. Melhorei minha gameplay. Cheguei a pegar 5.4k.**

Fui convidada pra alguns times mistos. Tive oportunidade de jogar uma closed qualifier pela stars. E não, nosso foco nao era camp feminino. Chegou ao ponto de que nao queríamos mais jogar torneio fem e apenas qualifiers. Por motivos de "contas pra pagar" nao pude focar 100% nisso

Mas ainda quero. Eu e a @Pagu\* **chegamos a querer montar um time misto pra jogar as opens. Isso tudo pq começamos com os camps femininos. E pq é necessario liga feminina?**

Carmem Portinho\*, 7 de fevereiro de 2019.

A questão, no entanto, não é consenso nem mesmo entre a comunidade feminina *gamer*. Em entrevista publicada no site oficial do SE, uma *gamer* jogadora de Apex Legends se posiciona contra a criação de ligas femininas do jogo:

Pode ser uma opinião polêmica, mas eu acho que ligas femininas são benéficas porque permitem as mulheres jogarem em ambientes limpos, mas ao mesmo tempo apenas consolidam o muro que existe entre meninas e meninos. Não curto.

Leila Diniz\*, 17 de outubro de 2019.

Na entrevista, a *gamer* afirma que embora a segregação por gênero em competições previna práticas tóxicas e o *rage* direcionado às mulheres, acabaria por consolidar e aumentar também a brecha entre os gêneros. Esse argumento é bastante comum entre a parcela que é contrária à criação de ligas femininas.

Em 5 de fevereiro de 2019, o *tweet* de treinador de um dos maiores times de eSport no Brasil motivou uma *thread* bastante discutida pelo SE sobre o tema. O *tweet* original declarava:

Opinião impopular: **sou contra ligas femininas**

Porque: acho que gênero não é excludente no esporte eletrônico e mulheres tem equal footing, não vejo porque separar a não ser por um argumento social, onde ligas femininas dão visibilidade  
Vamo cvsar, pq existem ligas femininas?

João da Silva\*, 5 de fevereiro de 2019 (grifo nosso).

Em resposta, o SE apresenta quatro principais argumentos para justificar a necessidade do cenário competitivo feminino: (1) a concepção machista que desde a infância define os *games* como “coisa de menino”; (2) o contexto competitivo que exclui institucionalmente as mulheres, por exemplo, com as *gaming houses*; (3) o preconceito e a discriminação por gênero dentro das instituições de eSport; (4) o machismo inerente à comunidade *gamer*.

Os argumentos abordados pelo Sakura eSport são bastante alinhados ao debate realizado nos primeiros capítulos desta pesquisa, que concentravam dois recortes temáticos: (1) a construção sexista dos *games* como “coisa de menino” e (2) a hegemonia masculina que exclui as mulheres da cena *gamer*.

Como abordado anteriormente, se observada a breve história dos videogames, fica evidente que a hegemonia masculina nessa área é fruto de uma construção tecnocientífica pautada em relações de poder patriarcais e androcêntricas. Os *games*, assim como a ciência e a tecnologia, foram desenvolvidos por homens e para homens, arquitetados para manter privilégios masculinos.

Dessa forma, do ponto de vista de uma abordagem feminista, a segregação de campeonatos femininos se justificaria como uma prática que busca incluir e empoderar mulheres na cena *gamer*. O *post* do projeto SE reforça essa perspectiva:

competitivo feminino não é feito para segregar e sim para incentivar mulheres, para que elas percebam que tbm são boas o suficiente e assim se sintam encorajadas a participar do competitivo principal, que é misto caso desconheça sobre o assunto, leia nosso fixado e pesquise mais.  
Sakura eSports, 14 de março de 2019.

A YGG também concorda com esta perspectiva, de acordo com as organizadoras do projeto, o cenário exclusivamente feminino não é o ideal, mas é um passo importante e necessário para que as mulheres possam se apropriar da cena profissional dos eSports. Em entrevista sobre a criação do torneio Sentinela, Nayara Dornelas afirma:

O torneio é um passo muito importante dentro do You Go Girls. Estamos todas muito animadas e orgulhosas de finalmente tirar isso do papel. Todo o projeto gira em torno de dar voz e visibilidade para as mulheres dentro do esports, e este campeonato tem como objetivo ser uma porta de entrada para as jogadoras. Nós sabemos que este não é o modelo ideal e queremos futuramente ter torneios mistos, até mesmo de outros jogos, já que não tem porque mulheres não jogarem junto de homens. [...] Iniciativas como essas são importantes para inserir as mulheres nesse meio e estamos muito felizes por poder fazer algo que vai movimentar mais ainda o cenário. Lembrando que não se trata só de jogadoras, pois também temos um time de narradoras e comentaristas totalmente feminino. (JUNIOR, 2019)

Na ocasião da final da segunda edição do campeonato Rainha de Copas realizada presencialmente em São Paulo, Sheever, *gamer* e apresentadora do *The International* que realizou a cobertura do evento, destacou a relevância da mobilização feminina no apoio e fomento de competições exclusivas para mulheres. Ela publicou o vídeo da matéria em seu Twitter acompanhado da seguinte postagem:



Being in Sao Paola for Rainha de Copas was very special for me. It felt so good seeing women support each other to grow and get better at a game that we all love. Truly inspirational<sup>51</sup>  
Sheever, 23 de agosto de 2018.

Em resposta, um *gamer* americano de gênero masculino se posicionou contra a criação das ligas femininas, classificando-as como “desprezíveis”, argumentando que a segregação de gênero em competições de eSport seria semelhante “ao caso de mulheres muçulmanas que não podem orar na mesma sala que os homens”. Em resposta, Sheever apenas escreveu: “Você claramente não assistiu ao vídeo”.

A resposta de Sheever é direta é assertiva. Na prática, aqueles que argumentam contra a criação das ligas femininas de eSports baseados na crença de que essa segregação pode aumentar ainda mais a brecha de gênero do cenário *gamer* não se deram ao trabalho de observar o panorama geral de exclusão feminina nesse contexto. Esse tipo de argumentação se baseia na crítica a políticas consideradas afirmativas, que seriam uma forma de privilegiar certos grupos fornecendo direitos especiais em detrimento dos demais indivíduos. Esse tipo de crítica é geralmente utilizado por grupos que são contra as cotas raciais e políticas de proteção e direitos LGBTQ+, como os membros do #Gamergate que se consideravam vítimas de perseguição por serem “homens, brancos e heterossexuais”.

No artigo “O enigma da igualdade”, Joan Scott discute o paradoxo da igualdade e da diferença, que, segundo ela, não seriam opostos, mas conceitos interdependentes que convivem em constante tensão. Na perspectiva da autora, “as demandas pela igualdade necessariamente evocam e repudiam as diferenças que num primeiro momento não permitiram a igualdade” (SCOTT, 2005, p. 20). Nesse sentido, argumentar que as mulheres devem competir em nível de igualdade com os homens em competições mistas seria simplesmente ignorar toda a construção machista e excludente da comunidade *gamer*.

Por fim, cabe ainda destacar que as iniciativas observadas neste estudo atuam de forma horizontal e por meio de processos autogestionados, conduzidos por mulheres para mulheres. Por mais que cada uma das iniciativas apresente figuras centrais, geralmente atribuídas às fundadoras de cada projeto, nota-se que estes vão incorporando novas colaboradoras que atuam de maneira voluntária na criação de conteúdo, seja em matérias, análises, críticas de *games* ou ainda em transmissões via *streaming* por meio dos canais oficiais dos projetos.

Nota-se também que a partir dessas iniciativas surgem ainda outros campeonatos e projetos que se inter-relacionam de forma colaborativa. São exemplos o “Rexpeita Elas”, grupo de jogadores de LoL que realiza ações com foco em igualdade de gênero, e páginas como “Mulheres Gamers” e “Gamer, Mulher e Mãe” que discutem temas com foco na experiência feminina nos *games*, ou ainda, a popularização de *hashtags* como o #SouMulherSouGamer, #JogueComoUmaMulher, #MyGameMyName, #FightLikeaGirl, entre outras tantas.

---

<sup>51</sup> Em tradução livre:

Estar em São Paulo para a Rainha de Copas foi muito especial para mim. Foi tão bom ver as mulheres se apoiarem para crescer e melhorar em um jogo que todos nós amamos. Verdadeiramente inspirador.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Muito além de simples plataformas de entretenimento, os *games* vêm assumindo um espaço cada vez mais significativo na sociedade contemporânea. De acordo com Santaella (2014, [s.p.]), a cultura *gamer* trata-se de um “complexo fenômeno cultural estético e de linguagem” que foi capaz de desenvolver uma retórica própria.

Nesta pesquisa, nos debruçamos sobre a questão da participação e apropriação de mulheres na cena brasileira de eSports. Assim como as demais esferas sociais, os eSport não escapam das discussões acerca de gênero, fomentadas por casos de assédio, agressão e exclusão de pessoas que fogem a uma suposta normatividade *gamer*.

Partindo da perspectiva de que os *games* também são tecnologias de gênero (DE LAURETIS, 1994), buscamos compreender de que formas as mulheres estão se mobilizando para fomentar a participação feminina no cenário de eSports brasileiro. Para isso, observou-se três iniciativas: o Campeonato Rainha de Copas, o Projeto Sakura eSport e o site You Go Girls.

A compreensão teórica acerca da brecha tecnológica de gênero e dos processos de construção da hegemonia masculina da tecnologia foram fundamentais para a definição das categorias de análise utilizadas neste trabalho. Também foi fundamental a compreensão da categoria mulher como complexa rede de características que se cruzam, uma constante construção, sem definição fixa (HARAWAY; KUNZRU, 2009; NICHOLSON, 2000; SCOTT, 1989).

Evidenciou-se que o Rainha de Copas tem um papel fundamental na projeção de campeonatos femininos de eSport no Brasil. Até a sua criação, existiam algumas competições femininas, mas estavam restritas a grupos específicos de pouca representatividade e baixíssimo ou nenhum investimento. A partir da criação do Rainha de Copas, a comunidade *gamer* brasileira passou a ter uma referência de competição feminina em eSport. A primeira edição, realizada em julho de 2017, foi considerada o maior torneio de Dota 2 feminino do mundo, ganhando destaque inclusive na comunidade internacional. O evento concentrou 27% das mulheres *gamers* participantes de competições de eSport em território nacional naquele ano.

Em 2018, os dados demonstraram um crescimento de 295% no volume de *gamers* de gênero feminino que participaram de competições de eSport no Brasil em relação ao ano anterior. Esse aumento, pelo menos em parte, pode ser atribuído ao sucesso do Rainha de Copas, que demonstrou que as mulheres *gamers* também podiam ter espaço e destaque no cenário competitivo.

O projeto Sakura eSport também concentra grande responsabilidade na evolução do cenário feminino competitivo brasileiro. Os campeonatos organizados pelo SE, ainda que em sua maioria em formato amador e não considerados no mapeamento realizado no terceiro capítulo deste trabalho, mobilizaram pelo menos 540 mulheres *gamers* entre 2018 e 2019. Volume que é 145% maior do que o total de mulheres que participaram de competições oficiais entre 2016 e 2018, segundo os dados apresentados no mapeamento realizado.

O YGG não realizou campeonatos até o momento, mas por meio do projeto a divulgação de torneios e a conexão entre mulheres *gamers* tem sido ampliada de maneira exponencial. O YGG possui um grande enfoque na produção de conteúdo sobre o cenário feminino, seja no contexto *pro-player*, no *streaming* de jogos ou ainda no jornalismo especializado.

Toda a visibilidade e a contribuição que o YGG, SE e o RDC proporcionam para o cenário feminino *gamer* brasileiro não pôde ser traduzida em dados quantitativos nesta pesquisa, mas de acordo com a experiência do fazer etnográfico e a imersão no campo foi possível identificar como essas iniciativas impactam positivamente as discussões acerca de gênero no contexto *gamer* brasileiro.

Diante disso, consideramos que a mobilização feminina em prol do empoderamento feminino e da apropriação de mulheres da cena *gamer* acontece de forma coletiva, horizontal e autogestionada. Sobre as formas de promover o empoderamento das mulheres na comunidade *gamer* feminina, constatou-se que essas iniciativas atuam com o objetivo de promover a conexão e sororidade entre as mulheres, de debater acerca das questões de gênero no cenário *gamer*, bem como de dar visibilidade às mulheres *gamers* que atuam profissionalmente no cenário e buscam o desenvolvimento constante de suas habilidades e de toda a cena feminina.

Compreendendo que o fazer etnográfico se propõe a observar uma cultura específica, sem fornecer necessariamente ferramentas para uma generalização, ainda assim consideramos plausível apontar que as iniciativas observadas nesta pesquisa apresentam potencial para ser representativas em relação à forma como as mulheres brasileiras estão se mobilizando para construir um cenário nacional de eSports. Redes de apoio e fomento à profissionalização e competitividade feminina, como os projetos analisados nesta pesquisa, contribuem para o desenvolvimento de mulheres *gamers* e para a redução das desigualdades de gênero no cenário do eSport brasileiro.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, Bernardo Cortizo. A figura híbrida do streamer de jogos: Oscilando entre autenticidade e performance. **Anais do II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais**, 2. [s. l.], v. 1, 2, p. 6, 2018.

ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante: Coleção Pesquisa Qualitativa**. [s.l.] : Bookman Editora, 2009.

BARBANTI, Valdir. O QUE É ESPORTE? **Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde**, [s. l.], v. 11, n. 1, p. 54–58, 2006.

**Barbie Fashion Designer (1996) Windows box cover art**. [s.d.]. Disponível em: <<https://www.mobygames.com/game/windows/barbie-fashion-designer/cover-art/gameCoverId,87484/>>. Acesso em: 23 mar. 2019.

BEZERRA, Pollyana Tereza Tavares. Sororidade nas redes sociais: elas de mãos dadas numa ciranda contra a violência sobre as mulheres? [s. l.], 2018. Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/116736>>. Acesso em: 31 out. 2019.

BEZIO, Kristin MS. Ctrl-Alt-Del: GamerGate as a precursor to the rise of the alt-right. **Leadership**, [s. l.], v. 14, n. 5, p. 556–566, 2018.

BLANCO, Beatriz. Games para mulheres: do Girls Game Movement ao pós Gamergate. In: INTERCOM - SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO 2017, Curitiba - PR. **Anais...** . In: 40º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Curitiba - PR Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0280-1.pdf>>

BOSMAN, Sander. **Women Account for 46% of All Game Enthusiasts: Watching Game Video Content and Esports Has Changed How Women and Men Alike Engage with Games**. 2019. Disponível em: <<https://newzoo.com/insights/articles/women-account-for-46-of-all-game-enthusiasts-watching-game-video-content-and-esports-has-changed-how-women-and-men-alike-engage-with-games/>>. Acesso em: 4 nov. 2019.

BRISTOT, Paula Casagrande; POZZEBON, Eliane; FRIGO, Luciana Bolan. A Representatividade das Mulheres nos Games. [s. l.], p. 11, 2017.

BURGESS, Melinda C. R. et al. Playing With Prejudice: The Prevalence and Consequences of Racial Stereotypes in Video Games. **Media Psychology**, [s. l.], v. 14, n. 3, p. 289–311, 2011.

BUTLER, Judith P. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. 16. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

CABRAL, Danilo Cezar. **O que foi o escândalo Watergate?** 2018. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/o-que-foi-o-escandalo-watergate/>>. Acesso em: 8 maio. 2019.

CABRAL, Magali. [pa'lvra]. **Página 22**, [s. l.], v. 0, n. 102, p. 18–23, 2016.

CASSEL, Justine; JENKINS, Henry. From Quake Grrls to Desperate Housewives: A Decade of Gender and Computer Games. In: KAFAI, Yasmin B.; JENKINS, Henry (Eds.). **Beyond Barbie to Mortal Kombat – New Perspectives on Gender and Gaming**. Cambridge, Massachusetts London: MIT Press, 2011.

CASELL, Justine; JENKINS, Henry. **From Barbie to Mortal Kombat: gender and computer games**. 1. ed. Cambridge, Mass. [u.a.]: MIT Press, 1998. Disponível em: <<https://archive.org/details/frombarbietomort00cass#maincontent>>

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de

Janeiro: Zahar, 2013.

CETIC.BR, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. **TIC Domicílios 2018**. 2019. Disponível em: <<http://www.cetic.br/portaldedados/>>. Acesso em: 29 set. 2019.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto. Indústria cultural e sociedade do espetáculo: a dimensão política da crítica cultural. **LÍBERO**. ISSN impresso: 1517-3283 / ISSN online: 2525-3166, [s. l.], v. 0, n. 37, p. 31–42, 2016.

COSTA, Matheus Bigono. **Mortal Kombat 11: Diretor de Arte comenta sobre design mais maduro e respeitoso das lutadoras**. 2019a. Disponível em: <<https://nerdweek.com.br/mortal-kombat-11-diretor-de-arte-comenta-sobre-design-mais-maduro-e-respeitoso-das-lutadoras/>>. Acesso em: 29 out. 2019.

COSTA, Matheus Bigono. **Mortal Kombat 11: Jogadores estão culpando o socialismo por personagens “feias” no jogo**. 2019b. Disponível em: <<https://nerdweek.com.br/mortal-kombat-11-jogadores-estao-culpando-o-socialismo-por-personagens-feias-no-jogo/>>. Acesso em: 29 out. 2019.

COUTINHO, Beatriz. **Precisamos falar sobre a jogadora Cute**, 2017. Disponível em: <<https://vs.com.br/artigo/precisamos-falar-sobre-cute>>. Acesso em: 13 nov. 2019.

CTVNEWS.CA STAFF. **Campaign against video game misogyny turns ugly | CTV News**. 2012. Disponível em: <<https://www.ctvnews.ca/sci-tech/campaign-against-misogyny-in-video-games-turns-ugly-1.874849>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

D’ANASTASIO, Cecilia. **Inside The Culture Of Sexism At Riot Games**. 2018. Disponível em: <<https://kotaku.com/inside-the-culture-of-sexism-at-riot-games-1828165483>>. Acesso em: 31 out. 2019.

DE LAURETIS, Teresa. A tecnologia do gênero. In: **Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994. p. 206–242.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Cascais: Coletivo Periferia, 2003. Disponível em: <<https://www.marxists.org/portugues/debord/1967/11/sociedade.pdf>>. Acesso em: 9 fev. 2019.

E-SPORTS EARNINGS. **e-Sports Earnings :: eSports History & Statistics**. 2019. Disponível em: <<http://www.esportsearnings.com>>. Acesso em: 30 set. 2018.

ESPORTS EARNINGS. **FalleN - Gabriel Toledo - CS:GO Player Profile :: Esports Earnings**. 2019a. Disponível em: <<https://www.esportsearnings.com/players/2455-fallen-gabriel-toledo>>. Acesso em: 3 abr. 2019.

ESPORTS EARNINGS. **JULTN1 - Juliana Maransaldi - Female CS:GO Player Profile :: Esports Earnings**. 2019b. Disponível em: <<https://www.esportsearnings.com/players/42827-jultn1-juliana-maransaldi>>. Acesso em: 3 abr. 2019.

ESPORT EARNINGS. **Largest Overall Prize Pools in Esports - Esports Tournament Rankings :: Esports Earnings**. Estatístico. 2019. Disponível em: <<https://www.esportsearnings.com/tournaments>>. Acesso em: 31 mar. 2019.

**Eulogy for: Beat Up Anita Sarkeesian**. [s.d.]. Disponível em: <<https://www.newgrounds.com/portal/view/598591>>. Acesso em: 11 maio. 2019.

FELIZOLA, Ana Cláudia. **Igualdade de gênero: uma luta histórica que encontrou acolhida nos Jogos da Juventude**. Artigo. 2018. Disponível em: <<http://www.rededoesporte.gov.br/pt-br/noticias/igualdade-de-genero-uma-luta-historica-que-encontrou-esperanca-nos-jogos-olimpicos-da-juventude>>. Acesso em: 6 nov. 2019.

FOX, Jesse; TANG, Wai Yen. Sexism in online video games: The role of conformity to masculine norms and social dominance orientation. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], v. 33, p. 314–320, 2014.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **MÉTODOS DE PESQUISA PARA INTERNET Métodos**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

- FREITAS, Lucas Bueno De et al. Gênero, Ciência e Tecnologia: estado da arte a partir de periódicos de gênero\*. **Cadernos Pagu**, [s. l.], n. 49, 2017. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0104-83332017000100304&lng=en&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0104-83332017000100304&lng=en&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 13 out. 2019.
- FUTRELLE, David. **Zoe Quinn's screenshots of 4chan's dirty tricks were just the appetizer. Here's the first course of the dinner, directly from the IRC log** *We Hunted The Mammoth*, 2014. Disponível em: <<http://www.wehuntedthemammoth.com/2014/09/08/zoe-quinns-screenshots-of-4chans-dirty-tricks-were-just-the-appetizer-heres-the-first-course-of-the-dinner-directly-from-the-irc-log/>>. Acesso em: 30 out. 2019.
- GAGLIONI, Cesar. **O Gamergate 5 anos depois. E seu papel para a extrema direita**. 2019. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/expresso/2019/08/22/O-Gamergate-5-anos-depois.-E-seu-papel-para-a-extrema-direita>>. Acesso em: 30 out. 2019.
- GERHARDT, Tatiana Enge; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. Rio Grande do Sul: UFRGS, 2009. Acesso em: 5 set. 2018.
- GODOI, Stela Cristina De. **No "tempo certo" , sobre duas rodas : um estudo sobre a formação e exploração dos motofretistas de Campinas-SP**. 2012. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas-SP, 2012. Disponível em: <<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/280041>>
- GONÇALVES, Matheus. **Garotas, garotos, LGBT e competição no mundo dos games**. 2015. Disponível em: <<https://meiobit.com/309161/league-of-legends-torneio-feminino-nas-filipinas-limita-numero-de-participantes-lgbt/>>. Acesso em: 6 nov. 2019.
- GOULAR, Lucas Aguiar; NARDI, Henrique Caetano. Jogos digitais, identidade e identificação não-masculina / não-heterossexual. **Revista Estudos Feministas**, [s. l.], v. 25, n. 1, 2017. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-026X2017000100383&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2017000100383&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 26 ago. 2018.
- GOULART, Lucas Aguiar et al. Jogos digitais, identidade e identificação não-masculina / não-heterossexual. **Revista Estudos Feministas**, [s. l.], v. 25, n. 1, p. 383–387, 2017.
- GRAY, Kishonna L. Intersecting Oppressions and Online Communities. **Information, Communication & Society**, [s. l.], v. 15, n. 3, p. 411–428, 2012.
- GUGGISBERG, Marika. 'Rape day'-A virtual Reality Video Game Causes Outrage. In: 2019, **Anais...** [s.l: s.n.]
- HARAWAY, Donna; KUNZRU, Hari. **Antropologia do Ciborgue: As vertigens do pós-humano**. 2. ed. São Paulo: Autentica, 2009.
- HARVEY, Alison. Becoming Gamesworkers: Diversity, Higher Education, and the Future of the Game Industry. **Television & New Media**, [s. l.], v. 20, n. 8, p. 756–766, 2019.
- HAYES, Elisabeth. Gendered Identities at Play: Case Studies of Two Women Playing Morrowind. **Games and Culture**, [s. l.], v. 2, n. 1, p. 23–48, 2007.
- HIRATA, Helena. Gênero, classe e raça Interseccionalidade e consubstancialidade das relações sociais. **Tempo Social**, [s. l.], v. 26, n. 1, p. 61–73, 2014.
- HJARVARD, Stig. **A Mídiação da Cultura e da Sociedade**. 1. ed. São Leopoldo: Unisinos, 2014.
- IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: rendimento de todas as fontes 2018**: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. Rio de Janeiro: IBGE, 2018. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101673>>.

INFLUENCER MARKETING HUB. **25 Useful Twitch Statistics for Influencer Marketing Managers [Infographic]**. 2018. Disponível em: <<https://influencermarketinghub.com/25-useful-twitch-statistics/>>. Acesso em: 5 nov. 2019.

JANUÁRIO, Soraya Barreto; EVANGELISTA, Janaína Guedes. MULHERES NO AUDIOVISUAL EM PERNAMBUCO: UM MAPEAMENTO DO PERFIL DA CADEIA PRODUTIVA FEMININA NO FUNCULTURA. **Revista Fórum Identidades**, [s. l.], v. 0, n. 0, 2017. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/forumidentidades/article/view/6618>>. Acesso em: 3 abr. 2019.

JENNY, Seth E. et al. Virtual(Iy) Athletes: Where eSports Fit Within the Definition of “Sport”. **Quest**, [s. l.], v. 69, n. 1, p. 1–18, 2017.

JOB, Aline et al. **Videogames, Diversidade e Gênero**. I ed. Indaiatuba: Oficina Lúdica, 2019. v. Volume I- Pesquisa Científica e Acadêmica

JOB, Aline; KURTZ, Gabriela. Entrevista com Adrienne Shaw. Indaiatuba, 2019.

JR, Dalmir Reis. **Atari Polyvox - 1978 Propagandas Históricas | Propagandas Antigas**, 2019. Disponível em: <<https://www.propagandashistoricas.com.br/2013/02/atari-polyvox-1978.html>>. Acesso em: 23 mar. 2019.

JUNIOR, Jairo “Foxyer”. **LoL: You Go Girls irá promover torneio feminino com premiação em dinheiro e RP**, 2019. Disponível em: <<https://vs.com.br/artigo/lol-you-go-girls-ira-promover-torneio-feminino-com-premiacao-em-dinheiro-e-rp>>. Acesso em: 11 nov. 2019.

JUUL, Jesper. **A CASUAL REVOLUTION: Reinventing Video Games and Their Players**. London, England: The MIT Press, 2010.

KALIL, Isabela Oliveira. **QUEM SÃO E NO QUE ACREDITAM OS ELEITORES DE JAIR BOLSONARO**. São Paulo: Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://www.fespsp.org.br/upload/usersfiles/2018/Relat%C3%B3rio%20para%20Site%20FESPSP.pdf>>. Acesso em: 1 nov. 2019.

KASUMOVIC, Michael M.; KUZNEKOFF, Jeffrey H. Insights into Sexism: Male Status and Performance Moderates Female-Directed Hostile and Amicable Behaviour. **PLOS ONE**, [s. l.], v. 10, n. 7, p. e0131613, 2015.

KOWAL, Magdalena et al. Different cognitive abilities displayed by action video gamers and non-gamers. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], v. 88, p. 255–262, 2018.

KURTZ, Gabriela. A violência simbólica contra a mulher nos games online exposta por homens: uma análise da campanha #MyGameMyName. In: **Videogames, diversidade e gênero**. I1. ed. Indaiatuba: Oficina Lúdica, 2019. v. Volume I-Pesquisa Científica e Acadêmica.

KUZNEKOFF, Jeffrey H.; ROSE, Lindsey M. Communication in multiplayer gaming: Examining player responses to gender cues. **New Media & Society**, [s. l.], v. 15, n. 4, p. 541–556, 2013.

LANIER, Liz. **‘Mortal Kombat 11’ Game Devs Allege Toxic Work Conditions at Warner Bros. Interactive’s NetherRealmVariety**, 2019. Disponível em: <<https://variety.com/2019/gaming/news/netherrealm-studio-warner-bros-games-toxic-1203204728/>>. Acesso em: 1 nov. 2019.

LARSSON, Christoffer. THE ART OF CRUNCH - A quantitative study on the effects of a high-pressured period during video game production on organizational commitment. [s. l.], 2018. Disponível em: <<https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/58129>>. Acesso em: 31 out. 2019.

LEA, Martin; SPEARS, Russell. Computer-mediated communication, de-individuation and group decision-making. **International Journal of Man-Machine Studies**, Special Issue: Computer-supported Cooperative Work and Groupware. Part 1. [s. l.], v. 34, n. 2, Special Issue: Computer-supported Cooperative Work and

Groupware. Part 1, p. 283–301, 1991.

MACKUS, Evelyn. **Com idealizadora do Rainha de Copas, BBL anuncia circuito de torneios femininos de esports**. 2019. Disponível em: <[https://www.espn.com.br/esports/artigo/\\_/id/5433650/com-idealizadora-do-rainha-de-copas-bbl-anuncia-circuito-de-torneios-femininos-de-esports](https://www.espn.com.br/esports/artigo/_/id/5433650/com-idealizadora-do-rainha-de-copas-bbl-anuncia-circuito-de-torneios-femininos-de-esports)>. Acesso em: 8 nov. 2019.

MANTILLA, Karla. Gendertrolling: Misogyny Adapts to New Media. **Feminist Studies**, [s. l.], v. 39, n. 2, p. 563–570, 2013.

MCGONIGAL, Jane. **A realidade em jogo**. [s.l.] : Editora Best Seller, 2017.

MEDEIROS, Marcelo et al. Desigualdades de gênero em tempo de trabalho pago e não pago no Brasil, 2013. **Sociedade e Estado**, [s. l.], v. 33, n. 1, p. 159–185, 2018.

MIGUEL, RICARDO GEORGES AFFONSO. **O ENQUADRAMENTO JURÍDICO DO ESPORTE ELETRÔNICO**. 2018. UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ O, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <<http://portal.estacio.br/media/3733067/ricardo-georges-affonso-miguel.pdf>>

MILO. **Feminist Bullies Tearing the Video Game Industry Apart**. 2014. Disponível em: <<https://www.breitbart.com/europe/2014/09/01/lying-greedy-promiscuous-feminist-bullies-are-tearing-the-video-game-industry-apart/>>. Acesso em: 31 out. 2019.

MORTENSEN, Torill Elvira. Anger, Fear, and Games: The Long Event of #GamerGate. **Games and Culture**, [s. l.], v. 13, n. 8, p. 787–806, 2018.

MOURÃO, Ludmila. REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA MULHER BRASILEIRA NAS ATIVIDADES FÍSICO-DESPORTIVAS: DA SEGREGAÇÃO À DEMOCRATIZAÇÃO. **Movimento (ESEFID/UFRGS)**, [s. l.], v. 6, n. 13, p. 5–18, 2000.

MULTIVERSOMAI. **Projeto Sakura anuncia segunda edição do campeonato feminino de League of Legends; saiba como participarMultiverso+**, 2019. Disponível em: <<https://multiversomais.com/2019/01/08/projeto-sakura-anuncia-segunda-edicao-do-campeonato-feminino-de-league-of-legends-saiba-como-participar/>>. Acesso em: 10 nov. 2019.

NAKANDALA, Supun et al. Gendered Conversation in a Social Game-Streaming Platform. **ArXiv**, [s. l.], v. abs/1611.06459, 2016.

NATANSOHN, Graciela. Mulheres e uso das TIC, algumas reflexões metodológicas. In: INTERCOM - SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO 2014, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu Disponível em: <<http://gigaufba.net/wp-content/uploads/2014/09/Mulheres-USO-TIC-Intercom2014Natansohn2014.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2019.

NATANSOHN, Graziela (ED.). **Internet em código feminino. Teorias e práticas**. 1. ed. Buenos Aires: La Crujía, 2013. v. 1 Disponível em: <<http://gigaufba.net/internet-em-codigo-feminino/>>. Acesso em: 29 out. 2019.

NEWZOO. **Global Esports Market Report 2017 | Light**. 2017. Disponível em: <<https://newzoo.com/insights/trend-reports/global-esports-market-report-2017-light/>>. Acesso em: 26 ago. 2018.

NEWZOO. **Newzoo Global Games Market Report 2018 | Light Version**. 2018. Disponível em: <<https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2018-light-version/>>. Acesso em: 16 set. 2018.

NEWZOO. **Newzoo's Gamer Segmentation**. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <[https://resources.newzoo.com/hubfs/Newzoo\\_Gamer\\_Segmentation.pdf](https://resources.newzoo.com/hubfs/Newzoo_Gamer_Segmentation.pdf)>.



NEWZOO. **Global Esports Market Report 2019 - Light Version**. [s.l.] : Newzoo, 2019. b. Disponível em: <[https://resources.newzoo.com/hubfs/Reports/2019\\_Free\\_Global\\_Esports\\_Market\\_Report.pdf](https://resources.newzoo.com/hubfs/Reports/2019_Free_Global_Esports_Market_Report.pdf)>.

NEWZOO. **Insights Into Latin America's Esports Fans**. [s.l.] : Newzoo, 2019. c. Disponível em: <[https://www.the-esports-bar.com/content/dam/sitebuilder/rm/esports-bar/pdf/Esports\\_Business\\_in\\_LATAM.pdf](https://www.the-esports-bar.com/content/dam/sitebuilder/rm/esports-bar/pdf/Esports_Business_in_LATAM.pdf)>.

**Newzoo Report: The Evolution of the eSports Ecosystem**. 2017. Disponível em: <<https://newzoo.com/insights/articles/industry-first-report-evolution-esports-ecosystem/>>. Acesso em: 23 dez. 2019.

NICHOLSON, Linda. Interpretando o gênero. **Revista Estudos Feministas**, [s. l.], v. 8, n. 2, p. 9, 2000.

OLIVEIRA, Gisele. **GIRLS GANG SUPPORT: O que fazer ao ser assediada in game? You Go Girls**, 2019. Disponível em: <<https://youngogirls.com.br/girls-gang-support-o-que-fazer-ao-ser-assediada-in-game/>>. Acesso em: 11 nov. 2019.

PAASSEN, Benjamin; MORGENROTH, Thekla; STRATEMEYER, Michelle. What is a True Gamer? The Male Gamer Stereotype and the Marginalization of Women in Video Game Culture. **Sex Roles**, [s. l.], v. 76, n. 7, p. 421–435, 2017.

PAZ, Mônica de Sá Dantas. Mulheres e Tecnologia: hackeando as relações de gênero na comunidade software livre do Brasil. [s. l.], 2017. Disponível em: <<http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/23549>>. Acesso em: 20 out. 2019.

PEREIRA, Pedro Paulo Gomes. Violence and technologies of gender: time and space in the newspaper. **Revista Estudos Feministas**, [s. l.], v. 17, n. 2, p. 485–505, 2009.

PETIT, Carolyn; SARKEESIAN, ANITA. **Female Representation in Videogames Isn't Getting Any Better**. 2019. Disponível em: <<https://www.wired.com/story/e3-2019-female-representation-videogames/>>. Acesso em: 31 out. 2019.

PINTO, Nelson Guilherme Machado; CORONEL, Daniel Arruda; BRESOLIN, Róger Pase. ANÁLISE COMPARATIVA DA EVOLUÇÃO DAS VENDAS E DO PIB PER CAPITA DOS PRINCIPAIS MERCADOS DA SÉTIMA GERAÇÃO DE CONSOLES DE VIDEOGAMES NO PERÍODO DE 2006-2011. **REVISTA REUNIR**, [s. l.], v. 3, n. 3, p. 44–60, 2013.

**Prêmio eSports Brasil**. [s.d.]. Disponível em: <<https://premioesportsbrasil.com.br/>>. Acesso em: 5 nov. 2019a.

PRÊMIO ESPORTS BRASIL. **Prêmio eSports Brasil on Twitter**. [s.d.]. Disponível em: <[https://twitter.com/premioesportsbr/status/1062338832270548992?ref\\_url=https%3a%2f%2fuailistar.com%2fpremio-esports-brasil-segunda-edicao%2f](https://twitter.com/premioesportsbr/status/1062338832270548992?ref_url=https%3a%2f%2fuailistar.com%2fpremio-esports-brasil-segunda-edicao%2f)>. Acesso em: 5 nov. 2019b.

PROJETO SAKURA. **13 anos da Lei Maria da Penha :: Projeto Sakura**, [s.d.]. Disponível em: <<https://projeto-sakura1.webnode.com/l/a13-anos-da-lei-maria-da-penha/>>. Acesso em: 10 nov. 2019.

RAINHA DE COPAS. **Rainha de Copas - Regras Gerais**, 2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/rainhadecopasdota2/photos/a.1514986618576005/1515056941902306/?type=3&theater>>. Acesso em: 6 nov. 2019.

**Rainha de Copas**. [s.d.]. Disponível em: <[https://liquipedia.net/dota2/Rainha\\_de\\_Copas/1](https://liquipedia.net/dota2/Rainha_de_Copas/1)>. Acesso em: 7 nov. 2019.

REIS, Gabriel. **De mulher pra mulher: "You Go Girls" surge com o objetivo de aumentar a visibilidade das minas nos esports** Multiverso+, 2018. Disponível em: <<https://portalmultiversomais.wordpress.com/tag/game-xp/>>. Acesso em: 11 nov. 2019.

REIS, Gabriel. **Projetos comandados por mulheres buscam aproximar público feminino dos eSportse-SporTV**, 2019. Disponível em: <<https://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/projetos-comandados-por-mulheres-buscam-aproximar-publico-feminino-dos-esports.ghtml>>. Acesso em: 11 nov. 2019.

**Original Nintendo NES Commercial First TV Ad 1985**. Direção: RETRO GAMES FAN. [s.l: s.n.]

RIGON, Daniela. **Campeonato feminino de Dota 2, Rainha de Copas terá final presencial em São Paulo**. 2018. Disponível em: <[https://www.espn.com.br/esports/artigo/\\_/id/4486672/campeonato-feminino-de-dota-2-rainha-de-copas-tera-final-presencial-em-sao-paulo](https://www.espn.com.br/esports/artigo/_/id/4486672/campeonato-feminino-de-dota-2-rainha-de-copas-tera-final-presencial-em-sao-paulo)>. Acesso em: 13 nov. 2019.

**Rockett's New School**. [s.d.]. Disponível em: <[https://purplemoon.fandom.com/wiki/Rockett%27s\\_New\\_School](https://purplemoon.fandom.com/wiki/Rockett%27s_New_School)>. Acesso em: 30 out. 2019.

RODRIGUES, Letícia. **Questões de gênero em jogos digitais: uma coleção de recursos educacionais abertos de apoio à mobilização**. 2017. Dissertação - UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ, Curitiba, 2017. Disponível em: <<http://repositorio.utfpr.edu.br:8080/jspui/handle/1/2839>>. Acesso em: 19 ago. 2018.

RUVALCABA, Omar et al. Women's Experiences in eSports: Gendered Differences in Peer and Spectator Feedback During Competitive Video Game Play. **Journal of Sport and Social Issues**, [s. l.], v. 42, n. 4, p. 295–311, 2018.

SAKUDA, Luiz Ojima; FORTIM, Ivelise (EDS.). **II Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais**. Brasília: Ministério da Cultura, 2018. Disponível em: <<https://nuvem.cultura.gov.br/index.php/s/mdxtGP2QSYO7VMz#pdfviewer>>. Acesso em: 29 out. 2019.

SAKURA ESPORTS. **Pesquisa: Mulheres nos Esports - Resultados - Projeto Sakura**, [s.d.]. Disponível em: <<https://projeto-sakura1.webnode.com/l/pesquisa-mulheres-nos-esports-resultados/>>. Acesso em: 11 nov. 2019.

SAKURA, Projeto. **Quem somosMedium**, 2019. Disponível em: <<https://medium.com/@projetosakuras/quem-somos-e33dfcf4a051>>. Acesso em: 8 nov. 2019.

SAMPAIO, Henrique. **#1ReasonWhy: os inúmeros motivos pelos quais ainda existe sexismo nos games - Home - iG**. 2012. Disponível em: <<http://arena.ig.com.br/2012-11-27/1reasonwhy-os-inumeros-motivos-pelos-quais-ainda-existe-sexismo-nos-games.html>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua: Repercussões na cultura e na educação**. 1ª Edição ed. São Paulo: Editora Paulus, 2013.

**Damsel in Distress: Part 1 - Tropes vs Women in Video Games**. Direção: SARKEESIAN, Anita. [s.l.] : Feminist Frequency, 2013.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Gender and the politics of history**, [s. l.], v. 20, n. 2, p. 35, 1989.

SCOTT, Joan W. O enigma da igualdade. **Revista Estudos Feministas**, [s. l.], v. 13, n. 1, p. 11, 2005.

SEULA, Roger Sandro; AMARO, Mariana. Procedimentos para análise de performance de streamers de games. **Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital**, [s. l.], p. 7, 2018.

SHEN, Cuihua et al. Do Men Advance Faster Than Women? Debunking the Gender Performance Gap in Two Massively Multiplayer Online Games. **Journal of Computer-Mediated Communication**, [s. l.], v. 21, n. 4, p. 312–329, 2016.

SILVA, Lidiane Rodrigues Campêlo et al. PESQUISA DOCUMENTAL: ALTERNATIVA INVESTIGATIVA NA FORMAÇÃO DOCENTE. In: 2009, Curitiba - PR. **Anais...** . In: CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO — EDUCERE, IX, ENCONTRO SUL BRASILEIRO DE PSICOPEDAGOGIA, III. Curitiba - PR

SIOUX GROUP et al. **Pesquisa Game Brasil 2018**: Pesquisa Game Brasil. [s.l.] : SIOUX Group, 2018. Disponível em: <<https://www.pesquisagamebrasil.com.br/>>. Acesso em: 29 jul. 2018.

SIOUX GROUP et al. **Pesquisa Game Brasil 2019**: Pesquisa Game Brasil. [s.l.] : SIOUX Group, 2019. Disponível em: <<https://www.pesquisagamebrasil.com.br/>>. Acesso em: 23 set. 2019.

SJÖBLOM, Max et al. The ingredients of Twitch streaming: Affordances of game streams. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], v. 92, p. 20–28, 2019.

**Sobre nós - You Go Girls. You Go Girls**, [s.d.]. Disponível em: <<https://yougogirls.com.br/sobre-nos-2/>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

SORIANO, Pedro “MrPedroks”. **Prêmio eSports Brasil- Prêmio terá sua segunda ediçãoUAILISTAR**, 2018. Disponível em: <<https://uailistar.com/premio-esports-brasil-segunda-edicao/>>. Acesso em: 5 nov. 2019.

SORIANO, Pedro “MrPedroks”. **Projeto Sakura: conheça melhor a iniciativa para ingressar mulheres no cenário competitivoUAILISTAR**, 2019. Disponível em: <<https://uailistar.com/projeto-sakura-conheca-melhor/>>. Acesso em: 8 nov. 2019.

SPORTV.COM. **Cherna sofre ataques na web após ser indicada ao Prêmio eSports Brasil; organização repudia | e-sportv | Sportv**. 2018. Disponível em: <<https://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/cherna-sofre-ataques-na-web-apos-ser-indicada-ao-premio-esports-brasil-organizacao-repudia.ghtml>>. Acesso em: 5 abr. 2019.

SPORTV.COM. **Riot e Ubisoft apoiam Leila por audiência para projeto que visa regulamentar eSports no Brasil**. 2019. Disponível em: <<https://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/riot-e-ubisoft-apoiam-leila-por-audiencia-para-projeto-que-visa-regulamentar-esports-no-brasil.ghtml>>. Acesso em: 13 nov. 2019.

STATE OF THE GAME INDUSTRY 2019. In: 2019 GDC STATE OF THE GAME INDUSTRY 2019, San Francisco. **Anais...** . In: GAME DEVELOPERS CONFERENCE. San Francisco: Informa Tech, 2019.

STATISTA. **Top eSports players by earnings 2018 | Statistic**. 2018a. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/518010/leading-esports-players-worldwide-by-earnings/>>. Acesso em: 30 set. 2018.

STATISTA. **eSports games global player base 2017 | Statistic**. 2018b. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/506923/esports-games-number-players-global/>>. Acesso em: 30 set. 2018.

STATISTA. **U.S. eSports viewer gender 2017 | Statistic**. 2018c. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/532310/esports-viewers-by-gender-usa/>>. Acesso em: 30 set. 2018.

SUPERINTERESSANTE. **Guerra dos sexos**. 2003. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/ciencia/guerra-dos-sexos-2/>>. Acesso em: 11 mar. 2019.

**The Ladies Of Mortal Kombat Photo: Jade, Kitana, Mileena, Sindel and Sonya**. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.fanpop.com/clubs/the-ladies-of-mortal-kombat/images/19655919/title/jade-kitana-mileena-sindel-sonya-photo>>. Acesso em: 11 maio. 2019.

TRIVIÑO, Marta. **Como a violência aparece em Rape Day, o videogame sobre estupro de mulheres**. 2019. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2019/03/08/tecnologia/1552040360\\_194382.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/03/08/tecnologia/1552040360_194382.html)>. Acesso em: 1 nov. 2019.

TWITCH. **gaules - Twitch**. 2019. Disponível em: <<https://www.twitch.tv/>>. Acesso em: 29 set. 2019.

**Uncharted Lost Legacy**. , 2018. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Ficheiro:Uncharted\\_Lost\\_Legacy.jpg&oldid=51351838](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Ficheiro:Uncharted_Lost_Legacy.jpg&oldid=51351838)>.

Acesso em: 11 maio. 2019. Ilustração Digital

UPCOMER. "I reported and he got promoted" #RiotWalkoutpic.twitter.com/ShWB9IulYN@Upcomer, 2019T15:06. Disponível em:

<[https://twitter.com/Upcomer/status/1125522333383348224?ref\\_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etwetembed%7Ctwterm%5E1125522333383348224&ref\\_url=https%3A%2F%2Fsportv.globo.com%2Fsite%2Fesportv%2Fol%2Fnoticia%2Ffuncionarios-da-riot-games-produtora-do-league-of-legends-protestam-contra-empresa-em-los-angeles.ghhtml](https://twitter.com/Upcomer/status/1125522333383348224?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etwetembed%7Ctwterm%5E1125522333383348224&ref_url=https%3A%2F%2Fsportv.globo.com%2Fsite%2Fesportv%2Fol%2Fnoticia%2Ffuncionarios-da-riot-games-produtora-do-league-of-legends-protestam-contra-empresa-em-los-angeles.ghhtml)>. Acesso em: 31 out. 2019.

U/POYTE. **r/Gamingcirclejerk - socialism is when u make female video game characters that gamers dont want to fuck - Karl Marx.** [s.d.]. Disponível em: <[https://www.reddit.com/r/Gamingcirclejerk/comments/bgfj6v/socialism\\_is\\_when\\_u\\_make\\_female\\_video\\_game/](https://www.reddit.com/r/Gamingcirclejerk/comments/bgfj6v/socialism_is_when_u_make_female_video_game/)>. Acesso em: 31 out. 2019.

VALE, Deivlin. **Por racismo, jogadora é banida do Projeto InvocadoraseSports MPB**, 2019. Disponível em: <<http://esportsmpb.com.br/jogadora-e-banida-por-racismo-do-projeto-invocadoras/>>. Acesso em: 9 nov. 2019.

VIEIRA, Cristina C.; NUNES, Maria Teresa Alvarez; FERRO, Maria Jorge. Questões de gênero e cidadania: reflexões breves sobre o poder emancipatório da educação. In: ALCOFORADO, Luís; BARBOSA, Márcia Regina; BARRETO, Denise Aparecida Brito (Eds.). **Diálogos Freireanos: a educação e formação de jovens e adultos em Portugal e no Brasil**. 1. ed. [s.l.] : Imprensa da Universidade de Coimbra, 2017. p. 701–716.

WAGNER, Michael G. On the Scientific Relevance of eSports. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON INTERNET COMPUTING 2006, Las Vegas, Nevada, USA. **Anais...** . In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON INTERNET COMPUTING & CONFERENCE ON COMPUTER GAMES DEVELOPMENT,. Las Vegas, Nevada, USA: CSREA Press, 2006.

WAJCMAN, Judy. **El tecnofeminismo**. 1. ed. Madri: Cátedra, 2006. v. Volume 88

WARNER BROS. **Mortal Kombat 11**. 2019. Disponível em: <<https://www.mortalkombat.com>>. Acesso em: 5 jun. 2019.

WEBSTER, Colin (ED.). **International Esports Federation**leSF, , 2018. Disponível em: <<https://www.ie-sf.org/documents/>>

WESTSTAR, Johanna; O'MEARA, Victoria; LEGAULT, Marie-Josée. **Developer Satisfaction Survey 2017**. [s.l.] : International Game Developers Association (IGDA), 2018. Disponível em: <[https://cdn.ymaws.com/www.igda.org/resource/resmgr/2017\\_DSS\\_/!IGDA\\_DSS\\_2017\\_SummaryReport.pdf](https://cdn.ymaws.com/www.igda.org/resource/resmgr/2017_DSS_/!IGDA_DSS_2017_SummaryReport.pdf)>.

WILLIAMS, Dmitri et al. The virtual census: representations of gender, race and age in video games - Dmitri Williams, Nicole Martins, Mia Consalvo, James D. Ivory, 2009. **New Media & Society**, [s. l.], v. 11, n. 5, p. 815–834, 2009.

WOMEN IN ESPORT. **Women in Esports | Women in Games WIGJ for more women in video games and esports**. 2018. Disponível em: <<http://www.womeningames.org/women-in-esports/>>. Acesso em: 30 set. 2018.

ZICHERMANN, Gabe; CUNNINGHAM, Christopher. **Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps**. [s.l.] : O'Reilly Media, Inc., 2011.



