



Universidade de Brasília

Instituto de Ciências Sociais

Departamento de Sociologia

O sexismo nos jogos eletrônicos:

Barreiras à participação feminina em League of Legends

Gabriel Carvalho Branco Ribeiro

Orientadora: Tânia Mara Campos de Almeida

Brasília, Distrito Federal

Março de 2019

Gabriel Carvalho Branco Ribeiro

**O sexismo nos jogos eletrônicos:
Barreiras à participação feminina em League of Legends**

Monografia apresentada ao Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília (UnB), como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Sociologia.

Orientadora: Profa. Dra. Tânia Mara Campos de Almeida

Banca Examinadora:

Prof. Dra. Tânia Mara Campos de Almeida (orientadora) – SOL/UnB

Prof Dr. Fabrício Monteiro Neves (examinador) – SOL/UnB

AGRADECIMENTOS

Às minhas avós, cujo amor incondicional e expectativa em me ver formar me deram motivação para continuar,

Aos meus pais, que inspiraram em mim a paixão pelo conhecimento, em especial, sobre a sociedade em que vivemos,

À Universidade de Brasília, por ter me acolhido e me ensinado tanto,

À minha orientadora, pelo suporte, correções e incentivos,

Aos meus amigos, por caminharem junto a mim,

E ao League of Legends, por ter ocupado minhas horas,

O meu mais profundo e sincero obrigado.

RESUMO

O presente trabalho acadêmico aborda a temática da questão de gênero em jogos eletrônicos, com foco no título League of Legends. O objetivo desta pesquisa consiste em identificar as principais barreiras para a participação de mulheres no jogo. Para isso empregou-se, além de revisão bibliográfica, pesquisa de campo qualitativa, consistindo em entrevistas semi-estruturadas com jogadores e jogadoras. Assim, foram identificados aspectos na concepção do jogo e na interação entre jogadores que tornam a experiência feminina no League mais difícil e negativa. Abuso, agressão verbal e ameaças não são incomuns no cotidiano de jogadoras, constantemente excluídas do universo *gamer*. A constante exposição dos usuários a estereótipos de gênero, através do design de personagens, também contribui para agravar o problema.

Palavras-chave: Jogos eletrônicos, gênero, sexismo, socialização, estereótipos

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. O SEXISMO NOS JOGOS ELETRÔNICOS	10
2.1 Avaliando estereótipos: Hardcore versus Casual	13
2.2 Indústria, pink games e representatividade	18
3. ESTUDO DE CASO: LEAGUE OF LEGENDS	24
3.1 Demografia, arrecadação e comunidade	24
3.2 O gênero Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)	28
3.3 Baixa participação feminina	32
4. A SOCIALIZAÇÃO DE INVOCADORES	33
4.1 Conduta negativa e toxicidade	33
4.2 Masculinidade e feminilidade em jogos online	40
4.3 Efeitos do anonimato sobre interações online	45
5.A EXPERIÊNCIA FEMININA NO LEAGUE	49
6. DESENHO DE PESQUISA	54
7. ANÁLISE DE RESULTADOS	56
7.1 Perfil dos jogadores	56
7.2 Nível de participação na comunidade	59
7.3 Interações violentas e sexismo	61
7.4 Comportamento e sentimento	64
7.5 Percepções de gênero	69
CONSIDERAÇÕES FINAIS	75
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78
ANEXO A – QUESTIONÁRIO APLICADO NA ENTREVISTA COM HOMENS	86
ANEXO B – QUESTIONÁRIO APLICADO NA ENTREVISTA COM MULHERES	88

1. INTRODUÇÃO

Não é difícil, ao jogar videogames, se deparar com simbologias e relações que espelham a vida real. O mundo virtual, apesar de mudar as dinâmicas das interações entre as pessoas, ainda é povoado por seres humanos, cuja cultura, valores e formas de pensar moldam as relações *online*. É possível, assim, se deparar com situações quase idênticas às vividas na “vida real”, das mais positivas às mais negativas. Através dos jogos, laços de amizade são formados e fortalecidos, aproximando pessoas que se identificam com um universo comum. Entretanto, o mundo virtual também herda o preconceito de seus usuários, que frequentemente culmina no assédio e na violência contra determinados grupos.

Desde que comecei a jogar jogos populares, tenho percebido e tentando entender a transposição do preconceito e da discriminação do mundo real ao virtual. De início, me parecia estranho como, em um momento de lazer e descontração propiciado pelo jogo, poderiam aparecer disputas e interações agressivas, motivadas unicamente pelo sexo, pela raça ou pela orientação sexual de um jogador. Entretanto, como estudante de Ciências Sociais, me parece também plausível que essas manifestações discriminatórias permeiam a sociedade nos níveis mais subjetivos, transparecendo inclusive em ocasiões onde elas não são tão esperadas. Afinal, os jogos estão inseridos no mundo real, que é enormemente completo e, infelizmente, também frequentemente perverso.

A Sociologia, portanto, tem um papel fundamental na análise das novas formas de socialização, como as que se dão no mundo dos videogames. Essas formas estão imbricadas com os mais diversos fenômenos sociais, mais próximas ao mundo real do que pode parecer. As rápidas transformações tecnológicas que se desenrolam aos nossos olhos têm consequências sobre a forma e o conteúdo das interações humanas, num processo dual onde mundo real e virtual se influenciam e

se constroem mutuamente. Assim, torna-se vital estudar as novas dinâmicas apresentadas nesses espaços de interação online, buscando compreender seu efeito sobre corpos, mentes e subjetividades.

Entretanto, apesar de sua importância, esse trabalho ainda se encontra em suas fases iniciais. As poucas pesquisas feitas sobre o universo dos jogos e das interações online se concentram muito nos Estados Unidos, por ser um dos maiores polos de desenvolvimento e consumo dessa indústria. A literatura brasileira sobre o tema é consideravelmente mais escassa, de forma que produz resultados também em menor ritmo. Com essas dificuldades na obtenção de fontes, torna-se mais difícil pesquisar o tema e desenhar caminhos interessantes para exploração científica. Felizmente, o crescimento dos videogames em população de usuários, arrecadação e centralidade na vida humana tem servido como motivação e incentivo para que mais pesquisadores, como eu, se debrucem sobre esse tema.

O volume desse crescimento é de fato surpreendente. Segundo levantamento da companhia Newzoo (2018), 2,3 bilhões de jogadores ao redor do mundo gastaram quase 148 bilhões de dólares em 2018, um aumento de 13.3% no faturamento em relação a 2017. Na América Latina, o Brasil é o segundo que mais fatura com videogames. Foram 1,3 bilhão de dólares de janeiro a outubro de 2017, perdendo apenas para o México, que arrecadou U\$1,4 bilhão (Statista, 2018). Segundo a Pesquisa Game Brasil 2018, 75% dos brasileiros jogam jogos eletrônicos, e a grande maioria dos entrevistados (65,8%) declara, inclusive, que jogos eletrônicos estão entre sua principal forma de diversão.

Essa expansão em muito se baseia numa diversificação de público que se desenha nos últimos anos. Adolescentes têm tradicionalmente feito parte desse universo, mas atualmente faixas etárias mais avançadas têm ganhado relevância. No Brasil, a maioria dos *gamers*¹ tem entre 25 a 34 anos de idade (35,2%), quem

¹ Em português, jogador, usado para descrever quem joga videogames.

tem entre 35 a 54 anos de idade também ocupa uma grande parcela (32,7%) e os jogadores mais jovens, com 16 a 24 anos vem logo em seguida (26,0%). Mais ainda, 72,5% dos pais entrevistados afirmam jogar com seus filhos, evidenciando a transposição de gerações pela qual os games estão passando (PGB, 2018).

Para além de novas faixas etárias, o mundo dos jogos eletrônico passa também por uma expansão de outro público: o feminino. O universo dos jogos eletrônicos, desde sua criação na década de 1970, têm se configurado como um espaço majoritariamente masculino. Até pouco tempo, o perfil do público que jogava era, com poucas exceções, homens brancos e jovens. O acesso de mulheres a tecnologias sempre foi limitado, associado à figura masculina, e os videogames seguiram essa tendência. Entretanto, essa realidade começou a mudar. No Brasil, pelo terceiro ano consecutivo, as mulheres, maioria da população, também foram maioria entre os jogadores (58,9%). Os números aqui são ainda mais altos que os de outros grandes mercados, como os EUA, onde 60% da população afirma jogar videogames e a proporção de mulheres entre os jogadores é de 45% (PGB, 2018; Statista, 2018; Entertainment Software Association, 2018).

Essa mudança, porém, também causa reações. A crescente participação feminina tem evidenciado aspectos problemáticos desse universo, gerando novas reflexões sobre como nos conectamos no mundo virtual. Isso porque, mesmo com o crescimento dos videogames para além de seu histórico núcleo demográfico de homens jovens, esse espaço continua sendo amplamente dominado por eles. A indústria responsável pelo desenvolvimento desses jogos continua produzindo conteúdo que reflete o que se entende como as preferências de uma audiência jovem, masculina e heterossexual. Mais ainda, mesmo com a crescente participação, as mulheres ainda são vistas como intrusas nesse ambiente, sendo constantemente marginalizadas e assediadas (Peck, Ketchum & Embrick, 2011; Fox & Tang, 2014; Ratan et al, 2015; Paaßen, Morgenroth & Stratemeyer, 2017).

Após ter presenciado essa realidade por alguns anos, surgiu a inspiração para esse trabalho, muito pela curiosidade para entender o fenômeno. Assim, em primeiro lugar, busquei identificar quais as suas origens, ou seja, as causas da marginalização de mulheres nos jogos. O primeiro capítulo se debruça, portanto, sobre os estereótipos presentes nesse universo e suas consequências para a experiência com o jogo, além de buscar verificar seu respaldo na realidade. Mais ainda, são também analisadas as dinâmicas de reprodução dessas crenças pela indústria *gamer*, que comunica esses estereótipos através do design dos personagens e do próprio jogo. A representação feita de homens e mulheres impacta a experiência de jogadores e jogadoras, muitas vezes negativamente, ressaltando a responsabilidade da indústria no processo.

Em seguida, o trabalho se debruça sobre seu objeto mais específico, um dos jogos mais populares do mundo: o League of Legends (em português Liga das Lendas). Após apresentar a demografia do jogo, foram analisados seu formato e o design dos personagens, buscando compreender as simbologias por trás de sua concepção e seus efeitos. Por fim, é apresentada a realidade de baixa participação feminina no League, que motiva a escolha do jogo como objeto neste trabalho.

O capítulo quatro aborda uma questão fundamental para entender a marginalização feminina no jogo: a socialização dos invocadores. Buscou-se entender como essas interações culminam na violência e no assédio e quais mecanismos dos jogos podem agravar esse processo. Em seguida, discute-se como masculinidade e feminilidade são construídos e performados através do jogo e as consequências disso para homens e mulheres. Mais ainda, o capítulo se debruça sobre o anonimato e seus efeitos sobre os indivíduos, outro fator fundamental para entender a socialização virtual.

O capítulo cinco busca fazer um panorama da experiência feminina no League of Legends. Aqui são articuladas as reflexões sobre os estereótipos nos

videogames e as peculiaridades na socialização virtual para entender melhor os processos pelos quais vivem as mulheres no jogo. São discutidos também formas específicas de marginalização feminina no League, ou seja, de que forma essa opressão se traduz no jogo, bem como os métodos de resistência utilizados por elas. O capítulo se encerra com uma comparação entre o League e outro jogo semelhante, King of Honor, que possui maior participação feminina, buscando entender que aspectos do jogo levaram a isso.

Em seguida, é apresentada a pesquisa de campo, onde foram entrevistados doze jogadores e jogadoras, buscando avaliar sua experiência com o jogo e identificando vivências, crenças e características do seu comportamento que apontem para barreiras à participação feminina. O desenho da pesquisa é detalhado no capítulo seis, enquanto os resultados e as reflexões acerca deles se desenrolam no capítulo sete. As considerações finais são feitas em seguida, resumindo os achados mais relevantes e indicando caminhos futuros de pesquisa.

2. O SEXISMO NOS JOGOS ELETRÔNICOS

O universo dos videogames, apesar de incluir cada vez mais mulheres, não é um ambiente acolhedor para elas. São vários os relatos sobre misoginia², homofobia e racismo na cultura dos jogos. Algumas histórias, por exemplo, envolvem casos famosos de atletas de *e-sports*, *streamers*, produtoras e desenvolvedoras de jogos que foram vítimas de assédio sexual em transmissões ao vivo, ou que foram ofendidas após criticarem estereótipos femininos em jogos (Ratan et al, 2015). E não são apenas mulheres famosas ou em exposição que vivem esse dilema. O sexismo é uma problemática generalizada no universo dos

² Repulsa, desprezo ou ódio contra as mulheres. Esta forma de aversão mórbida e patológica ao sexo feminino está diretamente relacionada com a violência que é praticada contra a mulher.

games, afetando a devastadora maioria das mulheres que jogam, que rotineiramente encaram misoginia, marginalização e assédio, tanto *online* quanto *off-line* (Ratan et al, 2015).

Estudos recentes têm se debruçado sobre a variedade de formas através das quais mulheres *gamers* se depararam com interações violentas em jogos. Em um experimento, Kuznekoff e Rose (2013) jogaram um videogame violento line com outros jogadores anônimos e interagiram com eles usando vozes pré-gravadas, masculinas ou femininas. A voz feminina recebeu três vezes a quantidade de comentários negativos do que a voz masculina havia recebido. Outros estudos indicam como mulheres são confrontadas com estereótipos de gênero que, por um lado, retratam mulheres de maneiras hipersexualizadas, e de outro posicionam mulheres como usuárias de tecnologias “naturalmente” inferiores. Há, inclusive, trabalhos examinando a intersecção de opressões que sofrem mulheres latinas e negras em contextos de jogos virtuais (Ratan et al 2015; Gray, 2012).

De acordo com Bryce e Rutter (2003), homens têm tradicionalmente tido mais acesso e controle sobre espaços de lazer ligados aos jogos, como *arcades*, lojas, *LAN houses*, bares e mesmo campeonatos. Os jogos digitais foram introduzidos primeiro em espaços públicos como esses, onde a participação feminina é limitada. À medida que os jogos migraram para a esfera doméstica, as tecnologias utilizadas para jogar, como computador e televisão, também têm estado sob controle masculino, o que resulta nos jogos serem pensados e comercializados para atrair o público masculino (Bryce & Rutter, 2002, 2003; Paaßen, Morgenroth & Stratemeyer, 2017). Nota-se, portanto, que o histórico impedimento do acesso de mulheres aos jogos em muito se relaciona a outros tipos de opressões estruturais existentes na sociedade.

A marginalização feminina nos jogos em grande medida se explica pela presença disseminada de estereótipos de gênero, que pautam os jogos desde o

design até as interações entre os jogadores. Estereótipos podem ser definidos como “atalhos que conduzem ideias e imagens rápida e claramente”, representando a percepção generalizada e popular de um grupo sobre atributos de membros de outro grupo (Fox & Tang, 2014). Assim, para Williams (2005), ao pensar como é um *gamer*, você pode imaginar um “rapaz adolescente pálido, isolado, sentado num sofá em um porão escuro, obsessivamente esmagando botões”. O que essa imagem comunica, na verdade, é um estereótipo que evidencia a associação profunda entre jogos eletrônicos e o gênero masculino (Ratan et al, 2015; Paaßen, Morgenroth & Stratemeyer, 2017).

No universo dos jogos eletrônicos, os diversos estereótipos presentes são constantemente reforçados, naturalizando a participação de homens e impondo barreiras ao acesso feminino. Assim, apesar de jogarem cada vez mais, as mulheres não são consideradas *gamers* de verdade porque supostamente jogam apenas de forma casual, jogos “inferiores” (ex.: *Candy Crush*, *Farmville*) em plataformas “inferiores” (como *smartphones*). Homens, por outro lado, são identificados como “*hardcore gamers*”, que jogam jogos mais complexos, integram a comunidade *gamer* e podem até competir em torneios (Paaßen, Morgenroth & Stratemeyer, 2017). Essa distinção serve, em ampla medida, como base para justificar a marginalização feminina no mundo dos *games*. Cria-se uma distinção entre os “verdadeiros” e “falsos” *gamers*, respectivamente homens e mulheres, que garante aos primeiros a dominância incontestada desse espaço.

2.1 Avaliando estereótipos: *Hardcore* versus Casual

Muitos dos parâmetros mais utilizados para distinguir jogadores *hardcore* e casuais são justamente as diferenças que existem nas tendências de consumo de videogames por homens e por mulheres. Plataforma (console versus smartphone),

tipos de jogo (shooter e massive multiplayer versus quebra-cabeças) e mesmo o conteúdo do jogo (competição e violência versus ficções leves) são alguns exemplos de parâmetros utilizados para atribuir às mulheres o status inferior de jogadoras casuais (Paaßen, Morgenroth & Stratemeyer, 2017). Esses parâmetros, todavia, são baseados em tendências muitas vezes ambíguas ou exageradas, sendo necessário investigá-los melhor.

Quanto à plataforma, por exemplo, nota-se que de fato há uma preferência feminina pelas plataformas móveis como o *smartphone*, estimada inferior pela cultura gamer. Entretanto, essa é de longe plataforma mais utilizada no Brasil (84%), seguida pelos consoles (46%) e pelo computador (44%) (PGB, 2018), ou seja, homens também utilizam amplamente o *smartphone* para jogar, mas isso não parece afetar seu status como *gamers*. Tratando do console, plataforma estimada como *hardcore*, nota-se que a discrepância entre gêneros existe, mas não é absoluta. 20,4% dos homens disseram jogar em consoles todos os dias e 31% deles disseram jogar entre 3 a 6 dias por semana, enquanto 15,1% das mulheres disseram jogar todos os dias e 22,4% delas disseram jogar 3 a 6 dias por semana. Em contrapartida, 33,6% das mulheres disseram jogar pelo menos 1 vez na semana enquanto 31,2% dos homens disseram o mesmo (PGB, 2018). Elas estão presentes, jogam em números cada vez mais próximos aos dos homens, mas o estigma de jogadoras casuais ainda pesa sobre elas.

Outro parâmetro levantado para justificar essa divisão são as categorias de jogos, também separadas nessa dicotomia. Categorias como jogos de tiro, *massive multiplayer games*³ e estratégia em tempo real⁴ são identificadas como *hardcore* e, portanto, valorizadas. Levantamento de Paaßen, Morgenroth e Stratemeyer (2017) identificou que a participação feminina em jogos dessas categorias orbita entre 16 e

³ Em português, jogos multijogador massivo, ou seja, com grande quantidade de pessoas conectadas, que jogam simultaneamente.

⁴ Jogos de estratégia onde o jogador tem que administrar recursos e criar bases e unidades para derrotar o oponente, tomando decisões rápidas para planejar defesas e ataques.

29%, variando a depender do título analisado. Para as autoras, esse número em si é suficiente para desmentir o estereótipo de que mulheres não participam nesses tipos de jogos. Mais ainda, é importante também levar em consideração que nesses jogos, justamente pela sua associação a uma base de usuários *hardcore* e masculina, existe maior incidência de agressividade e assédio contra mulheres, vistas como intrusas (Deskins, 2015). Dessa forma, ações que tenham sucesso em inibir esses comportamentos muito provavelmente levarão a uma maior participação feminina nesses espaços.

Um terceiro parâmetro é o tempo investido pelos jogadores, sendo os *hardcore* (ou seja, os homens) aqueles que passam mais tempo jogando. De fato, alguns estudos indicam também que mulheres jogam menos tempo, em média do que homens. Entretanto, essas pesquisas trabalham com tempo de jogo autodeclarado, que é muito influenciado pela tendência dos entrevistados em subestimar o próprio tempo de jogo. Esse fenômeno é mais acentuado entre mulheres, que tendem a estimar o tempo de jogo semanal em três horas a menos do que o real, enquanto homens subestimam em uma hora. Mais ainda, identificou-se que jogadores que se encaixam menos no estereótipo do *gamer* (ou seja, que não são homens brancos adolescentes) tinham maior tendência a sub-reportar seu tempo de jogo, sendo mulheres são especialmente afetadas nesse tipo de pesquisa (Paaßen, Morgenroth & Stratemeyer, 2017). Em outros estudos, os autores avaliaram o tempo jogado extraindo informações diretamente dos servidores dos jogos e com grandes amostras. Os resultados das pesquisas, entretanto, são muito distintos. Williams et al. (2009) identificaram que as mulheres tinham maior tempo médio de jogo que os homens, mas Ratan et al (2015) concluíram que os homens tinham mais sessões de jogo que as mulheres.

De qualquer forma, o parâmetro do tempo é problemático por outro motivo. Segundo estudo de Winn e Heeter (2009), mulheres têm, em média, menos

tempo livre para investir em games do que homens, tanto no geral, quanto em cada sessão de jogo. A média feminina é de menos de 30 minutos por sessão, enquanto a de homens é de mais de uma hora. Dessa forma, um tempo menor de jogo pode se relacionar muito mais com necessidades práticas do que com preferências inatas. Mais ainda, jogos do gênero *hardcore* apresentam outro componente que influencia nessa dinâmica, a não-interruptibilidade (Juul, 2009). Geralmente, quando um jogador se desconecta durante um desses jogos, há prejuízos para o time do qual fazia parte e ele pode ser punido pelo jogo com um banimento temporário ou outras sanções. Em jogos casuais, a tendência é que não haja esse tipo de consequência para se ausentar do jogo. Dessa forma, a preferência feminina por jogos casuais pode também ser explicada por restrições na disponibilidade de tempo, mais do que por preferências inatas (Winn e Heeler, 2009).

Para autores como Poels et al. (2012) e Kowert et al. (2014) os parâmetros até aqui mencionados explicam pouco a diferença entre jogadores *hardcore* e casuais. Na verdade, a principal distinção entre eles seria a auto-identificação com o rótulo de *gamer*. Esse termo se refere, portanto, muito mais a uma identidade social do que uma mera descrição do ato de jogar videogames. Essa identidade *gamer* é performada em espaços fora do jogo, através da participação em fóruns online, em convenções sobre games ou mesmo através de hábitos de consumo, como vestir roupas relacionadas a jogos (Shaw 2012, 2013; Grooten & Kowert, 2015).

No Brasil, entre os usuários de jogos eletrônicos, 35% dos homens se identificam como gamers, contra apenas 20% das mulheres (PGB, 2018). Nos EUA, entre os adolescentes, população majoritária no universo dos jogos, 69% dos homens se declararam *gamers*, contra apenas 35% das mulheres (Burch & Wiseman, 2015). Essa discrepância pode ser explicada pela relação conflituosa entre a identidade *gamer* e a identidade de gênero feminina. Isso ocorre porque a

primeira, como a identidade nerd, envolve “ser excessivamente intelectual, obsessivo e socialmente inábil”, o que é tipicamente associado a homens e não a mulheres (Paaßen, Morgenroth & Stratemeyer, 2017). A masculinidade de homens que se envolvem em jogos pode também ser desafiada pela identidade nerd, mas esse conflito tem se reduzido, à medida que adolescente jogam cada vez mais videogames e jogar títulos populares pode até render capital social para meninos (Burch & Wiseman, 2014).

O conflito verdadeiro reside, portanto, nas identidades *gamer* e feminina. Pesquisas indicam que mulheres que jogam por muito tempo internalizam um entendimento mais fluido de gênero, enquanto mulheres que jogam menos percebem jogos como estritamente associado a homens e se identificam menos com esse universo (Royse, 2007; Daviault & Schott, 2013). Mais ainda, mulheres que trabalham na indústria dos games ou em empregos relacionados a tecnologia internalizaram uma identidade de gênero mais andrógina, bem como se identificam mais fortemente com sua profissão do que com seu gênero (Prescott & Bogg, 2013; Bucholtz, 2002).

Esses achados evidenciam como a forte associação entre games e masculinidade não apenas marginaliza mulheres material e socialmente, mas também impacta suas consciências e subjetividades. A presença e a disseminação dos estereótipos afetam diretamente a qualidade da experiência feminina nos jogos, como sugerem Ratan et al. (2015). De acordo com a *Stereotype Threat Theory* (em português, teoria da ameaça do estereótipo), quando pessoas são lembradas de um estereótipo negativo sobre um grupo demográfico ao qual pertencem, elas são mais propensas a se adequar a esse estereótipo (Steele & Aronson, 1995). Em um experimento, negros americanos tiveram pior desempenho em um teste intelectual quando solicitados a relatar sua raça antes do teste (em comparação a não relatar), o que serviu para lembrá-los do estereótipo negativo sobre o desempenho intelectual

afro-americano. A *Stereotype Threat Theory* também tem sido examinada em outras categorias sociais, como gênero, e em outros tipos de performance, como esportes e habilidades motoras (Ratan et al, 2015).

Em jogos eletrônicos, dois estudos indicaram processos semelhantes. Richard e Hoadley (2013) descobriram que as mulheres tinham menos auto-confiança do que homens, o que eles explicam como resultado do estereótipo de que mulheres são menos habilidosas. Em um estudo experimental, Vermeulen et al. (2014) descobriram que as mulheres que pensavam que estavam jogando contra um homem (em oposição a uma mulher) sentiam mais estresse e percebiam suas habilidades como mais baixas. Ambos os estudos sugerem que a concepção de que mulheres não são destinadas a serem *gamers* afeta diretamente sua experiência com o jogo, atrapalhando sua capacidade e sua disposição para competir.

Esses estereótipos são comunicados constantemente, de forma que o ambiente dos jogos se torna um ambiente hostil para mulheres. Nesse sentido, a indústria e os desenvolvedores de jogo tem papel central nesse processo. Não só as grandes empresas continuam produzindo jogos para homens e pensando nas demandas de homens, mas também reforçam estereótipos de gênero que inferiorizam a figura feminina (Summers & Miller, 2014; Deskins, 2018). É preciso, portanto, analisar de onde vêm os jogos, e como eles reproduzem normas de gênero.

2.2 Indústria, *pink games* e representatividade

Mídias populares são eficazes ferramentas de transmissão de valor, principalmente entre jovens. Pesquisas têm indicado que a mídia pode influenciar percepções de identidade de gênero, autoestima, imagem corporal e relacionamentos interpessoais. Mais ainda, a mídia também tem grande potencial

de influenciar como homens e mulheres desempenham papéis de gênero (Peck, Ketchum & Embrick, 2011; Summers & Miller, 2014). Dessa forma, muito da disseminação e reprodução dos estereótipos no universo dos jogos eletrônicos cabe a indústria responsável pelo seu desenvolvimento.

Através do design dos jogos, do conteúdo, das representações e simbologias por trás dos personagens, os desenvolvedores de jogos são responsáveis por comunicar valores e mensagens culturais, que impactam a experiência de jovens e crianças. Quando estas mensagens refletem estereótipos de masculinidade e feminilidade, impactando a experiência de jogadores, elas servem para perpetuar esses valores na sociedade, mantendo as relações limitantes e desiguais sobre mulheres (Gooden & Gooden, 2001; Oliver & Green, 2001; Dickey, 2006; Peck, Ketchum & Embrick, 2011). Infelizmente, a grande maioria dos jogos contribui para esse quadro, reforçando visões estereotipadas sobre mulheres, hipersexualizando personagens e adotando estratégias de marketing problemáticas.

Por um lado, pode-se argumentar que os desenvolvedores de jogos, como empresas capitalistas em busca de lucro, estão apenas atendendo à demanda reconhecida, em termos de conteúdo. Afinal, pesquisas indicam que competição, combate destruição e violência tendem a ser os temas preferidos de homens em jogos, assim como pouca interação social e papéis de gênero estereotipados. Homens também tendem a preferir jogos desafiadores e difíceis, com carga emocional negativa e uma experiência estética profunda. Mulheres, por outro lado, têm menos interesse em violência e competitividade, preferindo jogos fantasiosos, com rica interação social, experiências intuitivas e acessíveis, bem como senso de realização (Quantic Foundry, 2016; Gao & Shih, 2018; PGB, 2018).

Entretanto, essas preferências em grande medida refletem construções sociais da masculinidade e da feminilidade e dos símbolos que se associam a cada

uma. Mais ainda, são também reflexo de como a indústria pensa e produz, há anos, jogos a partir dessas associações simbólicas ao redor do gênero. Jogos casuais, pensados para atrair o público feminino, se escoram nessas preferências e reforçam essas simbologias, bem como jogos feitos para meninos. Existe, portanto, uma reprodução desses padrões de consumo pelos desenvolvedores, que molda as experiências de jogadores e jogadoras. É preciso que empresas de videogame se conscientizem dos efeitos que causam sobre indivíduos e tomem medidas para reverter esse processo, trabalhando mais com ideias de igualdade e diversidade (Deskins, 2015; Harvey-Kelly, 2017).

Um dos processos que em muito contribuiu para a adesão feminina a esse universo foi o surgimento dos *pink games*, jogos pensados para mulheres, cujo conteúdo atende ao que se assume como as preferências dessa população. Um dos primeiros títulos desse estilo foi *Barbie Fashion Designer*, em 1997, que vendeu 600 mil cópias apenas no primeiro ano e criou uma tendência seguida por outras desenvolvedoras (Dickey, 2006). É questionável se os jogos que surgiram nessa época podem realmente ser considerados como tal, ou se representam outra forma de entretenimento interativo. De qualquer forma, o advento desses programas atraiu um setor da indústria interessado em criar pink games (Dickey, 2006).

Em estudo sobre o tema, Cassell e Jenkins (1998) propõem a questão: “nós encorajamos meninas a superar e derrotar meninos nos seus próprios jogos, ou construímos espaços apenas para elas?”. Por um lado, eles alertam contra a tendência de dispensar interesses femininos estereotipados, considerando-os triviais, uma vez que próprio ato de participar na cultura feminina pode ser considerado um ato de resistência contra o patriarcado. Mais ainda, esse tipo de jogo pode facilitar o acesso feminino ao universo *gamer*, bem como encorajá-las a ver tecnologias como ferramentas positivas e desenvolver interesse pela área

(Cassell & Jenkins, 1998). Por outro lado, apesar de existirem argumentos convincentes por espaços femininos, existem também grandes preocupações.

Vail (1997) argumenta que apesar de jogos que permitem garotas desenhar vestidos poderem levá-las a ver computadores como amigáveis, muito provavelmente eles não resultarão em garotas desejando se tornar engenheiras. Mais ainda, existe o problema da oposição de jogos femininos contra jogos normais. Pesquisas recentes, por exemplo, indicam que desigualdade inevitavelmente ocorre em construções binárias como essa. Definir um termo em relação ao seu oposto gera privilégios, de forma que enquanto a masculinidade permanecer a norma cultural, desenhos alternativos de jogos serão trivializados e dispensados (Knights, 1997; Cassell & Jenkins, 1998). É esse o mesmo processo que ocorre com jogadores e jogadoras, enquadrados nos estereótipos de *hardcore* e casual *gamers* e conseqüentemente privilegiados ou desconsiderados como tal.

É necessário, portanto, ter em mente que as diferenças no consumo de videogames não são intransponíveis e nem refletem características essenciais das jogadoras. Um dado muito interessante evidencia essa possibilidade de transposição: mulheres que jogam títulos considerados *hardcore* se sentem menos incomodadas pela violência nos jogos do que mulheres que jogam casualmente, o que leva à conclusão que homens e mulheres que jogam títulos considerados *hardcore* são mais similares entre si do que homens e mulheres em geral. Ou seja, existe uma parte significativa das mulheres que foge às preferências mencionadas e se identifica com temas associados a jogos *hardcore*, contestando a veracidade do estereótipo (Paaßen, Morgenroth & Stratemeyer, 2017).

Para pensar jogos que sejam inclusivos, é preciso pensar também outra grande problemática: a questão da representatividade. Em estudo, Williams et al (2009) encontraram na indústria de videogames em geral uma sub-representação das figuras femininas. 40% dos jogos estudados não apresentavam nenhuma

personagem mulher, enquanto em títulos onde elas eram representadas, normalmente apareciam como personagens secundárias sexualizadas. Essa sexualização usualmente tomava a forma da representação dessas mulheres com seios irrealisticamente grandes, cinturas pequenas e bundas grandes e expostas. Em contraste, pesquisa de Leonard (2003) identificou que 63% dos personagens masculinos foram projetados para se envolver regularmente em violência física. Se o jogo continha personagens femininas representadas como capazes de se envolver nas mesmas missões e ter a mesma força do que seus pares masculinos, elas ainda eram sexualizadas, enquanto os homens não.

A presença (ou ausência) e o tipo de representação de grupos sociais têm alto impacto em uma sociedade diversa, tanto em termos de justiça social e distribuição de poder quanto em termos de formação de estereótipos. Harwood e Anderson (2002) sugerem que a representação na televisão são reflexos e causadores de forças sociais, de forma que grupos que aparecem com mais frequência na mídia desfrutam de mais status e poder na vida diária. Portanto, medir os desequilíbrios existentes em mídias, como jogos, pode nos dizer quais são os desequilíbrios existentes na formação de identidades sociais, na distribuição do poder e em processos políticos na vida cotidiana.

Mais ainda, a representatividade também é fundamental em termos de composição de um imaginário social diverso. Grupos com maior exposição se tornam mais lembrados e associados ao campo ao qual pertencem, tornando-se o padrão esperado. No mundo dos jogos, cria-se então um imaginário social que apenas reconhece homens brancos como *gamers* e como parte desse mundo, justamente por serem mais e melhor representados, principalmente em posições de destaque. Quando as pessoas buscam identificar como seu grupo é representado na mídia e comparam com a representação de outros grupos, há grandes consequências sobre sua identidade e sua autoestima. No caso das mulheres, a

ausência de expressividade e de qualidade em sua representação leva a sentimentos de falta de importância e impotência (Williams, 2009).

Essa realidade é em grande medida reflexo do próprio campo de profissionais que produz esses jogos. A representatividade entre os desenvolvedores de jogos é também fundamental, principalmente por se traduzir na representatividade de mulheres dentro do jogo, mas também para tornar igualitário o espaço de produção, atraindo ainda mais mulheres a esse universo. Entretanto, esse cenário em muito difere da realidade. Os trabalhadores da indústria de games são majoritariamente homens, que jogaram jogos eletrônicos durante seu desenvolvimento e há anos fazem parte também do público *gamer*. Assim sendo, foram expostos a estereótipos e representações problemáticas de homens e mulheres, de forma que é provável que reproduzam essas imagens através de seu trabalho (Deskins, 2015). Mais ainda, os próprios ambientes de trabalho de diversas empresas no ramo são marcados por uma cultura sexista que marginaliza mulheres e privilegia homens, principalmente *gamers*, dificultando o progresso rumo a uma indústria representativa.

Em 2013 a Riot Games, empresa responsável pelo desenvolvimento e manutenção do jogo League of Legends, foi nomeada pela *Business Insider*, famoso site americano de notícias financeiras e comerciais, uma das 25 melhores empresas de tecnologia para se trabalhar. Apesar de isso levar a crer que o ambiente de trabalho da empresa possa ser igualitário, a realidade é diferente. Em ampla reportagem, Cecilia D'Anastasio (2018) investigou profundamente o sexismo dentro da Riot. Entre os relatos coletados de homens e mulheres que trabalham ou já trabalharam na empresa, muitos comentaram como o ambiente de trabalho, majoritariamente composto por homens (cerca de 80%) era muitas vezes desigual e machista. Alguns mencionaram episódios marcantes, como o de uma mulher, que após ter sua ideia rejeitada em uma reunião, pediu para um colega

homem apresentar a mesma ideia, após algum tempo. Nessa ocasião, ele recebeu elogios e a ideia foi bem recebida. Outros comentaram sobre a dificuldade existente para que mulheres cheguem a posições de liderança, bem como os desafios sofridos por aquelas que chegavam e tinham suas habilidades ou competência questionadas. Numa chefia de 23 pessoas, apenas duas eram mulheres (D'Anastasia, 2018).

A empresa possui uma filosofia de priorizar contratações de “*gamers*”, compreendendo que esse tipo de jogador performará melhor em qualquer posição dentro da empresa por entender melhor as demandas do público. Entretanto, D'Anastasia (2018) alerta para como essa imagem, na verdade, privilegia que homens sejam enquadrados nesse perfil, contratados e promovidos, enquanto mulheres são contestadas quanto ao seu pertencimento nesse grupo. A empresa afirma não fazer distinções quanto ao tipo de *gamer*, seja casual ou *hardcore*, nessa filosofia. Entretanto, vários relatos também indicaram que mulheres passam por processos de entrevistas diferentes dos homens, onde sua qualidade de *gamer* é questionada.

A empresa, quando contatada pela reportagem, afirmou prezar pela diversidade e pela inclusão em suas filosofias e não tolerar esse comportamento. A empresa alega tomar medidas quando identifica casos do tipo, pedindo para que vítimas e testemunhas reportem essas condutas quando as identificarem. Há também uma equipe responsável por pensar inclusão e diversidade na empresa, cujo trabalho envolve observar o processo de treinamento e contratação de funcionários, em busca de promover esses valores (D'Anastasia, 2018). Essas medidas indicam alguma preocupação com o tema, provavelmente motivado pela visibilidade crescente que ele tem recebido na indústria nos últimos anos. Entretanto, medidas mais profundas ainda são extremamente necessárias, visando uma inclusão definitiva de mulheres na indústria.

A partir dessas reflexões, evidencia-se a necessidade de analisar a fundo jogos, desenvolvedores e toda a comunidade dos *games*, em busca de motivos para a exclusão feminina e, principalmente, em busca de alternativas inclusivas. Nesse sentido, o presente trabalho se dedicou também a analisar o jogo *League of Legends*, um dos mais populares do mundo, em busca de correspondências práticas desses achados. Foram investigados os estereótipos presentes no jogo, tanto no seu design quanto nas interações entre jogadores, buscando analisar os efeitos deles sobre os jogadores e sobre a experiência com o jogo, principalmente a feminina.

3. ESTUDO DE CASO: LEAGUE OF LEGENDS

3.1 Demografia, arrecadação e comunidade

League of Legends é um videogame criado em 2009 pela empresa americana Riot Games⁵, para as plataformas Windows e macOS. O jogo cresceu rapidamente após o lançamento. Em 2011, quando foi lançado, League tinha 15 milhões de jogadores registrados. O número saltou para 32 milhões no ano seguinte, chegando a 90 milhões em 2015 e 100 milhões em 2016 (Statista, 2016). Atualmente, League é o jogo para PC mais jogado do mundo (Newzoo, 2019).

Na publicação *Dossiê: o mercado de eSports ao redor do mundo*, a companhia Statista identifica a distribuição mundial de jogadores do League of Legends (LoL) a partir de maio de 2017. A maior parte dos jogadores estava na

⁵ Fundada em 2006, a empresa se dedica apenas à manutenção do League of Legends, buscando aprimorá-lo continuamente. Em 2011, a maioria das ações foram compradas pela Tencent, que cinco anos depois a comprou por completo. Em maio de 2018, a Riot Games operava em 24 escritórios pelo mundo, empregando 2.500 funcionários (Wikipedia, 2019).

Europa Ocidental, totalizando 24,9% dos usuários ranqueados⁶. Muito perto, com 23,5%, está a Coreia do Sul, seguida por jogadores nórdicos e do leste europeu que juntos somam 13,6%. Segundo o site OP.GG (2019), que exibe históricos e perfis de jogadores, há atualmente 1.2 milhão de contas registradas no servidor brasileiro.

O jogo segue o modelo *freemium*, também conhecido como *free-to-play* (gratuito para jogar), disponibilizando o produto gratuitamente, mas possibilitando ao usuário pagar para adquirir serviços e recursos adicionais. O faturamento é enorme: um dos últimos dados confiáveis sobre a receita da Riot Games saiu em 2015 e anunciava o valor de 1,6 bilhão de dólares. Hoje, com quase quatro vezes mais jogadores mensais, a receita continua enorme: há alguns anos é o jogo para PC de maior faturamento (Superdata, 2018).

Uma das grandes fontes de receita não apenas do League, mas também de jogos populares como Counter-Strike, Overwatch e DOTA 2 são os campeonatos. Clubes dedicados aos *e-sports*⁷, por vezes possuindo equipes em mais de um jogo, competem por premiações e patrocínios, movimentando um mercado milionário de jogadores de alto nível. Desde 2011, a Riot Games organiza o Campeonato Mundial de League of Legends, no qual jogadores profissionais disputam em alto nível por grandes premiações. Na primeira edição, em 2011, a premiação ao campeão do mundial foi de quase dois milhões de dólares, subindo para quase cinco milhões em 2017 (Statista, 2018). Em 2018, o campeonato teve uma média de 46 milhões de telespectadores simultâneos, com um pico de mais de 200 milhões na grande final (Esports Charts, 2018). Uma vez que a receita por

⁶ Ao chegar a certo nível no jogo, o jogador pode jogar partidas ranqueadas através das quais recebe uma posição no ranking geral de jogadores, dependendo de seu desempenho. Dessa forma, os números não representam os jogadores novatos, que ainda não foram ou não podem ser ranqueados.

⁷ Jogos competitivos em formato organizado; um evento ou liga, organizado por um terceiro, com um objetivo específico (ou seja, ganhar um torneio ou prêmio em dinheiro), com uma clara distinção entre jogadores e equipes que estão competindo entre si por uma chance de alcançar esse objetivo (NEWZOO, 2018).

entusiasta de *e-sports*, no *League*, é de 5,49 dólares, tem-se uma dimensão do tamanho do mercado que o jogo movimenta (Newzoo, 2018).

Para além do mundial, existem também as ligas regionais, na Europa, na América do Norte, na Coreia, etc., cujos campeões se encontram no Campeonato Mundial para definir o melhor time. Esses campeonatos contam com equipes de transmissão, compostas por apresentadores, analistas e comentarista. A cada ano, o profissionalismo nesse cenário cresce, bem como a arrecadação e a premiação dadas aos campeões. No Brasil, o Campeonato Brasileiro de League of Legends (CBLOL) foi transmitido apenas pela internet até 2015, quando foi reformulado, passando a transmitir as partidas ao vivo de um estúdio em São Paulo, com maior organização e equipamento de transmissão. Recentemente, grandes canais televisivos de esporte como o SporTV e a ESPN começaram a investir nos *e-sports*, transmitindo os campeonatos em suas programações e criando portais exclusivos para esse tipo de conteúdo. O jornalismo de *e-sports* tem se desenvolvido com a entrada desses nomes, contando hoje com diversos sites especializados em noticiar transferências de jogadores, análises dos resultados dos jogos e novidades dos cenários não só de *League*, mas também de outros grandes títulos como *Counter-Strike* e *Rainbow Six Siege*.

Os times também têm crescido, em organização e patrocínio. Em 2018, a Gillette firmou uma parceria com a Riot, criando até mesmo um reality show de *League*, onde os participantes competem para ter a chance de serem contratados por times do cenário e se tornarem jogadores profissionais (IGN, 2018). Grandes clubes esportivos ao redor do mundo também têm começado a participar dos *e-sports*. Gigantes do futebol brasileiros como Corinthians, Santos e Remo fizeram parcerias com times de *League* e associaram sua marca a eles, trazendo patrocínios e grandes torcidas. Outro time enorme, o Clube de Regatas Flamengo, criou seu próprio time de *League*, do zero, em 2017, alcançando o vice-campeonato

brasileiro em 2018 e se consolidando como uma das maiores torcidas do CBLOL (Veja, 2017).

Para além dos torneios, toda uma comunidade de jogadores também surgiu ao redor do League e cresce junto a ele. Um dos grandes eixos dessa comunidade são os *streamers*, jogadores (experientes ou não), que transmitem suas partidas ao vivo em plataformas especializadas, interagindo com os espectadores através de chat. Os maiores *streamers* brasileiros chegam a reunir milhares de pessoas simultaneamente para assisti-los jogar, criando até mesmo sub-comunidades ao seu redor. Nas mídias sociais, como *Twitter*, *Facebook* e *Youtube*, são centenas de canais, páginas e grupos destinados à produção de conteúdo sobre o jogo, desde simples entretenimento até material com análises e aulas sobre o jogo.

Todo esse volume de pessoas, organizações e recursos evidencia a necessidade de estudar os *e-sports* e os jogos eletrônicos nas diversas áreas do conhecimento, não apenas nas ciências sociais, mas também na administração, economia e direito, por exemplo. Para o campo da sociologia, o que mais chama a atenção é o impacto dos jogos sobre consciências, comportamento e subjetividades. Estudar os efeitos do videogame sobre os jogadores e a socialização em ambientes virtuais gera análises interessantes acerca de como opressões são transplantadas e reproduzidas em outro ambiente, iluminando a própria natureza dessas opressões e das pessoas que as perpetuam. Para fazer essa análise, porém, é preciso conhecer o que os espaços virtuais agregam de novo à socialização humana.

3.2 O gênero *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA)

League of Legends é um jogo eletrônico do gênero *multiplayer online battle arena* (MOBA)⁸. Como outros títulos do gênero, League consiste em um

⁸ Em português, Arena de Batalha de Multijogadores Online.

duelo entre duas equipes compostas por cinco jogadores cada, lutando em uma arena de batalha, com o objetivo de destruir a base inimiga. As bases ficam localizadas em pontos opostos do mapa, separadas por ambientes como selvas e riachos. Ganha o time que mais rapidamente conseguir destruir a base oponente, de forma que não há empate. A duração mínima da partida é de 15 minutos, quando é permitido a um dos times se render, mas não há duração máxima, sendo o recorde atual de maior duração de uma partida profissional de 94 minutos⁹. A duração média das partidas, entretanto, é de 30 a 40 minutos.

O mapa conta com três caminhos, ou rotas, nas quais os jogadores se dividem de acordo com a função que ocupam na partida. Cada rota é protegida por três torres de cada lado, que devem ser destruídas para alcançar a base inimiga e obter a vitória. As torres causam muito dano no começo do jogo e são muito resistentes, de forma que usualmente os jogadores têm de trabalhar em equipe para destruí-las, bem como para proteger as suas da destruição. Para facilitar essa coordenação de jogadas, existe um chat de texto, bem como sinais sonoros de alerta, como “perigo” e “preciso de ajuda”, que auxiliam na comunicação entre os jogadores. Em 2017, o League também implementou o chat por voz, que permite a comunicação verbal entre jogadores, mas apenas para usuários que já são amigos no jogo, não podendo ser utilizado entre desconhecidos.

⁹ SK Telecom T1 vs. Jin Air Greenwings, com vitória dos últimos, pelo campeonato sul-coreano de League, em 20 de janeiro de 2018.

Imagem 1: Mapa do League of Legends



Fonte: Surrenderat20

Os jogadores apenas conseguem enxergar o mapa ao redor de si e de sua base, de forma que nem sempre é possível saber onde os oponentes estão. Para evitar isso, os jogadores posicionam totens temporários no chão, chamados sentinelas, que permitem ao time enxergar uma determinada área. As sentinelas são invisíveis aos inimigos, o que permite jogar estrategicamente, respondendo e se antecipando às ações do adversário. A disputa por visão é um componente importante do *League*, frequentemente levando os jogadores ao combate.

Além dos jogadores, existem também diversos NPCs¹⁰ no *League*. A cada 30 segundos, surgem tropas, conhecidas como *minions*, que saem da base aliada em direção à inimiga. Essas tropas podem atacar os jogadores, mas causam pouco dano e são facilmente eliminadas. Entre as rotas, existe a Selva, onde se encontram monstros de forças variadas, que podem ser abatidos por qualquer jogador. Os mais fortes e resistentes concedem bônus extra aos jogadores, como regeneração de vida e dano aumentado. Eliminar torres, inimigos e NPCs como tropas e monstros são

¹⁰ Non-player characters, em português Personagem não-jogável. No *League*, são monstros controlados pelo computador, de atributos como força e resistência variados.

maneiras de acumular ouro no jogo, aspecto central para a vitória. O ouro é utilizado para comprar itens, que por sua vez concedem atributos importantes para os personagens, como força, resistência e velocidade. Quanto mais ouro coletado, maior a quantidade de itens, mais forte seu personagem se torna e, portanto, mais fácil é eliminar inimigos, torres e eventualmente vencer o jogo.

Para otimizar a distribuição dos recursos e melhor coordenar jogadas, os cinco jogadores se distribuem em cinco funções diferentes: Topo, Meio, Caçador, Atirador e Suporte. Os dois primeiros são nomeados devido às rotas que ocupam, sozinhos, durante o começo do jogo. O Caçador é responsável por eliminar as criaturas da selva, eventualmente transitando para as rotas e ajudando os companheiros por todo o mapa. O Atirador e o Suporte ocupam a rota inferior. Enquanto ao primeiro cabe causar grande dano e eliminar os oponentes, o Suporte protege e cura o Atirador, ao mesmo tempo em que busca “ganhar visão”¹¹ no mapa e ajudar outros membros do time.

Imagem 2: Minions



Fonte: Lol Gamepedia

Imagem 3: Monstros da selva

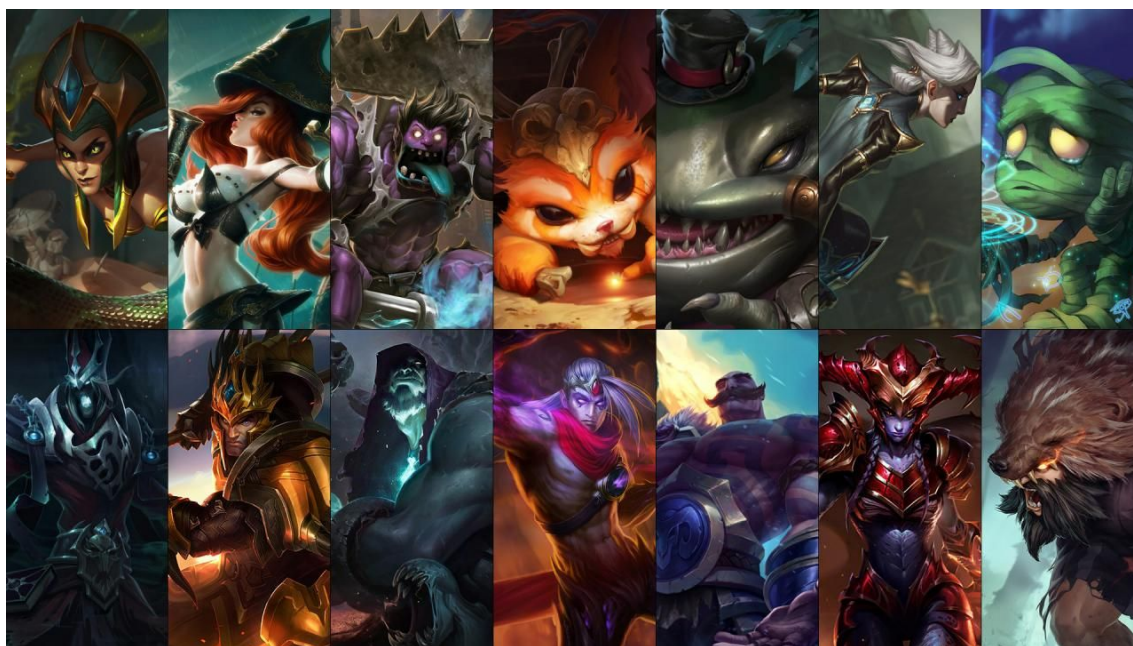


Fonte: Lol Gamepedia

¹¹ Expressão comum no jogo, que se refere ao posicionamento de sentinelas de visão, bem como à remoção de sentinelas inimigas, impedindo ao oponente ver aquela área.

Outro aspecto importante do League é a escolha dos personagens. A cada partida, os jogadores selecionam um dos 141 personagens disponíveis¹², chamados campeões, cada um não só com diferentes poderes e habilidades, mas também com distintas histórias e narrativas dentro do universo do jogo. Os campeões se espalham também, resumidamente, em cinco categorias: Tanques, Lutadores, Assassinos, Magos e Atiradores. Tanques são campeões muito resistentes, mas que causam pouco dano. Lutadores são semelhantes, porém mais equilibrados, com mais dano e um pouco menos resistência. Assassinos, Magos e Atiradores são responsáveis por causar grandes quantidades de dano, porém são muito frágeis e não podem se arriscar muito. Na função de suporte, é comum que apareçam Tanques e alguns Magos, cujas habilidades funcionam melhor para proteger do que para causar dano.

Imagem 4: Exemplos de campeões do League of Legends



Fonte: League of Legends EU

¹² Até setembro de 2018.

3.3 Baixa participação feminina

Jogos do gênero MOBA contam com uma participação feminina muito inferior à de outros gêneros: apenas 10% dos jogadores são mulheres (Quantic Foundry, 2017). No League, a proporção é menos alarmante, chegando a 35% do público, mas ainda é baixa em comparação a outros jogos (Bloomberg, 2017). Com frequência, essa realidade é dispensada como simples reflexo da preferência feminina por outros tipos de jogos. Algumas pesquisas têm investigado as diferenças de consumo de jogos por homens e mulheres, chegando a resultados de certa forma esperados.

Segundo a Quantic Foundry (2016), para homens, os elementos mais atraentes em jogos são competição, combate e destruição. O design estereotipado de campeões também parece atrair o público masculino, bem como repelir o público feminino (Fox & Tang, 2014; Gao & Shih, 2018). As preferências femininas em jogos, por sua vez, têm sido identificadas principalmente pelo senso de realização e temáticas fantasiosas, bem como a história, a comunidade e o design dos jogos (Quantic Foundry, 2016). Entretanto, é importante lembrar que entender essas preferências de consumo como determinantes pode ser perigoso, levando à concepções essencializadas de como homens e mulheres jogam. Mesmo assim, em linha com essas pesquisas, ainda pode-se entender o League como atraente para ambos os públicos. O jogo não só tem na competição e no combate elementos centrais, como também possui um universo fantasioso profundamente desenvolvido, com em personagens e suas histórias, além de oferecer a sensação de realização após boas jogadas. Dessa forma, nota-se que a simples preferência de homens e mulheres em jogos não basta para explicar a baixa participação feminina.

Pensando pela ótica do design do jogo, é possível que a subrepresentação feminina em jogos, como discutimos, influencie nesse número, visto que também é

realidade no League. As personagens mulheres são apenas 48 dos 141 campeões (34%), enquanto os homens compõem o restante¹³. Mais ainda, há funções onde a distribuição é desigual: entre os personagens Guerreiros e *Tanks*¹⁴, há mais homens do que mulheres, enquanto entre os Suportes e Magos há mais mulheres do que homens. Isso significa que os mais resistentes e fortes são homens, enquanto as personagens femininas são baseadas em magia e cura, estereótipos que comunicam simbologias ligadas a papéis de gênero (Gao, Min & Shih, 2017). Mais ainda, a sexualização de personagens mulheres também é ampla no League, sendo intensa em certas campeãs. A representatividade, em números e em qualidade de representação, é um fator que não só atrai mulheres ao jogo, mas melhora sua experiência em geral e sua autoestima (Dickey, 2006).

Mesmo assim, o design do jogo em si não é o único fator relevante, apesar de ser fundamental. É preciso olhar não apenas a quantidade da participação feminina, mas também para a qualidade de sua experiência, que é o que fará com que mulheres se envolvam e continuem jogando. Infelizmente, o diagnóstico é negativo. League, por ser um MOBA, é um jogo associado à categoria *hardcore*, e, portanto, evoca todos os processos discutidos anteriormente. O estereótipo do adolescente branco *gamer* impacta negativamente a experiência de mulheres, que são vistas como intrusas. A marginalização, o questionamento de sua habilidade e o assédio são exemplos cotidianos de vivências femininas no jogo. O design do jogo e as simbologias têm papel nesse processo, mas não são o principal vetor dessa marginalização. Os estereótipos apresentados através do jogo servem mais como reforço para a atitude de jogadores, cuja conduta negativa é responsável por propagar sexismo e violência. Analisar essas interações se torna essencial, portanto, para avaliar plenamente a experiência feminina no League.

¹³ Há um campeão que possui dois gêneros, os Kindred. Na realidade, é um campeão “dois em um”, composto pelo espírito de um lobo, masculino, e outro espírito de ovelha, feminino.

¹⁴ Personagens que resistem a grandes quantidades de dano, geralmente atraindo a atenção dos oponentes para si e protegendo seus companheiros.

4. A SOCIALIZAÇÃO DE INVOCADORES¹⁵

4.1 Conduta negativa e toxicidade

Enxergar videogames como espaços sociais permite analisar que comportamentos prevalecem nesse meio e como se dá a troca e a comunicação entre indivíduos, firmando uma comunidade com cultura e identidades próprias. Parte central da experiência do jogo é justamente seu caráter coletivo, que permite o trabalho em equipe e a interação entre jogadores, praticada via áudio, texto e/ou sinais, dependendo da plataforma e do jogo em questão. Entretanto, nem sempre a experiência da comunicação online é positiva. Um dos grandes problemas do League se refere ao que a cultura *gamer* usualmente chama de comportamento tóxico.

As definições para esse termo são muito similares às usadas para definir relacionamentos amorosos ou amizades tóxicas, envolvendo atitudes drenantes, sufocantes, insatisfatórias, desiguais e de pouco apoio. No contexto dos jogos online, comportamento tóxico costuma incluir atitudes como *rage*¹⁶ injustificado, ameaças, insultos racistas e/ou sexistas e assédios contra outros jogadores (Fahlström & Matson, 2014). Em seu sentido mais cotidiano, o termo se abrange para além da violência verbal direta, englobando também aspectos do comportamento, como jogadores que se recusam a cooperar ou mesmo sabotam o próprio time, e recursos específicos do jogo, como dançar ou mostrar o emblema de maestria para “desrespeitar” o adversário. Assim, dentro do meio, o termo

¹⁵ Nome dado pelo jogo aos seus usuários.

¹⁶ Em português “ira”, o *rage* é um termo em inglês usado em muitos jogos para descrever atitudes enraivecidas dos usuários, como xingamentos e brigas.

comportamento tóxico, ou toxicidade, tornou-se em alguma medida uma expressão guarda-chuva para as interações negativas que acontecem nos jogos.

Praticamente todos os jogos que possuem grandes bases de usuários são também povoados de jogadores tóxicos e palco de interações negativas. Entretanto, os do gênero MOBA são especialmente conhecidos por terem comunidades disfuncionais. Segundo as autoras Fahlström e Matson (2014), 70% das partidas do League terão comportamento tóxico, enquanto os restantes 30% têm interações neutras ou positivas. Mais ainda, essa conduta é mais rotineira entre jogadores experientes do que entre novatos. Os usuários mais experientes expressam suas frustrações com maior frequência e detalhe para os seus colegas de equipe e para os seus adversários (Fahlström & Matson, 2014).

Por afetar diretamente a qualidade da experiência com o jogo, essa questão tem chamado a atenção dos desenvolvedores e das comunidades, levando as empresas a tomarem medidas para tentar combater a toxicidade. A Riot Games em especial tem se dedicado consideravelmente ao tema, com várias tentativas de mitigar o comportamento tóxico no League desde sua criação. Alguns recursos novos foram adicionados, como o sistema de denúncias que permite reportar jogadores aliados ou inimigos após as partidas e que oferece opções como “conduta negativa”, “abuso verbal” e “discurso de ódio”, que engloba machismo, racismo e homofobia. Esse sistema tem sido aprimorado com o passar dos anos, com melhoras na interface dos *reports*¹⁷ e mudanças nos processos por trás da aplicação de punições. Foi criado inclusive um *feedback* de denúncia, que avisa ao usuário quando um jogador que ele reportou recentemente foi punido. A sensação de transparência e eficácia tem gerado elogios dos jogadores.

¹⁷ Como é chamado, no League, o ato de reportar outro jogador por conduta inadequada.

Imagem 4: Tela de denúncia

DENUNCIAR JOGADOR

Por favor, nos diga o que aconteceu com este jogador da maneira mais precisa possível. Escolha até três categorias de denúncia caso precise.

- ATITUDE NEGATIVA**
Desistência
- ABUSO VERBAL**
Agressão verbal, linguajar ofensivo
- ABANDONO DE PARTIDA / OCIOSIDADE**
- *FEEDING* INTENCIONAL**
Mortes propositais para a equipe inimiga
- DISCURSO DE ÓDIO**
Racismo, sexismo, homofobia etc.
- TRAPAÇA**
Programas de terceiros não aprovados
- NOME OFENSIVO OU INADEQUADO**

Dê qualquer contexto adicional do ocorrido

DENUNCIAR

Fonte: twitchstats.net

Imagem 5: Feedback de denúncia



Fonte: Fórum do League of Legends

Outro sistema criado para o League foi o de honras. Após cada partida, também é permitido aos jogadores conceder honra aos colegas de equipe, por três motivos: liderança, manter a calma e bom jogo. Conforme os usuários são honrados após as partidas, sobe seu nível de honra, que por sua vez gera recompensas em premiações e recursos adicionais aos jogadores. Também é habilitado um ícone no início da partida que demonstra a todos que o usuário tem um alto nível de honra.

Imagem 6: Tela de honra



Fonte: League of Legends

No Brasil, o problema do comportamento tóxico parece ser ainda mais grave. Jogadores profissionais de outros países já afirmaram, em entrevistas, haver uma diferença cultural na forma como se joga League no Brasil e no resto do mundo (ESPN, 2016; E-Sportv, 2018). Na Coreia do Sul, país com maior quantidade de títulos no torneio mundial, os jogadores relatam haver maior tendência à cooperação e ao trabalho em equipe, tanto nos níveis mais altos quanto

nos mais baixos, bem como uma menor tendência ao *rage*. O Brasil parece seguir em direção contrária, com vários casos de jogadores profissionais punidos por suas condutas dentro e até mesmo fora de jogo, inclusive sofrendo advertências e multas (ESPN, 2017; Mais E-Sports, 2018).

Em 2017 e em 2018, a Riot Games promoveu um evento especial, chamado Acampamento Yordle. O evento foi voltado exclusivamente à comunidade brasileira de League e tinha como objetivo combater a má conduta dos jogadores. O Acampamento funciona dividindo os usuários em dois times, cada um com um contador cheio. À medida que os participantes sofrem denúncias após seus jogos, os contadores caem. Ao final de cada dia, caso o contador não esteja zerado, recompensas são distribuídas aos jogadores. Apesar de bem-intencionado, o evento causou polêmica por vários motivos. Um deles foi o sentimento de competição consequente da divisão em grupos: muitos jogadores passaram a reportar outros sem motivo, com o único intuito de impedir o grupo "adversário" de conseguir as recompensas. Ocorreu também o caso contrário: jogadores que não reportaram, mesmo com motivos claros, pessoas que faziam parte de seu grupo, para evitar serem afetados. Mais ainda, não houve transparência sobre o cálculo dos contadores, gerando revolta nos usuários, principalmente naqueles cujo grupo foi zerado (ESPN, 2017).

Para Fahlstöm e Matson (2014), o problema reside na natureza das ações tomadas pelas empresas. As medidas para combater a conduta negativa giram muito mais ao redor dos jogos, adicionando novos recursos e tentando se comunicar com os usuários, sem atingir causas essenciais desse comportamento, presentes nas próprias dinâmicas do jogo. Através de uma etnografia do League, interagindo com jogadores que apresentaram conduta negativa, as autoras identificaram que as maiores razões que motivaram esse comportamento foram: erros que resultaram em morte; falta de trabalho em equipe; “roubar” um abate; não

seguir sua função e o jogador ficou AFK¹⁸. Todas essas justificativas, por sua vez, relacionam-se com dinâmicas centrais do jogo, nomeadamente a competição, o individualismo e os altos riscos envolvidos em cada ação (Fahlström & Matson, 2014).

Em primeiro lugar, League é um jogo extremamente focado na vitória, onde não é possível empatar. Um time sai vencedor e o outro derrotado. O alto investimento emocional dos jogadores em cada partida, devido à sua duração, torna os custos de perder elevados e contribui para a criação do clima competitivo. Em segundo lugar, para vencer, é preciso que cada jogador fique forte no decorrer da partida, comprando itens que aumentam seus atributos, como dano e resistência. O processo de acumulação do ouro necessário para isso é uma dinâmica de jogo que leva ao individualismo e fomenta disputas acerca da sua distribuição no time. Por exemplo, quando um jogador gasta muitos recursos para abater um inimigo, mas no último instante um companheiro de equipe causa o dano letal e “rouba” o abate e o ouro, é comum que o primeiro se irrite, xingue e reclame, mesmo que teoricamente o colega tenha ajudado a matar.

Esse cenário é ainda agravado pelo forte impacto que cada ação tem sobre a partida, afetando seu time e o time inimigo. Sempre que um jogador morre, passa alguns segundos sem conseguir se movimentar ou atacar, antes de reaparecer na base aliada. Mais ainda, ele fornece uma recompensa em ouro para o adversário, que se torna mais forte. Conforme o jogo avança, aumenta o tempo que cada jogador passa morto, possibilitando ao time oponente lutar em vantagem numérica por mais tempo. A partir de certo momento da partida, surgem também o *Barão Nashor* e o *Dragão Ancião*, grandes monstros que concedem bônus poderosos para o time que o eliminar. Assim, os riscos envolvidos em cada ação são altos,

¹⁸ Sigla para Away From Keyboard, expressão que em português significa “Distante do teclado”. Muito usada em comunidades online, refere-se a jogadores que se desconectaram ou se ausentaram do computador, deixando seu avatar imóvel.

justamente porque as punições por morrer e as recompensas por matar são altas. Com cada clique, cada jogada, cada luta, um time torna-se mais forte e o outro mais fraco (Fahlström & Matson, 2014).

Nota-se, portanto, que o contexto do jogo, nomeadamente a competitividade, o individualismo e os altos riscos envolvidos, tem grande papel sobre o comportamento dos usuários e sobre a socialização que se dá no jogo. Uma vez que medidas extra-jogo, como a punição ou premiação do comportamento dos usuários não têm surtido os efeitos positivos esperados, repensar os próprios mecanismos do jogo poder ser uma solução mais eficaz. Assim, revisar as dinâmicas que geram a competição e o individualismo, redirecionando-as ao trabalho em equipe, pode ajudar a amenizar o problema (Fahlström & Matson, 2014).

4.2 Masculinidade e feminilidade em jogos online

Essa interação propiciada pelo jogo é formativa e transformativa para os participantes. Principalmente entre os mais jovens, jogos e brincadeiras são momentos fundamentais da socialização e do aprendizado. Mais ainda, eles têm a importante função de ensinar aos jovens as normas culturais da sociedade, através de símbolos e paralelos (Carvalho, 1990). As normas e relações de gênero, por exemplo, são muito reproduzidas no ato de brincar e jogar. Desde cedo as meninas são inseridas num universo de brincadeiras que envolvem tarefas domésticas e o cuidado de bonecas, aspectos ligados à figura feminina, enquanto os meninos aprendem em seus jogos componentes associados à masculinidade, como a competição e a atividade financeira.

Para Carvalho (1990), jogos simples como o das bolinhas de gude participam da construção da masculinidade em meninos, através de suas próprias

regras e da socialização que se dá ao seu redor. O autor faz uma etnografia do jogo em sua cidade natal, identificando uma diversidade de formas na qual essa dinâmica se desenrola. Uma dessas formas é através da disputa verbal. Já no começo do jogo, os meninos disputam para ver quem será o último a jogar, uma vez que isso resulta em maior facilidade de vencer o jogo. Para isso, devem se antecipar e gritar aos colegas que desejam ser o último, tendo esse direito quem se pronunciar primeiro. Existem também outras regras associadas às convenções verbais e que devem ser evocadas rapidamente. Um jogador, por exemplo, pode gritar uma palavra antes de jogar que lhe permite atingir e ganhar duas bolinhas de gude em vez de uma, mas se seu adversário for rápido e gritar antes, impede esse tipo de jogada. Assim, enquanto o jogo se desenrola, há toda uma prática de competição verbal entre os jogadores, de natureza diversa, envolvendo auto-afirmação, defesa e agressão, dada através de interjeições, gritos, discussões, reclamações, fórmulas fixas de encantamento, proteção, interdição, mando, etc (Carvalho, 1990).

Quando o jogo é jogado “pra valer”, as bolinhas utilizadas são dadas ao vencedor da partida. Assim, afirma Carvalho (1990) que os “jogos a valer são, em geral, mais tensos, dando, muitas vezes, lugar a desavenças ou inimizades, principalmente, pelo sentimento de derrota e fracasso do perdedor”. Por conta desse clima, há nos jogos um forte componente de agressão e depreciação entre jogadores: chamar o adversário de “mulherzinha”, dizer que está “afinando” e “chorando” quando reclama de sua derrota, são instrumentos para exprimir, em palavras, sua superioridade. Dessa forma, o menino se afirma sobre os adversários, num jogo de domínio, buscando demonstrar habilidade e poder, componentes centrais da figura masculina (Carvalho, 1990).

Tal como o vejo, trata-se de um jogo de domínio, de um menino tentando subjugar o outro e já está relacionado com o complexo simbólico maior

da dominação de um homem adulto com relação a outro membro da mesma comunidade. Primeiro, recordemos que as meninas estão basicamente excluídas do jogo. Logo, espera-se uma atitude defensiva e dura por parte do jogador e o indicador mais importante dessa preservação de sua autonomia é o cuidado com o coco¹⁹, que eu definiria como símbolo-chave, ou dominante, da masculinidade juvenil, tal como é conceituada nos parâmetros tradicionais [...]. Em poucas palavras, o modelo de homem masculino [...] é aquele que toma as decisões sobre sua própria vida e da de seus dependentes, maneja somas maiores de dinheiro que eles, detém a informação e o controle sobre quanto, como e quando gastar; não aceita ser enganado gratuitamente e é capaz de defender-se, seja com argumentos ou até com a força física; não admite comportamento sexual passivo; vê a mulher como um ser essencialmente distinto de si mesmo, doméstica, obediente e passiva; é leal e solidário com os amigos e companheiros; é capaz de sustentar a palavra; está sempre disposto a fazer um bom negócio às custas, inclusive, se necessário, de um incauto ou desavisado, desde que este não entre na categoria de amigo ou parente. Por trás de tudo isso, está a ideia, certamente generalizável a praticamente todo o país e muito além dele, tanto no espaço como no tempo, de que masculino é aquele que não se mostra passivo, que é o senhor de si.

CARVALHO, 1990, pg. 212.

Nota-se, portanto, que as regras têm grande papel sobre a dinâmica competitiva do jogo, introjetando estereótipos na brincadeira. A masculinidade é transmitida através do conflito, da depreciação do oponente, da exaltação de si, do paralelo com a atividade financeira, da exclusão de mulheres do jogo, dentre muitos outros mecanismos. Carvalho (1990) diferencia então o jogo competitivo, masculino, das brincadeiras femininas, a partir das reflexões teóricas de Chodorow.

¹⁹ Bolinha de gude mais importante, que é lançada sobre as outras para marcar pontos.

Assim, enquanto a feminilidade é atribuída às meninas como dado de nascimento e resultado de uma socialização direta, a identidade de gênero masculino tem que ser adquirida, ou conquistada, pelo menino. O resultado da competição gera auto-afirmação e reconhecimento de seus pares entre os meninos, construindo então sua masculinidade (Carvalho, 1990). Fica claro, portanto, como o ambiente do jogo e seus componentes, como regras e estratégias, fazem parte da construção de subjetividade nos jogadores.

Essa característica também é observável de forma clara no League. Há grandes interações baseadas ao redor de provocações, autoafirmação e depreciação do adversário, ou mesmo de colegas de equipe. Após combates ou conquistas de objetivos, por exemplo, os jogadores exaltam a própria habilidade e diminuem o adversário através do chat de texto. Tipos frequentes de provocação envolvem mecânicas especiais dos personagens, como falar, dançar ou rir na frente dos inimigos²⁰. Antes mesmo de entrar em combate pela primeira vez, alguns jogadores costumam chamar o adversário para o “1x1”, ou seja, o duelo direto, com o intuito de mostrar sua habilidade e dominar o oponente sem precisar de ajuda. Num momento seguinte, o jogador que se vangloriava pode ser abatido, cenário no qual o oponente com frequência o ridiculariza: “falou demais” e “falador passa mal” também são expressões comuns. Infelizmente, é muito comum que essas trocas e provocações escalem e cheguem ao nível de ofensas pessoais, abuso verbal e assédio.

Nesse sentido, Fox e Tang (2014) utilizam o instrumental teórico da *expectations states theory* (em português, teoria da condição de expectativas) para analisar o comportamento dos jogadores. Esse modelo identifica que normas culturais, como as de gênero, moldam como homens e mulheres “devem” agir socialmente, de forma que as pessoas buscam por dicas acerca do sexo de outros

²⁰ Ações ativadas ao apertar a tecla Ctrl + 1, 2, 3 e assim por diante. Cada campeão tem falas, risadas e danças diferentes.

para prescrever normas e julgar a partir delas. Assim, devido a estereótipos socioculturais, homens são vistos como mais competentes e com maior status que mulheres, levando a expectativas de dominância e liderança. Por outro lado, espera-se de mulheres, por terem menor status, que ajam de maneira submissa (Fox & Tang, 2014).

Uma vez que jogos são reiteradamente associados a um espaço masculino, homens recebem maior status e há maior percepção de sua competência. Apesar de mulheres frequentemente poderem permanecer anônimas em jogos, quando revelam seu gênero sua competência e legitimidade serão questionadas. Mais ainda, se uma jogadora viola essas expectativas, se comportando assertivamente ou expressando dominância, a teoria prediz que ela será socialmente punida (Fox & Tang, 2014). Nesse sentido, Salter e Blodgett (2012, p. 411) comentam que “mulheres dentro do público de jogos *hardcore* recebem papéis estritos para jogar e são punidas por pisar fora deles”.

A *expectations states theory* também sugere que há expectativas quanto ao comportamento de homens. Normas sobre masculinidade são comunicadas através de feedback pela aprovação ou desaprovação do comportamento por outros. Essas normas se referem a crenças sobre como homens devem agir, sentir e pensar, bem como refletem o papel masculino dominante na sociedade, associado à competitividade e força. O grau de conformidade a essas normas pode afetar como homens interagem com mulheres, de forma que homens que se descrevem como mais másculos são mais propensos a assediarem mulheres e a terem comportamento agressivo (Locke & Mahalik, 2005; Pryor, 1987). Mais ainda, essa tendência é acentuada em ambientes onde a maioria das interações ocorre entre homens, como é o caso de muitos jogos online (Mahalik et al, 2003).

Desde cedo, jogadores são expostos a estereótipos que reforçam o ambiente dos jogos online como um espaço masculino. Homens jovens e

adolescentes costumam usar esses espaços para explorar sua masculinidade e sua identidade. A abundância de personagens masculinos nos videogames facilita a representação de identidades que podem ser difíceis de serem alcançadas na vida real, permitindo que os adolescentes do sexo masculino explorem identidades que representam o ideal masculino (Jansz, 2005). Além disso, as interações online geram oportunidades de se relacionar com outros homens, criando experiências de vínculo que podem reforçar as normas masculinas no universo dos games e perpetuar o isolamento de mulheres (Fox & Tang, 2014).

Nota-se, portanto, uma forte correlação entre o comportamento de homens e mulheres e os estereótipos, apreendidos tanto através do design e das simbologias do jogo e das interações sociais que nele acontecem. O reforço de padrões de masculinidade e feminilidade se tornam elementos constitutivos dos jogos, frequentemente num sentido negativo, tóxico, incitando um ambiente de competição e ofensividade, que prejudica a experiência feminina com os jogos, minando sua autoconfiança e sua disposição para jogar competitivamente. Essa tendência à comunicação abusiva e desrespeitosa é ainda exacerbada uma vez que as pessoas não são responsabilizadas pelo que dizem (Fox & Tang, 2014; Deskins, 2015).

4.3 Efeitos do anonimato sobre interações online

As relações propiciadas pela internet, dadas em um novo ambiente, implicam também em novas formas de sociabilidade. Para Segato (2003), a internet apresenta uma “base igualitária de intercâmbio”, por ter uma estrutura não hierárquica, onde todos se encontram à mesma “distância” de onde convergem para conversar e portanto há uma igualdade de esforço entre as partes. Mais ainda, o usuário tem o poder de escolher as comunidades da qual deseja participar, em

contraste à imposição que ocorre na vida real devido a “acidentes geográficos” (Segato, 2003). Entretanto, as relações sociais que se desenrolam no universo online muitas vezes contradizem essa ideia, evidenciando como as clivagens do mundo real podem ser transferidas ao virtual.

A autora se dedica, então, a analisar as formas que o discurso toma no meio online, desenvolvendo uma etnografia sobre fóruns anônimos de discussão religiosa. Uma das primeiras observações que faz é a de que nesses meios, a imaginação corre solta, de forma que os participantes não têm a obrigação de recorrer a evidências para sustentar seus pontos de vista. Mais ainda, esses contatos acontecem de tal forma que nenhum envolvido é convencido ou muda de opinião. Mesmo assim, cada interlocutor acredita em seu próprio êxito, em ter deixado a arena vitorioso (Segato, 2003).

Nesse processo, Segato (2003) identifica que o alvo do discurso, o “outro”, tem sua natureza modificada no mundo virtual. Na internet, o “outro” é um “outro” inócuo e inofensivo, que não desafia nem oferece risco real, de forma que é possível maltratá-lo ao extremo. Dessa forma, pode-se dizer que nesse âmbito o discurso é autodirigido, circular. Essa dinâmica é em muito explicada pela ausência da corporalidade, substituída pelo texto. O ambiente *online* se torna então um “mundo de almas beligerantes, em conflagração, dominando, superando, ironizando e destruindo ao 'outro', onde a mesma fantasia de dominação é compartilhada por todos” (Segato, 2003).

A internet se mostra então um meio fértil para o exibicionismo ostensivo, onde os participantes alternam entre tentativas de sedução e deslumbramento ou dominação do interlocutor. Assim, os sujeitos, quando escrevem e interagem, inventam sua própria imagem, podendo encarnar um corpo cuja materialidade é unicamente o texto digitado. Essa ausência corporal é grave, uma vez que fomenta uma idealização de sujeito patriarcal. O corpo traz consigo a complexidade

humana, pondo limites sobre as fantasias do sujeito e do interlocutor. Sua ausência não só fortalece concepções patriarcais, como também causa grandes efeitos sobre a mentalidade dos indivíduos (Segato, 2003).

Assim, a autora argumenta que a inofensividade do outro torna o discurso não apenas autodirigido, mas também narcisista. Os indivíduos vivem um desacoplamento entre corpo e pessoa, que lhes dá liberdade para reconstruir sua existência. Essa dinâmica leva a um “crescimento patológico do ego”, de forma que o sujeito arrisca ficar “preso em sua fantasia, incapaz de relacionar-se e prisioneiro de uma ficção de completude”. Entretanto, a autora ressalta que o corpo e sua existência material fora da internet ainda estão ali, presentes nos bastidores do discurso. Há um paralelo aí com o discurso universalizador do texto público. Quando se inventou a imprensa, o texto era publicado com a pretensão de ser geral, a partir de um sujeito universal, havendo aí um “retórica da descorporificação”. Entretanto, apenas um sujeito social situado e corporificado se qualificaria para dominar essa linguagem e controlar a nova tecnologia da imprensa: o sujeito homem, branco, proprietário e virtuoso. Assim, a lógica burguesa cria essa estrutura de abstração, que nos bastidores intensifica os privilégios desse grupo (Segato, 2003).

Esse processo ocorre de forma semelhante com a internet, outra nova tecnologia. Apesar de essas plataformas parecerem trazer avanços democráticos, o que ocorre é uma apropriação do sujeito público por um corpo particular, o corpo dos homens brancos, legitimando e afirmando sua autoridade. Na internet, há corpos, mas eles invisibilizados, eliminados, impedidos de serem reconhecidos, de forma que o meio virtual se esforça para disfarçar a falta que fazem. Para Segato (2003), esse processo todo propicia uma subversão sem emancipação.

Estamos em um terreno pré-edipiano, onde o computador é a prótese fálica com a qual o sujeito se masturba simulando a presença da mãe, simulando sua própria completude. Nesse sentido, o "outro" emana inteiramente do próprio sujeito, e sua percepção por este não é controlada, porque não há terceiro como garantia da verdade, como restrição, como árbitro e mediador das interpelações, para que cada um mantenha seu lugar em relação aos outros. Estamos diante de uma aglomeração de mundos iguais e solipsistas, onde não há rendição. Como se alega que nada está faltando, a máquina da qual emana o dinamismo do sujeito em sua biografia e história está ausente, de modo que nenhuma crença ou adesão é modificada, nada muda e a realidade permanece estagnada enquanto conversa.

SEGATO, 2003, pg. 178

No League, apesar de cada jogador escolher um *nickname* (apelido), que flutua sobre os personagens durante o jogo, a vasta maioria não dá pistas sobre sua identidade real, de forma que sexo, raça e orientação sexual são informações que não podem ser apreendidas imediatamente. Essa ausência do corpo, esse anonimato causa efeitos nos jogadores semelhantes aos descritos por Segato. É fácil perceber, por exemplo, após uma derrota, onde os perdedores discutem para identificar um culpado. Essa tensão quase nunca resulta num convencimento, sendo muito mais autodirigidas e inócuas: os interlocutores não reconhecem seus erros no jogo e culpam ao outro, saindo da partida com a certeza de que não influenciaram negativamente o time. Sua autoimagem segue então um modelo semelhante de preservação e liberdade criativa, onde os jogadores podem se perder em suas ficções.

Outro referencial teórico acerca do anonimato também traz uma perspectiva interessante. Proposto Lea e Spears (1991) o *social identity model of deindividuation effects* (SIDE) explica como se desenvolvem comportamentos

negativos em espaços anônimos. O modelo argumenta que em contextos online de anonimato, os usuários deixam de agir como indivíduos e passam a comportar-se de acordo com seu pertencimento a determinado grupo, num processo de desindividuação. Outros usuários anônimos, principalmente os pertencentes a outros grupos, também são desindividuados e estereotipados, o que leva à desinibição comportamental (Postmes, Spears, & Lea, 2000; Fox & Tang, 2014).

Em jogos eletrônicos, onde mulheres são vistas como intrusas e estereótipos de gênero reforçam o ambiente como masculino, esses grupos tornam-se salientes. Homens passam então a se comportar de forma competitiva, muitas vezes violenta e agressiva, ganhando com isso status dentro do grupo. Mulheres, por outro lado, passam a agir de forma submissa, correspondendo aos estereótipos constantemente reforçados. Sua presença, considerada invasiva, é também cerceada pelos homens, que como grupo buscam reforçar seu domínio sobre esse espaço (Fox & Tang, 2014). Esse modelo ajuda a explicar, assim, a importância do gênero e seu impacto sobre o comportamento, mesmo em um ambiente onde ele poderia, teoricamente, ser ignorado. Mais ainda, esse mecanismo também é explicativo de como o patriarcado permeia consciências e atitudes dos indivíduos, privilegiando a figura masculina nos mais variados espaços.

5. A EXPERIÊNCIA FEMININA NO LEAGUE

Como vimos, o League conta com uma participação feminina relativamente baixa: apenas um terço de quem joga são mulheres (Bloomberg, 2017). A qualidade dessa experiência também é desigual, sendo as mulheres vítimas de violências e preconceitos. A vivência feminina de rejeição e marginalização tem diversos impactos sobre como elas jogam e interagem nesse

meio, bem como sobre suas subjetividades. Os estereótipos, compartilhados pelo próprio jogo e por seus jogadores, e a natureza da socialização virtual e seus desdobramentos, tem papel central nesse processo.

A crença de que mulheres são menos habilidosas que homens, presente em quase a totalidade dos jogos, é também compartilhada em grande medida por jogadores de League. Essa subestimação leva os usuários a pressionarem mulheres a jogar como suporte, posição compreendida como a que requer menos habilidade, uma vez que envolve mais auxílio e proteção a aliados do que agressividade, além de ser a função que menos recebe ouro na partida. Por trás disso, reside também um reforço de papéis de gênero, que legam mulheres à posições femininas de proteção, com campeãs baseadas em magia e cura, e impedem que se engajem competitivamente em lutas e agressão (Ratan et al, 2015).

Um caso recente, ocorrido no campeonato russo oficial de League of Legends, ilustra esse problema. O time Vaevictis fez história ao se tornar a primeira equipe composta somente por mulheres a disputar um torneio de elite do jogo. Entretanto, em sua partida de estreia, em fevereiro de 2019, o time foi vítima de deboche por parte da equipe adversária, masculina. Os adversários, da equipe RoX, fizeram banimentos atípicos, eliminando cinco personagens da função suporte. Os banimentos servem para impedir que um time use determinados campeões durante o jogo, e são usados estrategicamente pelos times, normalmente eliminando campeões de diversas funções. No caso, os banimentos servirão para desrespeitar a equipe da Vaevictis, a partir do estereótipo de que mulheres só jogam de suporte. Os risos, não só dos jogadores da RoX, mas também dos narradores tornou clara a falta de respeito. Depois do ocorrido, diversos entusiastas e profissionais brasileiros se pronunciaram em repúdio ao acontecido. A Riot Games se pronunciou sobre o caso, condenando o ocorrido e advertindo os times

que não tolerará atitudes semelhantes, mas não aplicou punições aos envolvidos (UOL Esportes, 2019; SporTV, 2019).

Com uma pesquisa de ampla amostragem, Ratan et al (2015) desmentiram essa visão negativa sobre a habilidade feminina, demonstrando que mulheres e homens adquirem habilidade no mesmo ritmo, com o mesmo número de partidas. Na realidade, seu diagnóstico foi de que o estereótipo negativo sobre sua habilidade mina a autoconfiança feminina para matar inimigos. Esse quadro pode ser explicado pela *stereotype threat theory*, segundo a qual quando as pessoas são lembradas de um estereótipo negativo sobre um grupo ao qual pertencem, se tornam mais propensas a se conformar àquele estereótipo (Steele & Aronson, 1995; Ratan et al, 2015). Assim, de fato nota-se que mulheres jogam mais de suporte do que homens, tendendo a escolher campeãs mulheres e se confinando a um estilo de jogo mais passivo. Homens, por outro lado, não costumam utilizar o gênero como base para suas escolhas de campeão, preferindo pensar atributos do jogo como velocidade, poderes, força e ocupando quaisquer posições que desejarem (Gao, Min & Shih, 2017).

Outro aspecto que explica esse processo é a forma como mulheres entram em contato com o League. Muitas conhecem o jogo através de seus namorados: 73% delas jogam ao menos raramente com seus parceiros, e estas jogam ainda mais frequentemente de suporte do que outras mulheres. Ratan et al. (2015) identificam, porém, uma vontade em algumas dessas mulheres em transitar de funções após serem introduzidas ao jogo, deixando a posição de suporte e buscando funções mais competitivas (Ratan et al, 2015). O ímpeto competitivo, portanto, não é exclusivo de homens. O que acontece é uma desigualdade nas formas como são incentivados ou reprimidos os comportamentos de homens e mulheres.

Nota-se, portanto, como os estereótipos e o caráter anônimo do espaço virtual trabalham para manter uma estrutura patriarcal, privilegiando homens em

detrimento de mulheres. As regras estabelecidas, envolvendo competição e dominação, são utilizadas pelos meninos para construir sua masculinidade, bem como a hostilização de mulheres. Ao excluí-las, homens ganham status dentro de seu grupo e reafirmam sua dominância sobre o ambiente dos jogos eletrônicos. A ausência corporal e o anonimato garantem a impunidade e dão aval não só para a marginalização e para a exclusão, mas também para a criação de ficções de poder por parte dos homens.

A resistência feminina é difícil, mas conta com um leque de opções para amenizar esses contatos tóxicos. Uma das primeiras estratégias adotadas é uma tentativa de instrumentalizar o anonimato a seu favor, adotando *nicknames* que não indicam seu gênero. Entretanto, essa estratégia não é suficiente em si, sendo necessário também o cuidado com a comunicação durante o jogo, como o uso de artigos e pronomes, que implica em uma preocupação a mais, custosa para as mulheres. Dessa forma, a tendência é a de que elas se comuniquem menos que os homens, se manifestando textualmente apenas quando necessário e preferindo avisos sonoros e visuais não-verbais (Ratan et al, 2015).

Além desse, existem também outros mecanismos adotados pelas jogadoras. O jogo permite, por exemplo, que se silencie colegas de equipe e inimigos, escondendo o que digitam. Essa é uma estratégia utilizada inclusive por homens que buscam evitar contatos negativos. Jogar modos específicos, como jogos normais ou modos especiais, também é uma estratégia para fugir da competitividade das partidas ranqueadas, que frequentemente resultam em xingamentos e toxicidade no time que está indo pior. Também é comum que se passe a jogar apenas com amigos, para evitar encontrar desconhecidos que possam ser tóxicos no seu time.

A experiência feminina no League é muito semelhante à realidade de quase todos os MOBAs, tanto em quantidade, sendo uma das categorias de jogos

com menor participação feminina, quanto em qualidade, sendo igualmente marcadas pela marginalização. Entretanto, há uma exceção que suscita reflexões interessantes. Um dos jogos mais populares da China, King of Glory (KoG), é o único MOBA onde a participação feminina superou a masculina: 54% são jogadoras. Mais ainda, a qualidade da experiência feminina é diferente, sendo menores os relatos de assédio e havendo uma maior identificação feminina com o jogo. Curiosamente, a Riot Games, empresa responsável pelo League, é uma subsidiária da companhia chinesa Tencent Games, responsável pelo KoG. Essa proximidade empresarial também torna o jogo semelhante em diversos aspectos, principalmente em termo de designs e mecânica. Assim, em um estudo comparativo, Gao e Shih (2018) avaliaram as diferenças de design e concepção entre League e KoG, buscando entender o que leva a tantas diferenças na experiência feminina em jogos tão parecidos.

Para os autores, KoG atrai mais jogadoras do que League principalmente por causa de seu design. Em primeiro lugar, o jogo é mais instintivo, com ataque e movimentação mais simples do que o League. Mais ainda, o jogo tem uma curva de aprendizado menor e mais tutoriais, permitindo que novatos se integrem mais facilmente. Principalmente, a identificação feminina é muito mais plena no KoG, uma vez que os campeões são inspirados na mitologia chinesa, gerando um sentimento de familiaridade e pertencimento. Essa dinâmica evidencia o poder atrativo da representatividade, que aproxima mulheres do jogo uma vez que elas conseguem se identificar culturalmente com o jogo e seus personagens (Gao & Shih, 2018). Outro fator é a natureza da socialização no KoG. Em primeiro lugar, o jogo é desenvolvido para plataformas móveis, como smartphones e tablets. Isso permite aos usuários jogar presencialmente com seus amigos, enquanto se espera um pedido num restaurante, por exemplo. Mais ainda, é possível associar sua conta a uma das duas maiores redes sociais do país, sincronizando os contatos para jogar

com seus amigos mesmo à distância, além de remover o caráter essencialmente anônimo do jogo (Gao & Shih, 2018).

Dessa forma, King of Honor pode servir como exemplo de boas práticas a serem seguidas por jogos que sofrem com baixa participação de mulheres. Em primeiro lugar, ilustra como a representatividade tem grande potencial em atrair jogadores. Desenvolver personagens com os quais mulheres possam se identificar é um primeiro passo importante, bem como um maior cuidado com as simbologias e os estereótipos comunicados pelo design dos campeões. Por todo esse processo, também é fundamental combater a sexualização dos personagens. Outra grande lição deixada pelo KoG é a centralidade da socialização na qualidade da experiência *gamer*. Para elevar a qualidade desta, é preciso nutrir comunidades saudáveis, que aproximem pessoas em vez de distanciá-las. Entender de que forma opressões estruturais da sociedade, como o machismo e o racismo, podem permear os jogos é igualmente fundamental. Mais ainda, é importante também analisar os efeitos do anonimato, desenvolvendo mecanismos para punir o comportamento tóxico.

6. DESENHO DE PESQUISA

Como mencionado, o presente trabalho definiu para si o objetivo de diagnosticar a realidade da baixa participação feminina, buscando compreender as causas desse processo e seus efeitos sobre os jogadores. Para alcançar essa meta, além da revisão bibliográfica desenhada nos capítulos anteriores, foi também realizado trabalho de campo, por meio de entrevistas semi-estruturadas com jogadoras e jogadores de League of Legends. A entrevista foi pensada para verificar na realidade os achados teóricos apresentados, tangenciando as barreiras identificadas pela literatura. Desenhou-se então um roteiro preliminar de perguntas,

utilizado em entrevistas testes para avaliar sua abrangência e eficácia. Após os testes, foi desenhado o roteiro definitivo, utilizado na pesquisa, que consta anexo ao final deste trabalho.

Assim, o questionário foi dividido em cinco blocos de perguntas. O primeiro bloco, mais geral, se relaciona com as preferências dos jogadores e seus hábitos de jogo, buscando diferenças entre homens e mulheres. O segundo investiga em que nível os jogadores estão inseridos na comunidade do League, e se há discrepâncias na inserção de mulheres nessa comunidade. O terceiro procura entender que comportamentos e sentimentos prevalecem durante o jogo, bem como as avaliações dos participantes sobre as interações entre jogadores. O bloco seguinte diz respeito a violências sofridas pelos entrevistados e quais suas avaliações sobre a forma como o jogo busca coibir essas violências. O último se refere a percepções de gênero, onde foram medidas crenças acerca de diferenças “naturais” entre homens e mulheres nos jogos e avaliados os design dos campeões em termos da presença de estereótipos.

A pesquisa foi divulgada em redes sociais, inclusive em grupos dedicados ao League, e os entrevistados foram escolhidos entre os voluntários. Os participantes foram selecionados entre aqueles que não conheciam previamente o autor, os que tiveram maior prontidão em se voluntariar, aqueles com compatibilidade suficiente de agenda e também a partir de uma distribuição demográfica razoável por idade, sexo e macrorregião do país. Buscou-se também incluir participantes experientes e novatos no jogo. Os contatos e agendamentos foram feitos também por redes sociais. Foram realizadas então 12 entrevistas, de setembro a novembro de 2018, com seis mulheres e seis homens. A quantidade de participantes rendeu dados qualitativos extensos, que julgamos serem suficientes para uma análise abrangente da participação no jogo, mesmo que a amostragem não sirva para confirmações empíricas definitivas.

O perfil dos participantes, ignorando algumas exceções, foi bem similar. A idade dos entrevistados, por exemplo, oscilou entre 18 e 34 anos, mas a maioria orbitava ao redor dos 20. Quase todos os entrevistados eram estudantes, de forma que muitos declararam não terem renda própria e serem sustentados pelos pais, o que pode ser explicado pela idade. Duas entrevistadas fugiram desse padrão, uma por ser professora e a outra por ser agente social. As duas, inclusive, foram as únicas participantes com mais de 30 anos. Um entrevistado, por sua vez, estava desempregado, sendo o único homem participante que não estava na faculdade. Entre as mulheres, além das duas mencionadas, outra também não estava na universidade. Oito dos doze participantes, portanto, estavam cursando o ensino superior. Em termos de renda, a grande maioria declarou não ter nenhuma, com exceção das duas entrevistadas mencionadas anteriormente. As rendas familiares oscilaram entre até dois salários mínimos (quatro participantes), entre dois e quatro salários mínimos (três participantes) e cinco ou mais salários mínimos (cinco participantes).

As entrevistas foram feitas presencialmente e por telefone, com registro escrito e gravações em áudio, quando permitido pelo entrevistado. Os participantes foram instruídos a responder da maneira que achassem melhor e no tempo necessário, o que permitiu que discorrem longamente em determinadas questões. Na seção seguinte, serão apresentados os resultados dessa investigação, cruzados com os achados teóricos relacionados. Os nomes dos participantes foram substituídos, para manter seu anonimato, pelo nome de campeões que cada participante mencionou jogar mais.

7. ANÁLISE DE RESULTADOS

7.1 Perfil dos jogadores

O primeiro bloco de perguntas elaborado teve como objetivo traçar o perfil dos participantes como jogadores, seus hábitos de consumo e preferências quanto às posições e personagens. Nesse sentido, a primeira pergunta foi relativa à frequência de jogo. A média de dias da semana jogados foi maior para os homens (5,6) do que para as mulheres (3,6). Elas também jogaram, em média, por menos tempo (3,5 horas por dia) do que os homens (4 horas por dia). Esse achado segue a linha dos resultados encontrados por Paaßen, Morgenroth & Stratemeyer (2017), mas ainda cabem as ressalvas que fazem como, por exemplo, a tendência feminina em subestimar seu tempo de jogo, relatando menos horas do que realmente jogam. Também se confirmam os estudos de Winn e Heeter (2009), que afirmam que mulheres têm, em média, menos tempo livre para investir em games do que homens, tanto no geral, quanto em cada sessão de jogo. Os homens entrevistados também relataram jogar há mais tempo do que as mulheres: em média, eles começaram a jogar há pouco mais de cinco anos, enquanto as entrevistadas disseram jogar, em média, há pouco mais de quatro anos.

Quando perguntados sobre como entraram em contato com o jogo, a resposta mais presente foi “devido a amigos”, verdade para dois terços dos jogadores e metade das jogadoras. Irmãos também foram mencionados, por uma mulher e um homem. Um homem e uma mulher disseram ter conhecido o jogo através da Internet e uma mulher mencionou ter começado a jogar por causa do namorado. Nota-se, portanto, que a sociabilidade é um dos elementos centrais do League, sendo responsável por atrair e manter seu público cativo. Laços do mundo real são reforçados no mundo virtual, com grandes ganhos potenciais. Assim, apesar da amplitude da toxicidade no jogo, o componente social continua sendo de extrema relevância.

O modo de jogo mais jogado por cada sexo também foi equilibrado. Todos os homens e dois terços das mulheres afirmaram jogar partidas ranqueadas. A média de elo²¹, ou seja, o ranking no jogo, foi Ouro III para os homens e Prata I para as mulheres. Três homens e duas mulheres disseram jogar mais jogos ranqueados. Igualmente, três homens jogam mais no modo normal²², bem como duas mulheres. As outras duas mulheres disseram jogar mais o modo ARAM²³, mas este também foi mencionado como jogado ocasionalmente por mais duas. Nesse sentido, uma possível explicação para a aderência feminina a esse modo pode ser a resistência à toxicidade. Mesmo em jogos normais, o fator competitivo ainda é relativamente forte, uma vez que perder ainda é custoso devido ao tempo de jogo. Além do menor tempo gasto no ARAM, o fator de aleatoriedade na distribuição dos campeões remove considerável responsabilidade sobre o domínio do personagem e, portanto, gera menos cobrança dos colegas de equipe. Segundo a entrevistada Nami, “[o comportamento negativo] acontece menos no ARAM, é algo que eu percebi. Talvez [pela distribuição de campeões ser] aleatória, as pessoas levem menos a sério que outros modos e sejam menos tóxicas”. Assim, jogar ARAM se desenha como uma resposta feminina à negatividade presente em outros modos.

Perguntou-se também qual a posição mais jogada pelos participantes, permitindo que mencionassem mais de uma. Entre os homens, ficou evidente uma variedade de posições jogadas: três reportaram jogar como atirador, dois

²¹ Nome dado às posições existentes no ranking dos jogadores. Elas se dividem, em ordem crescente, em: Ferro, Bronze, Prata, Ouro, Platina, Diamante, Mestre, Grão-Mestre e Desafiante. Os seis primeiros elos são também repartidos também em divisões, indo do V ao I. Após ganhar certo número de partidas, um jogador Bronze I subirá para Prata V, por exemplo. Na época da pesquisa, ainda não haviam os elos Ferro e Grão-Mestre, que foram adicionados no início de 2019.

²² Modo de jogo casual, onde perder ou ganhar não impacta no elo dos jogadores.

²³ Sigla para All Random All Mid (Todos Aleatórios, Todos no Meio), modo de jogo onde os jogadores recebem campeões aleatórios para jogar, em um mapa com apenas uma rota ao meio e sem selva.

reportaram jogar no topo, dois como suporte e um como caçador. As mulheres, por outro lado, não apresentaram essa variedade. Todas mencionaram jogar mais como suporte e três disseram jogar também como atiradoras. Quando perguntados em que posição gostariam de jogar mais, as respostas foram mais parecidas. A rota do meio foi mencionada por três homens e duas mulheres, atirador por três homens e uma mulher, topo por um homem e duas mulheres e caçador por uma mulher. Nenhum entrevistado mencionou querer jogar mais como suporte, evidenciando a desvalorização da função entre homens. Quanto ao tipo de campeão preferido, notou-se novamente uma grande diferença. Novamente se permitiu que respondessem mais de um tipo, de forma que homens mencionaram mais frequentemente campeões lutadores (3), atiradores (3), magos (2), *tanks* (1) e suportes (1). Mulheres mencionaram preferirem campeões suportes (5), seguidos com distância por magos (2) e *tanks* (2), sendo estes últimos também frequentes na posição de suporte.

Os achados confirmam a forte associação entre a função de suporte e as jogadoras de League. Justamente por ser a função menos valorizada, é para onde são pressionadas mulheres ao começarem a jogar. O próprio League reforça essa associação, desenvolvendo campeãs para a função cujo design remete a simbologias sobre natureza e magia. Sair da função de suporte se torna um risco para as jogadoras, que podem sofrer retaliações em outras posições. Dessa forma, jogar ARAM tem se constituído como alternativa, tanto por apresentar menor nível de negatividade quanto por permitir a mulheres jogar com campeões que não sejam suportes sem receber represálias por isso.

7.2 Nível de participação na comunidade

O bloco seguinte de perguntas teve dois objetivos principais. O primeiro consistiu em verificar a existência de diferenças no acesso de homens e mulheres à comunidade do League. Para isso, perguntamos se os entrevistados acompanhavam campeonatos, portais de notícias e quantos grupos e páginas sobre o tema eles acompanham nas redes sociais. O segundo objetivo foi analisar a representação feminina nas posições de destaque do meio, como cyber-atletas ou como produtoras de conteúdo, buscando avaliar a representatividade na comunidade.

Todos os entrevistados, homens e mulheres, disseram assistir regularmente a pelo menos um campeonato de League of Legends. Os homens mencionaram acompanhar o CBLOL (6), o Campeonato Mundial (6), a Liga Coreana (2), a Liga Norte-Americana (2), o Circuito Desafiante²⁴ (1), a Superliga ABCDE²⁵ (1), a Liga Europeia (1) e a Liga Chinesa (1), totalizando 20 menções a campeonatos entre homens. As mulheres, por sua vez, mencionaram 16 campeonatos, sendo eles: CBLOL (6), Mundial (5), Liga Norte-Americana (2), Liga Coreana (1), Superliga ABCDE (1) e All Stars (1).

Essa tendência se manteve quando se avaliou se os entrevistados participavam de grupos ou acompanhavam páginas sobre League. Os homens mencionaram estar envolvidos com 22 grupos e páginas, enquanto as mulheres relataram apenas 13. Quando perguntados sobre acompanhar portais de mídia especializada em *e-sports*, a tendência foi contrária. Os homens mencionaram acompanhar nove portais, mas dois não acompanham nenhum. As mulheres disseram acompanhar 12 portais, e todas acompanham pelo menos um. Quando indagamos acerca do conhecimento dos entrevistados sobre mulheres que jogam profissionalmente ou produzem conteúdo sobre o jogo (*streamers, youtubers, etc*),

²⁴ Campeonato brasileiro de segunda divisão. Ao final de cada temporada, os últimos colocados do CBLOL “caem” para o Circuito e os melhores colocados deste “sobem” para o CBLOL.

²⁵ Campeonato organizado pela Associação Brasileira de Clubes de E-sports (ABCDE). Acontece fora da temporada regular oficial, geralmente ao final do ano.

o número reportado foi baixo. Nenhuma das entrevistadas mencionou conhecer mulheres que atuam como jogadoras profissionais. Os homens, por sua vez, mencionaram três, sendo uma delas brasileira. As produtoras de conteúdo desempenharam um pouco melhor: Os homens mencionaram sete, enquanto as mulheres mencionaram oito.

De forma geral, esses achados evidenciam a subrepresentação feminina, tanto em lugares de destaque no meio, quanto participantes cotidianas da comunidade de League. As mulheres demonstraram assistir a quase tantos campeonatos quanto os homens, sendo assíduas espectadoras do CBLOL e do Campeonato Mundial. Mais ainda, buscam se informar sobre o universo dos *e-sports* com frequência maior do que os homens, comprovando assim que seu interesse é equiparável ao masculino. A discrepância existe, portanto, no espaço que possuem para participar da comunidade: elas estão em menor número nos grupos de redes sociais, não conseguem se tornar profissionais e tem menos representação entre as personalidades famosas do jogo, onde homens são mais frequentes. Esses espaços são arenas eminentemente sociais, onde a aprovação da comunidade e a qualidade das interações têm grande influência sobre a entrada e a permanência de mulheres, não dependendo apenas do interesse em se dedicar a essas atividades.

7.3 Interações violentas e sexismo

Tendo estabelecido o perfil dos jogadores e sua integração à comunidade, o passo seguinte foi analisar o contato dos jogadores com interações violentas, negativas e sexistas. Nesse sentido, indagou-se aos participantes se já tinham sido alvo de comentários e provocações após partidas ruins. Absolutamente todos os entrevistados, homens e mulheres, responderam que sim. A maioria das respostas

deu a entender que é uma vivência comum e ordinária receber *rage*, xingamentos e ofensas após fazer jogadas ruins e morrer. Três homens e uma mulher indicaram, em algum sentido, normalizar esse comportamento: “Não me marca, eu ignoro.”; “Já me acostumei.”; “No geral, quando eu *feedo*²⁶ e recebo *rage*, só aceito”, disseram os homens, e “Nenhum me marcou porque geralmente eu desconsidero”, disse a mulher.

Duas mulheres se especialmente incomodadas quando recebem *rage* e estão jogando bem: “Às vezes recebo *hate* passivamente, atribuem falhas do atirador a mim, mas estou jogando bem”, disse Nami, e “Às vezes faço muitas coisas e o atirador erra, e o resto do time culpa a rota inferior, por mais que eu tenha feito tudo, e isso me irrita. [...] Jogar bem e levar *rage* é o que me dá mais raiva”, disse Zyra. Esses relatos evidenciam, assim, uma divisão da responsabilidade entre atiradores e suportes, que jogam juntos na rota inferior, mesmo que um tenha se saído bem. Dez dos doze entrevistados também disseram já ter sofrido *rage* quando estavam com problemas de conexão com a internet, que mesmo estando além do seu controle ainda lhes renderam xingamentos.

Pedimos então para que as mulheres comentassem sobre o sexismo que vivenciam, se já tinham sido vítimas de assédio ou misoginia. Soraka foi a única que disse não ter experienciado isso em nenhum sentido. “Meu nick é neutro, não dá pistas de que sou mulher. Quando falo algo, também não uso pronome, falo como se eu fosse homem”, disse. Ela mencionou evitar ao máximo ter seu gênero descoberto, indicando ter criados técnicas para isso com a qual já se acostumou. É o mesmo caso de Nami, que disse não usar *nicks* femininos nem artigos ao digitar. “Pedi pros meus amigos nunca me chamarem pelo meu nome no jogo, pra não revelar que sou menina”, acrescenta.

²⁶ Do inglês *feed*, em português, alimentar. Se refere a morrer muitas vezes, “alimentando” o time inimigo com as premiações em ouro pelo abate.

Zyra e Leona relataram ser alvo de “piadinhas” quando tem seu gênero descoberto. “Quando percebem [que sou mulher] já começam com piadinhas, já falaram merda pra mim, me chamaram de gostosa”, disse Leona. Três entrevistadas relataram ter sofrido ao tentar jogar de algo que não fosse suporte. “Zoavam quando eu jogava outra coisa”, disse Zyra. “Parei de jogar *mid*²⁷ por causa do sexismo que sofria. Quando jogo de atirador, falam que eu não devia estar jogando. Me diziam que mulher não sabe farmar²⁸, que eu devia fazer item de suporte”, disse Morgana. “Quando eu falei que jogava de atirador, me falaram que não é posição de mulher e me mandaram jogar suporte”, disse Nami, que acrescenta: “Já teve casos em que a pessoa me elogiou, quando eu estava jogando bem, e depois me disse 'tem certeza que você é menina? Tá jogando tão bem!'”. Shyvana disse que uma vez, ao descobrirem seu gênero, um rapaz se recusou a jogar. “Começou o jogo o cara falou que 'não ia carregar²⁹ mulher nenhuma' e ficou AFK. O resto do time ficou enchendo o meu saco e me culpou pela saída do cara”. Aqui, salta aos olhos como os estereótipos se traduzem com negatividade e a violência sobre o cotidiano de mulheres no League. As dúvidas sobre sua habilidade e a pressão para que joguem na posição mais desvalorizada constantemente são evocadas para mantê-las numa posição marginalizada no League.

Em seguida perguntamos se os entrevistados já tinham pensado em parar de jogar, ou efetivamente parado, por causa da toxicidade e das interações negativas. Dois homens e uma mulher relataram ter parado de jogar por alguns meses, duas mulheres relataram terem diminuído a intensidade de jogo e um homem e uma mulher disseram ter pensado sobre. Uma mencionou ter parado de

²⁷ Abreviação de middle lane, em português, rota do meio.

²⁸ Ato de eliminar *minions* para obter ouro no jogo.

²⁹ Expressão do jogo que se refere a ganhar mesmo quando um colega de time está jogando mal. Assim, alguém que jogou bem “carrega” o colega rumo à vitória.

jogar sozinha, e começou a jogar unicamente na companhia de amigos. Três homens e duas mulheres nunca disseram nunca ter pensado em parar de jogar. Pode-se concluir, portanto, que a toxicidade não só prejudica a experiência com o jogo, mas afeta também, em graus variados, a disposição de homens e mulheres para continuar jogando.

7.4 Comportamento e sentimento

A primeira pergunta deste bloco foi “o que você mais gosta no League?”. Homens responderam, com maior frequência, representações ligadas à competição, habilidade e vitória. Um dos entrevistados, que chamaremos de Draven, mencionou que gosta de “ser o melhor”, enquanto Braum disse gostar de “*stompar* o jogo” (em português, pisar), gíria que se refere a dominar o adversário. Jax disse gostar das transmissões dos campeonatos, de *streamers* e de vídeos promocionais, como os feitos para divulgar campeonatos e eventos. O design dos campeões e das *skins*³⁰ também foi mencionado pelos homens, duas vezes, bem como interação e trabalho em equipe, também duas vezes.

Entre as mulheres, as representações ao redor da interação, do trabalho em equipe e da socialização tomam lugar de maior destaque, estando presentes em metade dos relatos. Nami e Soraka disseram apreciar a história e o universo do League, as narrativas e os designs dos campeões. Duas mulheres citaram principalmente aspectos competitivos. Leona, por exemplo, disse gostar de matar adversários, destruir torres e ganhar. Shyvana, numa linha parecida, disse gostar da estratégia do jogo, de fazer boas jogadas, se aprimorar como jogadora e vencer. De modo geral, os entrevistados mencionaram temas semelhantes em proporções

³⁰ Uma *Skin* é um recurso, comprado na loja do jogo com dinheiro real, que altera a aparência de um campeão no jogo, podendo também dar aos campeões novas falas e efeitos sonoros e visuais.

semelhantes, com leves diferenças na prioridade dada à competição, entre homens, e cooperação, entre mulheres. Assim, as respostas evidenciam a existência de certas preferências, mas também desmente o estereótipo de que mulheres não gostam de jogar competitivamente.

Quando perguntamos o que os entrevistados menos gostavam no jogo, todas as respostas convergiram para o mesmo problema: a interações negativas com outros jogadores. Homens e mulheres responderam nessa linha, mencionando principalmente o *rage*, xingamentos e a toxicidade dos jogadores e da comunidade. Um dos homens, Taric, disse que não gosta de jogar sozinho, porque se sente mais vulnerável a ataques. O servidor também foi alvo de reclamações por dois homens. Duas mulheres mencionaram o sexismo com o qual tem de lidar como o pior aspecto do jogo. Shyvana, por exemplo, disse que não poder usar o seu nome no jogo, bem como ter que se policiar para não usar artigos femininos quando interage, para evitar sofrer assédio, são a pior parte da experiência no League. Morgana, na mesma linha, reclamou da intolerância: “às vezes dizem que não prestamos pra jogar nada além de suporte. Homens acham que nossa capacidade cognitiva não é tão boa pra jogar quanto a deles, que vamos cometer erros por sermos mulheres”.

Pedimos então para que eles avaliassem as relações entre jogadores no League como positivas ou negativas. Nove dos doze entrevistados, cinco mulheres e quatro homens, avaliaram como negativas. Xingamentos, *rage*, competitividade e falta de cooperação foram mencionados por eles para justificar essa avaliação. Dois homens disseram considerar as relações como mais positivas. Jax disse que tenta abstrair as interações ruins e extrair algo positivo disso, enquanto Braum disse que “apesar de ter muito rager, há também pessoas dispostas a ajudar” e que aprecia o “auxílio mútuo que ocorre quando as pessoas são agradáveis”. Shyvana, a única mulher que não avaliou as relações como mais negativas, disse que quando joga

com pessoas que não sabem ou não se importam que ela é mulher, o jogo é bom. “A gente também aprende a ignorar porque conhecemos ambiente de jogo. É normal dizerem 'lixo', 'morreu de novo', o chato é quando isso vai além”, complementa.

Igualmente, nove dos doze entrevistados avaliaram que as interações entre jogadores são piores no League do que em outros jogos. Um homem não respondeu, dizendo não jogar outros jogos. Duas mulheres disseram que são iguais. Uma delas, Shyvana, disse que “temos a impressão de que é mais tóxico, mas é tão tóxico quanto qualquer outro ambiente online”. Comparando League com o World of Warcraft (WoW), Shyvana continua: “[No League] tem mais criança jogando, adolescente, que não tem muito filtro. Outra diferença é que [no WoW] você pode “*kickar* da guilda”³¹, enquanto no League você tem que aturar a pessoa até o final da partida”. Dois entrevistados disseram que a competitividade no League é maior, o que afeta negativamente as interações. Cinco entrevistados, três homens e duas mulheres, disseram que a natureza e o maior volume da comunicação no League influenciam também nessa comparação. Jax e Draven, por exemplo, mencionaram que a conversa por áudio no Counter Strike³² ajuda a mitigar a toxicidade. Dois entrevistados disseram ter jogado MMORPGs³³, onde avaliam que as interações são melhores do que em MOBAs, como o League.

Em seguida, perguntou-se aos participantes como é sua reação e o que fazem em duas situações: quando alguém no seu time está jogando mal, e quando

³¹ Em português, “kickar” traduz-se como “chutar”, usado em jogos para referir-se a expulsões e remoções. “Guild” por sua vez são grupos de jogadores que se aliam voluntariamente em MMORPGs. Kickar da guilda, nesse caso, refere-se a expulsar o jogador do grupo.

³² Jogo de tiro, um dos jogos mais populares da categoria First Person Shooter (Atirador em primeira pessoa), no qual duas equipes se confrontam.

³³ Sigla para Massive Multiplayer Online Role-Playing Games, em português jogo de interpretação de personagens online e em massa para multijogadores. Alguns títulos famosos dessa categoria são Tibia, Runescape e Ragnarok.

alguém do time adversário está jogando mal. No primeiro caso, nenhuma mulher relatou xingar ou tomar atitudes agressivas. Duas mencionaram que se comunicam, dando opiniões e dicas ao colega. Uma disse que “reclama, mas não xinga”. Todas pareceram muito mais inclinadas a buscar cooperar os companheiros, como Nami e Zyra, que disseram ajudar o resto do time quando um colega está jogando mal. Os homens, por outro lado, não têm a mesma calma. Cinco mencionaram verbalizar sua frustração nessas situações. “Se eu percebo que o cara é tóxico, se já me alfinetou, eu tendo a agir de forma passiva-agressiva”; “Se for normal game, apenas fico puto. Tendo a dar respostas mais grosseiras quando companheiros erram pois sinto que não tem problema”; “Falo que eles tão jogando mal, e não é de uma forma educada”. “Quando jogo pra ganhar, *rage* fraco, nada que vá destruir a pessoa”. “Reajo mal”.

A mesma dinâmica se manteve na situação em que um oponente está jogando mal. Quatro homens mencionaram utilizar o chat “/all”, onde pessoas de ambos os times podem conversar, para provocar os oponentes pelo menos ocasionalmente. “Trato mal. Chamo de lixo, faço brincadeiras, tento desestabilizar”. “Gosto de zoar, mas só algumas vezes, quando alguém me zoa muito e eu ganho dele”. “Respondo provocações. Se eu venço alguém que falou muito, provoco de volta”. “Se eu faço jogadas boas em cima de alguém que já me provocou, eu tendo a provocar ele”. Um deles inclusive disse já ter tido sua conta banida, por “zoar bastante no /all”. As mulheres, por outro lado, relataram que não destratam adversários. O mais próximo disso foram Zyra, que disse que “zoa adversários que mostram a maestria³⁴” e depois fazem alguma jogada ruim, e Leona, que disse rir de oponentes que jogam mal. Nami, inclusive, demonstrou

³⁴ O League of Legends dispõe de um contador de pontos, chamados pontos de Maestria, que se acumula ao jogar com cada campeão. Acumular muitos pontos com um campeão sobe seu contador, até um ponto onde é habilitado um escudo holográfico dentro do jogo. O escudo é exibido no jogo ao apertar ao simultaneamente as teclas Control e 6. Frequentemente essa ação é usada para intimidar e provocar o adversário, ou exibida para se vangloriar após uma jogada.

certa empatia com os adversários: “não uso */all*, porque acho que chutar a pessoa quando ela não tá bem só piora. Às vezes a pessoa não tá num dia bom”.

Em seguida, pedimos aos entrevistados que avaliassem com que frequência costumam reportar conduta negativa, tanto no seu time quanto no time adversário, em uma escala de zero a dez, sendo zero nunca e dez sempre que ocorre tal conduta. A média dos homens foi de 8,5 para reportar colegas de time e apenas 4,6 no time adversário. A média feminina, por sua vez, foi de 7,6 para colegas e 6,5 para adversário. Uma das entrevistadas, porém, disse nunca reportar, atribuindo zero à frequência das duas ocasiões. A média feminina, sem essa entrevistada, sobe então para 9,2 com colegas e 7,8 para adversários. Pode-se dizer, portanto, que as mulheres, em geral, são mais engajadas em localizar e buscar punições para jogadores tóxicos, sem distinguir muito entre colegas de equipe e adversários, mas também podem apresentar certa descrença quanto ao sistema de report e optar por nem mesmo participar.

Quando perguntados sobre sua avaliação acerca da eficácia das medidas tomadas pela Riot Games para reduzir a conduta negativa, todas as mulheres e quatro dos seis homens responderam que consideram o League pouco eficaz. A maioria reconheceu que há esforços, havendo duas menções ao Acampamento Yordle, por exemplo. Alguns mencionaram receber *feedbacks* das suas denúncias feitas, ou seja, avisos que aparecem na tela sempre que um jogador reportado recentemente foi punido. Braum, porém, disse que reporta muito, mas recebe poucos *feedbacks*. De forma geral, os entrevistados acreditam que o sistema atual de *reports* é importante, devendo ser melhorado, possivelmente aplicando punições mais severas.

A última pergunta desse bloco suscitou uma reflexão interessante. Pediu-se para que os participantes avaliassem, de forma geral, sua experiência com o League. Onze dos doze entrevistados avaliaram como positiva, citando elementos

que os agradam como a interação, o trabalho em equipe, a diversão e momentos vividos no jogo. Apenas um homem avaliou sua experiência como negativa, por ficar mais estressado do que se divertir, mas disse ser um “bom passatempo”, além de ter experiências melhores quando joga na companhia de amigos. Dois homens e duas mulheres fizeram ressalvas quanto à toxicidade da comunidade e o *rage*, mas consideram que os aspectos positivos se sobressaem. Esse achado evidencia, portanto, que apesar de impactar negativamente a experiência dos jogadores, o comportamento tóxico não chega a suprimir as qualidades e as interações positivas trazidas pelo jogo. Os efeitos da toxicidade e dos estereótipos, como discutidos, são profundos sobre a experiência de homens e mulheres com o jogo, mas há também grandes forças positivas que mantêm as pessoas jogando e interagindo com a comunidade mesmo apesar do estresse, das violências e do assédio. Investir nesses aspectos positivos pode ser, portanto, um caminho possível para combater a toxicidade, aproximar pessoas e cultivar boas relações.

7.5 Percepções de gênero

O último bloco de perguntas buscou avaliar as percepções dos participantes sobre as manifestações de gênero no design do jogo e a presença de estereótipos, bem como identificar suas crenças acerca de diferenças “naturais” entre homens e mulheres em jogos. Nesse sentido, primeiramente perguntou-se para os homens se eles já haviam pensado que teriam menos chance de vencer uma partida após descobrirem que um colega de equipe era mulher. Todos afirmaram nunca ter pensado nisso. Contrastado com a realidade de assédio existente no League, esse achado pode ser indicativo, portanto, de uma possível falta de sinceridade dos participantes, ou mais provavelmente de um problema de amostragem que deixou de fora da pesquisa homens que possuem essa crença.

Em seguida, perguntamos a todos os participantes se eles consideravam que homens e mulheres têm qualidades e aptidões iguais no League. A resposta foi unânime: todos consideraram que sim. Nami comentou acreditar que jogar bem envolve muito mais fatores como treino e interesse do que habilidades naturais relacionadas a gênero. Shyvana disse que as diferenças existentes são socialmente condicionadas. “Dentro de casa, eu e meu irmão sempre jogamos, mas nossos pais reprovavam apenas que eu jogasse. Tínhamos o mesmo contato com jogos, mas o meu sempre teve valoração negativa, diferente do meu irmão”, disse.

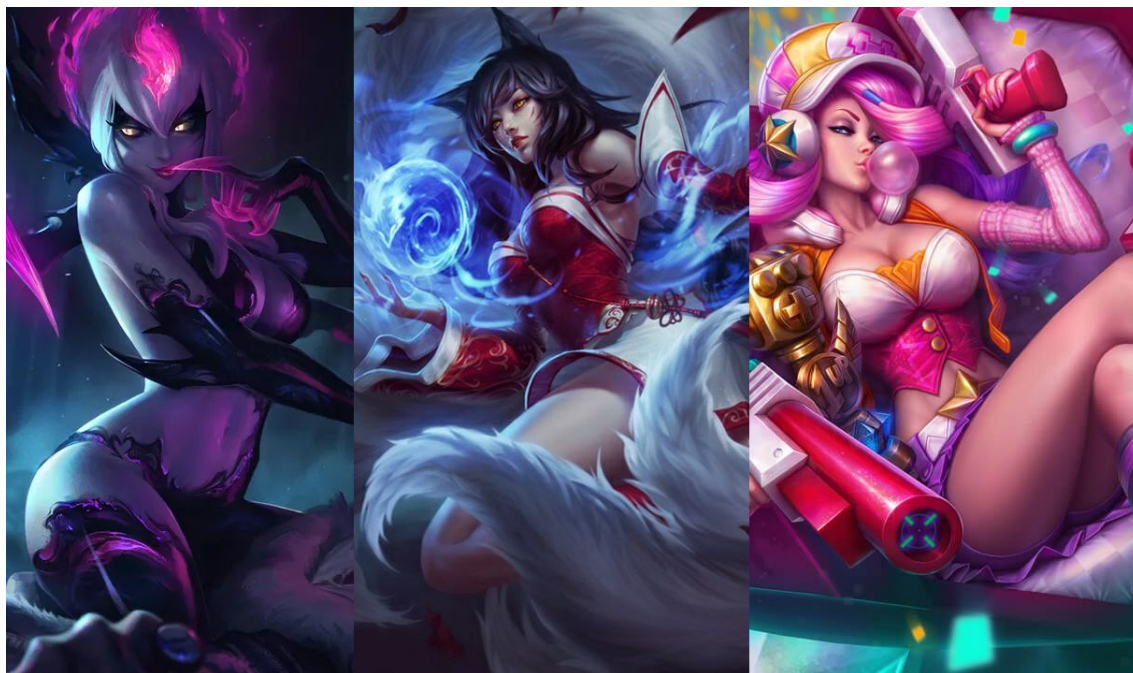
A pergunta seguinte seguiu a mesma linha, indagando aos participantes se eles acreditavam que homens e mulheres têm curvas de aprendizado iguais no League, ou seja, se aprendem a jogar no mesmo ritmo, ou se há diferenças na velocidade de aprendizado de cada. A grande maioria dos entrevistados respondeu que não existem diferenças inatas, por vezes ressaltando que o aprendizado não depende de gênero, mas da dedicação e de características pessoais. Apenas um homem e uma mulher, Draven e Shyvana, disseram que não, mas apresentaram justificativas interessantes. Shyvana novamente mencionou a socialização como fator para entender essa questão. “A maioria das mulheres, principalmente da minha idade, não foram expostas aos mesmos tipos de brinquedos que homens foram. Tive a felicidade de ter sido, mas tenho muitas amigas que não foram”, disse. Para ela, essa exposição desde cedo é um fator fundamental para permitir que as pessoas aprendam a jogar, de forma que mulheres teriam menor ritmo de aprendizado por causa da menor experiência com outros jogos eletrônicos.

Draven, por outro lado, disse acreditar que homens saem atrás no aprendizado do jogo. “Os meninos são um pouco mais burros geralmente, mais ignorantes, não querem aprender”, disse. Mencionando uma experiência que teve com um time amador de League, disse ainda que seus colegas de time não eram tão aplicados quanto deveriam, e que uma mulher teria “mais respeito e aprenderia

com maior facilidade”. Entretanto, para ele, as mulheres se dão melhor com as táticas do jogo, mas não com a “mecânica”, termo que se refere à forma de executar os campeões, corretamente utilizando suas habilidades. É possível identificar em suas colocações certas crenças em diferenças naturais entre gêneros. Para ele, homens têm mais facilidade com aspectos relacionados à habilidade manual e reflexos, como a mecânica dos campeões, ao mesmo tempo em que têm menor intelectualidade e disciplina, elementos que associa à figura feminina, cujas virtudes se dariam no nível da estratégia e do pensamento, mas não propriamente da execução do jogo.

A pergunta seguinte pediu para que os participantes avaliassem a presença de estereótipos de gênero no design de campeões e campeãs do League. Todos os entrevistados consideram que há, sim, estereótipos presentes na concepção e desenho de, pelo menos, alguns dos personagens, sendo mais proeminente nas campeãs do que nos campeões. A sexualização das personagens mulheres foi amplamente mencionada, com diversos relatos apontando o design de quadris e seios largos, bem como representações em posições que realçam esses traços, além de roupas curtas e reveladoras. “As meninas são expostas, postas de costas para mostrar a bunda”, comentou Zyra. Algumas campeãs foram avaliadas como mais estereotipadas do que outras, como a Evelynn, mencionada por seis dos 12 participantes. Em segundo lugar, empataram as campeãs Ahri e Miss Fortune com cinco menções cada.

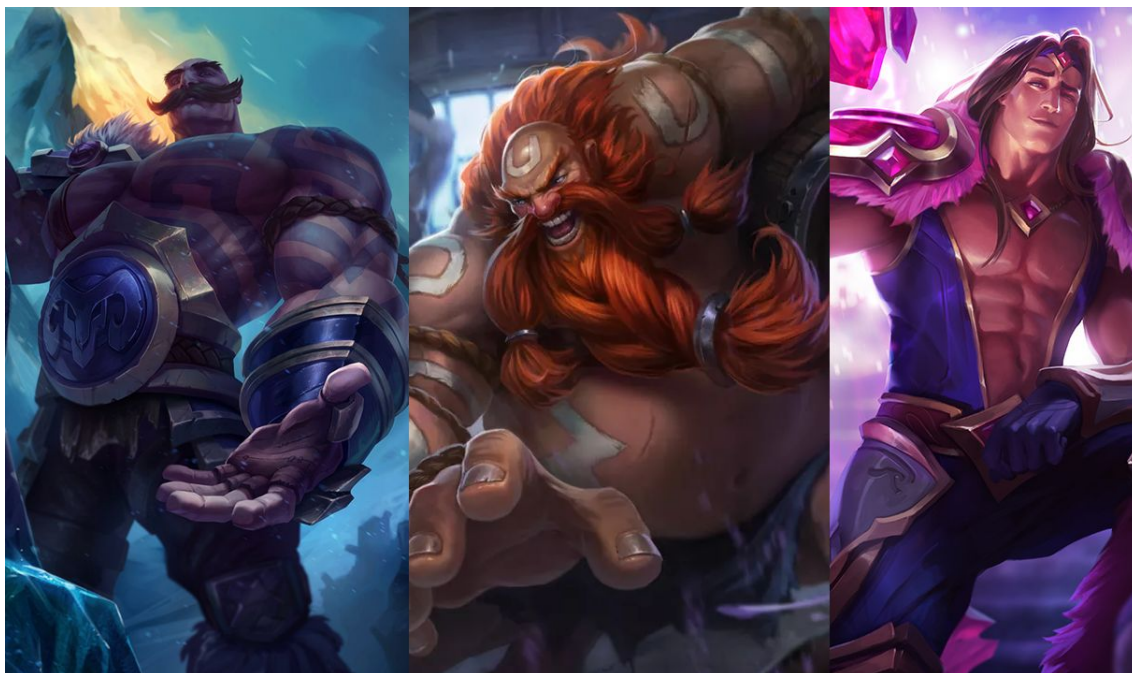
Imagem 7: Da esquerda para a direita, Evelynn, Ahri e Miss Fortune.



Fonte: League of Legends

Os participantes também apontaram estereótipos presentes no design de campeões homens. As representações mais comuns nas respostas foram força física e definição muscular, componente central de diversos personagens do jogo. O campeão Braum, por exemplo, foi mencionado por três participantes como sendo estereotipado. Entretanto, alguns entrevistados apontam que os estereótipos masculinos são menos difundidos e têm menor impacto negativo. Para Soraka, “os estereótipos femininos acabam sendo piores, porque tem mais peso a objetificação das mulheres”. Mais ainda, alguns relatos apontam também para uma maior variedade de corpos nos homens. “O apelo nos campeões masculinos é bem menor. O Gragas, por exemplo, é gordo, e não se vê isso numa campeã mulher”, comentou Zyra, que também mencionou a existência de campeões homossexuais como Varus e Taric. Dessa forma, o ideal de masculinidade parece ser menos hegemônico no design de personagens do que o ideal de feminilidade.

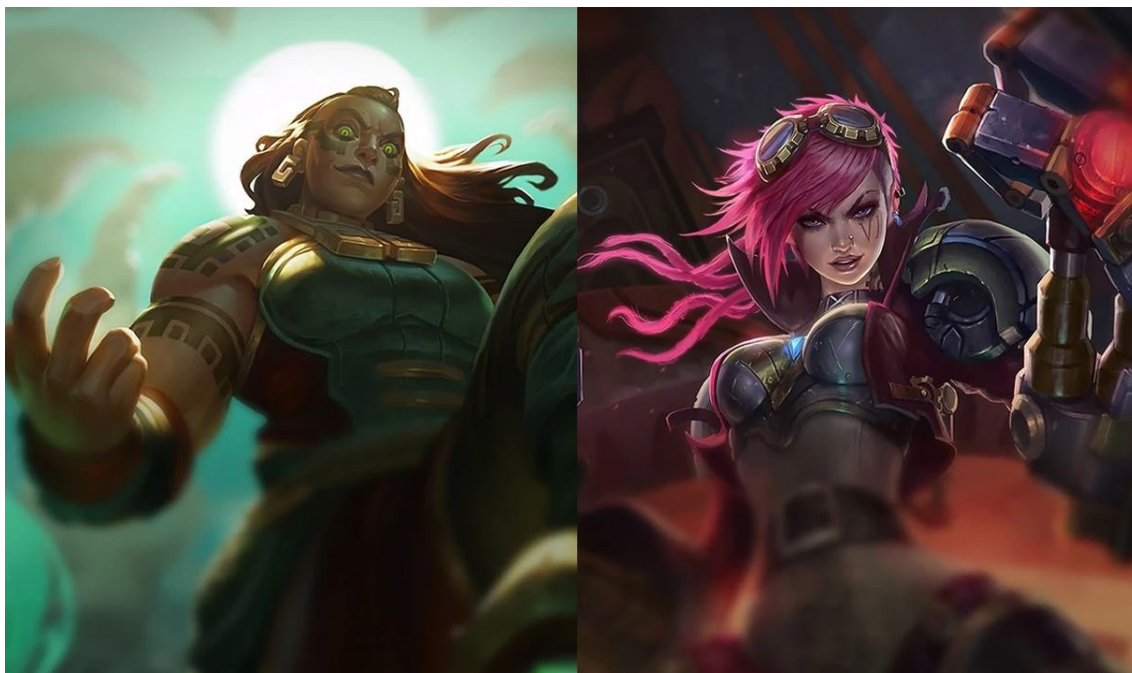
Imagem 8: Da esquerda para a direita, Braum, Gragas e Taric



Fonte: League of Legends

Alguns participantes, porém, fizeram ressalvas positivas, mencionando personagens que não seguem esse padrão. Para Nami, apesar de haverem estereótipos, o League tem uma diversidade considerável nos campeões, com algumas campeãs de visual andrógino e campeões que não seguem exatamente padrões de masculinidade, como Illaoi e Vi, por exemplo. Garen, porém, ressalta que esses designs alternativos impactam na recepção dos campeões: “A Vi sofre preconceito por ter cabelo curto, falam que é menino. Faz ela ser impopular”, disse.

Imagem 9: Illaoi, à esquerda, e Vi, à direita.



Fonte: League of Legends

Para dois entrevistados, a presença difundida de estereótipos no jogo tem a função de atrair e manter o público masculino no jogo. Esse pensamento é em grande medida respaldado pelos achados teóricos, que indicam que a indústria pensa e produz jogos para homens, buscando atender seus interesses. As consequências desse processo são intensamente negativas para as jogadoras, cuja marginalização é influenciada também pela objetificação e sexualização presente no design de mulheres. Mais ainda, a ausência de diversidade de corpos e de representatividade impede a identificação delas com o jogo e prejudica sua experiência como um todo.

A última pergunta da pesquisa indagava aos participantes o que eles consideravam como barreiras à participação de mulheres no League. Dois homens e duas mulheres mencionaram a própria comunidade como barreira, por ser muito masculina e pouco receptiva. Igualmente, dois homens e duas mulheres

mencionaram que ter de esconder seu gênero com *nicknames* neutros é outro impedimento à participação feminina. O machismo presente no League foi mencionado por um homem e três mulheres. A falta de representatividade feminina no jogo e na comunidade foi mencionada por dois homens e uma mulher. Dois homens mencionaram que o fato de jogos, e mesmo a figura nerd, serem associados à figura masculina também se coloca como um impedimento. Zyra mencionou que a imposição da função de suporte sobre mulheres é uma grave barreira. “Só confiam em meninas que jogam de suporte, não confiam quando elas jogam em outras posições. Às vezes queremos ter mais voz ativa, mas nossas *calls*³⁵ não são ouvidas”, disse. Shyvana, num sentido parecido, afirma que o maior problema é a reprovação que pesa sobre mulheres que jogam jogos eletrônicos e o estigma que impede seu aceso. “Se algum dia tivermos uma geração que trate meninos e meninas igualmente, vamos poder avaliar as diferenças reais entre homens e mulheres no jogo”, complementa.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como vimos, são diversas as formas através das quais o sexismo permeia os jogos online, impactando e impondo barreiras à participação efetiva de mulheres nesses contextos. Os estereótipos são um dos principais mecanismos pelos quais esse sexismo se reproduz, agindo sobre a consciência dos jogadores. Eles se manifestam das mais diversas formas, desde simbologias e representações comunicadas pelo design do jogo e de seus personagens até crenças estabelecidas a

³⁵ Calls, em português chamadas, é um termo do jogo que se refere a propor e coordenar uma ação em time. Pode ser usado, por exemplo, quando um jogador sugere, ou faz uma “chamada”, ao time para lutar em determinado momento ou fazer um objetivo. Cabe aos colegas de equipe avaliar a sugestão e segui-la ou não.

respeito de habilidades e aptidões naturais de homens e mulheres. Seus efeitos são graves e diversos, mas convergem no resultado de dificultar a participação feminina.

A socialização virtual é igualmente um grande fator nessa dinâmica. Em muito influenciada pelos estereótipos de masculinidade e feminilidade, a interação entre os jogadores no mundo virtual compartilha traços perversos da socialização humana em carne e osso. Em ambientes anônimos, marcados pela ausência do corpo na comunicação, a violência se infla e segue impune. O “outro” é invisibilizado e maltratado ao ponto da exclusão. A masculinidade é construída num sentido tóxico, enquanto à figura feminina se cobra passividade e submissão.

Assim, mesmo num cenário de expansão da indústria de games e da entrada de cada vez mais mulheres nesse espaço tradicionalmente masculino, a reação do sistema de poder do machismo espanta. Num nível estrutural, ele favorece homens a conseguir empregos e promoções na indústria dos jogos, mantendo o poder decisório em mãos masculinas. No nível das representações simbólicas, transmite mensagens sobre a força masculina e a fragilidade feminina, aprofundando estereótipos. No nível social, cria um ambiente tóxico e violento para mulheres, levando à sua marginalização.

Felizmente, algumas respostas têm sido tomadas. O sexismo nesse universo e a toxicidade dos jogadores têm chamado a atenção e sido reconhecidos por desenvolvedores e pela comunidade. Entretanto, esses não são problemas simples de resolver, e os resultados dessa atenção ainda não são substantivos. A existência de mulheres em papéis de destaque no meio, seja como desenvolvedoras, atletas, jornalistas ou produtoras de conteúdo é um caminho para acelerar esse processo, através da representatividade. Entretanto, as barreiras existentes não apenas dentro do jogo, mas também fora, dificultando sua ascensão nessas carreiras e sua agência dentro dessas estruturas.

Dessa forma, quanto ao propósito deste trabalho, de identificar barreiras à participação feminina no League, acredito que tenha se cumprido. Foi possível diagnosticar os principais problemas enfrentados pelas jogadoras, bem como os mecanismos através dos quais o sexismo se reproduz em diversas estruturas do jogo e da comunidade ao seu redor. Com isso, entretanto, surgem também novas questões. De que forma, por exemplo, seria possível reverter esses mecanismos, tornando o universo *gamer* em um espaço mais igualitário? Mais ainda, como deve se combater a toxicidade, para além das punições quando ocorre e das recompensas por bom comportamento, atingindo suas causas mais profundas? E como combater estereótipos, tão profundamente enraizados nos jogos da sua concepção até a experiência final?

Como tudo relacionado aos jogos eletrônicos, essas questões são todas muito recentes. Assim, é de certa forma esperado que tenhamos mais perguntas do que respostas. A preocupação com esse tema é uma novidade, mas tem crescido relativamente rápido desde que surgiu. Há, portanto, alguma expectativa de novos direcionamentos nesse sentido, ou, pelo menos, de novas tentativas. Os desafios são reais e difíceis, mas com algum esforço acredito que seja possível reduzir o abismo entre homens e mulheres quando o assunto é sentar em frente a uma tela e amassar botões freneticamente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BLOOMBERG. Fueled by WeChat, Female Gamers Power Tencent's \$3 Billion Hit. 2017. Disponível em: <<https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-07-31/fueled-bywechat-female-gamers-power-tencent-s-3-billion-hit>>. Acesso em abril de 2018.

BRYCE, J. & RUTTER, J. Gender dynamics and the social and spatial organization of computer gaming. *Leisure Studies*, 22, pp. 1–15. 2003.

BURCH, A. & WISEMAN, R. The connection between boys' social status, gaming and conflict. In *Game Developers Conference*. 2014. Disponível em: <<http://www.gdcvault.com/play/1020370/The-Connection-Between-Boys-Social>>. Acesso em novembro de 2018.

BURCH, A. & WISEMAN, R. Curiosity, courage and camouflage: Revealing the gaming habits of teen girls. In *Game Developers Conference*. 2015. Disponível em: <<http://www.gdcvault.com/play/1021899/Curiosity-Courage-and-Camouflage-Revealing>>. Acesso em novembro de 2018.

BUCHOLTZ, M. Geek feminism. In S. Benor, M. Rose, D. Sharma, J. Sweetland, & Q. Zhang (Eds.), *Gendered Practices in Language* (pp. 277–307). Stanford, CA: CSLI. 2002.

CARVALHO, J. Jogo das Bolinhas de Gude. *Anuário Antropológico* 87. Editora Universidade de Brasília, Tempo Brasileiro, 1990.

CARVALHO, L.; CAPPELI, C.; SANTORO, F. Sexism and digital games, a brazilian university exploratory research. XVI Simpósio Brasileiro sobre Fatores Humanos em Sistemas Computacionais, Joinville (SC), Brasil. 2017.

CASSELL, J. & JENKINS, H. Chess for girls? Feminism and computer games. In G. Cassell & H. Jenkins (Eds), *From Barbie to Mortal Kombat: gender and computer games* (pp. 2–45). Cambridge, MA: MIT Press. 1998.

CONSALVO, M. et al. Looking for Gender: Gender Roles and Behaviors Among Online Gamers. *Journal of Communication* 59 (2009) 700–725. International Communication Association. 2009.

D'ANASTASIO, C. Inside The Culture Of Sexism At Riot Games. Kotaku. Fevereiro de 2019. Disponível em: <<https://kotaku.com/inside-the-culture-of-sexism-at-riot-games-1828165483>>. Acesso em março de 2019.

DAVIAULT, C. & SCHOTT, G. Looking beyond Representation - Situating the significance of gender portrayal within game play. 2013. In C. C. Carter, L. Steiner, & L. McLaughlin (Eds.), *The Routledge Companion to Media and Gender* (pp. 440–449). Didcot, UK: Milton Park.

DESKINS, T. The effects of video Games on sexism attitudes in males. Senior Honors Theses, 452, Eastern Michigan University. 2015.

DICKEY, M. Girl gamers: the controversy of girl games and the relevance of female-oriented game design for instructional design. *British Journal of Educational Technology*. Vol 37, No 5, pp 785–793, 2006.

DRUMONT, M. Elementos para uma análise do machismo. *Perspectivas. Revista de Ciências Sociais*, vol. 3. UNESP. 1980.

ENTERTAINMENT SOFTWARE ASSOCIATION. Essential facts about the computer and videogame industry. 2018. Disponível em: <http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2018/05/EF2018_FINAL.pdf>. Acesso em fevereiro de 2019.

ESPN. "Dê mais uma chance", diz Riot sobre polêmico evento de 'League of Legends'. Setembro de 2017. Disponível em: <http://www.espn.com.br/noticia/728076_de-mais-uma-chance-diz-riot-sobre-polemico-evento-de-league-of-legends>. Acesso em março de 2019.

_____. 'Worlds': Coreanos mostram que mentalidade e cultura são suas grandes armas. Outubro de 2016. Disponível em: <http://www.espn.com.br/noticia/643003_worlds-coreanos-mostram-que-mentalidade-e-cultura-sao-suas-grandes-armas>. Acesso em março de 2019.

_____. YoDa é punido por fazer comentários ofensivos no Twitter e ficará fora por 3 jogos no MSI. Abril de 2017. Disponível em: <http://www.espn.com.br/noticia/690255_yoda-e-punido-por-fazer-comentarios-ofensivos-no-twitter-e-ficara-fora-por-3-jogos-no-msi>. Acesso em março de 2019.

ESPORTS CHARTS. 2018 World Championship. Disponível em: <<https://escharts.com/tournaments/lol/worlds-2018>>. Acesso em janeiro de 2019.

E-SPORTV. LoL: tockers e Ranger são multados por mau comportamento no jogo. Maio de 2018. Disponível em:

<<https://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/lol-tockers-e-ranger-sao-multados-por-mau-comportamento-no-jogo.ghtml>>. Acesso em março de 2019.

_____. TitaN se vê em nível mecânico "parelho" na Coreia; jogadores da KaBuM explicam diferenças. Setembro de 2018. Disponível em: <<https://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/titan-se-ve-em-nivel-mecanico-parelho-na-coreia-jogadores-da-kabum-explicam-diferencas.ghtml>>. Acesso em março de 2019.

_____. Caçador da KaBuM, Ranger sofre críticas na web por postura tóxica. Janeiro de 2019. Disponível em: <<https://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/cacador-da-kabum-ranger-sofre-criticas-na-web-por-postura-toxica-pseudoprofissional-diz-streamer.ghtml>>. Acesso em março de 2019.

FAHLSTRÖM, J.; MATSON, E. Preventing Toxic Behaviour through Game Mechanics. Department of Game Design, Uppsala University. 2014.

FÓRUM DO LEAGUE OF LEGENDS. Feedback de denúncia com novo texto. Disponível em: <<https://boards.br.leagueoflegends.com/pt/c/comportamento-do-jogador/Lbtnq2Fh-feedback-de-denancia-com-novo-texto>>. Acesso em março de 2019.

FOX, J; TANG, W. Sexism in online video games: The role of conformity to masculine norms and social dominance orientation. *Computers in Human Behavior*, ed. 33. 2014.

GAO, G; MIN, A; SHIH, P. Gendered Design Bias: Gender Differences of In-Game Character Choice and Playing Style in League of Legends. Conference: Proceedings of the Australian Conference on Computer-Human Interaction. 2017.

GAO, G; SHIH, P. Does Platform Matter? A Game Design Analysis of Female Engagement in MOBA Games. Indiana University Bloomington. 2018.

GOODEN, A. & GOODEN, M. Gender representation in notable children's picture books: 1995–1999, *Sex Roles*, 45, 1/2, pp. 89–101. 2001.

GRAY, K. Intersecting oppressions and online communities. *Information, Communication & Society*, 15, pp. 411–428. 2012.

GROOTEN, J. & KOWERT, R. Going beyond the game: Development of gamer identities within societal discourse and virtual spaces. *Loading ...* 9 (14), pp. 70–87. 2015. Disponível em: <<http://journals.sfu.ca/loading/index.php/loading/article/viewArticle/151>>. Acesso em novembro de 2018.

HARVEY-KELLY, D. Sexism in Video Games: Should the Industry Reflect or Lead Society? University of the West of England. 2017.

HARWOOD, J.; ANDERSON K. The Presence and Portrayal of Social Groups on Prime-time Television. *Communication Reports* 15(2): pp. 81–97. 2002.

IGN. Campeões do Gillette Ult, reality show de LoL, são definidos. Dezembro de 2018. Disponível em:
<<https://br.ign.com/league-of-legends/69129/news/campeoes-do-gillette-ult-reality-show-de-lol-sao-definidos>>. Acesso em março de 2019.

JANSZ, J. The emotional appeal of violent video games for adolescent males. *Communication Theory*, 15, pp. 219-241. 2005.

JUUL, J. A casual revolution: Reinventing video games and their players. Cambridge, MA: MIT Press. 2009.

KNIGHTS, D. Organization theory in the age of deconstruction: dualism, gender and postmodernism revisited. *Organization Studies*, 18, 1, pp. 1–19. 1997.

KOU, Y.; GUI, X. Playing with strangers: understanding temporary teams in league of legends, in: Proceedings of the first ACM SIGCHI annual symposium on Computerhuman interaction in play, pp. 161–169. 2014.

KOU, Y.; NARDI, B. Governance in League of Legends: A hybrid system, in: Proceedings, Foundations of Digital Games, pp. 3–7, Fort Lauderdale, FL, USA, 2014.

KOWERT, R., FESTL, R., & QUANDTH, T. 2014. Unpopular, overweight, and socially inept: Reconsidering the stereotype of online gamers. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 17 (3), 141–146

KUZNEKOFF, J., & ROSE, L. Communication in multiplayer gaming: Examining player responses to gender cues. *New Media & Society*, 15, pp. 541-556. 2013.

KWAK H.; BLACKBURN J.; HAN S. Exploring Cyberbullying and Other Toxic Behavior in Team Competition Online Games. CHI 2015, April 18–23 2015, Seoul, Republic of Korea. 2015.

LEA, M.; SPEARS, R. Computer-mediated communication, de-individuation and group decision-making. *International Journal of Man-Machine*, p. 283-301. 1991.

LEA, M.; POSTMES, T.; SPEARS, R. The formation of group norms in computer-mediated communication. *Human Communication Research*, Vol. 26. 2000.

LEA, M.; DE GROOT, D.; SPEARS, R. Knowing me, knowing you: Anonymity effects on social identity processes within groups. *Personality and Social Psychology Bulletin*, vol. 27, n. 5. 2001.

LEONARD, D. "Live in Your World, Play in Ours": Race, Video Games, and Consuming the Other. *Studies in Media & Information Literacy Education*, Volume 3, Issue 4. 1-9. Washington State University. 2003.

LOCKE, B.; MAHALIK, J. Examining masculinity norms, problem drinking, and athletic involvement as predictors of sexual aggression in college men. *Journal of Counseling Psychology*, 52, pp. 279-283. 2005.

LOL GAMEPEDIA. New To League/Gameplay. Disponível em: <https://lol.gamepedia.com/New_To_League/Gameplay/Minions_and_Towers>. Acesso em março de 2019.

MAHALIK, J. et al. Development of the Conformity to Masculine Norms Inventory. *Psychology of Men & Masculinity*, 4, pp. 3-25. 2003.

MAIS E-SPORTS. Tockers e Ranger são punidos pela Riot Games por comportamento tóxico na soloQ. Maio de 2018. Disponível em: <<https://www.maisesports.com.br/tockers-ranger-punicao-riot-toxico-soloq/>>. Acesso em março de 2019.

MAISONAVE, N. Gender in gamer culture and the virtual world. Master's project. Department of communication, Stanford University. 2011.

MCWHERTOR, M.; The League of Legends team of scientists trying to cure 'toxic behavior' online, 2012, October 13. Disponível em: <<http://www.polygon.com/2012/10/17/3515178/the-league-of-legends-team-of-scientiststrying-to-cure-toxic>>. Acesso em janeiro de 2019.

NEWZOO. Mobile Revenues Account for More Than 50% of the Global Games Market as It Reaches \$137.9 Billion in 2018. *Global E-sport Market Report*. 2018. Disponível em: <<https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-137-9-billion-in-2018-mobile-games-take-half/>>. Acesso em novembro de 2018.

_____. Most Popular Core PC Games - Global. Disponível em: <<https://newzoo.com/insights/rankings/top-20-core-pc-games/>>. Acesso em novembro de 2018.

OLIVER, M. & GREEN, S. Development of gender differences in children's responses to animated entertainment. *Sex Roles*, 45, 1/2, pp. 67–88. 2001.

PAAßEN B.; MORGENROTH, T.; STRATEMEYER, M. What is a True Gamer? The Male Gamer Stereotype and the Marginalization of Women in Video Game Culture. *Sex Roles*. 2017. 76(7-8):421-435.

PECK, B.; KETCHUM, P.; EMBRICK, D. Racism and sexism in the gaming world: Reinforcing or changing stereotypes in computer games? *Journal of Media and Communication Studies* Vol. 3(6), pp. 212-220, 2011.

POELS, Y., ANNEMA, J. H., VERSTRAETE, M., ZAMAN, B., & DE GROOFF, D. Are you a gamer? A qualitative study on the parameters for categorizing casual and hardcore gamers. 2012. *Iadis International Journal on www/internet*, 10 (1), 1–16.

PRESCOTT, J. & BOGG, J. The gendered identity of women in the games industry. *Eludamos. Journal for Computer Game Culture*, 7 (1), pp. 55–67. 2013.

PRYOR, J. Sexual harassment proclivities in men. *Sex Roles*, 17 (5-6), pp. 269-290. 1987.

RATAN, R. et al. Stand by your man. in *Games and Culture* vol. 10, no. 5, pp: 438-462. 2015.

RICHARD, G.; HOADLEY, C. M. Investigating a supportive online gaming community as a means of reducing stereotype threat vulnerability across gender. *Proceedings of Games, Learning & Society 9.0*, ETC Press, Pittsburgh, PA, 261–266. 2013.

ROYSE, P., LEE, J., UNDRAHBUYAN, B., HOPSON, M., & CONSALVO, M. Women and games: technologies of the gendered self. 2007. *New Media & Society*, 9 (4), 555–576

SALTER, A.; BLODGETT, B. Hypermasculinity and dickwolves: The contentious role of women in the new gaming public. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56, pp. 401- 416. 2012.

SEGATO, R. La economía del deseo en el espacio virtual: Hablando sobre religión por la internet. Las estructuras elementales de la violencia - 1a ed. - Bernal: Universidad Nacional de Quilmes, 2003.

SHAW, A. Do you identify as a gamer? Gender, race, sexuality, and gamer identity. 2012. *New Media & Society*, 14 (1), 28–44.

_____. On not becoming gamers: Moving beyond the constructed audience. 2013. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, (2).

SHORES, K. et al. The identification of deviance and its impact on retention in a multiplayer game, in: *Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing*, pp. 1356–1365. 2014.

SIOUX, ESPM & BLEND NEW RESEARCH. Pesquisa Game Brasil 2018.

STATISTA. Leading gaming content on Twitch worldwide in May 2018, by number of hours viewed (in millions). 2018. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/507786/leading-game-content-twitch-by-number-hours-viewed/>>. Acesso em novembro de 2018.

_____. Leading gaming markets in Latin America as of October 2017, by gaming revenue. 2018. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/500035/gaming-revenue-countries-latin-america/>>. Acesso em novembro de 2018.

_____. Number of League of Legends monthly active users (MAU) from 2011 to 2016 (in millions). 2016. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/317099/number-lol-registered-users-worldwide/>>. Acesso em novembro de 2018.

_____. League of Legends World Championships prize pool from 2012 to 2017 (in million U.S. dollars). 2018. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/749024/league-of-legends-championships-prize-pool/>>. Acesso em novembro de 2018.

STEELE, C. M. & ARONSON, J. Stereotype threat and the intellectual test performance of African Americans. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69 (5), 797–811. 1995.

SULLYGNOME. League of Legends Twitch stats. Disponível em: <https://sullygnome.com/game/League_of_Legends>. Acesso em 24 de fevereiro de 2019.

SUMMERS, A.; MILLER, M. From Damsels in Distress to Sexy Superheroes. How the portrayal of sexism in video game magazines has changed in the last

twenty years. Pages 1028-1040. *Journal Feminist Media Studies*, Volume 14 - Issue 6. 2014.

SUPERDATA. Worldwide digital games market: April 2018. Disponível em: <<https://www.superdataresearch.com/us-digital-games-market/>>. Acesso em novembro de 2018.

SURRENDERAT20. Summoner's Rift Update Preview. Disponível em: <<http://www.surrenderat20.net/p/summoners-rift-update-preview.html>>. Acesso em janeiro de 2019.

TWITCHSTATS. Ookina playing League of Legends. Disponível em: <<https://twitchstats.net/clip/RoughChillyLeopardBibleThump>>. Acesso em março de 2019.

UOL Esporte. Equipe de League of Legends é acusada de machismo em jogo contra mulheres. Fevereiro de 2019. Disponível em: <<https://esporte.uol.com.br/ultimas-noticias/2019/02/16/equipe-de-league-of-legends-e-acusada-de-machismo-em-jogo-com-time-feminino.htm>>. Acesso em março de 2019.

VAIL, K. GirlWare: software companies are targeting girls but is their marketing on the mark? Online Electronic School. 1997. Disponível em: <<http://www.electronicsschool.com/0697fl.html>>. Acesso em novembro de 2018.

VEJA. Flamengo inova e cria time próprio de League of Legends. Julho de 2017. Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/cultura-lazer/flamengo-inova-e-cria-time-proprio-de-league-of-legends/>>. Acesso em março de 2019.

VERMEULEN, L. et al. Playing under threat. Examining stereotype threat in female game players. *Computers in Human Behavior*, 57, 377–387. 2016.

VOLK, P. League of Legends now boasts over 100 million monthly active players worldwide. *Rift Herald*. 2016. Disponível em: <<https://www.riftherald.com/2016/9/13/12865314/monthly-lol-players-2016-active-worldwide>>. Acesso em fevereiro de 2019.

QUANTIC FOUNDRY. 7 things we learned about primary gaming motivations from over 250,000 gamers. 2016. Disponível em: <<https://quanticfoundry.com/2016/12/15/primary-motivations>>. Acesso em janeiro de 2019.

_____. Beyond 50/50: Breaking Down the Percentage of Female Gamers by Genre. 2017. Disponível em: <<http://quanticfoundry.com/2017/01/19/femalegamers-by-genre/>>. Acesso em abril de 2018.

WILLIAMS, D. A brief social history of video games. In Proceedings of the 2005 DiGRA International Conference: Changing views – Worlds in play. Vancouver, Canada: Digital Games Research Association (DiGRA). 2005. Disponível em: <<http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/06278.32314.pdf>>. Acesso em novembro de 2018.

WILLIAMS, D. et al. Looking for gender: Gender roles and behaviors among online gamers. *Journal of Communication*, 59 (4), pp. 700–725. 2009.

WILLIAMS, D. et al. The virtual census: Representations of gender, race and age in video games. *New Media & Society*, 11 (5), pp. 815–834. 2009.

WINN, J. & HEETER, C. Gaming, gender, and time: Who makes time to play? *Sex Roles*, 61 (1-2), pp. 1–13. 2009.

ANEXO A – QUESTIONÁRIO APLICADO NA ENTREVISTA COM HOMENS

Perfil de jogador

1. Quantos dias por semana você costuma jogar?
2. Nesses dias, por quantas horas joga?
3. Quando você começou a jogar?
4. Como você entrou em contato com o jogo?
5. Qual é seu elo atual?
6. Em qual posição você joga mais?
7. Há alguma posição que você gostaria de jogar mais e/ou aprender a jogar?
8. Qual modo de jogo você joga mais?
9. Qual seu tipo preferido de campeã(o)?

Nível de participação na comunidade

10. Você acompanha as competições nacionais/internacionais de League? Quais?
11. Você conhece jogadoras de alto nível? Quais?
12. Você acompanha produtoras de conteúdo? Quais?
13. Você acompanha algum portal de mídia especializada em games e/ou e-sports?
14. Você faz parte de algum grupo ou acompanha páginas em redes sociais destinados ao League? Quais?

Comportamento e Sentimento

15. O que você mais gosta no jogo?
16. O que você menos gosta no jogo?
17. Você considera que as relações entre jogadores no League são mais positivas ou negativas? Porque? Cite exemplos

18. Você considera que as relações entre jogadores no League são melhores ou piores do que em outros jogos online? Porque? Cite exemplos
19. Como você reage quando membros do seu time estão jogando mal?
20. Você usa o /all? Como você reage quando adversários estão jogando mal?
21. Sendo 0 nunca e 10 sempre que ocorre, com que frequência você reporta conduta negativa no seu time?
22. Sendo 0 nunca e 10 sempre que ocorre, com que frequência você reporta conduta negativa no time adversário?
23. Você considera que o League toma medidas para inibir agressividade dos jogadores? Você considera essas medidas eficazes?
24. No geral, como você considera sua experiência com o League?

Violências

25. Você já foi alvo de thresh talk após uma partida ruim? Cite um caso marcante.
26. Você já foi alvo de thresh talk por motivos além do seu controle (lag, desconexão)? Cite um caso marcante.
27. Você já pensou em parar ou efetivamente parou de jogar devido a esses abusos?

Percepções de gênero

28. Você já pensou que teria menos chance de ganhar após descobrir que um colega de equipe era mulher?
29. Você considera que homens e mulheres têm qualidades e aptidões iguais no lol?
30. Você considera que homens e mulheres têm curvas de aprendizado iguais no lol?
31. Você considera que o design de campeões e campeãs do League é estereotipado em termos de gênero? Quais são os piores estereótipos, na sua opinião?
32. O que você considera como barreiras à participação plena de mulheres no lol?

ANEXO B – QUESTIONÁRIO APLICADO NA ENTREVISTA COM MULHERES

Perfil de jogador

1. Quantos dias por semana você costuma jogar?
2. Nesses dias, por quantas horas joga?
3. Quando você começou a jogar?
4. Como você entrou em contato com o jogo?
5. Qual é seu elo atual?
6. Em qual posição você joga mais?
7. Há alguma posição que você gostaria de jogar mais e/ou aprender a jogar?
8. Qual modo de jogo você joga mais?
9. Qual seu tipo preferido de campeã(o)?

Nível de participação na comunidade

10. Você acompanha as competições nacionais/internacionais de League? Quais?
11. Você conhece jogadoras de alto nível? Quais?
12. Você acompanha produtoras de conteúdo? Quais?
13. Você acompanha algum portal de mídia especializada em games e/ou e-sports?
14. Você faz parte de algum grupo ou acompanha páginas em redes sociais destinados ao League? Quais?

Comportamento e Sentimento

15. O que você mais gosta no jogo?
16. O que você menos gosta no jogo?
17. Você considera que as relações entre jogadores no League são mais positivas ou negativas? Porque? Cite exemplos

18. Você considera que as relações entre jogadores no League são melhores ou piores do que em outros jogos online? Porque? Cite exemplos
19. Como você reage quando membros do seu time estão jogando mal?
20. Você usa o /all? Como você reage quando adversários estão jogando mal?
21. Sendo 0 nunca e 10 sempre que ocorre, com que frequência você reporta conduta negativa no seu time?
22. Sendo 0 nunca e 10 sempre que ocorre, com que frequência você reporta conduta negativa no time adversário?
23. Você considera que o League toma medidas para inibir agressividade dos jogadores? Você considera essas medidas eficazes?
24. No geral, como você considera sua experiência com o League?

Violências

25. Você já foi alvo de thresh talk após uma partida ruim? Cite um caso marcante.
26. Você já foi alvo de thresh talk por motivos além do seu controle (lag, desconexão)? Cite um caso marcante.
27. Você já sofreu com sexismo no League?
28. Você já foi ofendida no jogo após descobrirem que você é mulher?
28. Você já pensou em parar ou efetivamente parou de jogar devido a esses abusos?

Percepções de gênero

29. Você considera que homens e mulheres têm qualidades e aptidões iguais no lol?
30. Você considera que homens e mulheres têm curvas de aprendizado iguais no lol?
31. Você considera que o design de campeões e campeãs do League é estereotipado em termos de gênero? Quais são os piores estereótipos, na sua opinião?
32. O que você considera como barreiras à participação plena de mulheres no lol?