

| JOGOS E CULTURA

TEMA 1 – MULHERES E GAMES: DESAFIOS DA REPRESENTATIVIDADE

Historicamente, as mulheres lutam por igualdade nos diferentes espaços sociais. Em muitas dimensões culturais, a presença feminina é pouco expressiva ou mesmo quase inexistente. O reconhecimento e respeito em relação às mulheres nos videogames é um desafio presente, visto que personagens femininas comumente desempenham papéis carregados de estereótipos e preconceitos.

Assim, o objetivo desse tema é refletir sobre a relação das mulheres e os games (videogames de consoles, jogos para PCs em diferentes plataformas, games boys, jogos disponíveis na internet ou em CDROM), evidenciando os desafios da representatividade feminina nos games, que engloba desde os preconceitos, os estereótipos negativos até a dificuldade de ser aceita/reconhecida como gamer (jogadora).

De saída é importante explicar os termos estereótipo e preconceito. O uso de estereótipos é frequente na sociedade em diferentes culturas, e por sua vez se estendem ao mundo midiático, chegando aos games. Os estereótipos podem se apresentar de diversas maneiras, mas geralmente estão conectados nas relações sociais e culturais desenvolvidas entre nós humanos ao longo dos tempos.

Conforme Fernandes e Bastide (2008, p. 271), o estereótipo pode ser compreendido como “ajustamento de seres humanos em situações sociais que se repetem, isto é, em situações sociais que fazem parte da estrutura social”, portanto, atuam reforçando situações de exclusão e inferioridade de um grupo social em relação ao outro.

Podemos dizer, ainda, que os estereótipos são características atribuídas às pessoas considerando seu pertencimento a uma categoria social ou grupo. Também funcionam a partir da generalização ou homogeneização de valores, geralmente negativos, atribuídos a algumas características de determinados grupos. Na maioria das vezes, os estereótipos são a base para os preconceitos.

No que se refere ao preconceito, Cashmore (2000, p. 438) o define como “um conjunto de crenças e valores aprendidos, que levam um indivíduo ou um grupo a nutrir opiniões a favor ou contra os membros de determinados grupos, antes de uma efetiva experiência com esses”. Os diversos preconceitos e estereótipos têm como consequências desigualdades e exclusões em todas as dimensões da sociedade.

Assim, conforme Cassel e Jekins (1999), apesar de meninos e meninas se interessarem por videogames, é consenso para crianças de ambos os sexos que games são “brinquedos de meninos”. Segundo Agosto (2004), existem várias pesquisas nas quais os resultados apontam que, em diferentes partes do mundo, os games são vistos como brinquedos do universo masculino.

Essa percepção de associar os games ao masculino não é simplesmente uma ideia sem ligação com a realidade, pois mediante pesquisas quantitativas, o número de homens jogadores ainda é majoritário em relação às mulheres. A pesquisa realizada por Krotoski (2004) com mulheres inglesas na faixa etária de 30, 35 anos evidenciou que, nessa faixa, somente 27,2% dos usuários de games são mulheres.

A pesquisa realizada nos EUA pela associação *Entertainment Software Association* (ESA), em 2006, revela que apenas 38% dos usuários de games eram mulheres. Em 2008, pesquisa realizada pela mesma associação mostra que 40% do público *gamer* estadunidense é constituído por mulheres. Outro detalhe revelado pela pesquisa é que os homens jogam por mais tempo e com mais frequência do que as mulheres. Já a pesquisa realizada pela ESA-Canadá, em 2007, evidencia que as mulheres representam 42% dos usuários de *games*, e ainda destaca que 64% dos que iniciam/novos jogadores/as são mulheres.

No Brasil, a pesquisa realizada por Rizzini et al. (2005, citado por Fortim, 2008), mostra que 86,7% dos adolescentes do sexo masculino possuem videogames em casa. Já para adolescentes do sexo feminino, o percentual cai para 58%. Essa mesma pesquisa destaca que o videogame é o equipamento mais encontrado nos lares dos adolescentes (participantes da pesquisa), sendo um dos equipamentos mais citados na pesquisa (54,9%).

Ademais, a pesquisa supracitada mostra que os meninos são os que mais jogam, fato reforçado pela pesquisa de Davis (2002), a qual concluiu que os homens continuam sendo a maioria entre os produtores e consumidores de jogos.

Em 2016, a Pesquisa Game Brasil sinalizou pela primeira vez o público feminino como maioria dos *gamers* no Brasil, destacando também que o consumo de jogos eletrônicos pelo público feminino já ultrapassa o masculino. Esses dados se confirmam em 2017, mostrando o crescente interesse das mulheres por *games*. É importante destacar que o resultado da Pesquisa Game Brasil provocou debates e desconfiças que circularam nas diversas mídias sociais e fóruns especializados sobre *games* na internet. A grande indagação era centrada na

veracidade da informação, isto é, será que havia mesmo aquela quantidade de mulheres *gamers* e será que elas poderiam ser reconhecidas como “verdadeiras *gamers*”?

As mulheres *gamers*/jogadoras participaram da discussão e destacaram o preconceito como um fator difícil de suportar, bem como o assédio constante. Nesse contexto, reside o desafio da representatividade feminina nos *games*, entendida aqui como uma representação que se efetiva mediante participação e protagonismo das representadas. Portanto, nos *games*, a representatividade significa reconhecimento das minorias (mulheres, negros/as, indígenas, LGBT e outros) que rompe com a reprodução de preconceitos e estereótipos.

Conforme Bristot, Pozzebon & Frigo (2017), os personagens nos *games* ainda são majoritariamente masculinos, exercendo papéis de protagonistas com grande destaque. As autoras advertem que personagens femininas sempre estiveram presentes nos *games*, porém a forma de representação não condiz com a diversidade feminina.

Assim, Bristot, Pozzebon & Frigo (2017, p. 865) explicam que as personagens femininas nos *games* muitas vezes são mostradas de forma “hipersexualizada, com seios volumosos, curvas surreais, [...] corpo da mulher coberto por praticamente roupa nenhuma”, situação que expõe a personagem dentro do contexto do jogo de maneira descontextualizada, por exemplo, em jogos que envolvem estratégias de defesa, luta, batalha.

Nesse sentido, Izukawa (2015) destaca que personagens femininas nos *games*, em maior ou menor grau, são representadas de maneira estereotipada, sendo a personagem da donzela em perigo o estereótipo mais frequente e comum nos *games*. No estereótipo da donzela em perigo, uma personagem feminina, geralmente de interesse amoroso do protagonista masculino, é raptada, sequestrada, motivo que dá início a construção do herói.

O desafio da representatividade das mulheres nos *games* de maneira adequada e coerente com as situações exigidas no jogo é permeado por preconceitos e estereótipos. Os papéis desempenhados pelas personagens femininas nos *games* ainda revelam sujeição/submissão aos personagens masculinos, representados como heróis.

Elas ficam à margem da narrativa e da história desenvolvida no decorrer do jogo, portanto, estão amarradas à construção social que impõe e destina quais ações devem ter mulheres como representantes adequadas, isto é, livre de

estereótipos negativos e preconceitos. Por exemplo, no clássico Super Mario e The Legend of Zelda, as personagens femininas são apenas parte motivacional para imersão no jogo.

No que se refere ao preconceito em relação a personagens femininas nos games, podemos citar como exemplo o vídeo do Nintendo “Shii”, produzido por um programa de humos alemão, que mostra como seria uma versão feminina para o vídeo citado. Os jogos mostrados no vídeo revelam as preferências femininas, porém, aprisionada ao lar: lavando roupas, cozinhando, passando roupas, limpando a casa, isto é, desempenhando o cuidado e os afazeres domésticos.

Não se trata de construir um modelo ideal de mulher nos *games*, a questão central aqui foi refletir sobre possibilidades de representação nas quais as mulheres do século XXI possam se identificar. Além disso, procurou-se suscitar reflexão sobre a necessidade de romper com estereótipos negativos e preconceitos sobre as mulheres, ainda muito presentes nos games.

TEMA 2 – JOGOS ELETRÔNICOS E RELAÇÕES DE GÊNERO

Neste tema, o objetivo é refletir sobre situações, comportamentos e atribuições que posicionam mulheres e homens em situações de oposição e desigualdades nos jogos eletrônicos. Trata-se de mostrar que os jogos eletrônicos como mídias interativas estão implicados nas relações de gênero e, portanto, podem continuar reproduzindo personagens femininas conforme os valores sociais e culturais da sociedade.

Relembramos que jogos eletrônicos necessitam de artefatos tecnológicos (computadores, televisões, *tablets*, consoles, celulares, entre outros) para que sua ação se desenvolva. Ainda podemos acrescentar que, para Gularte (2010, p. 25), o jogo eletrônico é "um sistema formal fechado que subjetivamente representa uma extensão da realidade". Assim, os jogos eletrônicos são compostos de elementos objetivos e subjetivos, ainda que a linha que separa objetividade da subjetividade seja quase imperceptível. Conforme Gularte (2010, p. 26):

Adicionar representações subjetivas traz mais interesse e permite o desenvolvimento cultural do indivíduo, e não meramente um vislumbre inicial da capacidade de um jogo imitar fielmente todos os aspectos mecânicos de dirigir um carro, preocupando-se com retrovisores, rotações por minuto, consumo de gasolina, engatar a ré e estancar o carro.

A interação é a característica principal nos jogos eletrônicos, e por isso os *gamers* não são simplesmente espectadores das ações, e sim participantes, que interferem e decidem quais estratégias de jogo são necessárias para alcançar êxito. Assim, podemos inferir que os jogos eletrônicos, por meio da interação e interatividade, produzem e propagam saberes diversos, conforme o contexto cultural.

A relação dos eletrônicos e gênero conecta-se com o espaço sociocultural e suas construções históricas e culturais sobre mulheres e homens. Conforme Hayes (2005, citado por Fortim, 2008), não é coincidência que, durante a infância, muitas meninas não têm acesso aos consoles comprados para os seus irmãos, por se tratar de uma “prática masculina”.

Nesse sentido, nas ciências humanas, gênero se refere à construção social do sexo biológico, é um conceito que diferencia a dimensão biológica da dimensão social, considerando que, na natureza, há feminino e masculino, entretanto, o modo como homens e mulheres participam dos setores sociais (trabalho, esporte, instituições/empresas públicas e privadas, comércio, indústrias) corresponde a um longo aprendizado social e cultural, que ensina e “fixa normas” para cada gênero.

Há uma expectativa social em relação à maneira como homens e mulheres devem viver na sociedade, e isso abrange os jeitos de andar, se divertir, falar, se relacionar, entre outras. Com base nisso, a sociedade inventou e normalizou que mulheres têm menos aptidão do que homens para exercerem profissão na área tecnológica/engenharia/robótica.

Em síntese, com base no pensamento de Guacira Lopes Louro (1997), quando empregamos o termo gênero, estamos nos referindo ao que é socialmente atribuído ao sexo feminino e masculino em determinada sociedade, em cada momento histórico. Segundo a autora:

É necessário demonstrar que não são propriamente as características sexuais, mas a forma como essas características são representadas ou valorizadas, aquilo que se diz ou se pensa sobre elas que vai constituir, efetivamente, o que é feminino ou masculino em uma dada sociedade e em um dado momento histórico. Para que se compreenda o lugar e as relações de homens e mulheres numa sociedade importa observar não exatamente seus sexos, mas sim tudo o que socialmente se constituiu sobre os sexos (Louro, 1997, p. 21).

É nesse sentido que Ivelise Fortim (2008) destaca que a relação das mulheres com jogos eletrônicos está intimamente ligada à relação que elas têm com a tecnologia. A partir de suas pesquisas, a autora salienta que, quanto mais a tecnologia é presente no cotidiano das mulheres, menos obstáculos elas

percebem para jogar, enquanto outras, com pouca ou nenhuma interação tecnológica, consideram o jogo perda de tempo.

A correspondência naturalizada do masculino com a tecnologia provoca uma percepção popular de que jogos eletrônicos são atividades de atribuição masculina. Para Cassel e Jenkins (1998), essa maneira de pensar é perpetuada/transmitida desde a tenra idade, quando no jardim de infância as crianças de ambos os sexos são levadas a acreditar que os videogames são brinquedos mais adequados para meninos.

Ainda, conforme os autores, a concepção em relação aos computadores se diferencia entre meninos e meninas, sendo que os meninos percebem as máquinas como suportes/possibilidades para desenvolver conteúdos vinculados a diversão, enquanto a percepção das meninas é de que as máquinas são úteis para realização de tarefas.

Apesar disso, Cassel & Jenkins (1998) advertem que não se trata de uma aptidão natural/biológica masculina para lidar e se envolver mais com computadores e jogos do que as mulheres, portanto, podemos inferir que se trata de uma construção social, cultural. Na literatura, existem várias explicações derivadas de estudos e pesquisas que nos ajudam a compreender por que os homens ainda são maioria nos jogos eletrônicos através das questões de gênero.

Desse modo, podemos encontrar autores que tomam por base as características biológicas para argumentar sobre o pouco ou nenhum interesse das mulheres por jogos eletrônicos. Para tanto, um dos motivos para esse argumento, conforme Fortim (2008), reside na ideia de que as mulheres têm menos coordenação motora, habilidades viso-espaciais e menos desenvoltura com o *joystick* que os homens.

Apoiada nas concepções de Elisabeth Hayes (2005), Fortim (2008) destaca que os motivos que levam mulheres e homens a jogar não se restringem aos seus sexos biológicos, mas se estendem às dimensões étnicas, raciais, de classe, sociais e culturais de cada um, portanto, não podemos aceitar com naturalidade que fatores biológicos sejam determinantes das preferências masculinas e femininas em relação aos jogos.

Podemos inferir, com base no pensamento dos autores anteriormente citados, que a inserção, participação e interesse das mulheres nos jogos eletrônicos têm a ver com o acesso e contato com novas tecnologias, sem qualquer vínculo com as aptidões biológicas.

TEMA 3 – GAMES, MERCADO/INDÚSTRIA E GÊNERO

O objetivo desse tema é refletir sobre o desenvolvimento dos *games* no contexto industrial, considerando a política de mercado e a participação/inserção do público feminino.

Os *games*, até meados da década de 1980, eram voltados para o entretenimento familiar, com poucos exemplares que sugerissem debates sobre as representações desiguais e estereotipadas entre personagens masculinas e femininas.

A questão do gênero começa a surgir com mais intensidade no momento em que a indústria de jogos eletrônicos nos Estados Unidos entra em crise/recessão. Em 1983, várias empresas vão à falência. É a partir daí que o mercado, visando ao lucro, aposta no desenvolvimento de jogos destinados a um público específico, qual seja, homens jovens, na faixa etária entre 13 a 25 anos.

Mas anterior à crise no mercado dos *games*, pesquisas de marketing realizadas na década de 1980 indicaram que meninos eram maioria nos jogos/*games*, as meninas jogavam, porém em menor quantidade. Em 1985, empresas japonesas entraram no mercado norte-americano de jogos eletrônicos.

A partir daí, os jogos eletrônicos passaram a incluir personagens femininas, porém elas suscitam vários questionamentos quanto ao modo como são representadas. Por exemplo, no jogo Donkey Kong, o protagonista Jumpman (atual “Mario”) tem como objetivo salvar a donzela Pauline (atual Princesa Peach, da franquia Super Mario Bros, de 1986) das mãos do macaco gigante.

Esse jogo pode ser considerado o primeiro jogo a mostrar a fórmula “donzela em perigo”, em que personagens femininas sequestradas, correndo risco de vida, esperam a salvação pelo herói, masculino e protagonista, também na Ms. Pac-Man e no Toki Meki. As características ressaltadas para as personagens femininas eram fragilidade e dependência.

Na metade da década de 1990, a indústria dos jogos eletrônicos começou a pensar no público feminino como consumidor potencial, para tanto, buscou aproximar os jogos do universo feminino, considerando os gostos/preferências consideradas típicas/adequadas ao feminino. Assim, uma variedade jogos com temas considerados femininos foi incorporada ao mercado (troca de roupas, maquiagem, jogos com marca Barbie, jogos de bonecas etc.).

Para Cassel & Jenkins (1988), as empresas de jogos eletrônicos se deram conta de que, para conquistar e manter um público feminino, era necessário investir em um segmento de jogos femininos, entretanto, os jogos desenvolvidos com conteúdos voltados para o público feminino acabaram reforçando estereótipos de gênero e colocando as personagens femininas em posições objetificadas e sexistas.

É nesse contexto que surgiu o segmento *Pink Games* (Jogos cor de rosa), com predomínio de atividades que restringiam a representação das personagens femininas à moda, beleza e tarefas domésticas. Um exemplo disso é o *game* Barbie Fashion Designer, grande sucesso de público, com foco na criação de roupas para bonecas.

Em 1995, a empresa Purple Moon, visando alcançar o público feminino, desenvolve um segmento de jogo que se contrapõe ao *Pink Games*, onde as personagens femininas representavam conteúdos voltados para o interesse das mulheres “mais adultas”. É importante destacar que a empresa Purple Moon se tornou referência, no entanto, essa iniciativa acometeu em outros ramos da indústria de jogos, que no sentido mais amplo, ficou conhecida como *Girls Games Movement* (Movimento de Jogos para Garotas).

Conforme Cassel & Jenkins (2008), o Movimento de Jogos para Garotas focou menos em aspectos de uma pretensa “feminilidade” e buscou construir experiências de jogos com base em questões do cotidiano das mulheres e meninas. Ressaltam que o Movimento de Jogos para Garotas foi o primeiro movimento que se dispôs a pensar e produzir práticas conjuntas entre desenvolvedores/as da indústria de jogos eletrônicos, pesquisadores/as em estudos de gênero e ativistas do movimento feminista.

Conforme Goulart e Hennigen (2014), no início da década de 2000, o Movimento de jogos para Garotas, enquanto uma proposta estruturada com objetivo de desenvolver jogos com personagens femininas para além dos estereótipos, chegou a sua fase final. Um dos motivos foi o desinteresse dos pesquisadores/as em desenvolver jogos nesse segmento, e o segundo talvez mais relevante foi a dificuldade de operar com pequenas empresas no mercado de jogos eletrônicos/digitais. Isso desencadeou o fechamento de muitas empresas com a proposta de *Girl Games Movement*, inclusive a própria Purple Moon.

Ainda segundo Goulart e Hennigen (2014), alguns pressupostos do Movimento de Jogos para garotas se tornaram padrão na indústria dos jogos

eletrônicos/digitais, como a expansão dos conceitos estruturais dos jogos visando possibilidades sociais de resolução de problemas, sendo atualmente uma constante na indústria de jogos eletrônicos.

Nesse contexto, Izukawa (2015) nos propõe uma interessante reflexão. Segundo ela, as empresas que desenvolvem *games*/jogos eletrônicos/digitais se inserem no mercado enquanto existir público consumidor para suas produções. Assim, a representação feminina ou ausência dela não é totalmente de responsabilidade das empresas.

De outra perspectiva, Fortim (2008, p. 4) relaciona o desinteresse das mulheres por *games* com sua ausência dentro da indústria de *games*. Ela destaca que:

Segundo pesquisa realizada pela IGDA (Internacional Games Developers Association), em 2005, as mulheres representam apenas 11,5% dos trabalhadores da indústria dos games, sendo que os homens predominam em todas as áreas relacionadas a criação dos jogos. Por exemplo, na área de criação de roteiros, as mulheres representam 30%, enquanto os homens 70% e quanto ao design, as mulheres representam apenas 10%.

Assim, mediante a maioria masculina na indústria, os *games* seguem atendendo às preferências masculinas, porém as preferências femininas poderiam ser pesquisadas com metodologias mais adequadas e com mais detalhes se de fato houvesse o rompimento com o estereótipo ou preconceito de que “mulheres não jogam”.

TEMA 4 – POR QUE AS MULHERES NÃO JOGAM?

Neste tema, vamos apresentar algumas reflexões sobre os motivos de muitas mulheres não gostarem de jogar. O texto será desenvolvido com base no estudo e pesquisa de Ivelise Fortim, no Brasil considerada uma das referências fundamentais nessa área de estudo.

Assim, conforme Fortim (2015), apresentamos algumas explicações relativas às diferenças de gênero nos *games*.

4.1 Motivos biológicos relacionados às diferenças de gênero

Conforme Fortim (2008), na literatura, existem duas vertentes de pesquisa sobre as diferenças de gênero. Há uma vertente com argumentos que defendem as diferenças biológicas entre homens e mulheres para explicar o menor interesse das mulheres por jogos eletrônicos. Para tanto, destacam que as mulheres têm

menos coordenação motora e visão espacial, e ainda consideram as características biológicas inerentes à natureza de cada sexo, portanto, imutáveis.

Outra vertente de pesquisa apresenta argumentos contrários, pois defende que não são apenas as diferenças biológicas que definem homens e mulheres. É preciso considerar as diferenças de gênero, que são socialmente construídas e que vão regular/normatizar os jeitos de ser homem ou mulher conforme a sociedade e contexto cultural onde estão inseridos.

4.2 Motivos sociais relacionados às diferenças de Gênero

Conforme Fortim (2008), para alguns autores, não é possível considerar somente as características biológicas como responsáveis pelas preferências com relação aos jogos.

Os jogos eletrônicos reforçam a ideia de que são brinquedos masculinos, e dessa forma de saída já afastam o público feminino. Também colabora para o afastamento feminino o imaginário social coletivo de que os homens são mais aptos para lidar com tecnologias, e mais uma vez as mulheres ficam à margem.

Segundo Fortim (2008), pesquisas revelam que os jogos eletrônicos estão estigmatizados/marcados como brinquedos masculinos, e isso é uma barreira para várias mulheres, que não desejam ser percebidas/vistas como masculinizadas.

Pesquisas apontam também que a explicação do desinteresse do público feminino nos jogos tem relação com os estereótipos, atribuídos tanto aos personagens do sexo feminino quanto masculino. Geralmente, as personagens femininas são apresentadas como frágeis e dóceis, enquanto os personagens masculinos são apresentados como guerreiros em ambientes com sangue, vingança, derrota e vitória.

Outra explicação encontrada nas pesquisas feitas por Fortim (2008) sobre a disparidade entre gêneros nos *games* é de que a maioria dos jogos é desenvolvida pela indústria japonesa. Assim, é preciso considerar que no Japão predomina a cultura patriarcal, com percepções em relação às mulheres bem distintas do mundo ocidental. Portanto, os *games* produzidos lá tendem a reproduzir os papéis masculinos e femininos inerentes àquele contexto sociocultural, afastando as mulheres ocidentais.

Outra explicação que pode ser vista como motivo social que reforça o menor interesse de mulheres pelos *games* consiste no fato de que as mulheres

são vistas como estranhas em ambientes públicos de jogos eletrônicos, como *lan houses*, às vezes discriminadas e excluídas. Portanto, a *lan house* funciona como um espaço da hegemonia masculina, um espaço onde mulheres não são bem recebidas.

4.3 Críticas às explicações sobre diferenças de gênero

Conforme Fortim (2008), alguns pesquisadores fazem críticas às concepções que dividem os *games* apenas em questões de gênero. A partir disso, argumentam que os jogadores devem ser pesquisados considerando suas individualidades e contexto sociocultural, pois o que é de interesse de uma adolescente canadense, pode não interessar a uma mulher adulta latina.

A forma como as pesquisas referentes às diferenças gênero e games são realizadas é criticada por alguns autores, com argumento de que é um equívoco tratar/discutir sobre mulheres e meninas na mesma categoria ou como se pertencessem ao mesmo grupo social. Ademais, o questionamento pelo viés da crítica sobre a seguinte questão: por que o público feminino participa nas pesquisas de *games* como uma grande massa indiferenciada?

Conforme Fortim (2008), os autores revelam que as pesquisas até então não conseguiram descobrir o que de fato nos *games* pode interessar as meninas e as mulheres adultas.

Nesse sentido, há pesquisas que destacam que seria mais proveitoso estudar como as diversas jogadoras constroem seu processo de jogar particular, e a partir daí examinar como cada uma delas lida com a questão de gênero, ao invés de se procurar uma “mulher” padrão/modelo que joga. Também há críticas por parte de pesquisas que excluem as mulheres *gamers*/jogadoras e homens que não gostam de videogames. Esses dois grupos possibilitam questionar a concepção de que as preferências por *games* estão estritamente ligadas por gênero.

Assim, conforme Fortim (2008), autores criticam pesquisas que partem da premissa de que as mulheres não gostam de *games* e homens sim, ressaltando a necessidade de aprofundar estudos e questionamentos sobre as diversidades dentro de cada gênero.

TEMA 5 – MULHERES QUE JOGAM: SUAS PREFERÊNCIAS

O objetivo deste tema é evidenciar alguns motivos que suscitam o interesse das mulheres para jogar *games*. É possível inferir, com base na literatura, que existe um público feminino que joga *games* considerados como masculinos, e também alguns autores destacam quais são as preferências femininas em jogos eletrônicos.

5.1 Mulheres jogadoras

Dentre as mulheres *gamers*, há uma minoria que joga os mesmos *games* percebidos como do público masculino, como por exemplo, jogos com cenário de batalha, sangue e competição. Assim, essas mulheres passam a ser chamadas de *mulheres gamers* ou *nerds*, conforme Moita (2007, citado por Fortim, 2008). Tais mulheres também são vistas com masculinizadas ou “lésbicas”. Na concepção da autora, essas mulheres podem ser consideradas aquelas que tentam conquistar o espaço feminino dentro de um espaço estabelecido pela hegemonia masculina.

Para Cassell e Jenkins, (1998), as mulheres também podem encontrar prazer/diversão em jogos voltados aos homens. A pesquisa de Consalvo et al. (2004) releva que as mulheres que fazem uso da tecnologia no seu cotidiano têm mais interesse por jogos do tipo *first shooter person* (FSP, tiro em primeira pessoa) em comparação àquelas que têm pouco ou nenhum acesso à tecnologia. Ainda, conforme a autora, existem aquelas mulheres que preferem RPGs, good games, e aquelas que simplesmente não gostam de jogar, porque identificam o jogo com o masculino.

5.2 Mulheres e as preferências com relação a jogos eletrônicos

Conforme Fortim (2008), a percepção de que as mulheres não gostam de determinados temas quando o assunto é *game* não é recente, visto que a primeira tentativa de desenvolver jogos que caíssem no gosto feminino foi com Pacman, em 1980. Na intenção de agradar o público feminino e as crianças, Toru Iwatani desenvolveu o Pacman, personagem que tem o objetivo de comer durante o trajeto, pois, na sua concepção, mulheres e crianças gostam de comer. Não é possível atribuir o sucesso do jogo a esse motivo, entretanto, foi o primeiro a suscitar o interesse feminino por *games*.

De maneira ampla, a literatura sinaliza pontos de concordância no que se refere à preferência feminina em relação aos *games*, assim, podemos destacar brevemente quais jogos têm maior aceitação pelo público feminino, bem como as críticas. Assim, temos:

- **Cooperação ao invés da competição:** para Agosto (2004), uma das características dos *games* que leva à preferência do público feminino é a cooperação ao invés da competição. Por outra perspectiva, Jenson e De Castell (2008) realizaram uma pesquisa com 100 jovens e teceram críticas às concepções que defendem que as mulheres preferem *games* cooperativos ao invés dos competitivos. Conforme as autoras, a competição sempre está presente de alguma forma, em algum nível do jogo, porém a competição entre as mulheres é mais branda, porém, não perde a característica de competição.
- **Interação social:** uma característica dos *games* que se conecta à preferência feminina por *games* é a possibilidade de interação social. Na concepção de Aquila (2006), o público feminino prefere *games* sem objetivo definido, porém que envolvam uma rede social, por exemplo, Everquest. Krotoski (2004) também reafirma essa concepção destacando que mulheres preferem jogos que permitem o diálogo como outras pessoas, sendo os MMORPGs, um exemplo. A pesquisa da ESA (2008) confirma essa constatação quando aponta que o público feminino representa 47% das jogadoras de RPGs online.
- **Construir ao invés de destruir:** na concepção de Bulley (2005), no jogo de videogame, as garotas estão mais inclinadas no desenvolvimento e criação de coisas do que na destruição ou desconstrução do que existe. Ainda, o público feminino prefere construir comunidades e/ou cidades durante o jogo, em jogos como The SIMS ou SIM City (que imitam o dia cotidiano, o zelo com a família, a administração de uma cidade). Para Krotoski (2004), o público feminino adulto prefere soltar a criatividade no jogo, criando desde animais, pessoas, objetos, construções, isto é, para além de criar coisas, há concepção de proteger, nutrir.
- **Ausência de violência:** há um consenso na literatura de que o público feminino não se interessa por jogos violentos. Conforme Graner Ray (2003) e Agosto (2004), a violência nos *games* se constitui em uma das razões que afastam o público feminino, pois, nas brincadeiras tradicionais do

universo feminino, as atividades lúdicas são voltadas para afetividade, delicadeza, enfim, algo maternal, enquanto para o universo masculino a tradição é estimular a força, a disputa, a desconstrução. Mas Áquila (2007) faz um outro questionamento para essa questão, indagando o que explica a preferência do público feminino, ainda que a minoria, por *games* violentos, destrutivos de ação.

- **Games com foco em histórias:** na concepção de Graner-Ray (2003), o público feminino prefere jogos com estruturas e histórias narrativas ricas. Para Agosto (2004), o público feminino prefere *games* onde há o conflito entre o bem e o mal e jogos focados no desenvolvimento das personagens.
- **Games com foco nos relacionamentos interpessoais:** para alguns autores, dentre eles Agosto (2004), o público feminino prefere *games* focados nos relacionamentos familiares, romances e dramas amorosos.
- **Jogos de raciocínio:** para Krotoski (2004), o público feminino prefere jogos nos quais o raciocínio seja imperativo que se possa desafiar o raciocínio. Também há a preferência por *games* que envolvam mistérios.

REFERÊNCIAS

AGOSTO, D. E. Girls And Gaming: A Summary Of The Research With Implications For Practice. **Teacher Librarian**, v. 31, n. 3, Fev. 2004.

AQUILA, M. S, H. **Videoplay pathways for females**: developing theory. 244 f. Tese (Mestrado em Ciências) – Graduate School of Cornell University, 2006.

BRISTOT, P.; POZZEBON, E.; FRIGO, L. A Representatividade das Mulheres nos Games. **XVI SBGame**. Curitiba, nov. 2017. Disponível em: <<https://www.sbgames.org/sbgames2017/papers/CulturaFull/175394.pdf>> Acesso em: 30 nov. 2019.

BULLEY A. L. **Female Exclusion from Videogames**. Ithaca College. 2005. Disponível em: <www.ithaca.edu/faculty/kgregson/bulley_lit_review_sample.doc+FEMALE+EXCLUSION+FROM+VIDEOGAMES> Acesso em: 30 nov. 2019.

CASSEL, J.; JENKINS, H. Chess for girls? Feminism and Computer Games. In: CASSEL, J.; JENKINS, H. (Orgs.). **From Barbie to Mortal Kombat**: Gender and Computer Games. 1. ed. Cambridge: MIT Press, 1998.

CASHMORE, E. **Dicionário de Relações Étnicas e Raciais**. São Paulo: Selo Negro, 2000.

CONSALVO, M. et al. Women and Games: Technologies of the Gendered Self. **Media & Society**, v. 9, n. 4, p. 555-576. SAGE Publications. 2004. Disponível em: <<http://oak.cats.ohiou.edu/~jl226302/sample.pdf>> Acesso em: 30 nov. 2019.

DAVIS, J. **Male Dominance of Videogame Production and Consumption**: Understanding the Social and Cultural Processes. 2002.

FERNANDES, F.; BASTIDE, R. **Branços e Negros em São Paulo**. São Paulo: Global, 2008.

FORTIM, I. **Mulheres e Games**: Uma revisão do tema. São Paulo: PUC-SP, 2008. 8 p.

GULARTE, D. **Jogos Eletrônicos**: 50 anos de interação e diversão. Editora Novas Ideias. 2010.

GOULART, L. A; HENNIGEN, I. Condições e possibilidades de uma tecnopolítica de gênero/sexualidade. **Estudos Feministas**, Florianópolis, 22. ed., n. 1, (1): p. 416, jan./abr 2014.

GRANER-RAY, S. **Gender-Inclusive Game Design**. Hingham, MA: Charles River Media. 2003.

IZUKAWA. M. **Mulher Entre Espelhos**: Personagens Femininas Customizáveis nos Videogames. 124 f. TCC (Graduação) – Curso de graduação em Design, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

JENSON, J.; DE CASTELL, S. Theorizing gender and digital gameplay: Oversights, accidents and surprises. Eludamos. **Journal for Computer Game Culture**, 2. ed., n. 1, p.15-25, 2008.

KROTOSKI, A. **Chicks and Joysticks**: an exploration of woman and gaming. ELSPA (The Entertainment & Leisure Software Publishers Association). 2004.

LOURO, G. L. **Gênero, sexualidade e educação**: Uma perspectiva pós-estruturalista. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

PESQUISA GAME BRASIL. Disponível em:
<<http://www.pesquisagamebrasil.com.br>> Acesso em: 05 abr. 2017.