

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE DESENHO INDUSTRIAL
CURSO DE TECNOLOGIA EM DESIGN EM GRÁFICO**

JULIA KLUG DE CARVALHO

**#BADLYPLAYED - UM PROJETO CONTRA O ASSÉDIO ÀS
MULHERES NO MUNDO GAMER**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**CURITIBA
2020**

JULIA KLUG DE CARVALHO

**#BADLYPLAYED - UM PROJETO CONTRA O ASSÉDIO ÀS MULHERES NO
MUNDO GAMER**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação, apresentado à disciplina de Trabalho de Diplomação, do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial – DADIN – da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo.

Orientador: Prof. Dr. Marco André Mazzarotto Filho

**CURITIBA
2020**



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Câmpus Curitiba
Diretoria de Graduação e Educação Profissional
Departamento Acadêmico de Desenho Industrial

TERMO DE APROVAÇÃO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO 136

#BADLYPLAYED - UM PROJETO CONTRA O ASSÉDIO ÀS MULHERES NO MUNDO GAMER

por

Julia Klug De Carvalho – 1864335

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado no dia 21 de setembro de 2020 como requisito parcial para a obtenção do título de TECNÓLOGO EM DESIGN GRÁFICO, do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico, do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. O aluno foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo, que após deliberação, consideraram o trabalho aprovado.

Banca Examinadora:

Prof. Erick Renan Kampa (Msc.)
Avaliador Indicado
DADIN – UTFPR

Profa. Claudia Bordin Rodrigues da Silva (Dra.)
Avaliadora Convidada
DADIN – UTFPR

Prof. Marco André Mazzarotto Filho (Dr.)
Orientador
DADIN – UTFPR

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

Dedico este trabalho à todas as mulheres gamers,
que permanecem sendo exemplo de resiliência e
força.

AGRADECIMENTOS

Fundamentais em todas as etapas desse projeto, gostaria de agradecer todas as mulheres gamers que contribuíram ao projeto contando suas histórias e compartilhando suas opiniões. Em especial, gostaria de agradecer à Dominique “Ms. Domination” e Rose “Miss Roosj” que permitiram o uso da imagem delas neste projeto.

Agradeço ao Prof. Dr. Marco Mazzarotto por toda sabedoria e empatia, que me deram sempre luz durante esse caminho.

Minha família e meu amor por sempre incentivarem e apoiarem.

E aos meus amigos, que durante essa trajetória me deram forças para não desistir.

RESUMO

CARVALHO, Julia. **#BadlyPlayed - Um Projeto Contra o Assédio às Mulheres no Mundo Gamer**. 2020. 63 p. Trabalho de Conclusão de Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Curitiba, 2020.

Desde sua criação, os jogos de videogames rapidamente ganharam popularidade e não tardaram em transformar-se em um dos entretenimentos mais comuns na atualidade. A internet aliada aos games criou um ambiente virtual onde facilitou-se interações sociais e jogos cooperativos de acontecerem a grande distância, facilitando também o acesso às mulheres a este mundo anteriormente muito segregacionado. Utilizando ferramentas da metodologia do Design Thinking este trabalho visa a criação de um movimento com plataforma para mulheres gamers relatarem e denunciarem seus casos de assédio e machismo nos jogos online, a fim de trazer visibilidade para esse problema rotineiro, onde não há punição de acordo dos assediadores por parte das grandes empresas de jogos, assim também criando um espaço para diálogo.

Palavras-chave: Games; Mulheres; Empoderamento; Feminismo; Design Thinking; Assédio; Machismo.

ABSTRACT

CARVALHO, Julia. **#BadlyPlayed - A Project Against Women Harassment in The Gamer World**. 2020. 63 p. Trabalho de Conclusão de Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Curitiba, 2020.

Since its creation, the videogames quickly became popular and were not late into becoming one of the most common entertainment nowadays. The internet allied with games created a virtual ambient where social interactions were easier and cooperative games could happen at a great distance, also making women access into this world previously very segregated. Using the tools of the Design Thinking methodology, this project looks forward into creating a movement with a online plataform to gamer women report their harassmnet and sexism cases that happened in online games, with the finality of bringing enlightenment to this usual problem, where there is no punishment of the infractors from the big companies, also creating a space for a discussion.

Keywords: Games; Women; Empowering; Feminism; Design Thinking; Harassment; Sexism.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Metodologia de Design Thinking	15
Figura 2 - Capa do jogo “Barbie Fashion Designer” de 1998	19
Figura 3 - Website #MYGAMEMYNAME.....	20
Figura 4 - Website e-quality4change	21
Figura 5 - Website You Go Girls.....	22
Figura 6 - Website Projeto Sakura	23
Figura 7 - Website Girls Behind The Games	24
Figura 8 - Edital GirlGamer Festival	26
Figura 9 - Foto de divulgação Gamers Club Liga Feminina	27
Figura 10 - Ataques a Cherna em rede social	28
Figura 11 - Time feminino Vaevictis	30
Figura 12 - Tabela comparativa de campanhas	31
Figura 13 - Gráfico de frequência que sofre agressões por parte do sexo masculino em jogos online atingida pela pesquisa feminina	34
Figura 14 - Gráfico de quanto ser agredida incomoda atingida pela pesquisa feminina	34
Figura 15 - Gráfico de como se sente quanto é agredida atingida pela pesquisa feminina.....	35
Figura 16 - Gráfico de caso de hostilidade que mais incomodou.....	37
Figura 17 - Gráfico de frequência de esconder seu gênero por medo de sofrer assédio atingida pela pesquisa feminina na segunda versão	40
Figura 18 - Gráfico do que acha que precisa ser feito para diminuir hostilidades atingida pela pesquisa feminina	41
Figura 19 - Gráfico de frequência que costumam jogar com mulheres atingido pela pesquisa masculina.....	43
Figura 20 - Brainstorming de palavras-chave.....	48
Figura 21 - Opções de naming	49
Figura 22 - Moodboard do projeto	50
Figura 23 - Brainstorm para logomarca do projeto	51
Figura 24 - Logomarca do projeto	52
Figura 25 - Alternativas para logomarca de mulheres gamers do projeto	52
Figura 26 - Alternativas de paletas de cores do projeto	53

Figura 27 - Teste de paletas de cores no site do projeto	54
Figura 28 - Tipografias e paleta de cores escolhidas para o projeto	55
Figura 29 - Ilustrações feitas para o projeto	56
Figura 30 - Visão geral da primeira interface.....	57
Figura 31 - Recorte seção homepage da primeira interface	58
Figura 32 - Recorte seção sobre da primeira interface	59
Figura 33 - Recorte seção histórias da primeira interface	59
Figura 34 - Recorte seção conte sua história da primeira interface	60
Figura 35 - Recorte seção manifesto da primeira interface.....	61
Figura 36 - Mockup primeira interface do website.....	61
Figura 37 - Primeira versão dos posts Instagram histórias.....	62
Figura 38 - Primeira versão dos posts Instagram positividade	63
Figura 39 - Respostas das participantes sobre identificação com o problema de assédio	67
Figura 40 - Justificativas das notas dadas no primeiro protótipo de interface	70
Figura 41 - Pontos gráficos que elas gostaram e não gostaram na primeira interface	73
Figura 42 - Palavras utilizadas pelas participantes para descrever o site	75
Figura 43 - Visão geral da segunda interface.....	77
Figura 44 - Recorte seção homepage da segunda interface.....	78
Figura 45 - Recorte seção sobre da segunda interface.....	79
Figura 46 - Recorte seção histórias da segunda interface	80
Figura 47 - Recorte seção conte a sua da segunda interface	81
Figura 48 - Recorte seção manifesto da segunda interface	82
Figura 49 - Recorte seção contato da segunda interface	82
Figura 50 - Recorte seção manifesto final.....	85
Figura 51 - Mosaico I de posts de denúncia.....	87
Figura 52 - Mosaico II de posts de denúncia.....	88
Figura 53 - Mosaico III de posts de denúncia.....	89
Figura 54 - Mosaico IV de posts de denúncia	90
Figura 55 - Mosaico de posts positivos	91
Figura 56 - Mockup Instagram Badly Played no celular	92
Figura 57 - Mockup Twitter Badly Played no computador	93
Figura 58 - Mockup Facebook Badly Played no computador	94

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
1.1 OBJETIVO GERAL	13
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
1.3 JUSTIFICATIVA.....	14
2 METODOLOGIA	15
2.1 DESIGN THINKING	15
2.2 DESIGN THINKING APLICADO AO PROJETO	16
3. IMERSÃO	18
3.1 HISTÓRIA DAS MULHERES NO VIDEOGAME	18
3.2 ANÁLISE DE SIMILARES	20
3.2.1 Campanhas	20
3.2.1.1 #MYGAMEMYNAME	20
3.2.1.2 e-quality 4change	21
3.2.1.3 You Go Girls	22
3.2.1.4 Projeto Sakura	23
3.2.1.5 Girls Behind the Game	24
3.2.2 Campeonatos femininos de esports	25
3.2.2.1 GirlGamer Festival São Paulo	25
3.2.2.2 Gamers Club Liga Feminina	26
3.2.2.3 Invitational Girl Power	27
3.3 CASOS DE MACHISMO ESPORTS	28
3.3.1 Falta de Patrocínio.....	28
3.3.2 Vaevictis Esports	29
3.4 COMPARATIVO	30
3.5 PESQUISA COM MULHERES GAMERS	32
3.5.1 Perfil.....	32
3.5.2 Frequência de xingamentos e quanto são incomodadas	33

3.5.3 Casos.....	36
3.5.4 Medo de jogar sozinha	39
3.5.5 O que deve ser feito para diminuir a hostilidade?	40
3.5.6 Conclusões	41
3.6 PESQUISA COM HOMENS GAMERS.....	42
3.6.1 O que deve ser feito para diminuir a hostilidade?	44
3.6.2 Conclusões	45
4. SÍNTESE	46
4.1 O PROBLEMA E OBJETIVOS	46
4.2 PÚBLICO-ALVO	47
4.3 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO.....	47
5. IDEAÇÃO.....	48
5.1 NAMING	48
5.2 MOODBOARDS	49
5.3 LOGO	51
5.4 PRIMEIRO LAYOUT PARA O WEBSITE.....	53
5.4.1 Alternativas de paletas de cores.....	53
5.4.2 Tipografia e paleta de cor	55
5.4.3 Criação de ilustrações e patterns	55
5.4.4 Interface.....	57
5.4.5 Postagens para Instagram.....	62
6. PROTOTIPAÇÃO E FEEDBACK	64
6.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	64
6.2 FEEDBACK DE USABILIDADE.....	65
6.3 CONCLUSÕES DA ENTREVISTA	75
7. SEGUNDA PROTOTIPAÇÃO E FEEDBACK	77
7.1 FEEDBACK DE USABILIDADE.....	83
7.2 MANIFESTO	85
8. REDES SOCIAIS	86

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS	95
REFERÊNCIAS.....	97
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO FEMININO DE IMERSÃO	102
APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO MASCULINO DE IMERSÃO E RESULTADOS	118
APÊNDICE C - ROTEIRO DE USABILIDADE	125

1. INTRODUÇÃO

Desde sua criação os videogames ganharam popularidade exponencialmente em todas as gerações seguintes. Alinhando-se ao barateamento e suporte das tecnologias, a criação de games é um segmento que cresceu aproximadamente 164% no Brasil (OJIMA e FORTI, 2018).

Segundo dados coletados através de pesquisas, o Brasil se encontra no décimo terceiro lugar mundial no mercado de games e existem aproximadamente 75,7 milhões de players brasileiros (LARGHI, 2019). Destaca-se o fato que 58,9% do público consumidor de games eletrônicos são pessoas do gênero feminino, apontando que as mulheres são a maioria consumidora deste segmento (GAME BRASIL, 2019).

As mulheres consomem e ocupam grande parte deste mercado e mesmo assim são hostilizadas apenas pelo fato de serem mulheres e estarem jogando (GUGELMIN, 2014). Casos de hostilidade e impunidade aparentam andar de mãos dadas e são recorrentes. Sendo assim, frente a essa realidade, como chamar atenção para esta impunidade e reduzir a hostilidade às mulheres no mundo gamer?

1.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo geral deste trabalho é desenvolver uma estratégia de comunicação para empoderar mulheres e diminuir a hostilidade no mundo gamer, criar uma rede de denúncias para abrir um espaço de diálogo e reflexão sobre o tema.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar um panorama do universo gamer no Brasil
- Analisar o local que mulheres ocupam neste universo
- Coletar relatos de assédio de mulheres gamers

- Refletir sobre o motivo que mulheres são hostilizadas
- Desenvolver um projeto visando empoderar mulheres utilizando ensinamentos do Design Thinking e Human Centered Design
- Criar uma rede de denúncia para dialogar sobre o problema de machismo no mundo gamer

1.3 JUSTIFICATIVA

Mesmo sendo a maioria consumidora dos games com 58,9% (GAME BRASIL, 2019) denota-se muita hostilidade no mundo virtual às mulheres, onde muitas precisam se esconder atrás de nomes neutros ou performatizando o gênero masculino, para simplesmente não serem perturbadas por jogadores do sexo masculino (MY GAME MY NAME, 2017) e como reflexo disso é a recorrência de relatos de assédio neste meio.

As mulheres colaboradoras em empresas de desenvolvimento de games correspondem a apenas 20,7% da indústria no Brasil (OJIMA e FORTI, 2018). Foi feita uma análise nos grandes blockbusters (jogos bem-sucedidos comercialmente) sobre a ausência de personagens femininas com papéis principais nos jogos, em 2012 de 669 títulos menos de 300 possuíam a opção de se jogar com uma personagem feminina, destes 300 apenas 24 possuíam mulheres como personagem principal (CHAMBERS, 2012).

Quando há a presença de personagens femininas a maneira que são representadas frequentemente são hipersexualizadas com formas exageradas e irrealistas de modo depreciativo com poucas roupas (POLIANSKAYA, 2019). O design pode ser uma ferramenta para manutenção do machismo no mundo dos jogos, mas assim como pode perpetuá-lo, usá-lo de outra forma pode ajudar a reduzi-lo de forma efetiva.

2 METODOLOGIA

2.1 DESIGN THINKING

Para a realização do projeto foi escolhido o método de Design Thinking conforme proposto por David Kelley e Tim Brown. Esta metodologia tem como diferencial a forma de abordagem aos problemas, “uma abordagem focada no ser humano que vê na multidisciplinaridade, colaboração e tangibilização de pensamentos e processos, caminhos que levam a soluções inovadoras”.

A metodologia do Design Thinking se baseia em 6 etapas, as quais são representadas na figura abaixo:

Figura 1 - Metodologia de Design Thinking



Fonte: Design Thinking: Inovação em Negócios (2012)

A etapa de Imersão Preliminar é o primeiro passo para o desenvolvimento da metodologia do Design Thinking, tem como principal finalidade delimitar o projeto, identificar os perfis dos usuários, apontar áreas de interesse para serem exploradas com mais detalhamento na fase de Imersão em Profundidade, a qual baseia-se em aproximar-se do contexto do problema pessoalmente, através de entrevistas, sessões.

Após a coleta dos dados na etapa de Imersão, segue-se dando continuidade ao projeto aplicando ferramentas auxiliaadoras para a Análise e Síntese da informação que foi agrupada anteriormente, nesta etapa se preza em encontrar clareza e melhor entendimento do problema para então prosseguir com o projeto.

Com essa análise profunda do problema se dá continuidade ao projeto na etapa de Ideação, que assim como explicita o nome, se trata do momento em que é realizada a projeção de ideias inovadoras para a resolução do problema em questão. Nesta fase

se preza pela interdisciplinaridade e multidisciplinaridade, onde especialistas de diferentes áreas auxiliam na criação de uma solução próspera.

Prossegue-se para a etapa de Prototipação que é a materialização e validação das ideias propostas na etapa de Ideação, ou seja, de grande importância pois é a fase de Prototipação do projeto que ocorrem os feedbacks os quais auxiliam a realizar ajustes para refinamento. Nesta fase é normal voltar em algumas das etapas anteriores para melhorar o projeto, o importante é identificar pontos falhos.

O Design Thinking trata-se de uma ferramenta poderosa e mostra em sua natureza flexibilidade e ciclicidade, pois permite certa liberdade em seu uso não sendo necessário segui-lo linearmente mesmo que assim seja apresentado. Por exemplo, um projeto pode ser iniciado na fase de Prototipação e então Imersão. Desta forma, o uso desta metodologia foi adaptada às necessidades e viabilidade do projeto.

2.2 DESIGN THINKING APLICADO AO PROJETO

A metodologia utilizada foi a do Design Thinking pela sua flexibilidade e métodos de aproximação ao problema, sendo assim, iniciou-se o projeto na fase de Imersão e foi realizada uma pesquisa exploratória para situar-se quanto à dimensão do problema apresentado. Foram feitas análises de notícias, campanhas, e artigos sobre o tema.

Em seguida, para entender de fato as reais necessidades dessas mulheres gamers realizou-se um questionário com elas, para além do propósito de validação de um problema existente, realizar uma aproximação à realidade dessas mulheres.

A etapa de Imersão Profunda segundo Vianna (2012) consiste em um mergulho a fundo no contexto de vida dos atores e do assunto trabalhado, dessa forma, foram realizadas observações do momento em que essas mulheres estavam jogando, etapa que foi muito frutífera para validar o problema.

Após a imersão, a etapa de análise e síntese vieram seguidas, onde primeiramente após analisar os dados coletados, foi posto como objetivo pensar em uma maneira de dar visibilidade à impunidade de comportamento tóxico no mundo dos jogos virtuais, fato mais comentado pelas mulheres gamers nas etapas de imersão.

Em seguida, após um brainstorm com algumas mulheres gamers via conversa no aplicativo Discord, se iniciou a fase de ideação, onde foi decidido que o projeto seria feito no âmbito virtual, até por conta de sua natureza. Inicialmente foi comentado em criar um instagram para expor casos, o que resultou na ideia em criar um site para expor casos de assédio nos games voltado às mulheres, que também existiria em todas as redes sociais mais famosas.

Com a fase de ideação decidida se iniciou a prototipação, fase muito importante para o projeto pois trata-se de uma forma ágil de abandonar alternativas que não são bem recebidas e auxiliam na identificação de uma solução final mais assertiva (VIANNA, 2012). Dessa forma, foi elaborado um layout de uma plataforma para a coleta de histórias de mulheres que passaram por assédio no mundo gamer.

Essa plataforma foi testada e corrigida inúmeras vezes após receber o feedback de mulheres gamers, principais colaboradoras deste projeto. Por conta das circunstâncias do COVID-19 essas conversas e testes foram realizados virtualmente no aplicativo Discord, seguindo um roteiro criado baseado nas recomendações de usabilidade de Steve Krug (2014).

3. IMERSÃO

3.1 HISTÓRIA DAS MULHERES NO VIDEOGAME

Desde os primórdios da indústria dos jogos, os fliperamas eram lotados de jogos de ficção científica, jogos de corrida e jogos de esporte voltados a atrair um público adolescente do gênero masculino, o foco neste público persistiu com os primeiros consoles e jogos de computador (VERMEULEN, 2011).

Como uma reação contrária a essa crença que jogos eram apenas coisas de garoto, houve nos anos 90 um movimento que visava criar videogames voltados às mulheres, porém existia o medo de investir num mercado incerto. Em uma conversa entre um executivo de uma companhia jogos de computador e Sheri Granier da HeR Interactive o executivo afirmou: “Eu tenho mais jogadores canhotos do jogadoras do sexo feminino e eu não faço jogos para pessoas canhotas. Por que eu deveria fazer jogos para você?” (CASSEL, 1998).

Os primeiros contatos das mulheres aos jogos foi mais tardia e lenta em comparação à masculina, pesquisadores se esforçaram em descobrir as preferências das jogadoras em comparação com os jogadores do sexo masculino para assim tentar realizar uma aproximação desse potencial público que estava crescendo exponencialmente (VERMEULEN, 2011).

Por mais que existissem algumas companhias pequenas que procuraram produzir títulos interessantes para mulheres, como a HeR Interactive, foi apenas em 1997 com o lançamento do jogo “Barbie Fashion Designer” e seu grande sucesso que as grandes companhias começaram a ver que de fato existia potencial um mercado feminino. Mesmo com enorme sucesso, “Barbie Fashion Designer” se tratava de um jogo com uma visão estereotipada do que ser menina significava, dessa forma, não foi visto como um jogo de grande contribuição no empoderamento de meninas gamers (CASSEL, 1998).

Vale lembrar que houve uma onda denominada “Pink Games”, esse fenômeno tratava-se desta criação de jogos que eram visados quase que estritamente ao público feminino, carregado de estereótipos de gênero (MATHUR, 2016). Essa estratégia de

Pink Game foi aplicado em vários produtos sendo o pioneiro deles, Ms. PacMan de 1981 para Atari, uma versão para meninas do famoso jogo PacMan.

Figura 2 - Capa do jogo “Barbie Fashion Designer” de 1998



Fonte: Wikipedia (2019)

Alguns autores dizem que o contexto é parcialmente culpado pela ausência das mulheres no mundo gamer no início, por exemplo, as LAN parties são um espaço geralmente dominado pelo gênero masculino, fazendo com que as poucas mulheres que participam dessas atividades se destaquem por conta de sua “raridade”. Na esfera doméstica essa dominância de gênero é menor, mas ainda existe, no entanto, no espaço de jogos virtuais online existe a oportunidade de mulheres anonimamente (ou não) competirem contra homens sem limitações de gênero (VERMEULEN, 2011).

Mesmo com a possibilidade das mulheres se inserirem mais facilmente, não se pode negar que esses espaços virtuais também estão sujeitos às dinâmicas de gênero, onde a realidade são jogadores do gênero masculino muitas vezes inclinados a tentar flertar ou constranger jogadoras, assim como a crença de que homens e mulheres devem preencher certos papéis (VERMEULEN, 2011).

3.2 ANÁLISE DE SIMILARES

Existem algumas campanhas voltadas à inclusão de mulheres no mundo do esports, assim como campanhas conscientizadoras contra o machismo muito presente neste meio dos games. A seguir serão apresentadas as principais.

3.2.1 Campanhas

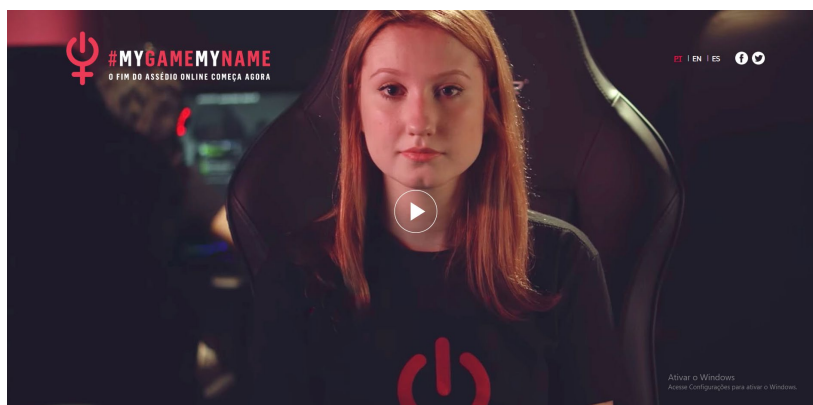
3.2.1.1 #MYGAMEMYNAME

O #MYGAMEMYNAME é uma campanha com criação da empresa Vivo conjuntamente com a Wonder Woman Tech datada de 2018. Essa campanha teve como problemática a realidade de muitas mulheres, as quais se escondem atrás de *nicknames* masculinos ou neutros para evitar o assédio online.

Convidaram-se alguns homens conhecidos no mundo gamer para fazer um teste de jogar com *nickname* feminino para ver o que aconteceria, o resultado foi padrão, todos sofreram assédio. Além disso o site possui vários relatos de jogadoras de games que foram assediadas.

Seu maior impulsionamento foi o uso da *hashtag* que a nomeia, a qual a tradução significa “Meu Nome, Meu Jogo” e empodera as mulheres ao incentivar o uso do *nickname* que quiserem, sem medo de ter que esconder-se atrás de um *nickname* neutro ou masculino.

Figura 3 - Website #MYGAMEMYNAME



Fonte: My Game My Name (2019)

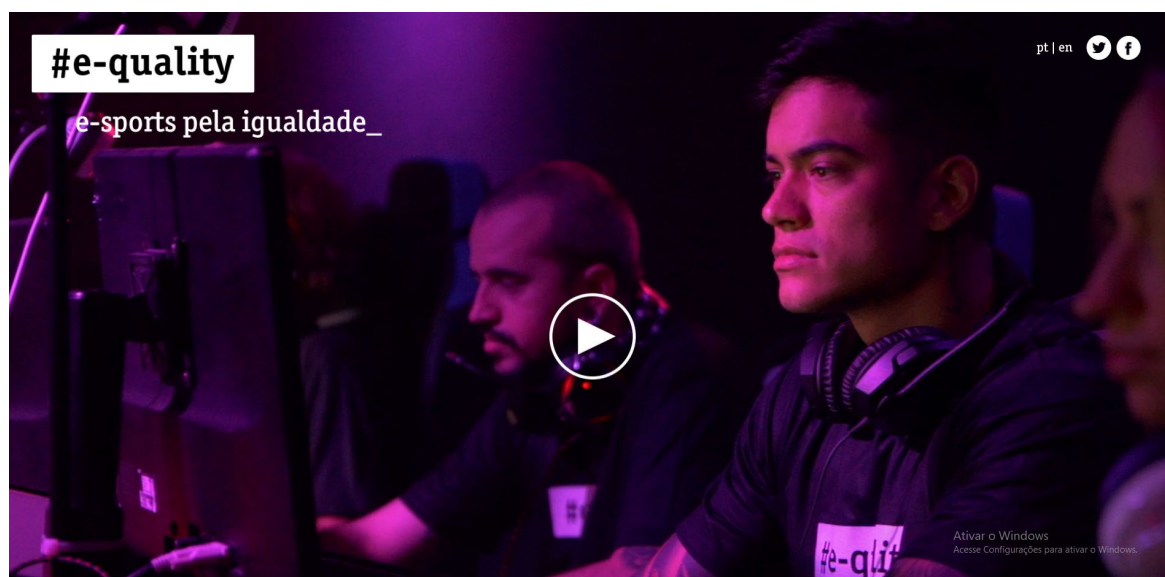
3.2.1.2 e-quality 4change

Essa iniciativa foi criada pela empresa Vivo conjuntamente com a Gamers Club no ano de 2019. Seu nome traduzido significa “e-qualidade para a mudança” e trata-se sobre a desigualdade salarial entre homens e mulheres, onde homens ganham aproximadamente 32% a mais que mulheres (Fórum Econômico Mundial, 2018).

A ação se realizou convidando para um jogo nomes conhecidos do cenário competitivo do game Counter-Strike, porém não foi alertado que um dos times ganharia 32% a menos de dinheiro a cada rodada, fato que causou grande impacto na performance do jogo, pois o outro time conseguia sempre comprar artefatos muito melhores.

Teve como objetivo a conscientização da luta feminina no mercado de trabalho, que também acontece no mundo do esports.

Figura 4 - Website e-quality4change



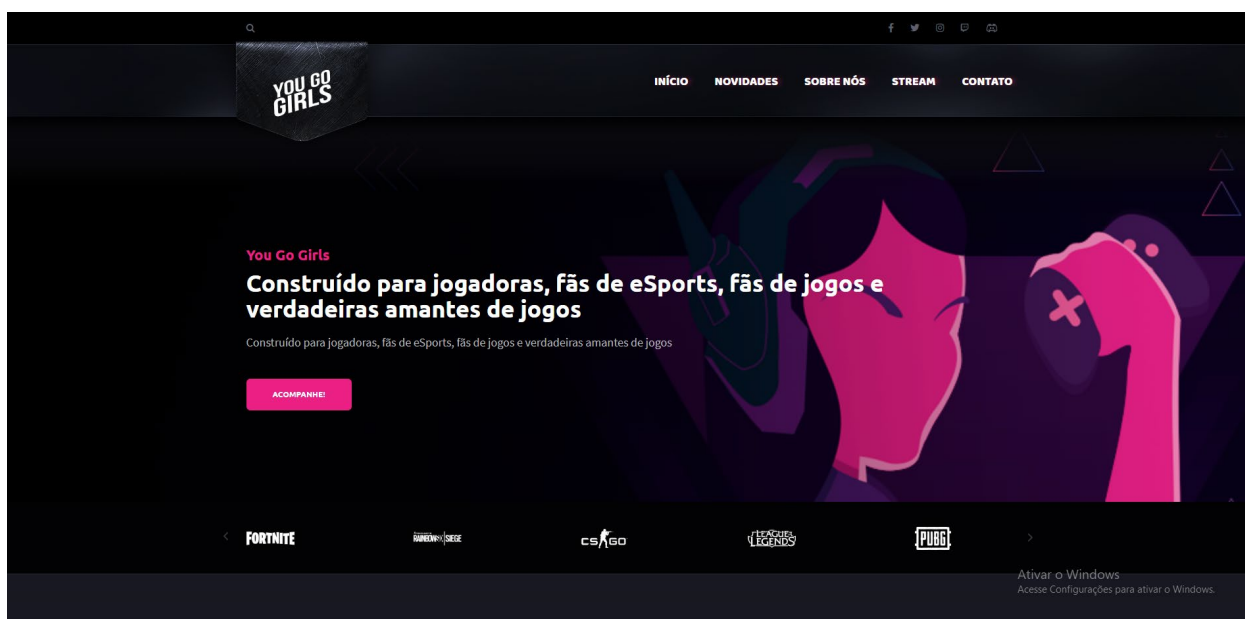
Fonte: e-quality (2019)

3.2.1.3 You Go Girls

Outra plataforma brasileira que tem como objetivo o empoderamento feminino é a You Go Girls, que traduzindo significa algo semelhante com “Vá em frente, garotas”, fundado por Nayara Dornelas feminista e gamer o portal conta com entrevistas, notícias, inspirações, campeonatos, e mais.

Dornelas faz uma breve apresentação que demonstra seus objetivos com a You Go Girls: “Tem a proposta de realizar o que toda garota sonha: ser reconhecida dentro dos jogos online. Criamos o site para que fosse primeiramente, um acolhimento à todas mulheres que são envolvidas no mundo virtual e se sentem, de alguma forma, oprimida pela comunidade.” (YOU GO GIRLS, 2019).

Figura 5 - Website You Go Girls

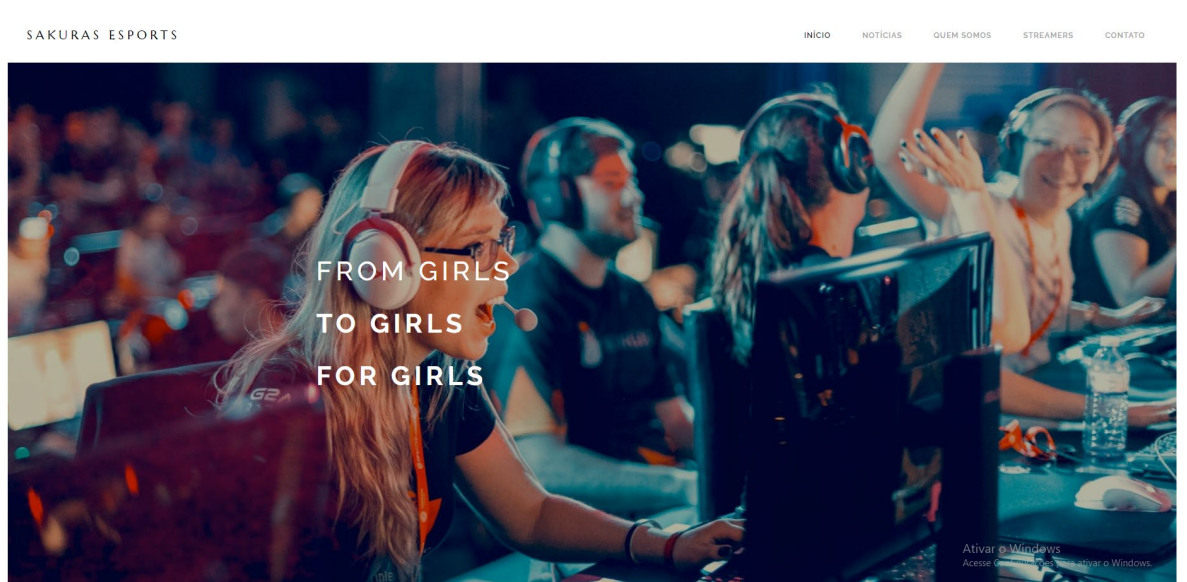


Fonte: You Go Girls (2019)

3.2.1.4 Projeto Sakura

O Projeto Sakura foi criado por Juliana “Moondded” Alonso e tem o objetivo também de impulsionar as mulheres jogadoras a entrar no mundo do cenário competitivo. Este projeto começou inicialmente apenas como um grupo de Whatsapp para reunir mulheres para jogarem juntas, Moondded em entrevista disse “Queremos criar um ambiente seguro, onde as mulheres se sintam à vontade e se deem conta de que não são ‘poucas’ dentro desse meio, como muitos insistem em dizer. Nós podemos e queremos ajudar umas às outras” (MAIS ESPORTS, 2019).

Figura 6 - Website Projeto Sakura



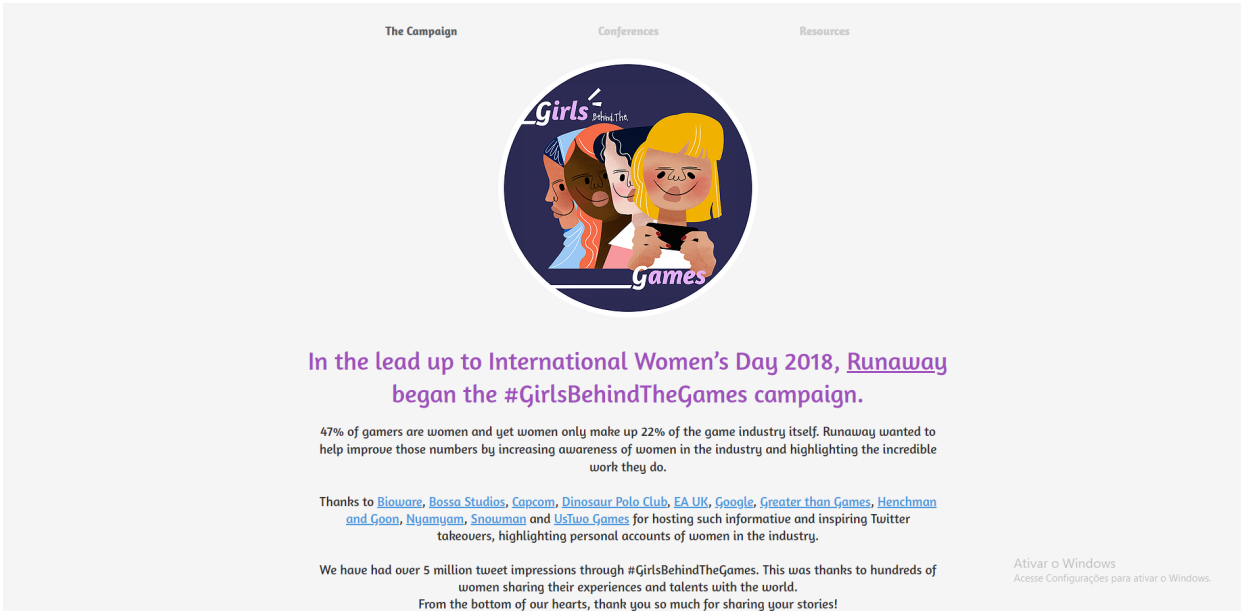
Fonte: Projeto Sakura (2029)

3.2.1.5 Girls Behind the Game

Trata-se de uma campanha internacional criada pela Runaway de incentivo às mulheres na indústria de videogames, é um portal que divulga premiações, bolsas escolares, programas e campanhas que empoderam mulheres, incentivam ao estudo e suas carreiras no mundo de desenvolvimento de games.

O site traz a informação que 47% dos jogadores são mulheres e ainda apenas 22% fazem parte da indústria de jogos, portanto possui como um dos seus objetivos aumentar essas estatísticas, também exaltar o trabalho incrível já existente das inseridas nessa indústria (GIRLS BEHIND THE SCENES, 2018).

Figura 7 - Website Girls Behind The Games



The Campaign Conferences Resources

Girls Behind The Games

In the lead up to International Women's Day 2018, [Runaway](#) began the #GirlsBehindTheGames campaign.

47% of gamers are women and yet women only make up 22% of the game industry itself. Runaway wanted to help improve those numbers by increasing awareness of women in the industry and highlighting the incredible work they do.

Thanks to [Bioware](#), [Bossa Studios](#), [Capcom](#), [Dinosaur Polo Club](#), [EA UK](#), [Google](#), [Greater than Games](#), [Henchman and Goon](#), [Nyamyam](#), [Snowman](#) and [Ustwo Games](#) for hosting such informative and inspiring Twitter takeovers, highlighting personal accounts of women in the industry.

We have had over 5 million tweet impressions through #GirlsBehindTheGames. This was thanks to hundreds of women sharing their experiences and talents with the world.

From the bottom of our hearts, thank you so much for sharing your stories!

Ativar o Windows
Acesse Configurações para ativar o Windows.

Fonte: Girls Behind The Games (2019)

3.2.2 Campeonatos femininos de esports

3.2.2.1 GirlGamer Festival São Paulo

Trata-se de um circuito de competições de esports exclusivamente feminino, reunindo as modalidades competitivas dos jogos League of Legends e Counter-Strike. Já teve no total seis edições, sendo que a primeira aconteceu em 2017.

Em Outubro de 2019, São Paulo recebeu a primeira edição brasileira do GirlGamer Festival, que foi organizado pela BBL (Bad Boy Leeroy) referência em esports no Brasil.

No entanto, esse festival gerou polêmica no cenário feminino pois algumas jogadoras participantes relataram que a BBL possuía regras constrangedoras, que forçavam as mulheres provarem que são mulheres mesmo, em notícia sobre o ocorrido relata-se que o festival conta com regras abusivas, misóginas e transfóbicas - como o uso de software de reconhecimento facial e requerimento de laudo médico para mulheres transexuais (NOGUEIRA, 2019).

O festival obrigava o uso do PlaysTv, um software que grava a tela do computador das participantes. Além de afetar a performance dos jogos o requerimento do uso dele mostra a descrença do festival à habilidade das jogadoras, Giovanna "Hetza" de Moraes diz: "É uma forma indireta de dizer que se uma garota está jogando bem, ela precisa provar que é ela jogando. Parece um discurso do tipo "mulher não sabe jogar"". O uso desse software em competições não é tão comum (NOGUEIRA,2019).

Houve relatos também de transfobia no regulamento do festival, em primeiro edital para inscrição havia uma cláusula em que afirmava que mulheres com cromossomo XX poderiam se inscrever tranquilamente, já mulheres com cromossomo XY poderiam ser inscritas apenas após uma grande burocracia envolvendo até mesmo laudos médicos que confirmariam tratamento hormonal.

Figura 8 - Edital GirlGamer Festival

-
- Para ser elegível para a competição as jogadoras devem ter mais de 16 anos e ter cromossomos XX. Alternativamente, a seu próprio custo, as jogadoras podem reivindicar a elegibilidade segundo a regra do Tribunal de Arbitragem do Esporte (CAS) para condições de 46 XY DSD, e devem comprovar sua reivindicação antes da apreciação e acatar o [regulamento da CAS](#). Todas as questões relacionadas à elegibilidade devem ser encaminhadas ao departamento jurídico em juridico@bbl.gg.
-

Fonte: Versus (2019)

Além de tudo isso, na edição de São Paulo em 2019 foi informado que as vencedoras de cada mobilidade seriam convidadas a disputar na final mundial em Dubai, nos Emirados Árabes, país conhecido por possuir políticas rígidas e por ser um dos locais mais perigosos para transexuais. Causou preocupação às participantes por conta de seus costumes culturais, não há muito sentido promover este festival em um país que possui intrinsecamente costumes machistas e misóginos.

3.2.2.2 Gamers Club Liga Feminina

Fundada em 2015, a Gamers Club é atualmente uma das maiores empresas de desenvolvimento da comunidade de esports do Brasil, com foco no Counter-Strike: Global Offensive. A Gamers Club fornece servidores próprios, organizando competições com variados prêmios e seu próprio anticheat para garantir que não aconteçam trapaças.

Entre suas variadas ligas competitivas criadas existe a Liga Feminina, que antigamente sua premiação eram apenas regalias em jogo, porém, em 2019 pela primeira vez foi estabelecido que a Liga Feminina haveria premiação em dinheiro para as vencedoras, assim como é feita na liga patrocinada pela Dell que é mista em teoria.

A Gamers Club ficou famosa pela qualidade de seus servidores e seu incentivo no cenário competitivo do Counter-Strike que abriu portas para vários times novos, a Liga Feminina bateu o recorde de equipes participantes em 2019, com no total de 18 times inscritos (JUNIOR, 2019). Todas do gênero feminino em seus documentos sociais oficiais podem se inscrever.

Figura 9 - Foto de divulgação Gamers Club Liga Feminina



Fonte: GamersClub (2020)

3.2.2.3 Invitational Girl Power

A Invitational Girl Power é um Campeonato de Counter-Strike feminino organizado pela Game Culture, agência de aproximação comercial especializada em esportes e games responsável, também, pelo torneio misto Gaming Culture Invitational (ROZENDO, 2020). O campeonato teve sua primeira edição em 2020, contou com oito equipes femininas, e com a premiação em dinheiro de 10 mil reais.

3.3 CASOS DE MACHISMO ESPORTS

3.3.1 Falta de Patrocínio

Danielle "Cherna" Andrade jogadora profissional de Rainbow Six: Siege, foi indicada na categoria de melhor atleta em uma premiação brasileira de bastante importância no universo dos esports, inclusive, foi a única mulher indicada. Mas Cherna relata que por conta disso sofreu diversos ataques machistas que questionavam suas habilidades, inclusive dizendo que foi indicada apenas por ser mulher. Além disso, a atleta, que é negra, também sofreu ataques racistas. (FOLHA PE, 2019)

Figura 10 - Ataques a Cherna em rede social



Fonte: Sportv (2019)

Existem várias equipes femininas que foram dissolvidas por conta da falta de patrocínio, a Brazilian Crusades antigo time de Cherna foi uma delas. Myllena "Myss" Almeida também era do mesmo time de Cherna e comenta sobre outras dificuldades que mulheres passam, como os olhares de reprovação, salários menores do que os

dos homens, fator impossibilitante de muitas se dedicarem exclusivamente aos eSports. (O TEMPO, 2019)

3.3.2 Vaevictis Esports

A Vaevictis é um time feminino profissional de League of Legends, fundado em 2015 na Rússia. O time marcou história no mundo dos games após em 2019 ser anunciar uma line-up composta por apenas mulheres, dessa forma, as garotas do Vaevictis em 2019 foram o primeiro time feminino a disputar um torneio mundial oficial da Riot Games, desenvolvedora do jogo. (TELLES, 2019)

No entanto, o time teve uma estreia conturbada, o primeiro jogo aconteceu contra a equipe masculina Rox. Na fase de bans as escolhas da equipe Rox foram muito curiosas pois só compunham de campeões do tipo suporte. Reforçando o estereótipo que mulheres apenas sabem e devem jogar nessa função, fato de extremo desrespeito às jogadoras. (MACKUS, 2019)

Houve também outro episódio polêmico no dia seguinte, as garotas da Vaevictis jogaram contra o time masculino Vega Squadron que mesmo com a vitória garantida decidiram prolongar o jogo e conseguiram 52 abates contra 2 abates feitos pela Vaevictis. O jogo foi prolongado propositalmente para que os jogadores do Vega conseguissem abates contra as jogadoras, a comunidade não se importou muito com isso mas mesmo assim considerou a atitude antidesportiva e sem necessidade.

Após esses episódios a Riot Games esperou a comunidade se acalmar antes de se pronunciar sobre o assunto e considerou-o sim como discriminação de gênero, dessa forma, aplicou uma punição aos times que menosprezaram as jogadoras da Vaevictis. Não foram divulgadas quais foram as medidas tomadas porém a Riot Games deixou claro que haverá tolerância zero para caso haja reincidência de discriminação. (OLIVEIRA, 2019)

A organização do time Vaevictis também foi alvo de críticas, não houve preparo das jogadoras para um campeonato desse porte, as jogadoras possuíam elos muito mais baixos do que os outros jogadores dos times adversários.

“a Vaevictis tomou uma decisão grave e irresponsável. (...) Irresponsável com a causa feminina, pois representatividade por representatividade não serve de nada, e assistir mulheres sendo

massacradas por homens no cenário profissional é revoltante para qualquer mulher que torce pelo progresso feminino nos esports.”
(MARKUS, 2019)

Figura 11 - Time feminino Vaevictis



Fonte: Twitter/Vaevictis Team (2019)

3.4 COMPARATIVO

As campanhas voltadas às mulheres no mundo gamer possuem website e redes sociais para espalhar a causa que lutam. Todas as campanhas possuem em comum a luta pelas conquistas femininas no mundo gamer, mas ao mesmo tempo também possuem objetivos específicos. No caso a **#MYGAMEMYNAME** luta pela liberdade das mulheres gamers usarem o nick que quiserem sem sofrer assédio online. Já a **e-quality 4 change** não existe mais, mas sua luta baseava-se na discrepância salarial entre homens e mulheres.

A **You Go Girls** luta pela igualdade entre gêneros no mundo gamer. Em adição, o **Projeto Sakura** procura inserir mulheres gamers no mundo dos jogos competitivos; O **Girls Behind the Games** procura incentivar a entrada de mulheres no mercado de desenvolvimento de jogos e enaltecer o trabalho das mulheres que trabalham já trabalham na área.

Figura 12 - Tabela comparativa de campanhas

CAMPANHA	CRIAÇÃO	AINDA EXISTE?	PAÍS
#MYGAMEMYNAME	2018	SIM	BRASIL
e-quality 4 change	2019	NÃO	BRASIL
You Go Girls	2018	SIM	BRASIL
Projeto Sakura	2019	SIM	BRASIL
Girls Behind the Games	2018	SIM	EUA

Fonte: Autoria Própria (2020)

Conclue-se que o Brasil é pioneiro em criar campanhas voltadas à mulheres e o mundo gamer, e além disso, todas essas campanhas por conta de sua natureza focam bastante esforços em sua publicidade e propagação no âmbito virtual. É comum a presença em todas as redes sociais mais famosas como Twitter, Instagram e Facebook, além de possuírem um website próprio, que é o veículo que conta com detalhes seus ideais e como funcionam.

3.5 PESQUISA COM MULHERES GAMERS

Para aproximar-se da realidade das mulheres gamers foi realizada uma pesquisa qualitativa e quantitativa de público, a ferramenta escolhida foi um questionário através do Google Forms, esse método foi escolhido por conta da sua facilidade de se propagar e atingir ao público almejado para a coleta de histórias, sem haver intimidações pela possibilidade do anonimato.

Antes de ser divulgado ao público, foi feito um piloto do formulário e testado por uma potencial especialista do tema, uma gamer frequente, solicitando a avaliação das perguntas, se eram relevantes, claras, e também aberto a sugestões se pensasse que deveria ser adicionado algo. Após esse feedback logo o formulário foi divulgado.

Os meios que foram utilizados para propagar os questionários foram o WhatsApp, grupos de Facebook de jogos femininos e Twitter. Inicialmente foi criado um formulário que mirava apenas mulheres, mas sentiu-se a necessidade de realizar uma outra pesquisa voltada para o público masculino. A pesquisa voltada às mulheres se iniciou em 21 de outubro de 2019 e teve fim em 7 de novembro de 2019 (18 dias) e obteve no total 84 respostas. Os questionários e seus resultados integrais encontram-se no Apêndice A.

3.5.1 Perfil

A maior faixa etária atingida pela pesquisa foi de 19-21 anos de idade com 31% das participantes, em seguida, com 29% a segunda maior faixa etária atingida foi entre 22-24 anos. Desta forma, conclui-se que o maior número de mulheres que participaram se encontram entre 19 e 24 anos de idade. Destas de acordo com os resultados obtidos através da pesquisa, 99% das participantes se identificam com o gênero feminino, apenas 1% se identificam com outros gêneros.

Também foi questionado às participantes a frequência de quanto jogavam diariamente, para estimar o quão presente os jogos são na vida delas como forma de lazer. Com os dados coletados constata-se que apenas 2% das participantes jogam menos de uma hora diariamente, fato muito interessante para validar como é uma

forma de entretenimento realmente presente no dia-a-dia das entrevistadas. A frequência de 3-4h diárias foi a mais votada pelas participantes com 35%, e logo em seguida a frequência de 5-6h horas diárias com 26% dos votos.

Além disso, também perguntou-se quais jogos estavam jogando ultimamente, os jogos mais citados pelas participantes da pesquisa foram o jogo MOBA League of Legends com 46% de menções, e o jogo de FPS Counter-Strike: Global Offensive com 15% de menções. Outros jogos também foram mencionados pelas participantes, porém estes foram mencionados unicamente, dessa forma, foram somados para se realizar uma média como “outros” que equivale a 20%.

Vale notar que dos jogos mencionados pelas participantes, seis deles se tratam de jogos de FPS (Counter-Strike; Overwatch; PUBG; Paladins; APEX; Destiny 2). Dois deles são MOBA (League of Legends; Dota 2). E outros dois deles são RPG (Black Desert; The Sims). Contrariando o que foi discutido no texto de Cassel e Jenkins de 1998, o qual afirma sobre o maior interesse de mulheres em jogos de RPG.

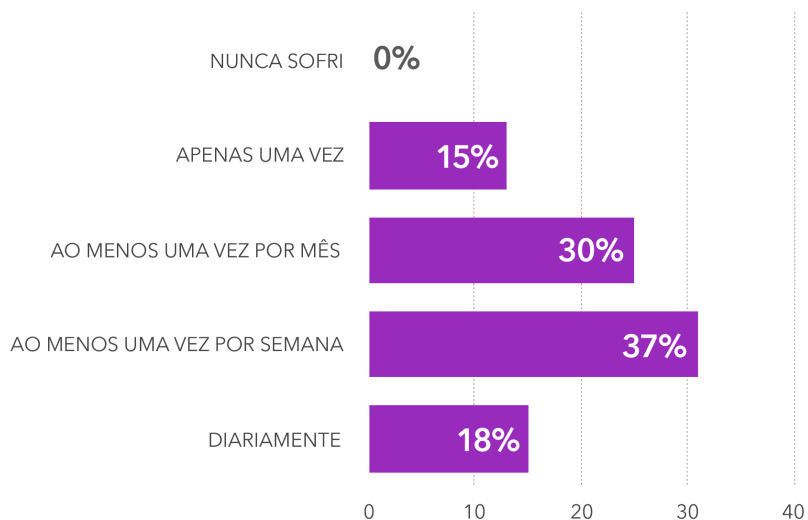
Em adição, é bastante importante frisar que a persona traçada neste projeto se deu ao contexto desta pesquisa.

3.5.2 Frequência de xingamentos e quanto são incomodadas

Quanto a frequência em que eram assediadas por jogadores do sexo masculino, ao serem questionadas obteve-se a conclusão de que nenhuma das participantes nunca sofreu com esse tipo de incômodo. A frequência mais comum em que são xingadas é “ao menos uma vez por semana” com 37% dos votos, em seguida, a frequência votada com 30% “ao menos uma vez por mês” vem em segundo lugar.

Figura 13 - Gráfico de frequência que sofre agressões por parte do sexo masculino em jogos online atingida pela pesquisa feminina

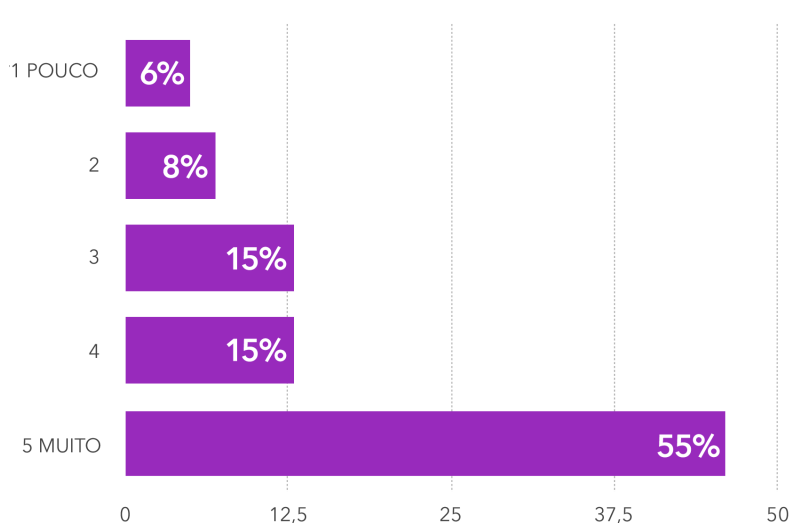
COM QUAL FREQUÊNCIA VOCÊ SOFRE AGRESSÕES POR JOGADORES DO SEXO MASCULINO EM JOGOS ONLINE?



Fonte: Autoria Própria (2019)

Para questionar o quanto as participantes se sentiam incomodadas ao serem hostilizadas, foi feita uma escala, onde os extremos representam “pouco” localizado no número 1 e “muito” no número 5, 55% das participantes afirmam que se sentem muito incomodadas quando são hostilizadas em jogo. Apenas 6% das participantes afirmaram se sentir pouco incomodadas com xingamentos em jogos online.

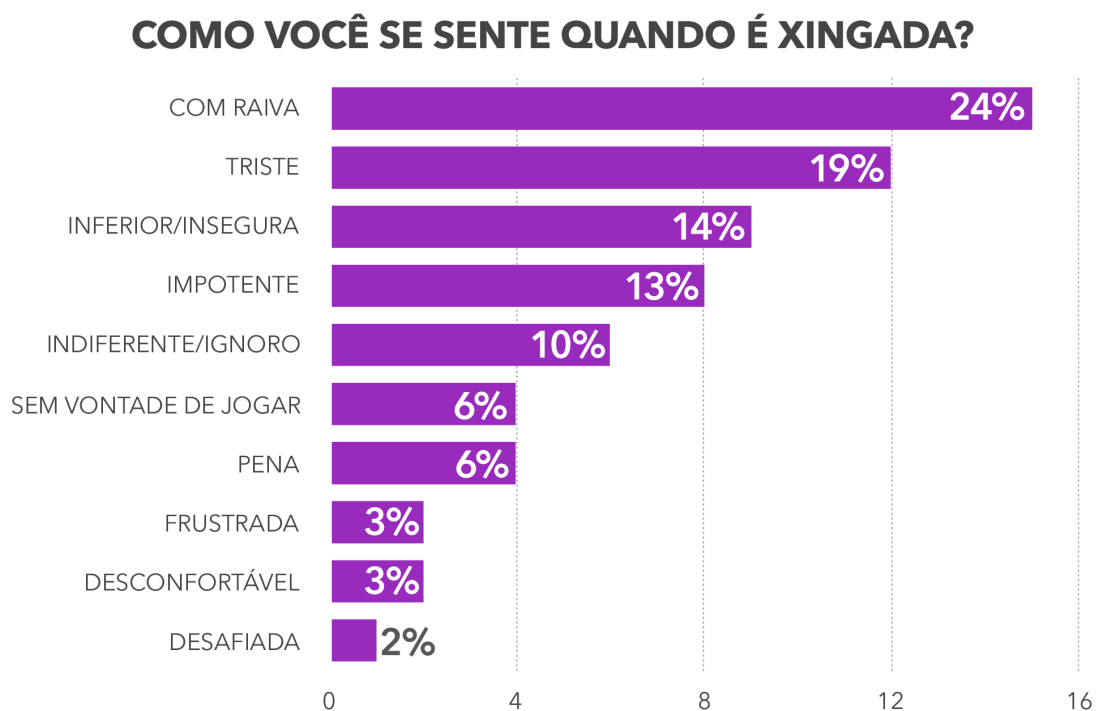
Figura 14 - Gráfico de quanto ser agredida incomoda atingida pela pesquisa feminina



Fonte: Autoria Própria (2019)

Em sua maioria, a reação das participantes ao serem xingadas é de ignorar e silenciar o agressor, 43% das mulheres afirmaram fazer isso, mas também 39% das participantes dizem que costumam responder ou provocar o agressor.

Figura 15 - Gráfico de como se sente quando é agredida atingida pela pesquisa feminina



Fonte: Autoria própria (2019)

Ao ser questionado às participantes como se sentiam quando eram hostilizadas, houveram respostas variadas sendo que 24% das participantes afirmaram sentir raiva ou irritação quando são xingadas, uma das participantes diz: “Muita irritação, acaba influenciando no meu desempenho no jogo.”

Em seguida, 19% das participantes afirmaram sentir-se tristes ao passar por essa situação: “Fico muito triste quando isso ocorre, só queria que meninas no cenário gamer fosse uma coisa natural! As palavras ditas muitas vezes machucam, dão medo, raiva, nojo e em alguns casos te fazem chorar. Você entra em um jogo online para se divertir, e acaba sendo bombardeada por assédios e comentários machistas, o que te leva muitas vezes a se sentir insuficiente e acreditar em tudo que te dizem, que você realmente não é boa, simplesmente por ser mulher! Cara, eu só quero jogar.” desabafou uma participante.

Insegurança e sentimentos de inferioridade também foram mencionados, 14% responderam que se sentem assim: “Inútil. Me sinto como se eu não fosse boa o

suficiente em jogos porque sou mulher”. Outra participante mencionou que já teve crises de pânico por conta de xingamentos: “Me sinto incapaz como se eu não fosse boa o suficiente para aquele jogo. Me sinto realmente mal as vezes alguns xingamentos desencadeiam crises de pânico.”.

A Impotência com 13% de respostas, uma das participantes menciona que “Sinto-me impotente pois não adianta denunciar, porque é um comportamento generalizado”. O sentimento de impotência também reflete-se à impunidade ao denunciar os jogadores tóxicos como foi mencionado por outra participante “(me sinto) Extremamente impotente e com um sentimento horrível, pois sei que a empresa mesmo com um sistema de reports não funciona”

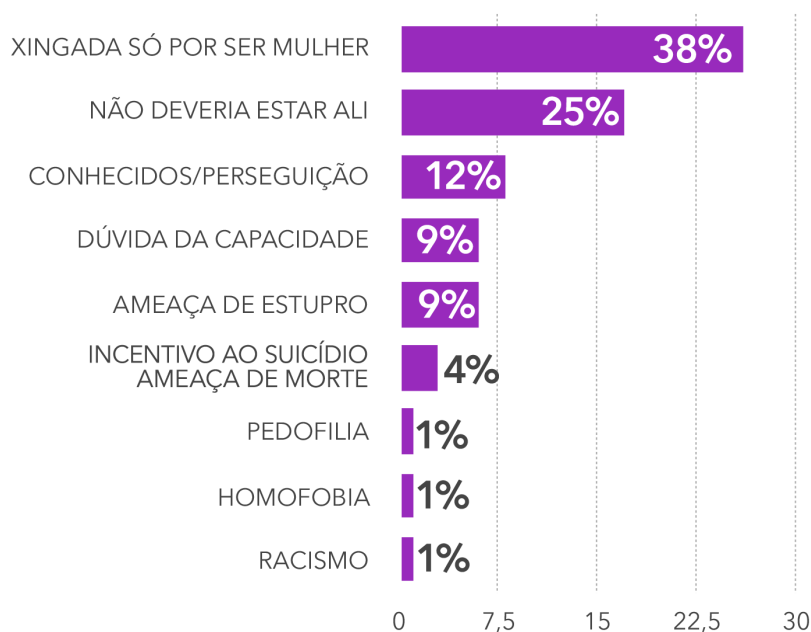
No total 6% das jogadoras disseram que perdem a vontade de jogar quando são hostilizadas: “(me sinto) Completamente desanimada de continuar o jogo”. Também 3% das participantes dizem sentirem-se frustradas e 3% desconfortáveis.

Em contrapartida, 10% das mulheres que responderam disseram ser indiferentes e apenas ignorar esse tipo de comportamento, 6% das participantes afirmaram sentir pena dos jogadores hostis e uma participante disse se sentir desafiada quando é hostilizada.

3.5.3 Casos

As participantes ao serem indagadas sobre quais casos mais tinham incomodado afirmaram com 38% xingamentos com teor machista, sexista. As participantes mencionaram casos de que foram hostilizadas quando precisaram falar no microfone: “A partir do momento que ouviram a minha voz e entenderam que eu era mulher o abuso verbal começou.”.

Figura 16 - Gráfico de caso de hostilidade que mais incomodou
QUAL FOI O CASO QUE MAIS TE INCOMODOU?



Fonte: Autoria própria (2019)

Também foi muito mencionado assédio verbal pelas participantes, como por exemplo: “Mandaram eu chupar o pau dele para trocar de lane no jogo”; “A pessoa foi tão ofensiva ao ponto de me mandar chupar o pau do meu pai.”.

Houve menções também de serem focadas nos jogos online, um relato de uma participante explícita a seriedade “Quando (ao me focar) me falaram "cada kill é uma gozada na cara".

Em seguida o mais mencionado pelas participantes com 25% foram frases machistas de não-pertencimento ao ambiente gamer, como mencionado por elas: “Quando disseram que deveria estar "dando" ou lavando a louça.”; “Me falaram que eu devia estar fazendo outra coisa porque mulher é ruim em games, tava estragando o jogo.”

Das participantes 12% também falaram sobre conhecidos que foram hostis e perseguição, ou seja, a hostilidade saiu do mundo virtual para o real, uma das participantes relata: “Uns anos atrás uma guild que era rival da minha em um mmorpg procurou meu perfil nas redes sociais, e começou a me ofender por mensagem privada, ..., conseguiram nosso IP de alguma forma, e derrubavam minha internet no meu horário de trabalho, totalmente infantil.”. Outra mulher relata também: “Uma

pessoa próxima de mim gritou comigo por um erro e disse que eu deveria saber jogar de suporte por ser mulher”.

Foi reportado por 8% das mulheres que já duvidaram de suas capacidades nos jogos, uma das participantes relata que houve um caso onde outro jogador disse que ela devia ter prestado favores sexuais para estar no ranque em que se encontrava.

Esta parte da pesquisa merece uma atenção em especial devido à seriedade dos relatos. Houveram participantes que relataram ameaças de estupro, simplesmente por causa de um jogo online: “...Um cara falou que tinha que me estuprar pra ver se eu aprendia a jogar”. Também foi mencionado por algumas participantes ameaças de morte e incentivo ao suicídio.

Uma das participantes relatou um caso de incentivo à pedofilia: “Um grupo estava me assediando durante o jogo, quando eu disse que tinha namorado, um deles perguntou minha idade e falou pra eu gravar um cp (child porn) com meu namorado porque dava muito dinheiro”.

Houve também o relato de um caso de homofobia: “Um jogador do time inimigo deduziu que eu fosse um homem gay e proferiu diversas palavras de cunho extremamente homofóbico.” Houve relato de racismo também por uma participante.

Dessa forma, foi perguntado às participantes se elas costumavam parar de jogar por conta desses xingamentos, 57% responderam que já param de jogar, enquanto 43% disseram que não têm esse costume. Porém, sentiu-se a necessidade de mais precisão ao perguntar a frequência com que as participantes paravam de jogar por conta dos xingamentos. Foi feita uma escala onde os extremos representam “raramente” e “frequentemente”, conclui-se que não é muito comum as participantes pararem de jogar por conta de xingamentos, com 38% votos em “raramente” e apenas 6% em “frequentemente”.

3.5.4 Medo de jogar sozinha

De acordo com as respostas obtidas pela pesquisa, 57% das participantes têm medo de jogar sozinha e serem xingadas. Em contrapartida, 43% das participantes entrevistadas disseram não ter medo de serem xingadas.

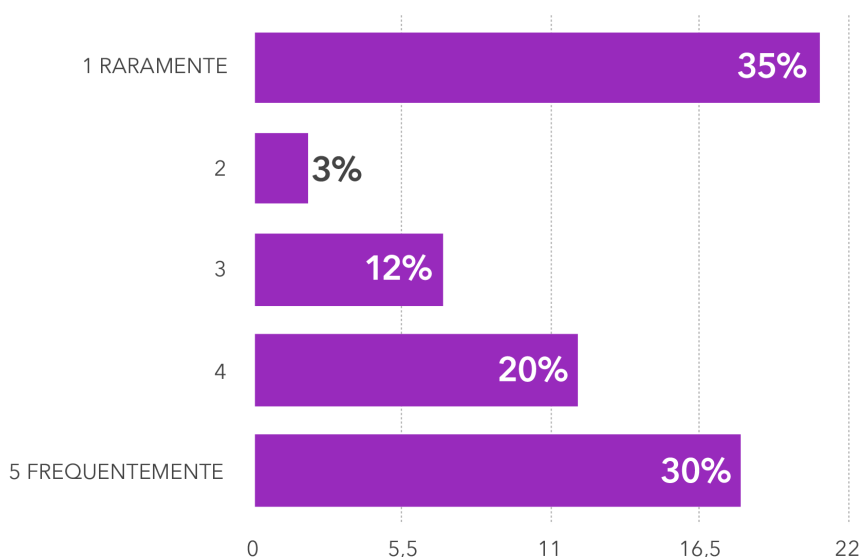
Também foi questionado às participantes se possuíam o costume de esconder seu gênero, de acordo com a pesquisa realizada 57% responderam que escondem, enquanto 43% disseram que não fazem isso. Sentiu-se a necessidade de mais precisão para coletar a resposta das participantes, sendo assim, a pergunta foi alterada para uma escala onde os extremos representavam “raramente” e “frequentemente”. Dessa forma obteve-se mais precisão no resultado, ao fazer a mudança para escala nesta pergunta já percebeu-se que o resultado alcançado em relação a primeira versão é diferente.

Esta pergunta foi uma das únicas em que não pode-se chegar a uma conclusão totalmente certa dada a natureza diferenciada das respostas alcançadas. 35% das participantes afirmaram que raramente escondiam suas identidades de gênero online, ao mesmo tempo em que 30% das participantes afirmaram que escondem frequentemente suas identidades de gênero.

Por conta do sistema adotado de escala, concluiu-se que a maioria das entrevistadas tendem ao costume de esconder sua identidade em jogos online.

Figura 17 - Gráfico de frequência de esconder seu gênero por medo de sofrer assédio atingida pela pesquisa feminina na segunda versão

VOCÊ ESCONDE SUA IDENTIDADE DE GÊNERO COM MEDO DE SOFRER ASSÉDIO ONLINE?



Fonte: Autoria Própria (2019)

3.5.5 O que deve ser feito para diminuir a hostilidade?

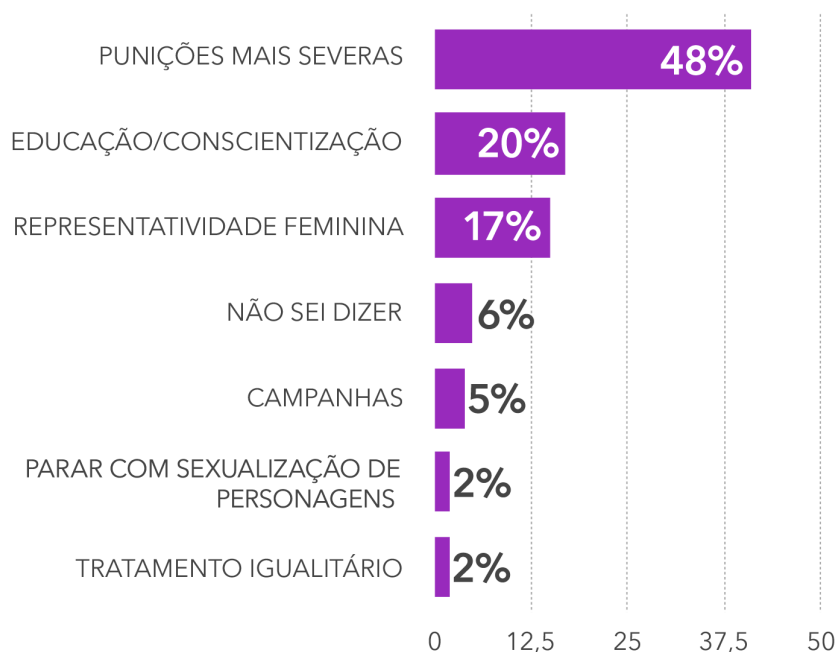
É da crença de 48% das participantes que, a solução para diminuir a hostilidade no mundo gamer se daria com uma postura de punições mais severas, sugerido por uma das participantes como exemplo, o banimento por IP ou MAC do computador. Outra participante mencionou que só acabar com a negligência das companhias seria suficiente.

Em adição, também foi bastante citado que a educação e conscientização seriam a solução para esse problema, e que ainda falta a representatividade feminina no mundo gamer, seja em jogos em si ou no mundo dos jogos competitivos.

38% das entrevistadas creem que essa hostilidade acontece por conta de machismo e sensação de superioridade dos jogadores, também acreditam que esse comportamento deriva de frustração e baixa autoestima.

Figura 18 - Gráfico do que acha que precisa ser feito para diminuir hostilidades atingida pela pesquisa feminina

O QUE VOCÊ ACHA QUE DEVERIA SER FEITO PARA DIMINUIR ESSA HOSTILIDADE?



Fonte: Autoria própria (2019)

3.5.6 Conclusões

A receptividade do tema foi grande, muitas mulheres tiveram interesse de participar da pesquisa, deram sugestões e inclusive ofereceram-se para participar dos desdobramentos desse projeto. O reflexo disso mostra grande união e empatia entre as participantes, por isso, se viu possível um projeto contando com a colaboração de mulheres gamers.

Em adição, essa pesquisa foi de grande importância para validar o problema do assédio feminino no mundo gamer. Nenhuma das participantes afirmou nunca ter sido hostilizada, todas possuem histórias de situações hostis, os relatos dos casos que mais as incomodavam chamaram muito a atenção pela natureza agressiva. Além disso, quase metade das mulheres que participaram desta pesquisa dizem que as punições ao denunciar não são de acordo ou não ocorrem, estes fatos foram pontos importantes para nortear o desdobramento do projeto.

Além disso, esse questionário foi muito frutífero para coletar histórias de assédio sofridas pelas participantes em jogos online.

3.6 PESQUISA COM HOMENS GAMERS

Após a elaboração do questionário voltado ao gênero feminino, sentiu-se a necessidade da criação de outro voltado ao gênero masculino visando entender aos dois lados do problema. Foi cogitado que o anonimato estimularia a resposta honesta dos participantes, por esse motivo apenas perguntas consideradas mais importantes foram recicladas do questionário voltado ao gênero feminino. Mesmo nessas circunstâncias, a coleta de respostas se mostrou mais difícil, não houve grande interesse por parte do gênero masculino em responder, ao contrário do formulário do gênero feminino.

Os meios que foram utilizados para propagar os questionários foram o WhatsApp, grupos de Facebook de jogos e Twitter. O questionário masculino teve início em 23 de outubro de 2019 e teve fim em 7 de novembro de 2019 (16 dias) e obteve 30 respostas. O questionário encontra-se no Apêndice B.

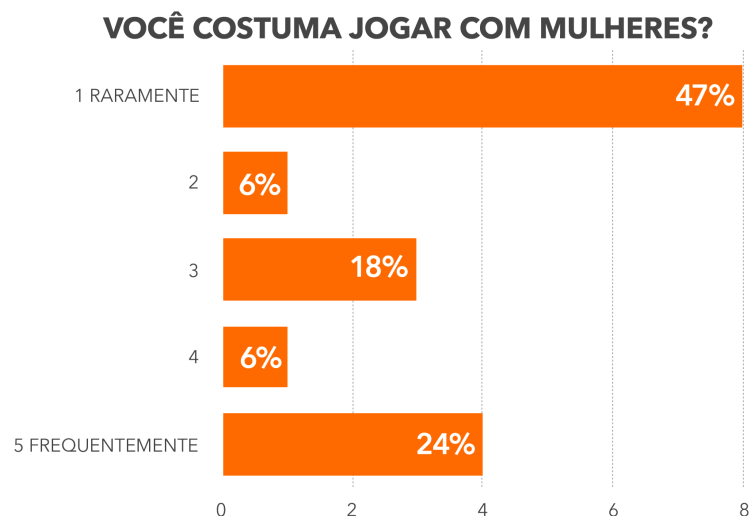
Através desta pesquisa percebeu-se que o maior número de participantes está encaixado na faixa etária de aproximadamente entre 18-23 anos de idade. Não houveram entrevistados que se identificavam com outros gêneros, todos os participantes se identificam ao gênero masculino.

Quanto a frequência que jogam, são poucos os participantes que jogam menos de uma hora diariamente, aproximadamente 10% apenas, o maior número de entrevistados jogam no mínimo de 1-2h diárias, em seguida entre 3-6h diárias ficaram empatadas.

Os jogos online mais citados pelos participantes que estão jogando atualmente respectivamente foram o MOBA League of Legends, e os jogos de FPS Counter-Strike: Global Offensive e Fortnite.

Foi questionado aos participantes a frequência em que jogavam com mulheres, concluiu-se a partir dessa pesquisa que não é tão costumeiro entre os participantes o hábito de jogar junto a mulheres. Ao serem questionados sobre a frequência que costumam jogar com elas 47% dos participantes votaram no extremo da escala onde representava a frequência “raramente”. Em contrapartida, 24% dos entrevistados votaram no outro extremo que correspondia à frequência “frequentemente”

Figura 19 - Gráfico de frequência que costumam jogar com mulheres atingido pela pesquisa masculina



Fonte: Autoria Própria (2019)

Ao serem questionados de quanto uma garota jogando os incomodava, a resposta dos participantes foi quase unânime, com 93% de votos no extremo da escala que representa “não incomoda”. Apesar disso, alguns participantes enviaram respostas contraditórias quando indagados do por quê se sentiam incomodados à presença feminina no âmbito dos games, a seguir algumas respostas que merecem atenção.

Um participante disse que se sente incomodado ao ver a mudança de comportamento dos colegas de time quando há a presença de uma mulher, um dos participantes disse: “(mulheres) Não me incomodam, o que pode me incomodar é se as pessoas que eu jogo mudem o comportamento por causa de uma mulher jogando, seja sendo extremamente bonzinho achando que vai ganhar algo dela, ou sendo grosso por ser mulher”.

Outro participante também se queixou sobre a mudança de comportamento do time, mas acrescenta que mulheres geralmente jogam pior do que homens: “Não incomoda, porém faz outros jogadores do time agirem diferente, e na maioria das vezes jogam pior que outros do time”. Em adição a este, outro participante ao ser questionado o porquê do incômodo em jogar com mulheres respondeu: “Porque na maioria são ruins.”.

Além disso, um participante disse que a voz aguda incomoda: “Não incomoda quando se trata de jogabilidade, só quando a pessoa possui uma voz muito aguda, mas isso se aplica pra qualquer pessoa, só é mais comum em mulheres”.

Houve um participante que disse que não se sente incomodado, apenas acha incomum e por conta disso se surpreende: “Não incomoda, pelo menos no meu caso. Apenas acho estranho e me surpreendo quando me deparo com alguma mulher em partidas online por não ver muitos casos similares. Porém vejo que muitos homens ficam incomodados, ainda mais em jogos online. Ver o comportamento desses homens me incomoda.”

Quando questionada a frequência com que ofendiam mulheres em jogos online a resposta desta foi unânime entre os participantes, 100% responderam “não ofendo”. Ao questionar também o que incitava-os a ofender mulheres em jogos online, os participantes disseram que não ofendem mulheres por serem mulheres. Um dos participantes afirma: “Não ofendo mulheres em específico, ofendo jogadores que me irritam, não é porque a pessoa é mulher que eu deixaria de ofender”.

Isso nos leva a crer que são a minoria os jogadores que não ofendem um ao outro em jogos online. Para os participantes do questionário masculino não há distinção entre homens e mulheres ao xingar no calor do momento, outro participante afirma: “Não gosto de ofender ninguém, mas caso eu ofenda não vem a ser pelo fato de ser mulheres ou homens e sim, por estresse em jogos, causado principalmente por pessoas que não param de criticar e xingar.”.

3.6.1 O que deve ser feito para diminuir a hostilidade?

Os entrevistados acreditam que a solução para a diminuição dessa hostilidade seja primeiramente, a inclusão de mais mulheres no mundo gamer e punições mais severas, assim como um dos participantes disse: “Incluir cada vez mais mulheres no meio, através de propaganda por exemplos (algumas marcas já fazem isso, colocando mulheres como influenciadoras), além de aplicar punições severas para quem ser hostil contra elas.” Também acreditam que a educação faça grande papel para mudar esse panorama.

3.6.2 Conclusões

O questionário masculino atraiu bem menos participantes praticamente no mesmo tempo que o feminino, haviam expectativas que mais homens se inclinassem a participar deste questionário por conta do anonimato, mas não foi o que aconteceu.

Os participantes afirmam que mulheres jogando não os incomodam, mas mesmo assim houveram respostas com pensamentos machistas, como por exemplo, que elas geralmente são piores nos jogos. Além disso, percebeu-se neste questionário masculino que é apenas uma minoria que não ofende outros jogadores em jogos online.

Pelas respostas percebemos que, os homens acreditam que a solução pra diminuição da hostilidade às mulheres no mundo gamer seria resolvida com mais inclusão feminina, além de punições mais severas assim como as mulheres, assim decidiu-se que o foco do projeto se voltaria à impunidade no mundo gamer ao assédio.

4. SÍNTESE

4.1 O PROBLEMA E OBJETIVOS

Por meio da imersão com as mulheres gamers foi possível identificar e validar o problema que de fato, há grande hostilidade no mundo gamer voltado às mulheres, nenhuma das participantes afirmou nunca ter passado por situações de hostilidade (0%). E ao perguntar o que deveria ser feito para melhorar este panorama, foi apontada a falta de punição (48%) por parte das empresas, muitas coisas pesadas são ditas durante os jogos, e ao serem denunciadas não são tratadas com a seriedade que necessitam pelo sistema de reportes. Com a identificação desse problema foi possível compreender as necessidades destas mulheres.

Algumas participantes propuseram ideias ao responder o questionário, como projetos para criar visibilidade às mulheres, uma participante diz: “Faltam empresas se pronunciando contra esse tipo de hostilidade, players profissionais masculinos e femininos aderindo campanhas contra essa hostilidade...”. Além disso, algumas participantes se mostraram propostas até mesmo de colaborar com o projeto: “Bora fazer uma Campanha de respeito às meninas por favor, eu super toparia em fazer as artes, qualquer coisa me chama!”

Após ler as respostas e dialogar com mulheres gamers, levando em conta as sugestões dadas, foi definida como solução para o problema a criação de uma plataforma com o objetivo de dar visibilidade ao problema de assédio às mulheres no mundo gamer, apoio necessário para empoderar e superar as barreiras do machismo impregnado nesses ambientes.

4.2 PÚBLICO-ALVO

O público-alvo principal deste projeto são mulheres gamers não-casuais do mundo todo, as quais sofrem com esse problema habitualmente, mas por conta da natureza desse projeto ser uma plataforma para visibilidade e empoderamento, também são atingidos indiretamente a sociedade, homens, pais e empresas de jogos.

Em adição, foi estabelecido como acima de 14 anos de idade a faixa etária almejada a atingir com este projeto, por conta dos relatos que possuem casos de conteúdos mais violentos e/ ou de linguagem sexual mais acentuada, além disto a classificação indicativa para a maioria dos jogos online é de 14 anos de idade.

4.3 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Ao considerar tudo isso, idealiza-se criar uma plataforma virtual com uma hashtag para colocar sob os holofotes esse problema recorrente de hostilidade às mulheres no mundo gamer. Além da criação de redes sociais como Twitter, Instagram, Facebook, pensa-se em elaborar um site como principal veículo da campanha, onde mulheres teriam um espaço para ler outros relatos de mulheres gamers, e o principal, enviarem seus relatos de assédio no mundo gamer, os quais podem ser enviados de forma anônima.

Sendo assim, o projeto seria totalmente movimentado através da participação de mulheres gamers enviando seus relatos, para criar conteúdo e expor o problema, para dessa forma exigir uma mudança de comportamento ou atitude. E por mais que os relatos sejam pesados, a sensação de saber que aquilo não se passa apenas com elas traz uma sensação de conforto.

O projeto além de funcionar como um expositor do que realmente acontece no ambiente virtual dos jogos online, também visa empoderar mulheres e celebrar as suas conquistas no mundo gamer, por isso o conteúdo das redes sociais não é estritamente relatos de assédio.

5. IDEAÇÃO

5.1 NAMING

Para se realizar o naming deste projeto primeiramente foi feito um brainstorm com ajuda de algumas mulheres gamers via conversa no aplicativo WhatsApp, em busca de palavras chaves para inspirar o naming do projeto.

Figura 20 - Brainstorming de palavras-chave

JOGOS COMPETIÇÃO PREMIAÇÃO #GG PATROCÍNIO
ENERGÉTICO APRESENTADORA CASTER STREAM STREAMER
INTERNET GLOBAL ANONIMATO HOSTILIDADE DENÚNCIA
IMPUNIDADE EMPRESA EMPODERAR MENINAS MULHERES
IMPOR FORÇA DOMINAÇÃO ESPAÇO VIRTUAL TERRITÓRIO
COMANDAR AJUDAR ENSINAR APRENDIZADO MUDANÇA
PRESSÃO MAL COMPORTAMENTO #WP HONRAR AMIGOS

Fonte: Autoria própria (2020)

Nessa etapa também foi decidido que o nome do projeto seria uma hashtag, versátil para assinar posts nas redes sociais e impulsionar o projeto em variadas plataformas populares como por exemplo, Twitter e Instagram. Dessa forma então, os termos que se destacaram nesse brainstorming foram “mal comportamento”; “#GG”; “jogos”; “meninas”; “território”; “mulheres”; “empoderamento”; “ajudar”; “#WP”; os primeiros nomes cogitados para o projeto estão expostos na figura 20.

Figura 21 - Opções de naming

mal comportamento #MANDOUMAL	mulheres + empoderamento #RESPECTHER
#gg #BADGAME	ajudar + jogos #NOTSUPPORT
jogos + meninas #GIRLSGAME	#wp #BADLYPLAYED
território #ALSOMYSPEACE	jogos + mal comportamento #NICEGAMING

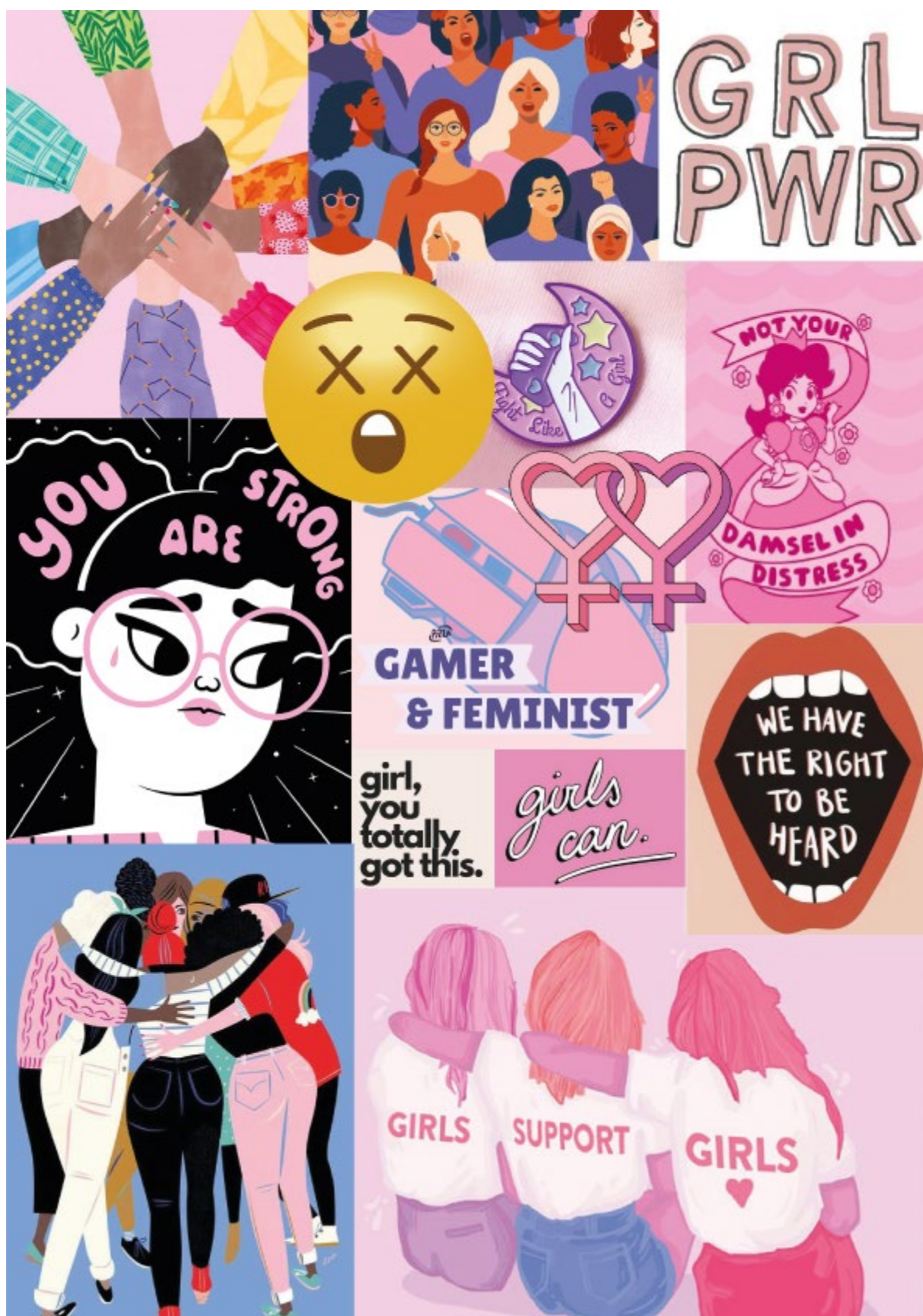
Fonte: Autoria própria (2020)

Por fim, o naming escolhido para o projeto foi #BadlyPlayed, traduz-se como mal jogado, esse nome é um antagonismo ao #WellPlayed, que significa algo como “bem jogado”, vocabulário utilizado comumente em partidas de jogos online. O fato do nome escolhido ser em inglês deve-se a pretensão do projeto se tornar global, além disso, não seria um problema pois a maioria dos gamers possuem familiaridade com o inglês devido aos jogos em si, na análise de similares percebe-se que é comum o uso da língua inglesa.

5.2 MOODBOARDS

Para auxiliar na criação da identidade visual do projeto foi criado um moodboard com a junção de várias imagens relacionadas ao tema do projeto, este foi importante para nortear pontos importantes pois trouxe inspiração e dele foi decidido a identidade visual que seria adotada.

Figura 22 - Moodboard do projeto



Fonte: Autoria própria (2020)

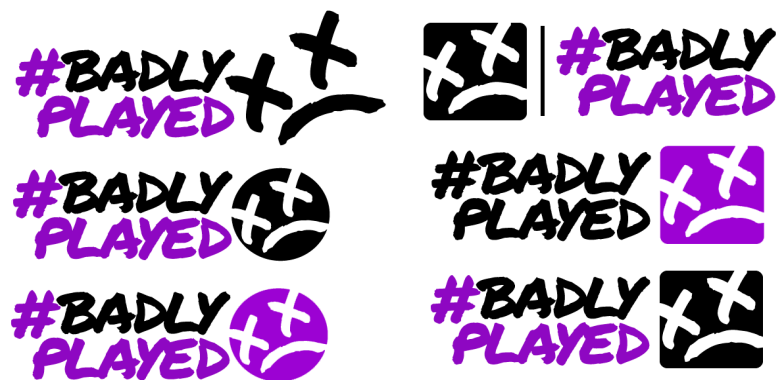
A partir desta pesquisa visual foi decidido tentar sair do padrão cor-de-rosa presente em várias ilustrações relacionadas às mulheres, além disso, o estilo de arte ilustrada com traços mais vetoriais, chamou bastante a atenção e foi decidido aplicar ao projeto.

5.3 LOGO

A logomarca foi feita pensando nos emoticons comumente utilizados na internet e jogos, de acordo com a Wikipédia (2020) os emoticons são uma forma de comunicação paralinguística, a palavra “emoticon” deriva-se da junção dos termos em inglês *emotion* (emoção) e *icon* (ícone), e trata-se de uma sequência de caracteres tipográficos, ou uma imagem, com intuito de traduzir ou transmitir o estado psicológico, emotivo, de quem os emprega, por meio de ícones ilustrativos de uma expressão facial.

No caso do ambiente virtual gamer, utiliza-se dos caracteres tipográficos para expressar-se, dessa forma, a logomarca do projeto foi inspirada em “x_x” onde “x” simboliza os olhos e “_” a boca para assim transmitir uma expressão de tristeza ou seriedade. Esse tipo de expressão ainda é comum em jogos online, mas com a chegada dos Emojis em inúmeras plataformas fora dos games se tornou mais rara a utilização dos emoticons em caracteres tipográficos.

Figura 23 - Brainstorm para logomarca do projeto



Fonte: Autoria própria (2020)

A logomarca utiliza dos princípios da psicologia de Gestalt, brincando com o espaço negativo, aplicou-se o emoticon sobre uma forma. Desse jeito, a logomarca fica sólida e concisa, mais fácil de empregar nas peças gráficas que necessitam pois não há perda de informações devido a falta de contraste. A partir da logomarca foi decidido que uma das características adotadas ao projeto seria a incorporação de ilustrações mais vetoriais no estilo flat design.

As logomarcas finais do projeto escolhidas estão representadas na figura 24

Figura 24 - Logomarca do projeto



Fonte: Autoria própria (2020)

Também foi criada uma alternativa que ilustrava mulheres gamers como logomarca, por mais que não tenha se prosseguido com essa alternativa ela serviu de inspiração para a criação de outras ilustrações e patterns utilizadas no projeto.

Figura 25 - Alternativas para logomarca de mulheres gamers do projeto



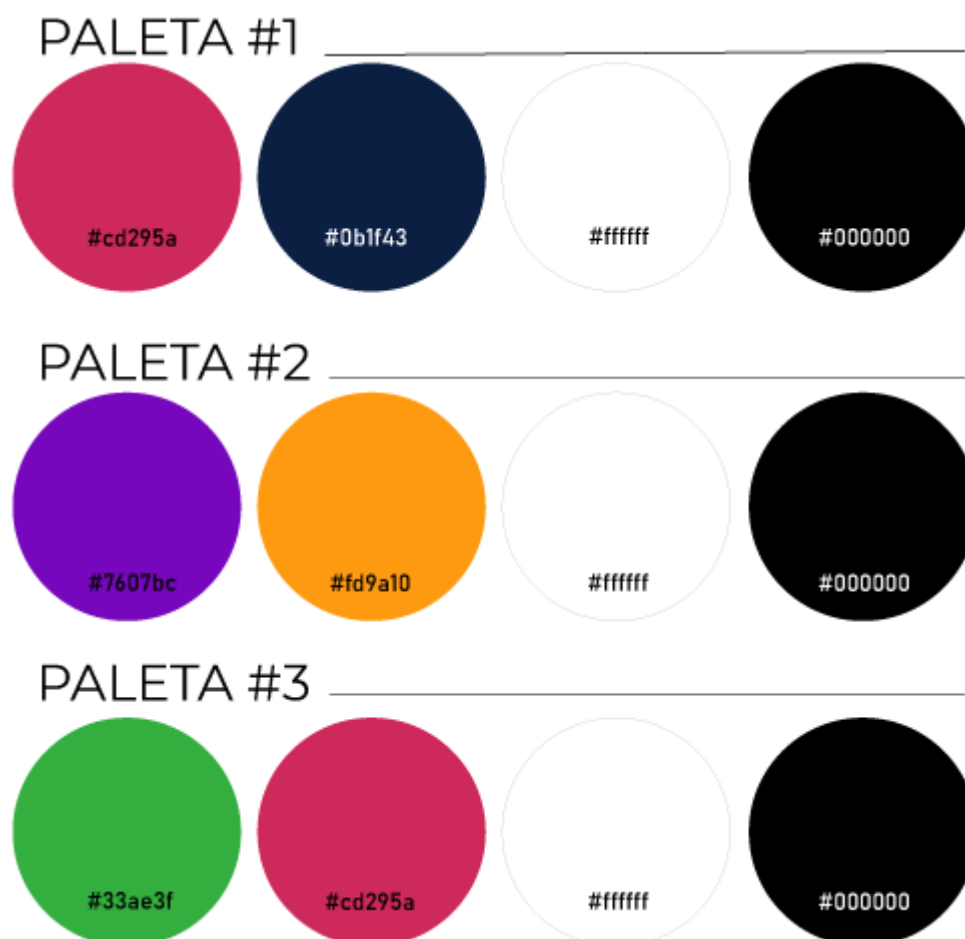
Fonte: Autoria própria (2020)

5.4 PRIMEIRO LAYOUT PARA O WEBSITE

5.4.1 Alternativas de paletas de cores

A partir do moodboard feito criou-se três alternativas de paletas de cores para o projeto, estas que estão representadas abaixo na figura 26 abaixo.

Figura 26 - Alternativas de paletas de cores do projeto



Fonte: Autoria própria (2020)

Estas paletas foram testadas no primeiro protótipo do site do projeto #BadlyPlayed, os resultados podem ser conferidos a seguir na figura 27.

Figura 27 - Teste de paletas de cores no site do projeto



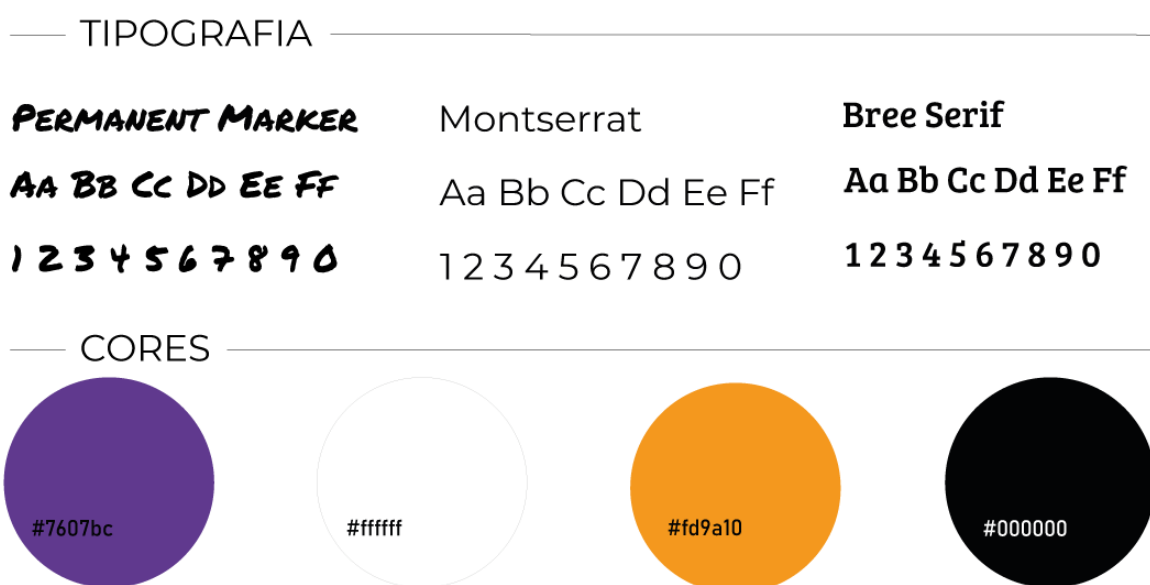
Fonte: Autoria própria (2020)

A paleta de número um e três foram descartadas por conta de existirem bastantes estigmas atrelados ao uso da cor rosa quando trata-se de um público alvo de mulheres. Já a paleta de número dois se destacou diante das outras, o roxo remete ao movimento feminista que utiliza desta cor. O Laranja na psicologia das cores representa entusiasmo, fascínio, alegria, criatividade, determinação, encorajamento e estímulo.

5.4.2 Tipografia e paleta de cor

Foram três tipografias escolhidas para integrar o projeto, entre elas Permanent Marker Regular que é uma tipografia mais descolada, que remete ao trabalho manual, dando uma sensação de proximidade com as mulheres gamers. Também foi escolhida a família Montserrat pela sua versatilidade e grande variação de pesos, é uma tipografia sans-serif que foi principalmente empregada nos textos longos do projeto. E por fim, Uma tipografia com serifa slab para

Figura 28 - Tipografias e paleta de cores escolhidas para o projeto



Fonte: Autoria própria (2020)

5.4.3 Criação de ilustrações e patterns

Para quebrar com a aparência empresarial foram criadas ilustrações e patterns de temática feminina e gamer para se empregar no projeto e atribuir uma aparência mais jovial e descolada, visando a proximidade com o público-alvo.

Figura 29 - Ilustrações feitas para o projeto



Fonte: Autoria própria (2020)

5.4.4 Interface

Figura 30 - Visão geral da primeira interface

#BADLY PLAYED

sobre histórias conte a sua manifesto

NÓS JOGAMOS 10 DIAS SEM SOFRER ASSÉDIO.
O RECORDE ANTERIOR É DE 7 DIAS

saiba mais

SOBRE

Você sabia que mais da metade da comunidade gamer é constituída por **mulheres**?

mulheres	53%	47%	homens
fonte: PGB 2019			

E ainda sim muitas mulheres são **assediadas** diariamente, no entanto, quando esses casos são reportados muito comumente **não são punidos** de acordo.

O **#badlyplayed** nasceu procurando expor essa impunidade através da **coleta de histórias** de mulheres gamers. O ambiente virtual gamer é o único local em que certas coisas ditas são **toleradas** e levadas **levianamente**.

ALGUMAS HISTÓRIAS

@\$!*\$£

o bom da vida é estuprar
"risos"
liga não, irmão.
tô bêbado.

#BADLY PLAYED

ver mais

SINTA SE LIVRE PARA CONTAR A SUA HISTÓRIA!

Preencha o formulário abaixo e entre para esse movimento, **conte sua história**. Juntas somos mais fortes, talvez consigamos mudar esse padrão de **impunidade** nos jogos online.

nome idade* gênero*

jogo*

data*

printscreen

país*

detalhes sobre o caso*

Estava jogando de jungle quando esse jogador conseguiu...

foi assediado?

sim não não sei

envie sua história

MANIFESTO

O ambiente virtual gamer é o único local em que certas coisas ditas são **toleradas** e levadas **levianamente**. Em meio a isso, o movimento **#badlyplayed** nasceu no ano de 2019, como reflexo da necessidade em existir uma política mais rígida por parte das empresas de jogos. **#badlyplayed** busca expor essa impunidade de comportamento tóxico que ocorre nos jogos online, através da **coleta de histórias** de mulheres gamers, a fim de chamar atenção para tal fato e cobrar uma **mudança de comportamento** das corporações e dos jogadores.

#BADLY PLAYED

Fonte: Autoria própria (2020)

A homepage apresenta imagens de mulheres gamers de várias etnias que rotacionam a cada vez que se acessa ao site, além disso, possui um contador de recorde de dias sem sofrer assédio em jogos. Para isso funcionar, idealiza-se que este contador seja conectado diretamente com o formulário de envio de histórias. Ao ser enviado um relato reseta-se a contagem de número de dias sem sofrer assédio. Existe um botão de “saiba mais” logo abaixo desse contador que ao ser clicado encaminha o usuário para a seção “sobre” do site.

Em adição, o website conta com um menu fixo no topo da página com os itens clicáveis “sobre”; “histórias”; “conte a sua” e “manifesto”, estes ao serem clicados rolam automaticamente a página para a seção que correspondem.

Figura 31 - Recorte seção homepage da primeira interface



Fonte: Autoria própria (2020)

A seção “sobre” procura trazer conteúdos informativos estatísticos sobre mulheres nos jogos e explicar brevemente como o projeto nasceu, qual o intuito do #BadlyPlayed, o que move o website. Esta seção ainda está em fase de estudo e crescimento.

Figura 32 - Recorte seção sobre da primeira interface

SOBRE

Você sabia que mais da **metade** da comunidade gamer é constituída por **mulheres**?



fonte: PGB 2019

E ainda sim muitas mulheres são **assediadas** diariamente, no entanto, quando esses casos são reportados muito comumente **não são punidos** de acordo.

O **#badlyplayed** nasceu procurando expor essa impunidade através da **coleta de histórias** de mulheres gamers. O ambiente virtual gamer é o único local em que certas coisas ditas são **toleradas** e levadas **levianamente**.

Fonte: Autoria própria (2020)

A seção de “histórias” consiste em uma galeria tipo carrossel com link direto para postagens do Instagram do projeto, ao clicar o botão “ver mais” um pop-up surge e com detalhes do caso da imagem, que possui apenas uma citação do que foi dito.

Essa seção possui aplicação de pattern autoral, ilustrações e a galeria se situa sob uma mancha branca irregular, tudo isso alinha-se a quebrar um pouco o desconforto que esses relatos causam, vários possuem conteúdos que são gatilhos comuns.

Figura 33 - Recorte seção histórias da primeira interface



Fonte: Autoria própria (2020)

Intitulada “conte a sua” no menu fixo, essa seção trata-se de um espaço com um formulário para que mulheres gamers contem a sua história de assédio nos jogos online. Não é obrigatório que a usuária se identifique, os itens obrigatórios do

formulário possuem um asterisco que os sinalizam. Além disso, essa seção possui uma mensagem positiva para encorajar a usuária a enviar seu relato e a aplicação de uma ilustração autoral.

Figura 34 - Recorte seção conte sua história da primeira interface

SINTA SE LIVRE PARA CONTAR A SUA HISTÓRIA!

Preencha o formulário abaixo e entre para esse movimento, **conte sua história**. Juntas somos mais fortes, talvez conseguiremos mudar esse padrão de **impunidade** nos jogos online.

nome Gabi **idade*** 19 **gênero*** Feminino

jogo* League of Legends

data* 10 mar 2020

printscreen **procurar**

país* Brazil

detalhes sobre o caso*

Estava jogando de jungle quando esse jogador começou...

foi punido?*

sim não não sei

envie sua história

Fonte: Autoria própria (2020)

O manifesto trata-se de uma seção ainda em construção, planeja-se escrever este junto a outras mulheres gamers, para assim refletir os valores de todas, por enquanto foi escrita uma mensagem provisória não-definitiva. Essa seção também conta com uma aplicação de pattern autoral com ilustrações e uma mancha irregular colorida que garante legibilidade ao texto de manifesto.

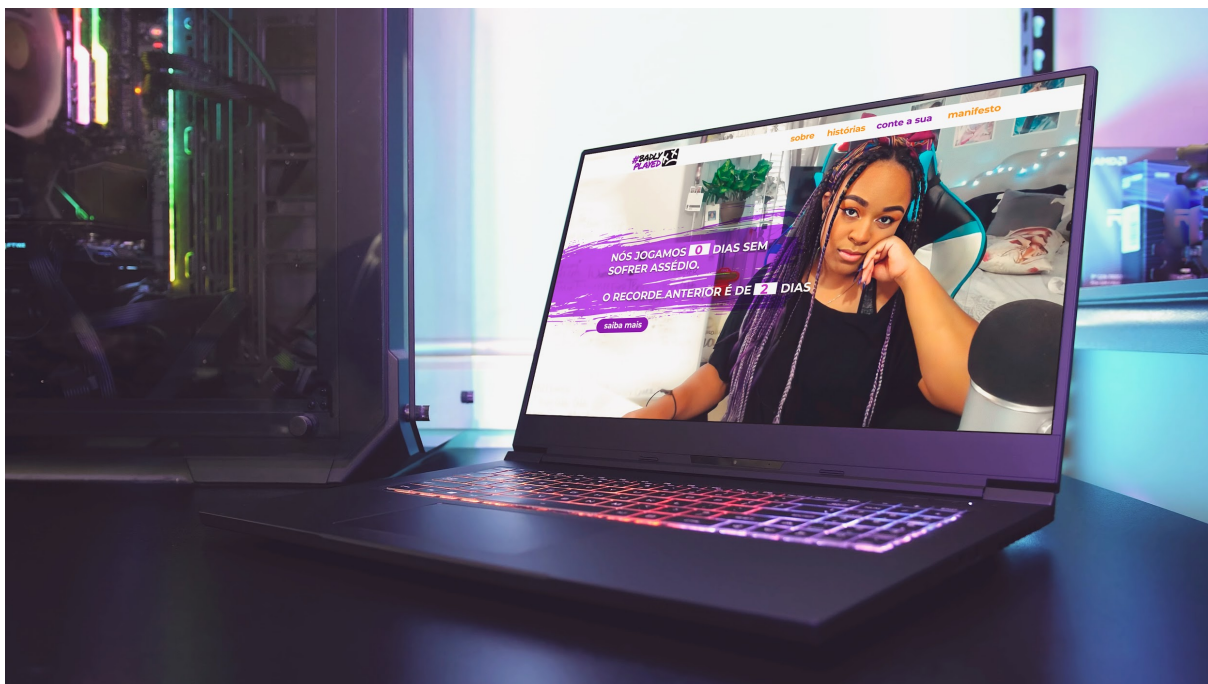
Figura 35 - Recorte seção manifesto da primeira interface



Fonte: Autoria própria (2020)

A figura 36 ilustra como o website do projeto #BadlyPlayed aparenta ao ser acessado em um computador.

Figura 36 - Mockup primeira interface do website



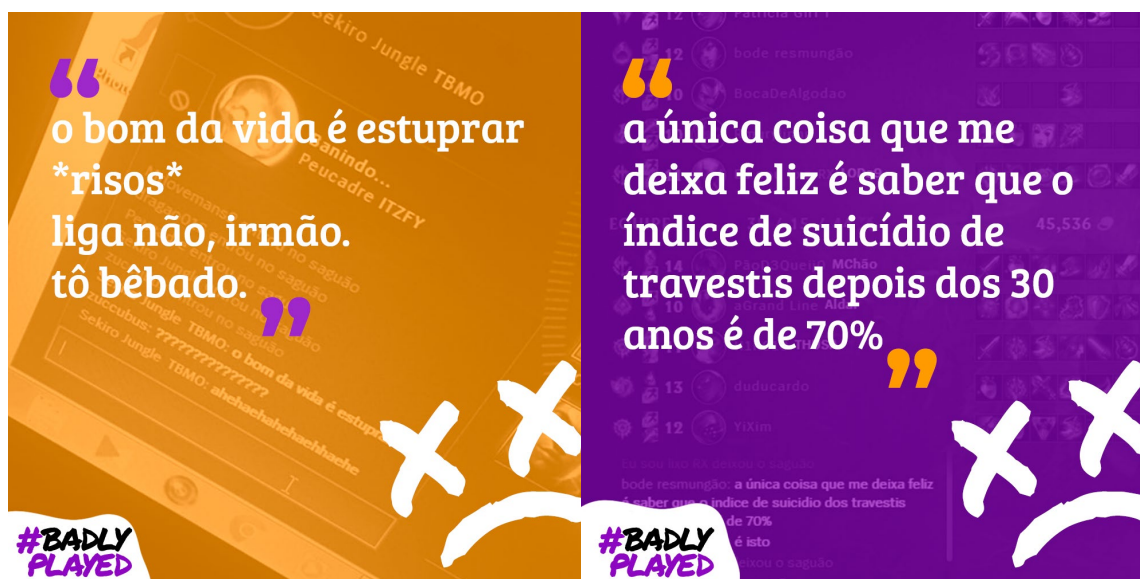
Fonte: Autoria própria (2020)

5.4.5 Postagens para Instagram

O projeto visa também sua expansão principalmente para as redes sociais, dessa forma, a parte de histórias do site conta com um link direto para o perfil no Instagram, que possui conteúdo baseado nas histórias de assédio de mulheres gamers intercalados com conteúdo sobre conquistas femininas no espaço gamer.

O primeiro modelo de post conta com uma citação sem filtros marcante e chocante do relato coletado, no fundo esmaecido possui o printscreen do momento do assédio. Ao arrastar para o lado o visitante veria o printscreen original sem filtros para legibilidade e provar que não é mentira. A logomarca é utilizada como apoio nesse caso e oferece um toque de sentimento para a publicação.

Figura 37 - Primeira versão dos posts Instagram histórias



Fonte: Autoria própria (2020)

Figura 38 - Primeira versão dos posts Instagram positividade



Fonte: Autoria própria (2020)

Já o segundo modelo de postagem trata-se de celebrar conquistas femininas no mundo dos jogos, para isso serão utilizadas fotos para ilustrar, e a assinatura alternativa de #WellPlayed para comemorar, a assinatura #BadlyPlayed é bem menor em relação ao outro tipo de post, pois não faz sentido assinar algo positivo com ela, pode dar uma sensação de ambiguidade. O ideal seria assinar apenas com a logomarca mas para o início do projeto ainda não há familiarização apenas com este.

6. PROTOTIPAÇÃO E FEEDBACK

6.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Por conta das condições de COVID-19, a metodologia para realizar as entrevistas com as participantes foi feita através do aplicativo Discord, com o uso do chat de voz. Enquanto mostrava-se o protótipo da interface, realizavam perguntas seguindo um roteiro que foi feito baseando-se nas lições de usabilidade ensinadas por Steve Krug em *Não me Faça Pensar* (2014), dividido em três momentos. Foram entrevistadas no total oito mulheres gamers não-casuais.

O primeiro momento baseava-se na compreensão do site, com o objetivo de entender se a usuária sabe logo ao entrar do que se trata o site; onde clicaria primeiro; se informações básicas do site estão claras; se o usuário sabe onde está; o que imaginava encontrar em cada item do menu; se achava a proposta relevante; se usaria o serviço mandando um depoimento, entre outras.

O seguinte momento se deu sobre as tarefas do site, nesse caso, foi pedido para as entrevistadas dizerem o passo a passo de como fariam determinadas tarefas no site, ao entrar na homepage. As tarefas solicitadas foram “enviar um relato” e “descobrir mais sobre o projeto”.

Para finalizar a conversa, foi questionado às entrevistadas algumas perguntas quanto a satisfação geral com o site neste primeiro momento, pediu-se uma nota de 0 a 10; perguntou-se o que mais gostou e menos gostou do site; o que mudaria; se compartilharia o site com amigas; e também foi aberto um espaço para dicas, críticas e sugestões. O roteiro em íntegra está anexado ao Apêndice C.

6.2 FEEDBACK DE USABILIDADE

Iniciando a fase de compreensão da interface, ao perguntar sobre o que acreditavam que se tratava o website, todas as entrevistadas acreditavam que esta página tinha o intuito de falar sobre mulheres no mundo gamer, sobre o assédio sofrido. A entrevistada A diz: “É um site onde você conta histórias de mulheres que sofrem assédio em jogos, ou qualquer tipo de comentário maldoso a partir do público masculino”.

Quando perguntadas sobre o que mais chamava atenção na homepage do site a maioria das entrevistadas disseram que, o que mais chamava a atenção delas era a imagem da moça. Além disso, foi mencionado também que o recorde de número de dias sem sofrer assédio chama bastante a atenção. Ao serem questionadas de onde clicariam primeiro houve um empate entre clicar em “conte a sua” no menu superior, e em clicar no botão de “saiba mais” abaixo do contador.

Quando questionadas sobre o que imaginavam que encontrariam ao clicar em cada item do menu superior, no geral, as participantes acertaram o que encontrariam, exceto no item “manifesto”. Houve confusão entre a maioria das entrevistadas que não tinham ideia do que seria o item.

A partir daqui o site foi mostrado na íntegra, não apenas a homepage, a participante S. de Guarujá ao ver a seção “sobre” disse: *“Caramba mulheres gamers são 53%, não sabia que mais da metade eram mulheres, de verdade, era algo que eu nem imaginava”*. A participante B. de Foz do Iguaçu também disse: *“Só descobri essa semana que a gente era maioria, e olha que estou no universo gamer há muito tempo.”*

E foi indagado se estas mulheres sentiram-se curiosas para saber mais informações do projeto, a resposta positiva foi unânime, a participante K. diz: *“Com certeza, ainda mais porque eu jogo é legal ver essas coisas postas, ter um ambiente que te acolhe.”*

A parte principal desse projeto baseia-se em transmitir essas histórias de assédio que aconteceram com mulheres gamers, para ter certeza que essa seção estava clara, perguntou-se para as participantes o que acharam. Todas as participantes afirmaram que a seção em si estava clara que se tratava de relatos, uma das entrevistadas disse: *“Com certeza está claro, ainda mais que estamos acostumadas a jogar sabemos que essas falas são bem comuns, então você bate o*

olho e já sabe que com certeza foi alguém que já falou isso pra uma menina, tipo um depoimento, acho uma proposta bem importante, eu acho que é o ápice do trabalho essa parte das histórias.”. Porém, algumas mulheres apontaram que não entenderam muito bem como funcionaria o botão de “ver mais” desta seção.

Foi questionado às participantes se achavam a proposta desse projeto importante e se também identificavam-se com o problema, todas as mulheres entrevistadas afirmaram que sim, se identificavam com o problema de assédio no mundo gamer, por isso, também todas acharam a proposta importante a entrevistada A. de Curitiba diz: *“Com certeza acho importante, já sofri bastante com isso. Muita gente acha que isso não acontece ou acha que é brincadeira, por exemplo, eu mesma já sofri perseguição durante mais de um ano em jogo por parte de um casal.”*. No entanto, uma participante ficou confusa pois não entendia muito bem como o projeto a ajudaria nisso. A figura 39 apresenta trechos de respostas de outras participantes para a mesma pergunta.

Figura 39 - Respostas das participantes sobre identificação com o problema de assédio

“Eu acho relevante sim, pois temos muito que mudar essa cultura de deixar homem querer ficar vindo pra cima da gente, atacar a gente só porque é virtualmente sabe? em jogo deles querem achar que são melhores que a gente, ou querem diminuir só porque é mulher. **Eu acho que é importante ter algo que apoie mais isso, até pras meninas terem mais voz também e ter um incentivo maior pra elas não deixarem esse tipo de situação ocorrer e poderem se juntar e fortalecer isso de se ajudar, de acabar com essa cultura machista principalmente em games.**”

K., Jacareí

“Sim, tento não falar nos jogos para não ser atacada, e mesmo assim zoam minha voz, essas coisas vão te desinibindo mesmo que a gente faça parte da maioria dos jogos. **Não acredito que vai ter alguma menina que joga que vai dizer que não se identifica com esse problema.**”

B., Foz do Iguaçu

“Nossa, muito, **quando a gente joga a gente tem que fingir ser homem para não encherem nosso saco,** então eu nunca passei especificamente por essas coisas porque eu finjo ser homem nas partidas”

N., Curitiba

“Dado a comunidade gamer estar em constante crescimento e as mulheres fazerem grande parte desse público eu acho que **é muito importante mostrar que isso é algo que ocorre, que não é algo inventado por mulheres que estavam jogando mal e foram xingadas por isso,** mas sim mostrar que isso ocorre sem motivo nenhum independente de quem está jogando, é algo bem importante nos dias de hoje.”

A., Curitiba

Fonte: Autoria própria (2020)

A principal força-motriz do projeto se dá pela colaboração de mulheres gamers enviando suas histórias, para isso foi questionado se elas mandariam um depoimento para o site e se sentiam-se confortáveis fazendo isso, todas as entrevistadas responderam que mandariam sim o seu relato. No entanto, aqui identificou-se um problema na interface, algumas participantes afirmaram não ser claro que o depoimento poderia ser enviado sem precisar se identificar de forma anônima, então sugeriram deixar essa informação mais visível através de um texto. A entrevistada P. de Curitiba diz: “*Nossa, mandaria vários depoimentos, acho que todos os jogos que eu já joguei na vida eu tive problema com alguma coisa assim, e o meu maior medo em jogos tipo de FPS é ligar meu microfone, tenho medo de falar, eu acho que tenho*”

que dar 220% de mim para tentar me escutarem e por eu ser mulher eles não vão, mesmo se eu estiver jogando bem pra eles a culpa vai ser sempre minha do que acontecer.”. Outra participante disse que se sentiria confortável mas por conta de ser tão rotineiro o assédio a entrevistada nem registra mais: “Me sentiria confortável, mas estou num ponto que isso já aconteceu comigo tanto que já estou um pouco assintomática e já nem registro quando isso acontece, ao não ser que seja um caso muito fora do normal, acho que chega um ponto que a gente está tão acostumada que ficamos anestesiadas.”

O projeto #BadlyPlayed procura expor sem filtros o que realmente é dito para mulheres no mundo gamer, por isso as postagens do instagram e facebook mostram algo com teor mais gutural e agressivo, dessa forma, foi perguntado às entrevistadas se elas compartilhariam uma postagem assim em suas redes sociais. Todas as participantes afirmaram que compartilhariam esse conteúdo, a entrevistada de Curitiba A. desabafa: “*Sim, porque a gente precisa falar disso, muita gente deixa quieto, principalmente homens acham que estamos nos vitimizando. A maioria das meninas que conheço que jogam tem algum problema, seja de depressão ou ansiedade, e elas jogam justamente para se distrair... Aí chega num dia ruim, vai jogar e escuta uma porcaria dessas, você perde a vontade de jogar na hora, estraga o dia da pessoa.”. As participantes também afirmaram que justamente as frases chocantes que fariam a diferença, uma participante de Curitiba afirma: “*Com certeza compartilharia, o legal do negócio é ter impacto, quanto mais na cara é o melhor, por mais que seja agressivo é isso que afeta as pessoas.” A participante N. também compartilha do mesmo sentimento: “Compartilharia, não tenho vergonha de rede social, acho legal. Acho que algumas coisas precisam ser com tapa na cara mesmo.”.**

O naming do projeto também foi questionado se fazia sentido para as participantes, a maioria das participantes prontamente ao ler a hashtag #BadlyPlayed afirmaram entender de onde surgiu, a participante A. diz: “*Foi uma má jogada de quem assedia, é uma boa associação.” também foi perguntado às entrevistadas se achariam que era um problema o nome ser em inglês, a participante S. de Guarujá afirma: “A hashtag é de uso fácil, chamativa eu gostei. Acho quem tem contato com jogo tá pelo menos um pouco familiarizado com inglês, acho que não tem problema nenhum ser em inglês a hashtag.”. Também foi questionado se achavam viável o uso da hashtag, a participante K. de Jacareí diz: “*Eu acho que sim, ainda mais agora que a galera tá usando bastante o Twitter, fazem as causas e colocam hashtags. Acho bem massa**

até pra divulgar mais o movimento, o manifesto, acho que funcionaria bem sim porque a hashtag funciona em qualquer plataforma, até o instagram.”.

Passando para o segundo momento da entrevista, foi solicitado às participantes que explicassem o caminho que fariam para realizar duas tarefas ao entrar na homepage do site. A primeira tarefa seria “mandar um depoimento”, todas as participantes disseram que clicariam em “conte a sua” no menu superior, S. de Guarujá diz como faria: *“Clicaria em conte a sua, preencheria os dados, nos detalhes contaria o que passei ou o que eu vi alguma coisa que eu não curti e enviaria tranquilamente, estão bem claras as informações.”*

A segunda tarefa solicitada para as entrevistadas foi “descobrir mais sobre o projeto”, a maioria das participantes clicaria em “sobre” no menu superior. A participante S. sobre a seção em questão diz: *“Acho super interessante colocar isso da porcentagem, porque eu não imaginaria que somos a maioria nos jogos”.*

O terceiro momento da entrevista procura saber quanto a satisfação das entrevistadas. Foi solicitado para que dessem uma nota de 0 a 10 para o site, houveram notas que variaram entre 7 e 10. Ao fazer uma média entre todas as entrevistadas o valor resultante é 8,9. Na figura 40 está exposto alguns trechos das variadas notas dadas pelas participantes e sua justificativa.

Figura 40 - Justificativas das notas dadas no primeiro protótipo de interface

- 7** “Ele está muito bom mas tem coisas que dá pra melhorar, que fui mencionando durante a entrevista, por exemplo, não tá muito claro como vai funcionar essa visualização na íntegra das histórias.”
A., Curitiba
- 8** “Na construção está bem embasado, não senti que faltou algo, o básico está construído está super bem feito, elementos estão chamando atenção pros lugares certos, gostei das ilustrações.”
B., Foz do Iguaçu
- 9** “Porque ele tá muito bom em usabilidade, está muito claro, mas só acho que precisa ficar com uma cara mais gamer, alguns elementos que remetem mais a game, porque olhando assim parece mais algo publicitário, de propaganda.”
K., Jacareí
- 10** “Pra mim acho que está tudo perfeito, as cores o design, está tudo de fácil acesso, claro, pra mim está tranquilo. Acho que ninguém vai ter dificuldade de mexer, tá super explicado as coisas, ficou super legal.”
S., Guarujá

Fonte: Autoria própria (2020)

Ademais foi perguntado para as entrevistadas o que mais gostaram, o que as mulheres mais gostaram foi a parte das histórias, uma das participantes diz: *“Gostei de ler os casos, acho que isso é essencial para ver que você não é a única que está passando por aquilo, acho que é muito legal porque a gente se sente tão intimidada e a gente acha que somos as únicas que passam por isso, e é muito legal você ver as outras histórias e ver que realmente não é só você que passa por isso”*.

Em adição, outra entrevistada diz gostar da proposta por ser algo inovador, que transmite credibilidade, A. de Curitiba diz: *“Gostei que nunca tinha visto nada do tipo, todas as plataformas de exposed que ja vi são algo que aparentam ter bem menos credibilidade, parece só alguém que quis colocar a boca no trambone e não sabe muito bem o que fazer com as informações, e aqui nesse site tá organizado de uma forma que tem um propósito, é inovador e relevante pros dias de hoje.”*.

Uma das mulheres menciona que sua parte favorita é a hashtag e a logomarca do projeto, inclusive se mostrou interessada na criação de merchandising do projeto, P. diz: *“O que eu mais gostei foi a hashtag (#badlyplayed) e achei legal o símbolo, se o projeto fizer sucesso acho que até usaria uma camiseta disso, seria legal se mais*

peças soubessem e outras meninas usassem também e contassem a história delas, pra expor mesmo pras pessoas como é difícil pra gente.”

Em oposto também foi questionado o as participantes menos gostaram e o que mudariam do site. Foi mencionado que a homepage por mais que fosse bonita não remetia a algo gamer diretamente, então foi sugerido por algumas participantes a mudança de foto ou adicionar elementos que remetem a isso, como incorporar ilustrações.

Já quanto a seção de “histórias” algumas entrevistadas disseram que ainda não está 100% claro como funcionaria a funcionalidade do botão de “ver mais” sobre o caso. Além disso, a seção de “conte a sua” foi mencionada bastante pelas participantes quanto a clareza que os relatos poderiam ser enviados anonimamente, sem precisar que a usuária se identifique, então foi sugerido adicionar um texto que deixasse isso bem explícito.

Também foi mencionado por uma entrevistada que o site está com um tom bastante amigável, A. diz: *“Acho que falta colocar um teor maior de urgência, parece que o site está muito amigável pro propósito, acho que precisa ser mais impactante, talvez as cores puxarem para um tom que não seja tão passivo, não parece algo que busca trazer justiça, parece que só procura expor sem um fundo de ação mesmo”*.

Quanto às sugestões dadas para complementar o site, uma das participantes sugeriu colocar um texto contando mais sobre quem está por trás do site, dessa forma as visitantes do site se sentiriam mais confortáveis em saber que o projeto #BadlyPlayed foi feito de mulher para mulher, até incentiva elas mandarem relatos.

As participantes foram questionadas se compartilhariam esse website com outras amigas gamers, todas mulheres entrevistadas afirmaram que compartilhariam sim esse site com outras meninas, S. de Guarujá diz: *“Sim, eu seria o tipo de compartilharia em todas as redes sociais que eu uso, porque é uma coisa que acontece no meu dia a dia, com certeza acontece também no dia de outras mulheres, então acho que é legal compartilhar esse tipo de coisa. É um conteúdo novo, eu nunca tinha visto algo assim.”*

As entrevistadas se mostraram bastante animadas com o tema do projeto, N. de Curitiba diz *“Muita gente que conheço que joga que se incomoda muito com essas coisas, é um sinal de conforto que alguém reconheça esses problemas e esteja tomando uma atitude”* e K. de Jacareí acredita que o projeto possui futuro, ela diz: *“Acho que você deveria levar esse projeto para frente”*.

Quanto a parte de Design Gráfico perguntou-se o que acharam dos aspectos gráficos do site. As ilustrações; cores; identidade visual escolhida para o projeto foram amplamente mencionadas pelas entrevistadas. B. de Foz do Iguaçu trabalhadora da área diz: *“O que mais gostei foi a tela de conte a sua história e a tela de manifesto, adorei a arte das mulheres gamers. Gostei muito da identidade, ela é bem bonita e foi bem aplicada, gostei das cores você fugiu do rosa que era o padrão, gostei da aplicação das cores, gostei da logo achei bem interessante é bem aplicável em rede social”*

Na figura 41 apresenta-se trechos mais detalhados do que as entrevistadas mais gostaram e menos gostaram graficamente do projeto.

Figura 41 - Pontos gráficos que elas gostaram e não gostaram na primeira interface



O QUE ELAS GOSTARAM

“Achei muito interessante todas as partes gráficas, é o que eu mais amei foram as ilustrações”

K., Jacareí.

“Gostei muito das cores, tem uma atitude bem forte, dão personalidade forte, a característica da arte de ilustração, a fonte tá legal, tá bem limpo por mais que tenham bastante elementos, a logo ficou linda”

A., Curitiba.

“Gostei muito do uso do roxo acho que é uma cor que tem bastante força, bastante ligado ao feminismo, o laranja é uma cor ativa, mas acho que usaria mais o roxo para gerar mais esse impacto de agressividade.”

B., Foz do Iguaçu.



O QUE ELAS NÃO GOSTARAM / O QUE MUDARIAM

“A fonte está mais fofa do que agressiva, por isso mudaria, acho que trocaria por algo mais agressivo.”

B., Foz do Iguaçu.

“Eu achei bastante, achei um pouco aleatório só ter uma foto no site inteiro, talvez ligar as cores da foto com o resto do site, talvez fazer uma ilustração.”

N., Curitiba.

“Tá tudo bem estruturado, as seções estão bem divididas mas acho que os elementos gráficos estão distraindo do conteúdo da página, na seção “conte a sua” acho que o controle está ocupando espaço demais na tela, eu diminuiria e deixaria o formulário em si mais centralizado.”

A., Curitiba.

Fonte: Autoria própria (2020)

Após apresentada a solução idealizada a essas mulheres indagou-se se achavam interessante a proposta do projeto #BadlyPlayed, todas as entrevistadas mostraram possuir sentimentos positivos em relação a solução idealizada, a participante A. de Curitiba diz: *“Com certeza precisa expor esse tipo de coisa, até porque realmente as empresas não punem e nem são punidas pra falar a verdade, porque querendo ou não elas estão sendo cúmplices, é muito boa a iniciativa, mas precisaria pensar no caminho até chegar às empresas esse site.”*. Outra participante, também expressa positividade com a apresentação da proposta: *“Sim, porque não sei*

se existem sites com essa proposta, eu já vi projetos com essa proposta, mas nunca vi algo assim concreto, de você poder enviar sua história, esse negócio de ter o contador de acordo com os relatos que o site recebe, é bem interessante.”

Uma das maiores preocupações do site é sobre a questão das usuárias se sentirem confortáveis e seguras para usá-lo. As entrevistadas afirmam que o site transmite isso, N. de Curitiba menciona: *“Eu acho que ele (o site) tenta se aproximar muito com a pessoa que está como público-alvo e acho isso bom, mas sem ser forçado. Parece que você é uma pessoa que entende o que está acontecendo e fala “quero te ajudar, vamos lá”*”.

A questão do sentimento de acolhimento também foi questionada por conta do conteúdo mais pesado do site, mas as participantes das entrevistas afirmam que a sensação de acolhimento ocorre justamente por isso, S. de Guarujá afirma: *“Eu acho que justamente por ler histórias chocantes que eu me sentiria acolhida, não faria sentido entrar num site que não estivesse mostrando a realidade total do que a gente passa, por exemplo, mostrando só alguma coisinha leve, porque a gente não passa só por coisinhas leves.”*. B. de Foz do iguaçu também concorda com S.: *“Acho que esse sentimento é construído ao rolar a página e ler os primeiros relatos, aí na seção seguinte começa a convencer as mulheres que são maioria nesse local, que não deveriam estar passando por isso.”*

A representatividade foi elogiada por S. de Guarujá *“Achei interessante colocar uma moça negra nesse site, acho que seria legal várias fotos de mulheres diferentes, talvez passando num carrossel no fundo.”*

Também foi solicitado que as entrevistadas descrevessem o site do projeto #BadlyPlayed em poucas palavras, a participante S. de Guarujá diz: *“É um site diferente, nunca tinha visto nada do tipo, é um site acolhedor, e é um pouco chocante também, a parte das histórias deve ser algo de outro mundo, que você nem imagina que acontece, mas acontece. É um bom site, deveria ter mais disso por aí na verdade.”*

Figura 42 - Palavras utilizadas pelas participantes para descrever o site

- **acolhedor**
- **bonito**
- **confiança**
- **legal**
- **cheio de atitude**
- **objetivo**
- **empatia**
- **necessário**
- **simples**
- **conscientização**
- **importante**
- **diferente**

Fonte: Autoria própria (2020)

A figura 42 exibe algumas palavras utilizadas pelas participantes para descrever o site, no geral o site foi bem aceito pelas entrevistadas, várias desejam que o projeto seja implementado e prossiga.

6.3 CONCLUSÕES DA ENTREVISTA

O #BadlyPlayed mostrou-se um projeto necessário e possível, houve grande aceitação e interesse de todas as entrevistadas, isso além de motivar o projeto a seguir em frente, mostra que há grande sororidade e empatia entre as mulheres gamers que deve ser aproveitada para mudar este panorama no mundo gamer. Há grandes expectativas da colaboração delas no projeto.

A fase de coletar o feedback através destas entrevistas foi essencial para reparar em coisas que passariam despercebidas, como por exemplo, a falta de clareza na possibilidade de anonimato ao enviar as histórias, e a confusão em volta do botão “ver mais” na seção de histórias, que serão corrigidas numa interface atualizada. Também pretende-se pensar em uma estratégia melhor para que a homepage remeta a algo mais gamer, foi comentado também por algumas participantes que não fazia muita alusão.

Além disso pretende-se ter mais clareza em relação ao que se faria com as histórias enviadas pelas mulheres gamers, pensar em uma estratégia para que haja visibilidade para esse problema.

7. SEGUNDA PROTOTIPAÇÃO E FEEDBACK

Figura 43 - Visão geral da segunda interface

#BADLYPLAYED

sobre histórias conte a sua manifesto contato

NÓS JOGAMOS 10 DIAS SEM SOFRER ASSÉDIO.
O RECORDE ANTERIOR É DE 7 DIAS.

saiba mais

SOBRE

Você sabia que **65%** dos gamers jogam jogos online?

jogam online	65%	35% não jogam online
--------------	-----	----------------------

fonte: PCB 2020

E que mais da **metade** da comunidade gamer é constituída por **mulheres**?

mulheres	53%	47% homens
----------	-----	------------

fonte: PCB 2020

Mesmo assim, muitas mulheres são **assedeadas diariamente**.

O ambiente virtual gamer online é o único local em que certas coisas ditas são **toleradas e levadas levemente**, quando essas coisas são reportadas comumente **não são punidas** de acordo.

O #badlyplayed foi criado no ano de 2019 por mulheres gamers, com o objetivo de expor essa impunidade através da **coleta de histórias** de outras mulheres gamers, e dessa forma cobrar uma **mudança de postura** das empresas de jogos online.

ALGUMAS HISTÓRIAS

Abaixo apresentamos algumas **histórias de assédio**, enviadas por **mulheres gamers** do que já presenciamos no ambiente virtual. As relatos são 100% verdadeiros e muitas não possuem **nenhuma solução** por parte dos desenvolvedores do jogo.

Para saber mais detalhes do caso clique em "ver mais" e seja redirecionado para nossa página do Instagram com o caso case.

o bom da vida é estuprar amigos?
liga não, irmão,
tô bêbado.

ver mais

CONTE A SUA HISTÓRIA!

Preencha o formulário abaixo e faça parte desse movimento. **conte sua história**. Juntas somos mais fortes, conseguiremos mudar esse padrão de **impunidade** nos jogos online.

Não é necessário se identificar, só se quiser. Os campos marcados com asterisco são obrigatórios.

nome: @gamer* @gamer*
 país: Brasil*
 gênero: Masculino*
 jogo: League of Legends
 id: 1234567890
 ano: 2020
 plataforma: PC
 país: Brasil*
 "mulheres soltas o caso?"
 Estava jogando de jungla quando esse jogador correu...
 não
 sim
 não sei

envie sua história

MANIFESTO

O ambiente virtual gamer é o único local em que certas coisas ditas são **toleradas e levadas levemente**. Em meio a isso, o movimento #badlyplayed nasceu no ano de 2019, como reflexo da necessidade em existir uma política mais rígida por parte das empresas de jogos. #badlyplayed busca expor essa impunidade de comportamento tóxico que ocorre nos jogos online, através da **coleta de histórias** de mulheres gamers, a fim de chamar atenção para tal fato e cobrar uma **mudança de comportamento** das corporações e dos jogadores.

CONVERSE COM A GENTE!

Siga-nos nas redes sociais e fique por dentro de tudo que acontece!

@badlyplayed @badlyplayed
 #BadlyPlayed
 hi@badlyplayed.com

#BADLYPLAYED

Copyright © #BadlyPlayed 2020. Todos os direitos reservados.

Fonte: Autoria própria (2020)

Após o feedback recebido dos testes da primeira interface com mulheres gamers fez-se uma síntese do que foi apontado e deveria ser modificado, a fim de melhorar a experiência das usuárias, dessa forma, atualizou-se a interface.

Figura 44 - Recorte seção homepage da segunda interface



Fonte: Autoria própria (2020)

A homepage recebeu uma intervenção de ilustrações a fim de remeter mais aos games, além disso, para ficar mais conciso com a identidade visual do projeto. Foi adicionado um desenho de controle na camiseta da mulher gamer e um desenho de circuito no lado direito da página. Em conjunto, o menu fixo do topo recebeu um novo item intitulado “contato”.

Figura 45 - Recorte seção sobre da segunda interface

SOBRE

Você sabia que **65%** dos gamers jogam **jogos online**?



fonte: PGB 2020

E que mais da **metade** da comunidade gamer é constituída por **mulheres**?



fonte: PGB 2020

Mesmo assim, muitas mulheres são **assediadas diariamente**.

O ambiente virtual gamer online é o único local em que certas coisas ditas são **toleradas** e levadas **levianamente**, quando esses casos são reportados comumente **não são punidos** de acordo.

O **#badlyplayed** foi criado no ano de 2020 por mulheres gamers, com o objetivo de expor essa impunidade através da **coleta de histórias** de outras mulheres gamers, e dessa forma cobrar uma mudança de postura das empresas de jogos online.

Fonte: Aatoria própria (2020)

A seção “sobre” teve a adição de informações relacionadas ao panorama da mulher gamer no Brasil. Também houve a adição de informações quanto a origem do projeto, frisando que o projeto foi criado de mulheres para mulheres, como sugerido no feedback das entrevistadas para assim as usuárias ficarem mais tranquilas e confortáveis de utilizar o recurso.

Figura 46 - Recorte seção histórias da segunda interface



Fonte: Autoria própria (2020)

Foi adicionado um texto na seção de "histórias" deixando mais claro do que se tratavam essas imagens vinculadas com citações, explicando que se tratavam de relatos verdadeiros enviados por mulheres gamers e o que é o botão "ver mais", que é um botão redirecionador ao Instagram do projeto com mais detalhes do caso, também baseando-se aos problemas apontados pelas entrevistadas.

Figura 47 - Recorte seção conte a sua da segunda interface

CONTE A SUA HISTÓRIA!

Preencha o formulário abaixo e faça parte desse movimento, **conte sua história**.
Juntas somos mais fortes, conseguiremos mudar esse padrão de **impunidade** nos jogos online.

Não é necessário se identificar, só se quiser. Os campos marcados com asterisco são obrigatórios.

nome **idade*** **gênero***
Gabi 19 Feminino

jogo*
League of Legends

data*
10 mar 2020

printscreen **procurar**

país*
Brazil

detalhes sobre o caso*
Estava jogando de jungle quando esse jogador começou...

foi punido?*
 sim não não sei

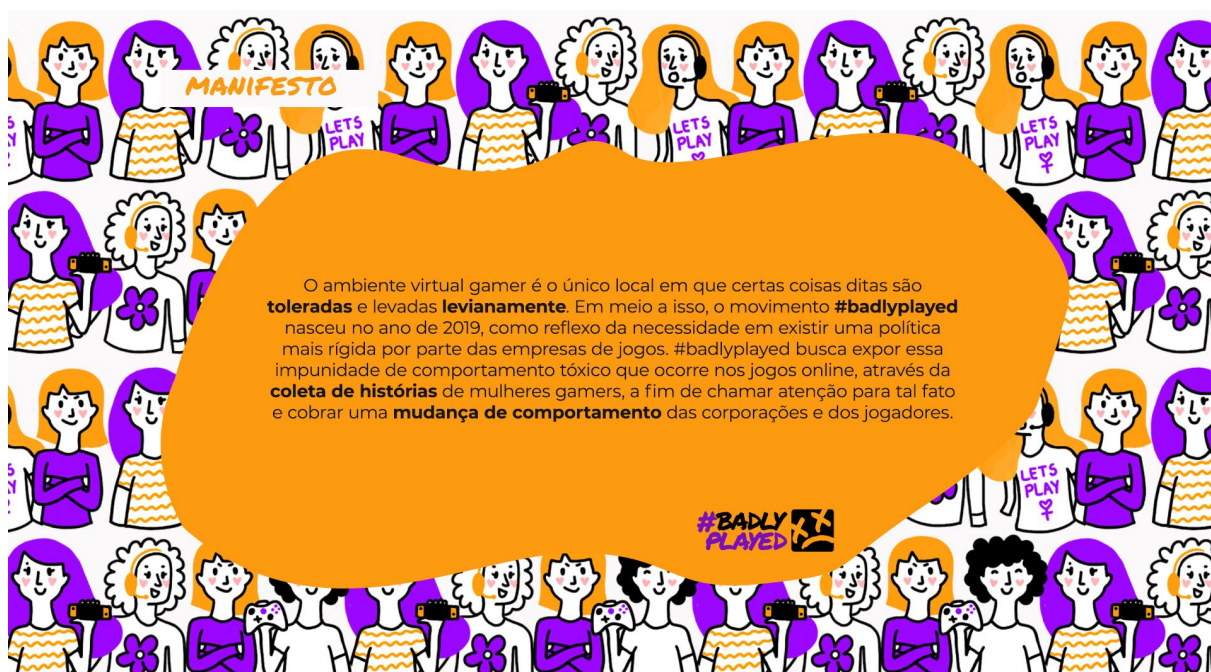
envie sua história



Fonte: Autoria própria (2020)

A seção de “conte a sua” foi muito apontada pelas participantes da entrevista, não havia clareza quanto a não-obrigatoriedade de se identificarem ao enviar seus relatos, assim, adicionou-se um texto explicando que a identificação era voluntária. Além disso, o campo de “jogo” foi aberto ao invés de haver uma pré-seleção de nomes de jogos, por conta da grande quantidade de jogos que existem, também sugerido por uma participante.

Figura 48 - Recorte seção manifesto da segunda interface



Fonte: Autoria própria (2020)

A seção de manifesto permanece no mesmo formato, a escrita do manifesto definitivo se dará pela ajuda das entrevistadas nessa nova etapa do teste da interface.

Figura 49 - Recorte seção contato da segunda interface



Copyright @ #BadlyPlayed 2020 - Todos os direitos reservados

Fonte: Autoria própria (2020)

Houve a adição da seção “contato” que conta com links para as redes sociais em que o projeto está inserido, para facilitar o contato mais direto com as usuárias que precisarem de auxílio ou possuem dúvidas.

7.1 FEEDBACK DE USABILIDADE

As participantes foram voluntárias encontradas através da rede social Twitter, e estas entrevistas foram realizadas no mesmo formato por meio do aplicativo Discord, mostrando o protótipo novo e realizando as mesmas perguntas do roteiro criado baseando-se nos princípios de usabilidade de Steve Krug. O roteiro encontra-se no Apêndice C.

Após feitas as modificações, testou-se novamente a interface para detectar se os problemas apontados anteriormente foram resolvidos, ou se possuíam novos problemas. Foram testadas quatro mulheres gamers não-casuais que não haviam participado anteriormente da coleta de feedback do primeiro protótipo, para testar de fato se os problemas apontados haviam sido resolvidos.

Todas as participantes entendem que a homepage do site trata-se de um local para mulheres relatarem casos de assédio sofridos no mundo gamer, a participante I.R. diz: “Eu usaria isso, usaria uma camiseta dessa organização, defenderia com unhas e dentes um site desses!”. A primeira vista foi comentado pelas participantes que chamava muito a atenção delas o contador da homepage: “*O slogan, porque realmente não tem um dia que dá pra jogar tranquilamente com esse povo.*”, além disso a maioria disse que o primeiro local que clicariam seria em “histórias”.

Novamente houveram dúvidas entre as entrevistadas sobre o que se tratava o item “manifesto”, então foi sugerido por uma das participantes trocar o nome da seção para “missão” ou “valores”. Todas as participantes possuem interesse no projeto e acharam a proposta relevante e importante, “*Já me sinto abraçada*” diz a participante A..

Quando questionadas quanto a clareza da seção de “histórias” todas as participantes afirmaram que as informações estão de fácil compreensão, a participante A. comenta: “*Com certeza está claro, inclusive já deu uma vontade de dar um murro na tela só de ler essa imagem, e isso não é só dentro da internet, senta numa roda de bar pra ver o que sai, isso aí não fica só na internet.*” a entrevistada B. também diz: “*Mostra as coisas que a gente luta contra, não é só vitimismo, tem gente que acha que é.*”

Todas as participantes afirmaram que usariam o recurso de contar a sua história de assédio, além disso, todas se identificam com o problema e não possuem problemas de compartilhar em suas redes sociais as postagens de denúncia, a entrevistada B.C. desabafa: *“Me identifico bastante principalmente com a parte de que eu faço as minhas denúncias e acaba nunca dando em nada... Me desmotiva a denunciar, me entristece, esses dias eu terminei uma partida e o outro jogador me mandou lavar a louça e desejou que eu fosse estuprada! caramba, eu nem tinha feito nada, eu não fiz nada!”*.

Quanto às tarefas, não houve dúvidas no caminho das entrevistadas nos passos para enviar depoimentos ou conhecer mais sobre o projeto. Todas as entrevistadas demonstraram grande satisfação ao website, disseram estar bem organizado e claro, gostaram das cores utilizadas e dos aspectos gráficos, a entrevistada A. diz: *“O que eu mais gostei foi a oportunidade de contar a minha própria história e também poder ler os outros relatos e poder me identificar”*.

Por conta da grande familiaridade com o problema, todas as entrevistadas disseram ter grande interesse na proposta e se sentiram acolhidas e confortáveis, além disso, também disseram que compartilhariam o site com outras amigas gamers A. diz: *“Não é só na internet que isso tá presente, fora dela também, então quando eu tento conversar sobre jogos com alguém eu sempre vou ser subestimada de alguma forma. Ter que ficar provando que você gosta realmente de jogar”*

Fundamental; diferente; interessante; acolhedor; grande potencial; foram alguns dos termos utilizados pelas entrevistadas para descrever o projeto Badly Played, a entrevistada B.C. diz: *“Antigamente isso me afetava bastante, hoje em dia me afeta ainda mas não tanto... Me sinto mais indignada do que triste, então qualquer coisa que eu possa fazer pra ajudar nisso eu tô disposta! Eu tenho evitado jogar LoL por causa disso, é bem chato porque eu entro no jogo e me sinto mal pra você ter noção... Então é difícil porque lá é onde mais ocorreram hostilidades comigo.”*

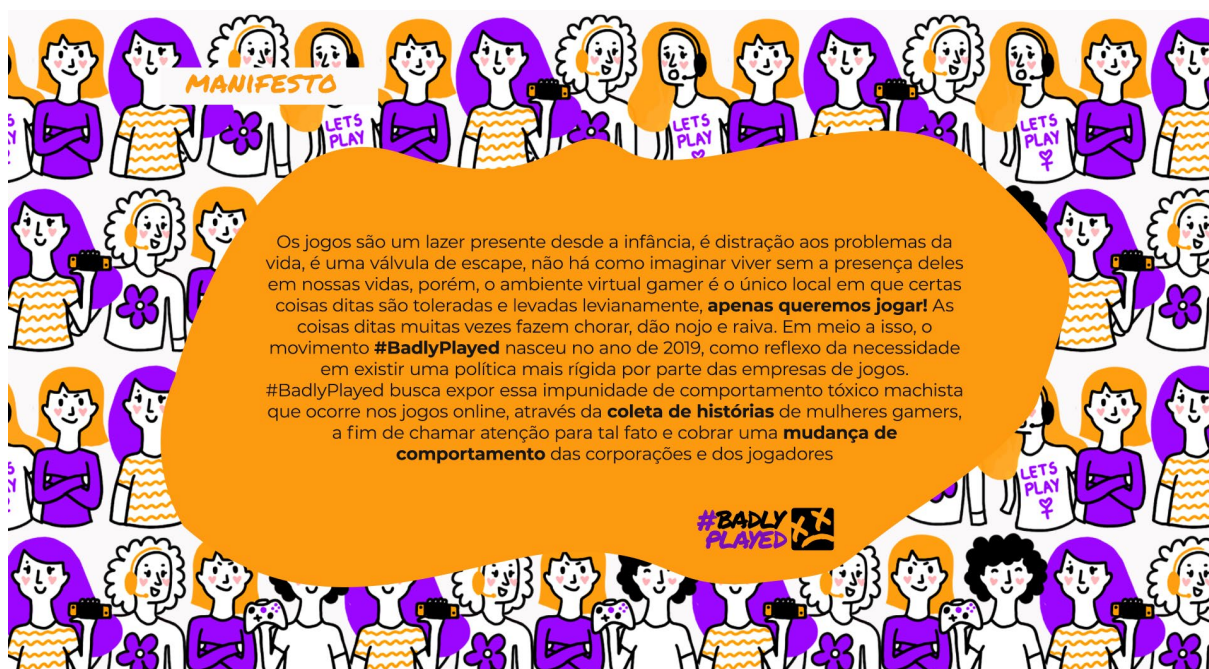
Esta etapa de prototipação e feedback foi bastante frutífera para perceber que os problemas apontados anteriormente pelas outras entrevistadas no primeiro protótipo haviam sido resolvidos. Além disso, coletar histórias sobre o espaço que os games ocupam na vida dessas mulheres, para assim escrever um manifesto para o projeto que possua valor, em conjunto à elas.

7.2 MANIFESTO

O manifesto foi feito com o auxílio de outras mulheres gamers, para possuir um real valor. Seu resultado foi o seguinte:

“Os jogos são um lazer presente desde a infância, é distração aos problemas da vida, é uma válvula de escape, não há como imaginar viver sem a presença deles em nossas vidas, porém, o ambiente virtual gamer é o único local em que certas coisas ditas são toleradas e levadas levemente, apenas queremos jogar! As coisas ditas muitas vezes fazem chorar, dão nojo e raiva. Em meio a isso, o movimento **#BadlyPlayed** nasceu no ano de 2019, como reflexo da necessidade em existir uma política mais rígida por parte das empresas de jogos. **#BadlyPlayed** busca expor essa impunidade de comportamento tóxico machista que ocorre nos jogos online, através da coleta de histórias de mulheres gamers, a fim de chamar atenção para tal fato e cobrar uma mudança de comportamento das corporações e dos jogadores.”

Figura 50 - Recorte seção manifesto final



Fonte: Autoria própria (2020)

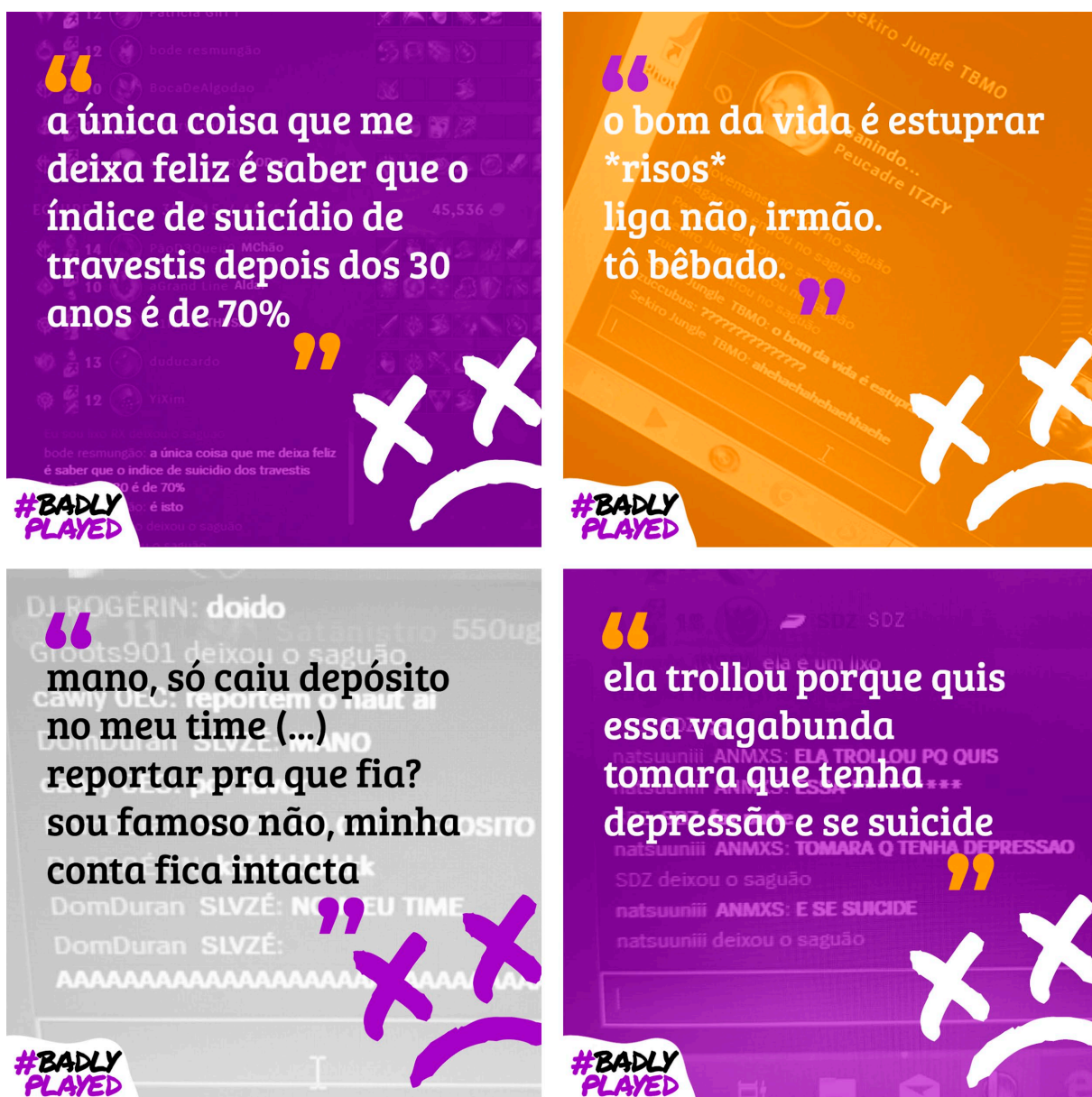
Esse manifesto será atualizado no website final do projeto Badly Played.

8. REDES SOCIAIS

A principal forma para atingir o escopo do projeto trata-se da criação das redes sociais para propagar o serviço oferecido. As redes sociais são parte da rotina dos brasileiros, existem aproximadamente 130 milhões de contas ativas brasileiras no Facebook, que segue no topo como uma das redes sociais mais utilizadas, assim como o Twitter e Instagram são uns dos favoritos. (IMME, 2020).

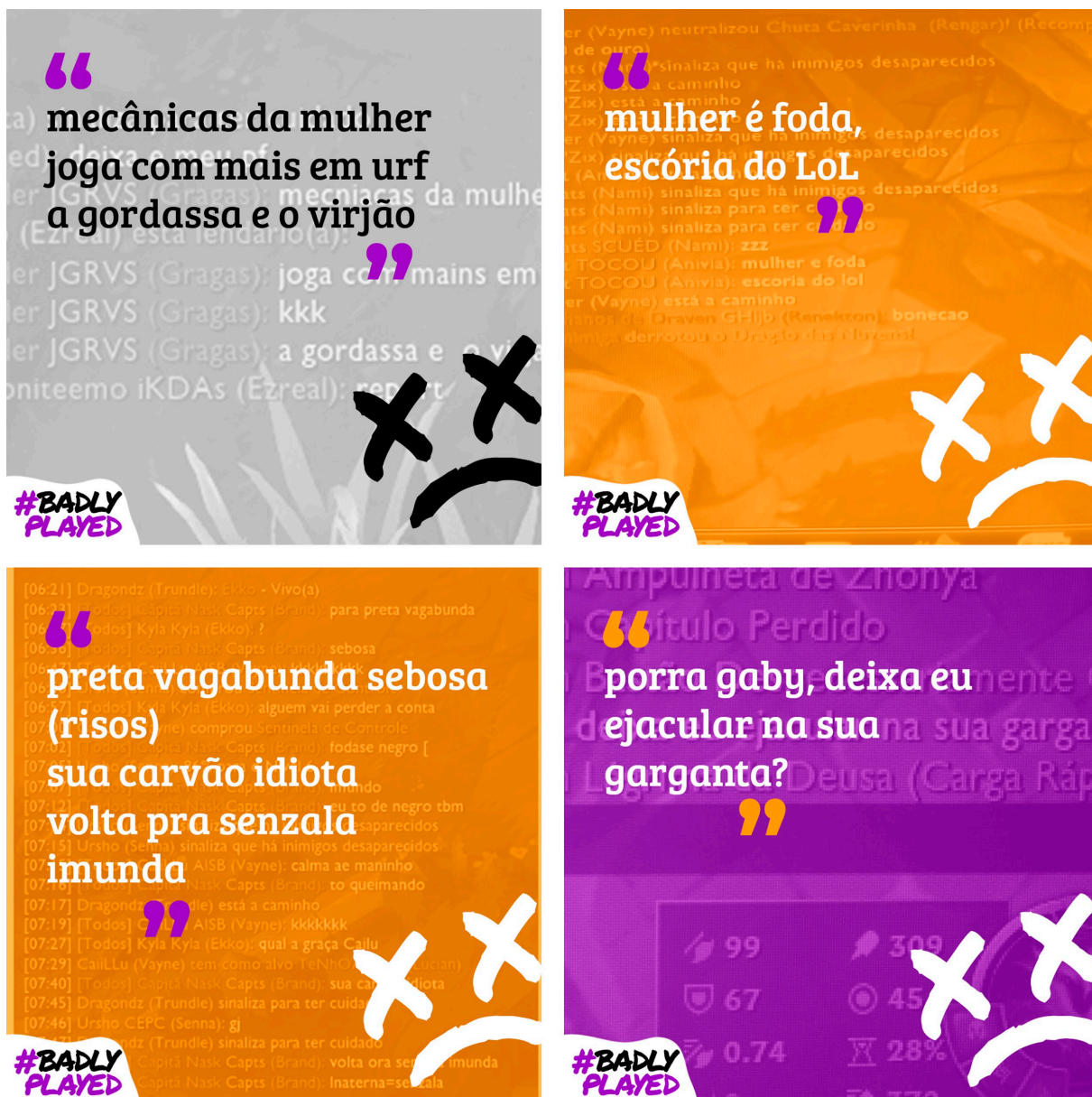
Sendo essas redes as mais presentes na vida dos brasileiros, idealizou-se criar uma conta para o projeto em cada uma delas. O Instagram seria o veículo principal, por conta do vínculo à rede social presente na seção de histórias do website. O conteúdo gerado também é facilmente replicado às outras redes sociais, dentro do próprio aplicativo do Instagram existe a função de replicar a postagem ao Twitter e Facebook.

Figura 51 - Mosaico I de posts de denúncia



Fonte: Autoria própria (2020)

Figura 52 - Mosaico II de posts de denúncia



Fonte: Autoria própria (2020)

Figura 53 - Mosaico III de posts de denúncia



Fonte: Autoria própria (2020)

Figura 54 - Mosaico IV de posts de denúncia



Fonte: Autoria própria (2020)

Esses são alguns exemplos dos posts de denúncia elaborados para serem vinculados às redes sociais do projeto, o destaque principal sendo as citações problemáticas dos jogadores hostis, seguindo sempre o mesmo template variando apenas as cores. Esses posts serão postados acompanhando provas do que foi dito é real, ao arrastar para o lado o usuário conseguirá ver o printscreen ou o vídeo do caso.

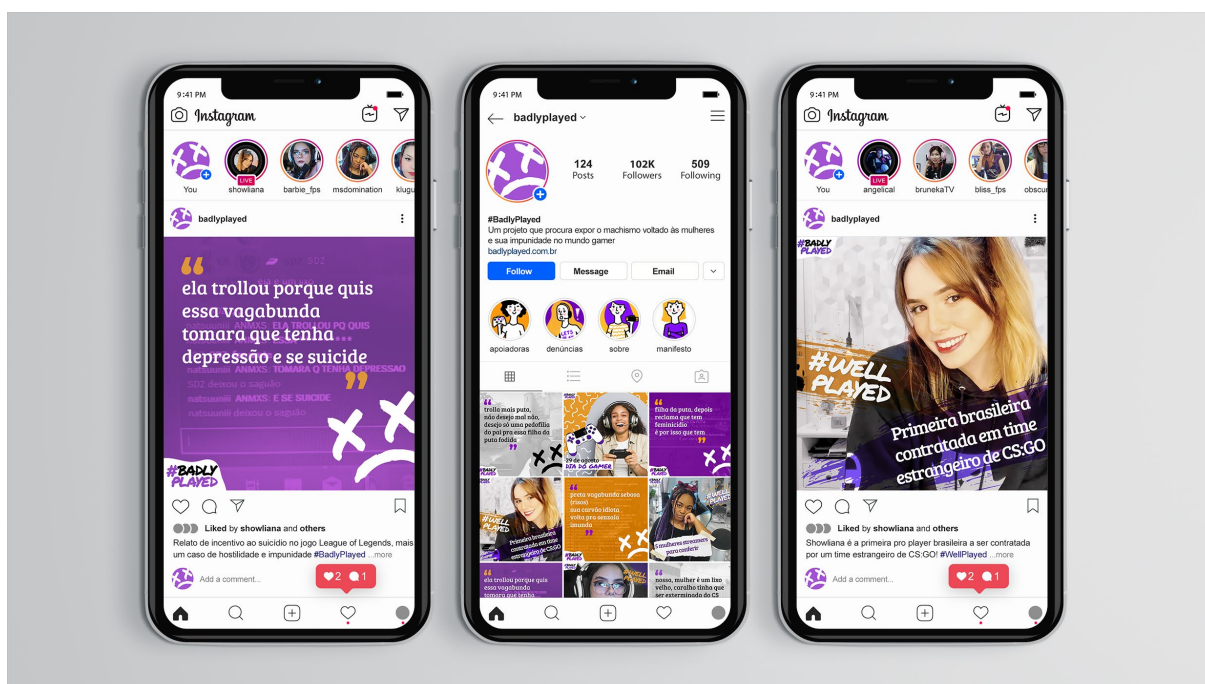
Figura 55 - Mosaico de posts positivos



Fonte: Autoria própria (2020)

Além das postagens de denúncia de hostilidade, existirá o intercalamento com postagens positivas celebrando as conquistas das mulheres no ambiente gamer, para também quebrar o ar pesado das denúncias e lembrar às mulheres gamers que não existem apenas notícias ruins neste meio.

Figura 56 - Mockup Instagram Badly Played no celular



Fonte: Autoria própria (2020)

Essa é uma prévia de como o perfil no Instagram ficará ao ser visualizado no celular. À esquerda um exemplo de post de denúncia assinado com #BadlyPlayed, ao meio uma prévia da visão geral do perfil, e na direita uma prévia de post positivo assinado com #WellPlayed.

Figura 57 - Mockup Twitter Badly Played no computador

Fonte: Autoria própria (2020)

O conteúdo será replicado no Twitter, uma ótima plataforma para impulsionar o uso da hashtag criada para o projeto #BadlyPlayed e obter maior alcance. O lado negativo seria por conta dessa rede social possuir a limitação de caracteres, para as informações serem diretas e curtas. Então será utilizada com estratégia para procurar engajamento de outras formas criativas, além das réplicas do conteúdo do Instagram, para aproximar-se mais do público.

Figura 58 - Mockup Facebook Badly Played no computador

Fonte: Autoria própria (2020)

A criação da página no Facebook é indispensável, pois trata-se da segunda maior rede utilizada pelos brasileiros. O uso da hashtag também é funcional nesta rede social e seu conteúdo será um réplica das postagens do Instagram. Essa função pode ser automatizada com facilidade, diretamente ao criar uma nova postagem no Instagram.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto #BadlyPlayed possui como objetivo principal expor a impunidade do assédio voltado às mulheres no mundo gamer, para isso necessitou-se uma fase de imersão, a qual demonstrou que além do problema abordado ter grande relevância na vida destas mulheres gamers, existia grande receptividade do tema e vontade de participação delas.

Com isso em mente, idealizou-se uma plataforma para a coleta de histórias de mulheres gamers, nesse caso, um site. Por conta da vontade de contribuição dessas mulheres tornou-se possível a idealização dessa plataforma, a utilização da metodologia do Design Thinking foi a escolhida pois traz a aproximação ao público-alvo que este projeto necessita.

A primeira prototipação da interface do website foi criada após uma pesquisa entre os sites da área e relacionados ao empoderamento feminino, dessa forma, procurou-se usar cores diferentes do habitual cor-de-rosa. As cores escolhidas foram a cor roxa que remete ao feminismo, e laranja, sua cor complementar, fugindo dos padrões de sites gamers.

Além disso, o uso do design gráfico no site foi essencial para proximidade às usuárias. Com o uso de fotos de mulheres gamers na homepage busca-se transmitir representatividade e criar logo um laço. A aplicação de ilustrações e patterns procura dar um ar descolado e receptivo ao site, para que as usuárias se sintam acolhidas e tenham vontade de usar seus recursos, por mais que a página possua um conteúdo que pode dar gatilhos.

Como houve bastante receptividade das entrevistadas, pois muitas afirmaram nunca terem visto algo do tipo na internet, todas acharam interessante e apoiaram que o projeto fosse de fato implantado.

O projeto Badly Played busca trazer luz ao problema de opressão e machismo no mundo gamer, e o principal, abrir um espaço de diálogo para se debater o problema. Por mais que o comportamento machista nos jogos esteja intrinsecamente ligado a outras problemáticas mais profundas, espera-se que o panorama do mundo gamer mude, que esse ambiente não seja mais tão segregacionista e hostil às mulheres gamers.

As companhias de jogos ao ignorarem denúncias de comportamento hostil consentem que tal postura é aceitável, tornam-se mantenedores de um machismo estrutural às mulheres no mundo gamer. Por isso, o projeto procura realizar uma cobrança necessária, além de apoiar as mulheres gamers para resistirem nesse universo e não desistirem de jogar, serem criadoras de conteúdo ou serem pro players.

Para a realização do projeto, foi encontrado um programador para implementar o site, esse que está em construção e em fase de testes de protótipos, por conta das variações de plataformas para o acesso que existem, além da mobile.

A programação do site está sendo feita na linguagem Javascript, a parte de front-end está sendo realizada com Angular 9, back-end feito com Node.js, e para o banco de dados foi utilizado o MongoDB. Quanto à hospedagem definitiva do site, ainda está em discussão.

Por hora, enquanto o website não é concluído, pretende-se focar bastante em dar visibilidade e início ao projeto de fato, por meio das redes sociais. Procura-se criar uma estratégia de comunicação, criação de mais conteúdos positivos, além de coletar mais materiais para as denúncias. Após a conclusão do website, pretende-se mais uma vez, testá-lo com outras mulheres gamers e coletar seu feedback antes de divulgá-lo ao público geral.

No futuro, almeja-se buscar uma forma de patrocínio ou realizar a venda de produtos, como bottons e camisetas relacionadas ao projeto, para custear os valores de hospedagem e servidor necessários para o funcionamento do website Badly Played, além de recrutar influenciadoras e streamers para fazerem parte do projeto.

Acredita-se que o projeto Badly Played terá sucesso, por se tratar de algo que afeta muitas mulheres e é familiar infelizmente, a grande sororidade e vontade de se ajudar entre as mulheres gamers faz ser possível enxergar um futuro, onde esse projeto irá alavancar e sair do âmbito educacional apenas.

REFERÊNCIAS

LARGHI, Nathália. Brasil é o 13º maior mercado de games do mundo e o maior da América Latina. **Valor Investe**, São Paulo, 2019, Disponível em: <<https://valorinveste.globo.com/objetivo/empreenda-se/noticia/2019/07/30/brasil-e-o-13o-maior-mercado-de-games-do-mundo-e-o-maior-da-america-latina.ghtml>>.

Acesso em: 30 set. 2019.

Vários autores. Entenda os hábitos de consumo dos gamers latino americanos.

Pesquisa Game Brasil, São Paulo, 2019, Disponível em:

<<https://materiais.pesquisagamebrasil.com.br/painel-gratuito-2019>>. Acesso em: 30 set. 2019.

OJIMA SAKUDA, Luiz e FORTI, Ivelise. 2º Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais. **Secretaria Especial da Cultura**, Brasília, 2018, Disponível em:

<<http://cultura.gov.br/105476-revision-v1/>>. Acesso em: 30 set. 2019.

Vários autores. Entenda os hábitos de consumo dos gamers latino americanos.

Pesquisa Game Brasil, São Paulo, 2019, Disponível em:

<<https://materiais.pesquisagamebrasil.com.br/painel-gratuito-2019>>. Acesso em: 30 set. 2019.

GUGELMIN, Felipe. Games online são o ambiente mais hostil ao gênero feminino, aponta pesquisa. **TecMundo**, São Paulo, 2014, Disponível em:

<<https://www.tecmundo.com.br/video-game-e-jogos/64894-games-online-ambiente-hostil-genero-feminino-aponta-pesquisa.htm>>. Acesso em: 13 jul. 2020.

#e-quality | e-sports pela igualdade_, São Paulo, 2019 . Disponível em:

<<http://www.equality4change.com.br/>>. Acesso em: 30 set. 2019.

POLIANSKAYA, Alina. Are video games inherently sexist? Designers and game makers discuss. **Design Week UK**, Londres, 2019, Disponível em:

<<https://www.designweek.co.uk/issues/18-24-february-2019/are-video-games->

[inherently-sexist-designers-and-game-makers-share-their-views/](#)>. Acesso em: 30 set. 2019.

#MYGAMEMYNAME, São Paulo, 2017 . Disponível em:

<<http://www.mygamemyname.com/>>. Acesso em: 30 set. 2019.

CHAMBERS, Becky. Why Games With Female Protagonists Don't Sell, and What It Says About The Industry. **The Mary Sue**, Nova Iorque, 2012, Disponível em:

<<https://www.themarysue.com/why-games-with-female-protagonists-dont-sell-and-what-it-says-about-the-industry/>>. Acesso em: 30 set. 2019

CASELL, Justine e JENKINS, Henry. **From Barbie to Mortal Kombat**, Nova Iorque: The MIT Press, 1998, Disponível em:

<<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.207.7635&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 30 set. 2019

HAYES, Elizabeth. **Gendered Identities at Play Case Studies of Two Women Playing Morrowind**, University of Wisconsin-Madison, 2005, Disponível em:

<<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.544.8796&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 30 set. 2019

VERMEULEN, Lotte, et al. **Girls Will Be Girls? A Study into Differences in Game Design Preferences across Gender and Player Types**, Gante, 2011, Disponível em:

<<https://core.ac.uk/download/pdf/55870539.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2019

IDEO. **Field Guide to Human Centered Design**, n.a., 2017, Disponível em:

<http://brazil.enactusglobal.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/01/Field-Guide-to-Human-Centered-Design_IDEOorg_Portuguese-73079ef0d58c8ba42995722f1463bf4b.pdf>. Acesso em: 30 set. 2019

VIANNA, Maurício et al. **Design Thinking Inovação em Negócios**, Rio de Janeiro, 2012, Disponível em: <<http://www.livrodesignthinking.com.br/>>. Acesso em: 30 set. 2019

RODRIGUES, Bruno. Conheça o Projeto Sakura, iniciativa que busca ajudar garotas a entrarem no ambiente de Esports. **Mais Esports**, São Paulo, 2019 . Disponível em: <<https://www.maisesports.com.br/projeto-sakura/>>. Acesso em: 09 nov. 2019

You Go Girls, São Paulo, 2018 . Disponível em: <<https://yougogirls.com.br/>>. Acesso em: 09 nov. 2019

Girls Behind The Games, Dunedin, 2018 . Disponível em: <<https://www.girlsbehindthegames.com/>>. Acesso em: 09 nov. 2019

NOGUEIRA, Helena. Jogadoras denunciam Machismo e transfobia no GirlGamer Festival; BBL responde . **Versus**, São Paulo, 2019 . Disponível em: <<https://vs.com.br/artigo/jogadoras-denunciam-machismo-e-transfobia-no-girlgamer-festival-bbl-responde>>. Acesso em: 09 nov. 2019

JUNIOR, Jairo. CS:GO: Liga Feminina GC tem grupos revelados e bate recorde de inscrições em 2019. **Versus**, São Paulo, 2019 . Disponível em: <<https://vs.com.br/artigo/csgo-liga-feminina-gc-tem-grupos-revelados-e-bate-recorde-de-inscricoes-em-2019>>. Acesso em: 09 nov. 2019

Mulheres enfrentam machismo no crescimento do e-Sports. **Folha PE**, São Paulo, 2019. Disponível em: <<https://www.folhape.com.br/esportes/mais-esportes/e-sports/2019/07/10/NWS,110165,68,571,ESPORTES,2191-MULHERES-ENFRENTAM-MACHISMO-CRESCIMENTO-SPORTS.aspx>>. Acesso em: 09 nov. 2019

Mulheres encaram machismo para chegar à elite dos eSports. **O Tempo**, São Paulo, 2019. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/interessa/tecnologia-e-games/mulheres-encaram-machismo-para-chegar-a-elite-dos-esports-1.2209088>>. Acesso em: 09 nov. 2019

TELLES, Bruna. Vaevictis é o primeiro time feminino de LoL a jogar um torneio oficial. **TechTudo**, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em:

<<https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/02/vaevictis-e-o-primeiro-time-feminino-de-lol-a-jogar-um-torneio-oficial-esports.ghtml>>. Acesso em: 09 nov. 2019

MACKUS, Evelyn. Primeiro time feminino no LoL mundial, Vaevictis estreia com desrespeito na liga russa. **ESPN**, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.espn.com.br/esports/artigo/_/id/5289513/primeiro-time-feminino-no-lol-mundial-vaevictis-estrela-com-desrespeito-na-liga-russa>. Acesso em: 09 nov. 2019

OLIVEIRA, Matheus. LOL: Riot adverte envolvidos em casos de discriminação contra equipe feminina Vaevictis. **Versus**, São Paulo, 2019. Disponível em: <<https://vs.com.br/artigo/lol-riot-pune-equipes-envolvidas-em-casos-de-discriminacao-contr-equipe-feminina-vaevictis>>. Acesso em: 09 nov. 2019

MACKUS, Evelyn. Opinião: Os dois pesos e medidas no caso Vaevictis. **ESPN**, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.espn.com.br/esports/artigo/_/id/5328229/opiniao-os-dois-pesos-e-medidas-no-caso-vaevictis>. Acesso em: 09 nov. 2019

ROZENDO, Caio. CS:GO: FÚRIA vence a 9z e é campeã da Girl Power Invitational. **Multiverso+**, São Paulo, 2020. Disponível em: <<https://multiversomais.com/2020/07/05/csgo-furia-vence-a-9z-e-e-campea-da-girl-power-invitational/>>. Acesso em: 06 jul. 2020

Vários autores. Emoticon. **Wikipedia**, [S.l.], 2020. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Emoticon>>. Acesso em: 08 jul. 2020

SERRANO, Daniel. Emoticon. O Significado das cores: O Laranja em Propaganda, Publicidade e Marketing. **Portal do Marketing**, [S.l.], 2014. Disponível em: <<http://www.portaldomarketing.net.br/o-significado-das-cores-o-laranja-em-propaganda-publicidade-e-marketing/>>. Acesso em: 08 jul. 2020

KRUG, Steve. **Não me faça pensar atualizado**, Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.

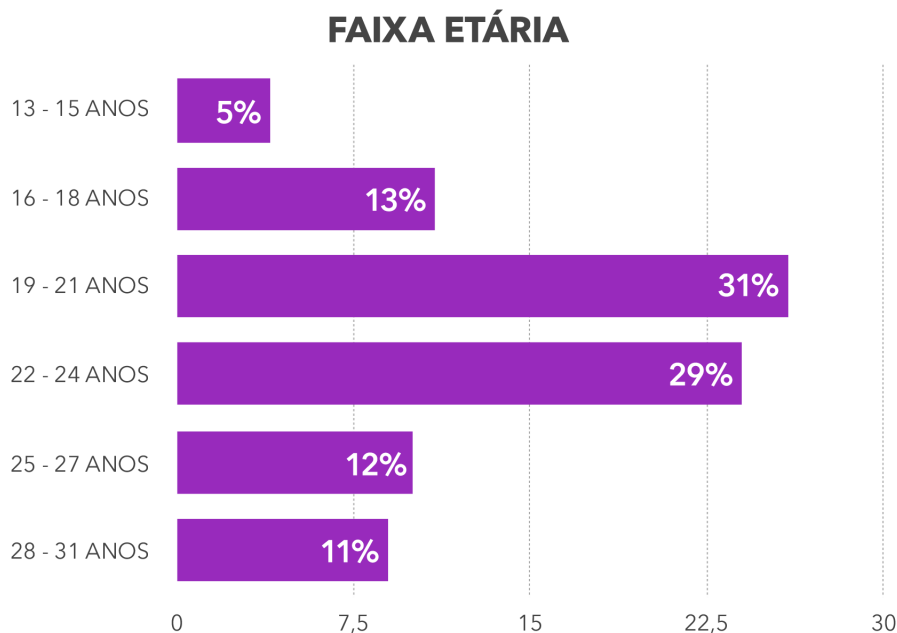
IMME, Amanda. As 10 redes sociais mais usadas no Brasil em 2020. **Resultados Digitais**, [S.l.], 2020. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>>. Acesso em: 01 set. 2020

MATHUR, Manav. How pink games came into existence. **AbiLogic**, Nova Iorque, 2016. Disponível em: <<https://articles.abilogic.com/157247/how-pink-games-came-existence.html>>. Acesso em: 05 out. 2020

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO FEMININO DE IMERSÃO

1. Faixa etária e gênero

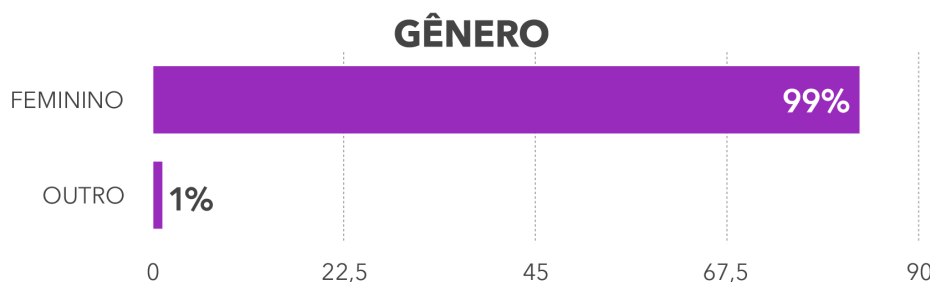
Figura A-1 - Gráfico de faixa etária atingida pela pesquisa feminina



Fonte: Autoria própria (2019)

A maior faixa etária atingida pela pesquisa foi a de 19-21 anos de idade com 31% das participantes, em seguida com 29%, a segunda maior faixa etária atingida foi entre 22-24 anos. Desta forma, conclui-se que o maior número de mulheres que participaram se encontram entre 19 e 24 anos de idade.

Figura A-2 - Gráfico de gênero atingido pela pesquisa feminina

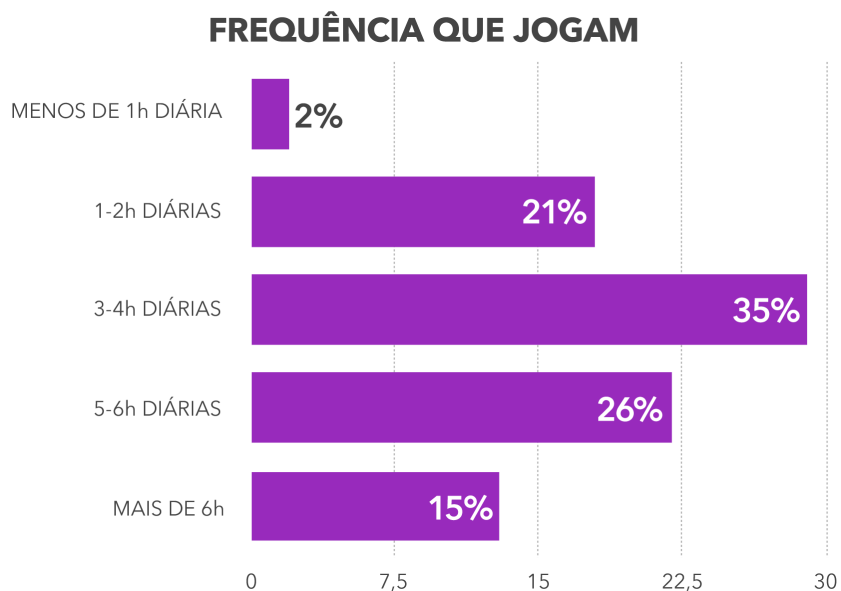


Fonte: Autoria Própria (2019)

De acordo com os resultados obtidos através da pesquisa, 99% das pessoas participantes se identificam com o gênero feminino, apenas 1% se identificam com outros gêneros.

2. Frequência diária que jogam e games que jogam atualmente

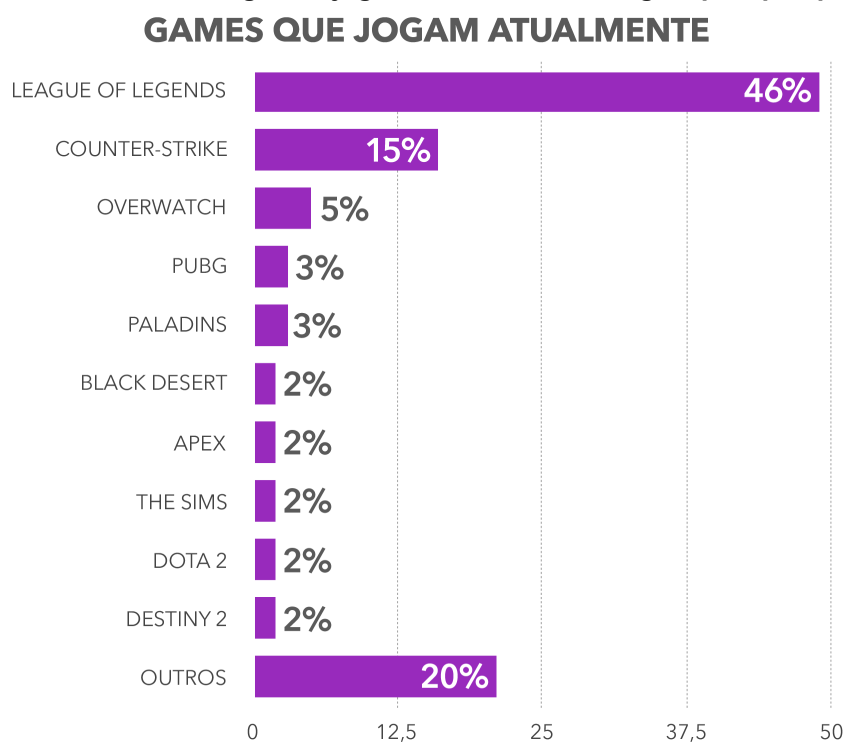
Figura A-3 - Gráfico de frequência que joga atingida pela pesquisa feminina



Fonte: Autoria Própria (2019)

Também foi questionado às participantes a frequência de quanto jogavam diariamente, para estimar o quão presente os jogos são na vida delas como forma de lazer. Percebe-se com os dados coletados que apenas 2% das participantes jogam menos de uma hora diariamente, fato muito interessante para validar como é uma forma de entretenimento realmente presente no dia-a-dia das entrevistadas. A frequência de 3-4h diárias foi a mais votada pelas participantes com 35%, e logo em seguida a frequência de 5-6h horas diárias com 26% dos votos.

Além disso, também perguntou-se quais jogos estavam jogando ultimamente, os jogos mais citados pelas participantes da pesquisa foram o jogo MOBA League of Legends com 46% de menções e o jogo de FPS Counter-Strike: Global Offensive com 15% de menções. 20% das menções foram outros jogos porém estes outros foram mencionados unicamente, dessa forma, foram somados para se realizar uma média. Gráfico a seguir.

Figura A-4 - Gráfico de games jogados atualmente atingida pela pesquisa feminina

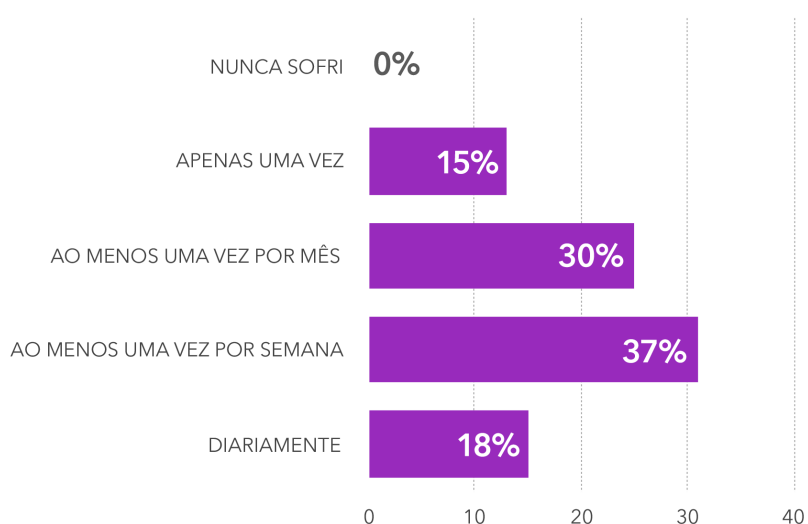
Fonte: Autoria Própria (2019)

Vale notar que dos jogos desta lista seis deles se tratam de jogos de FPS (Counter-Strike; Overwatch; PUBG; Paladins; APEX; Destiny 2). Dois deles são MOBA (League of Legends; Dota 2). E outros dois deles são RPG (Black Desert; The Sims). Contrariando o que foi discutido no texto de Cassel e Jenkins de 1998, o qual afirma sobre o maior interesse de mulheres em jogos de RPG.

3. Frequência de xingamentos e quanto ser xingada incomoda

Figura A-5 - Gráfico de frequência que sofre agressões por parte do sexo masculino em jogos online atingida pela pesquisa feminina

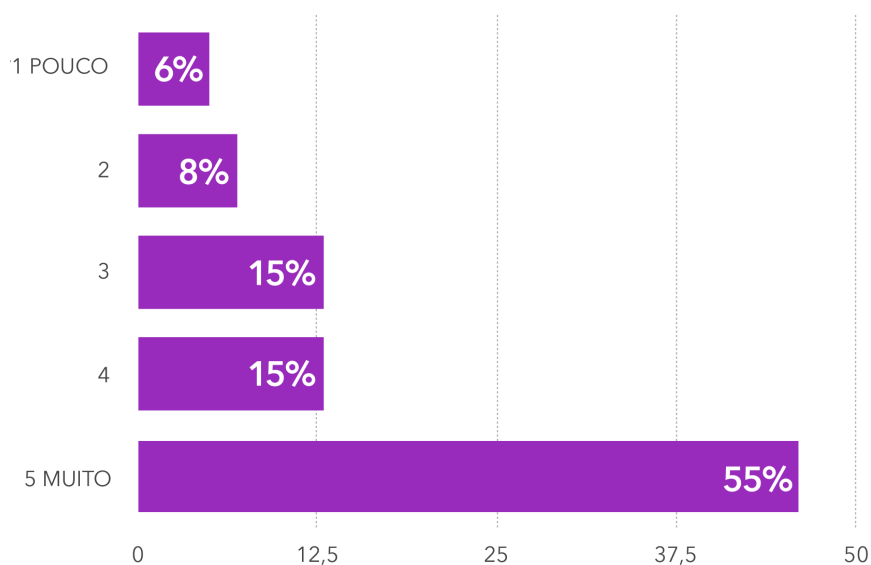
COM QUAL FREQUÊNCIA VOCÊ SOFRE AGRESSÕES POR JOGADORES DO SEXO MASCULINO EM JOGOS ONLINE?



Fonte: Autoria Própria (2019)

Ao serem questionadas sobre a frequência em que eram assediadas por jogadores do sexo masculino, obteve-se a conclusão de que nenhuma das participantes nunca sofreu com esse tipo de incômodo. A frequência mais comum em que são xingadas é “ao menos uma vez por semana” com 37% dos votos, em seguida, a frequência votada com 30% “ao menos uma vez por mês” vem em segundo lugar.

Figura A-6 - Gráfico de quanto ser agredida incomoda atingida pela pesquisa feminina
QUANTO SER HOSTILIZADA TE INCOMODA?



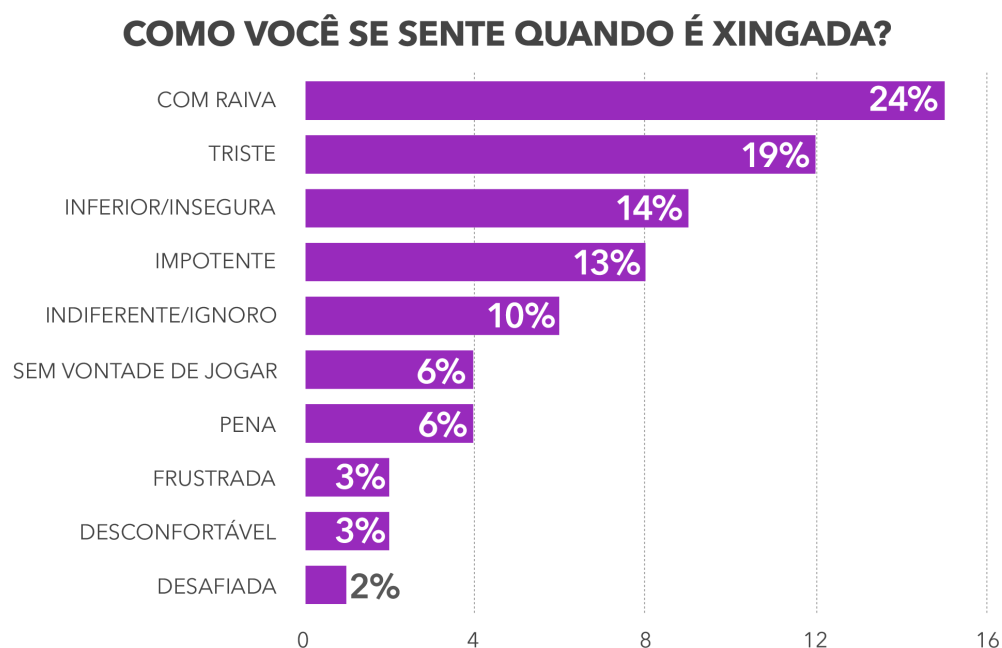
Fonte: Autoria Própria (2019)

Na escala de 1 a 5, onde os extremos representam “pouco” localizado no número 1 e “muito” no número 5, 55% das participantes afirmam que se sentem muito incomodadas quando são hostilizadas em jogo.

Apenas 6% das participantes afirmaram se sentir pouco incomodadas com xingamentos em jogos online.

4. Como você se sente quando isso acontece?

Figura A-7 - Gráfico de como se sente quando é agredida atingida pela pesquisa feminina



Fonte: Autoria própria (2019)

Ao ser questionado às participantes como se sentiam quando eram hostilizadas, houveram respostas variadas sendo que 24% das participantes afirmaram sentir raiva ou irritação quando são xingadas, uma das participantes disse ao ser questionada “Muita irritação, acaba influenciando no meu desempenho no jogo.”

Em seguida, 19% das participantes afirmaram sentirem-se tristes ao passar por essa situação, “Fico muito triste quando isso ocorre, só queria que meninas no cenário gamer fosse uma coisa natural! As palavras ditas muitas vezes machucam, dão medo, raiva, nojo e em alguns casos te fazem chorar. Você entra em um jogo online para se divertir, e acaba sendo bombardeada por assédios e comentários machistas, o que te leva muitas vezes a se sentir insuficiente e acreditar em tudo que te dizem, que você realmente não é boa, simplesmente por ser mulher! Cara, eu só quero jogar.”

Insegurança e sentimentos de inferioridade também foram mencionados pelas participantes, 14% responderam que se sentem assim uma participante mencionou como se sentia: “Inútil. Me sinto como se eu não fosse boa o suficiente em jogos

porque sou mulher”. Outra participante mencionou que já teve crises de pânico por conta de xingamentos: “Me sinto incapaz como se eu não fosse boa o suficiente para aquele jogo. Me sinto realmente mal as vezes alguns xingamentos desencadeiam crises de pânico.”.

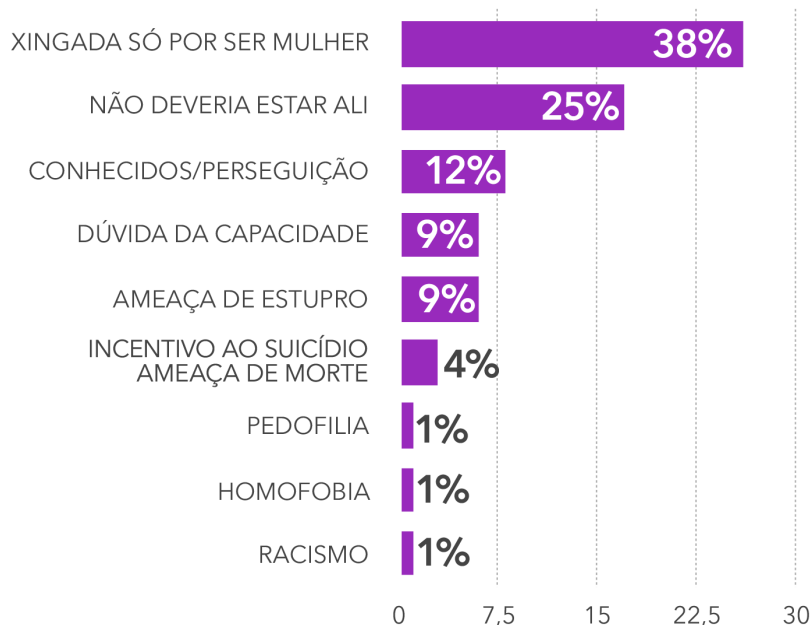
A Impotência com 13% de respostas uma das participantes menciona que “Sinto-me impotente pois não adianta denunciar, porque é um comportamento generalizado”. O sentimento de impotência também reflete-se à impunidade ao denunciar os jogadores tóxicos como foi mencionado por outra participante “(me sinto) Extremamente impotente e com um sentimento horrível, pois sei que a empresa mesmo com um sistema de reports não funciona”

No total 6% das jogadoras disseram que perdem a vontade de jogar quando são hostilizadas: “(me sinto) Completamente desanimada de continuar o jogo”. Também 3% das participantes dizem sentirem-se frustradas e 3% desconfortáveis.

Em contrapartida, 10% das mulheres que responderam disseram ser indiferentes e apenas ignorar esse tipo de comportamento, 6% das participantes afirmaram sentir pena dos jogadores hostis e uma participante disse se sentir desafiada quando é hostilizada.

5. Caso que mais incomodou?

Figura A-8 - Gráfico de caso de hostilidade que mais incomodou
QUAL FOI O CASO QUE MAIS TE INCOMODOU?



Fonte: Autoria própria (2019)

As participantes ao serem indagadas sobre quais casos mais tinham as incomodado afirmaram com 38% serem xingadas apenas por serem mulheres, ou seja, uma hostilidade gratuita. As participantes mencionaram casos de que foram hostilizadas quando precisaram falar no microfone: “A partir do momento que ouviram a minha voz e entenderam que eu era mulher o abuso verbal começou.”. Também foi muito mencionado assédio verbal pelas participantes: “Quando mandaram eu chupar o pau dele para trocar de lane no jogo”; “... A pessoa foi tão ofensiva ao ponto de me mandar chupar o pau do meu pai.”. Houve menções também de serem focadas nos jogos online, um relato de uma participante explícita a seriedade “Quando (ao me focar) me falaram "cada kill é uma gozada na cara".”.

Em seguida o mais mencionado pelas participantes com 25% foram frases machistas de não-pertencimento, como mencionado por elas: “Quando disseram que deveria estar "dando" ou lavando a louça.”; “Me falaram que eu devia estar fazendo outra coisa porque mulher é ruim em games, tava estragando o jogo.”

Das participantes 12% também falaram sobre conhecidos que foram hostis e perseguição, ou seja, saída do mundo virtual para o real, como foi relatado por uma das participantes: “Uns anos atrás uma guild que era rival da minha em um mmorpg

procurou meu perfil nas redes sociais, e começou a me ofender por mensagem privada, ..., conseguiram nosso IP de alguma forma, e derrubavam minha internet no meu horário de trabalho, totalmente infantil.". Outra participante relata também: "Uma pessoa próxima de mim gritou comigo por um erro e disse que eu deveria saber jogar de suporte por ser mulher".

Também foi reportado por 8% das mulheres que já duvidaram de suas capacidades nos jogos, uma das participantes relata: "Um garoto no lol disse que eu devia ter quicado muito no pau de algum high elo pra estar diamante".

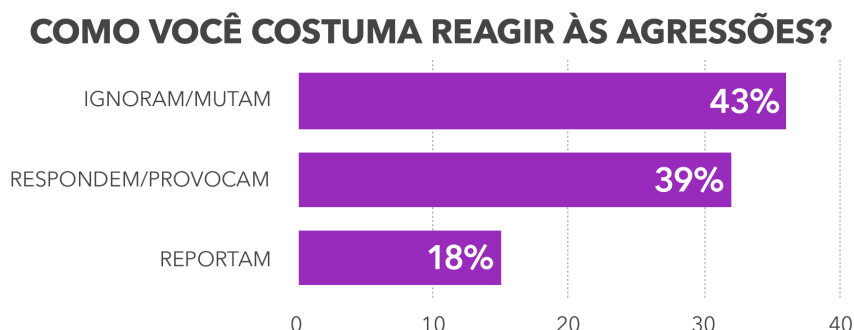
Esta parte da pesquisa merece uma atenção em especial devido à seriedade dos relatos. Houveram participantes que relataram ameaças de estupro, simplesmente por causa de um jogo online: "... Um cara falou que tinha que me estuprar pra ver se eu aprendia a jogar". Também foi mencionado por algumas participantes ameaças de morte e incentivo ao suicídio.

Uma das participantes relatou um caso de incentivo à pedofilia: "Um grupo estava me assediando durante o jogo, quando eu disse que tinha namorado, um deles perguntou minha idade e falou pra eu gravar um cp (child porn) com meu namorado porque dava muito dinheiro".

Houve também o relato de um caso de homofobia: "Um jogador do time inimigo deduziu que eu fosse um homem gay e proferiu diversas palavras de cunho extremamente homofóbico.". Também houve um relato de racismo "Sofri machismo carregado de preconceito racial".

6. Como costuma reagir às agressões?

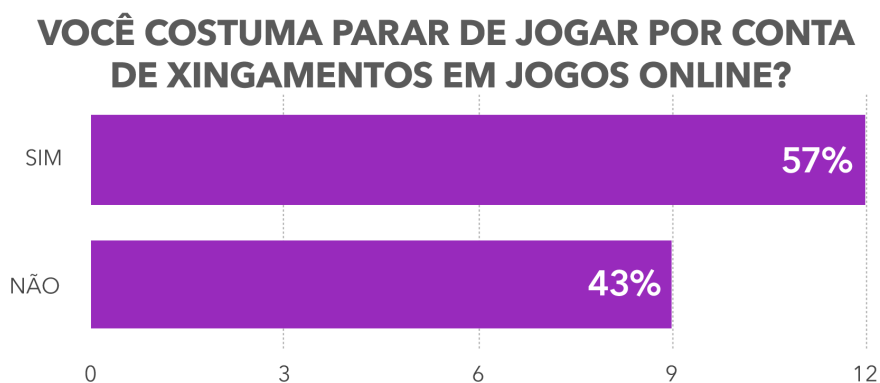
Figura A-9 - Gráfico de como costumam reagir às agressões atingida pela pesquisa feminina



Fonte: Autoria Própria (2019)

7. Costuma parar de jogar por conta de xingamentos online?

Figura A-10 - Gráfico de costume de parar de jogar por conta de xingamentos online atingida pela pesquisa feminina na primeira versão



Fonte: Autoria Própria (2019)

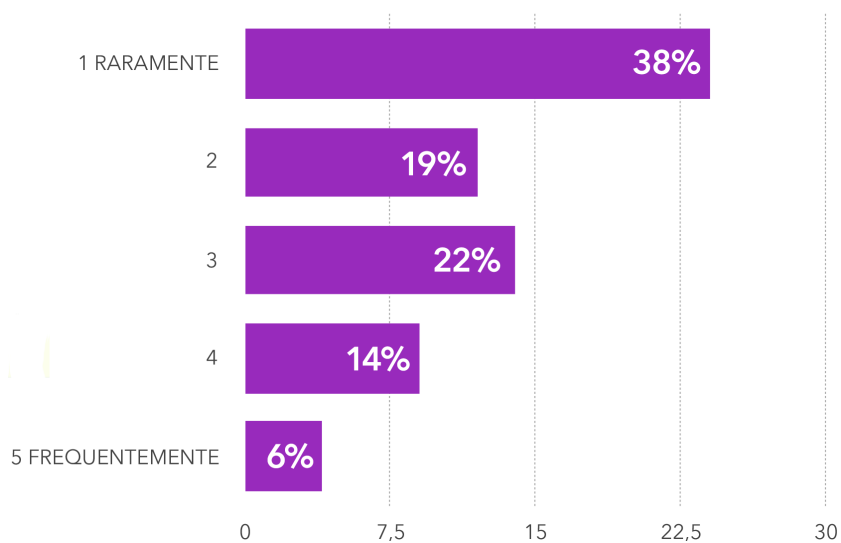
De acordo com as participantes 57% responderam que param de jogar por conta de xingamentos, enquanto 43% disseram que não têm esse costume. Porém, sentiu-se a necessidade de ser mais preciso ao perguntar a frequência com que as participantes paravam de jogar por conta dos xingamentos, o gráfico exibido na figura x trata-se da primeira versão desta pergunta.

Sendo assim, a pergunta foi alterada para uma escala de um a cinco que obteve mais precisão no resultado, abaixo a figura x mostra o gráfico da pergunta atualizada. Ao fazer a mudança para escala nesta pergunta já percebe-se que o resultado alcançado em relação a primeira versão é bem diferente. Nessa escala o número um representa “raramente” e o número cinco “frequentemente”.

Dessa forma, conclui-se que não é muito comum as participantes pararem de jogar por conta de xingamentos, com 38% votos em “raramente” e apenas 6% em “frequentemente”.

Figura A-11 - Gráfico de frequência de parar de jogar por conta de xingamentos online atingida pela pesquisa feminina na segunda versão

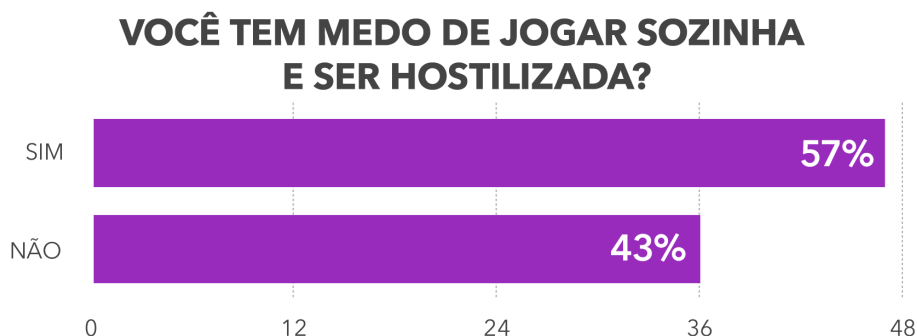
VOCÊ COSTUMA PARAR DE JOGAR POR CONTA DE XINGAMENTOS ONLINE?



Fonte: Autoria Própria (2019)

8. Tem medo de jogar sozinha e ser xingada?

Figura A-12 - Gráfico de medo de jogar sozinha e ser xingada atingida pela pesquisa feminina

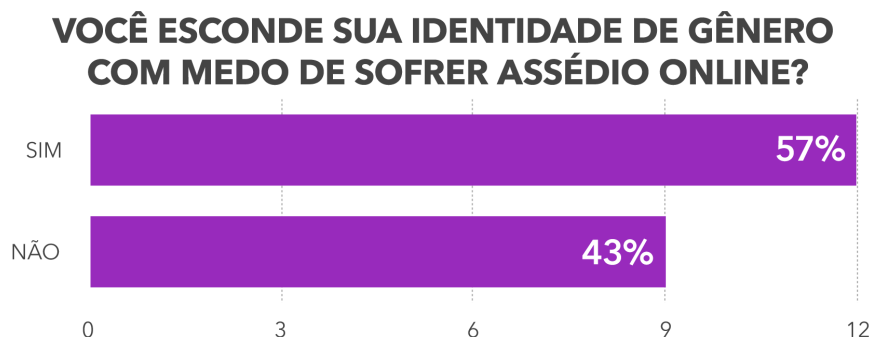


Fonte: Autoria Própria (2019)

De acordo com as respostas obtidas pela pesquisa, 57% das participantes têm medo de jogar sozinha e serem xingadas. Da mesma forma, 43% das participantes entrevistadas disseram não ter medo de serem xingadas.

9. Esconde identidade de gênero online com medo de sofrer algum assédio?

Figura A-13 - Gráfico de costume de esconder identidade de gênero por medo de sofrer assédio atingida pela pesquisa feminina na primeira versão



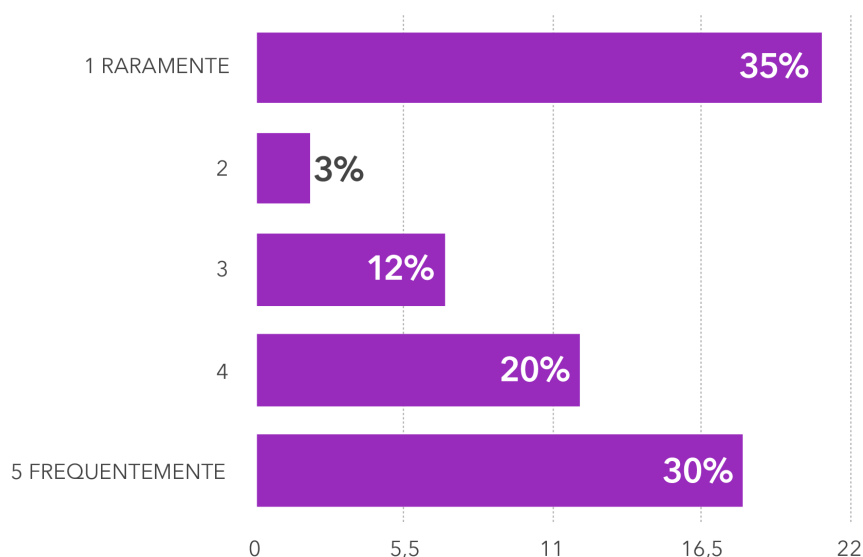
Fonte: Autoria Própria (2019)

De acordo com a pesquisa realizada, 57% responderam que escondem sua identidade de gênero, enquanto 43% disseram que não fazem isso. Sentiu-se a necessidade de mais precisão na resposta das participantes, então o gráfico exibido na figura x trata-se da primeira versão desta pergunta.

Sendo assim, a pergunta foi alterada para uma escala de um a cinco que assim obteve-se mais precisão no resultado, abaixo a figura x mostra o gráfico da pergunta atualizada. Ao fazer a mudança para escala nesta pergunta já percebe-se que o resultado alcançado em relação a primeira versão é diferente. Nessa escala o número um representa “raramente” e o número cinco “frequentemente”.

Figura A-14 - Gráfico de frequência de esconder identidade de gênero por medo de sofrer assédio atingida pela pesquisa feminina na segunda versão

VOCÊ ESCONDE SUA IDENTIDADE DE GÊNERO COM MEDO DE SOFRER ASSÉDIO ONLINE?



Fonte: Autoria Própria (2019)

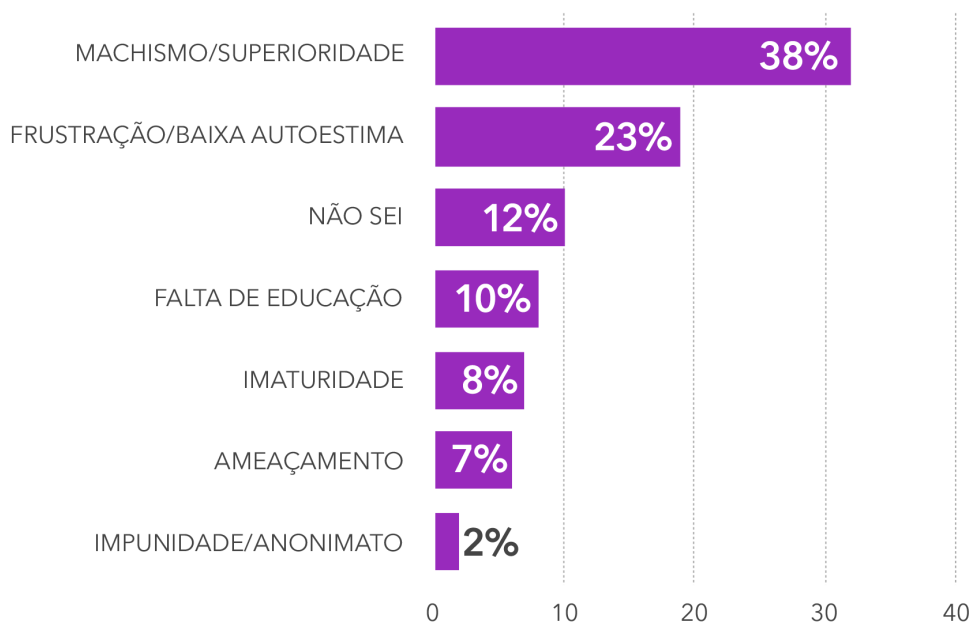
Esta pergunta foi uma das únicas em que não pode-se chegar a uma conclusão totalmente certa dada a natureza diferenciada das respostas alcançadas. 35% das participantes afirmaram que raramente escondiam suas identidades de gênero online, ao mesmo tempo em que 30% das participantes afirmaram que escondem frequentemente suas identidades de gênero.

Por conta do sistema de escala, concluiu-se que a maioria das entrevistadas costumam esconder sua identidade em jogos online.

10. Porque acha que existem pessoas que agem assim?

Figura A-15 - Gráfico do porque acha que existem pessoas que agem hostilmente atingida pela pesquisa feminina

PORQUE ACHA QUE EXISTEM PESSOAS QUE AGEM DESTA FORMA?



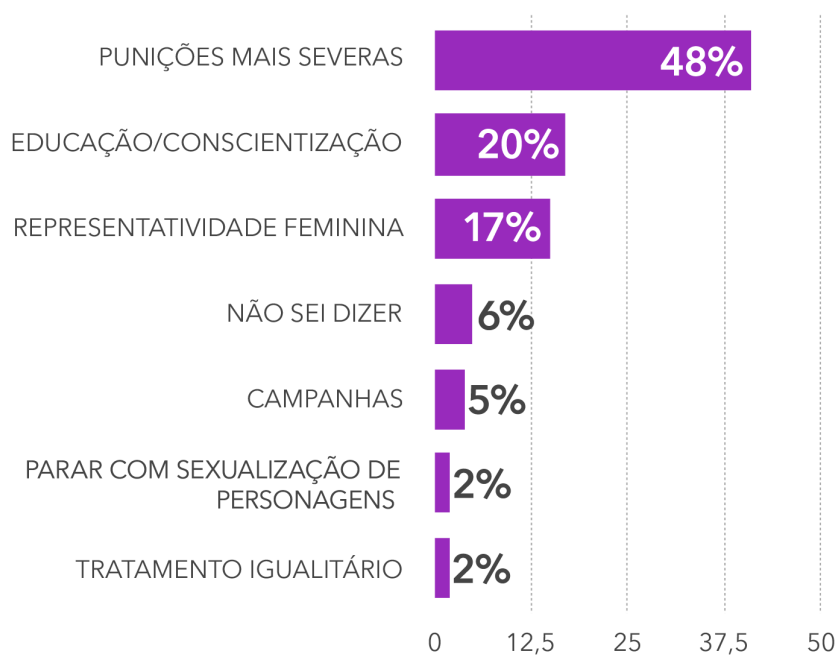
Fonte: Autoria própria (2019)

É de crença de 38% das entrevistadas que essa hostilidade acontece por conta de machismo e sensação de superioridade dos jogadores, também acreditam que esse comportamento deriva de frustração e baixa autoestima.

11. O que acha que precisa ser feito para diminuir a hostilidade no mundo gamer?

Figura A-16 - Gráfico do que acha que precisa ser feito para diminuir hostilidades atingida pela pesquisa feminina

O QUE VOCÊ ACHA QUE DEVERIA SER FEITO PARA DIMINUIR ESSA HOSTILIDADE?

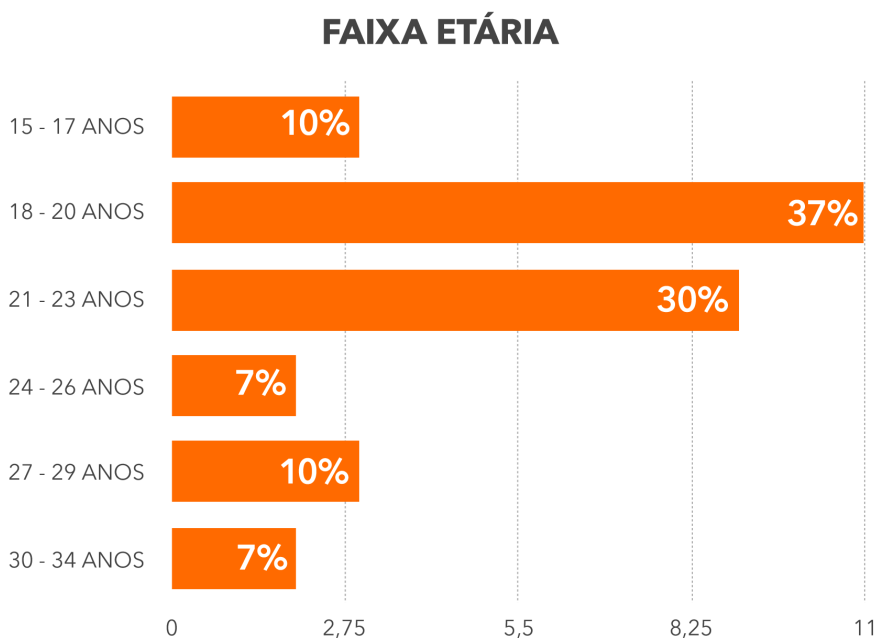


Fonte: Autoria própria (2019)

APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO MASCULINO DE IMERSÃO E RESULTADOS

1. Faixa etária e gênero

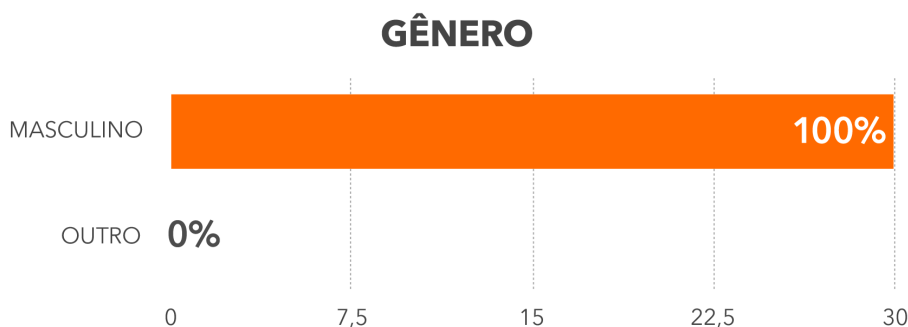
Figura B-1 - Gráfico de faixa etária atingida pela pesquisa masculina



Fonte: Autoria Própria (2019)

Conforme a figura x apresenta, através desta pesquisa o maior número de participantes está encaixado na faixa etária de 18-20 anos e 21-23 anos. O que mostra que o público atingindo se encontra aproximadamente entre 18-23 anos de idade. Da mesma forma por meio da pesquisa conclui-se que os menos atingidos foram das faixas etárias de 24-26 anos e 30-34 anos.

Figura B-2 - Gráfico de gênero atingido pela pesquisa masculina

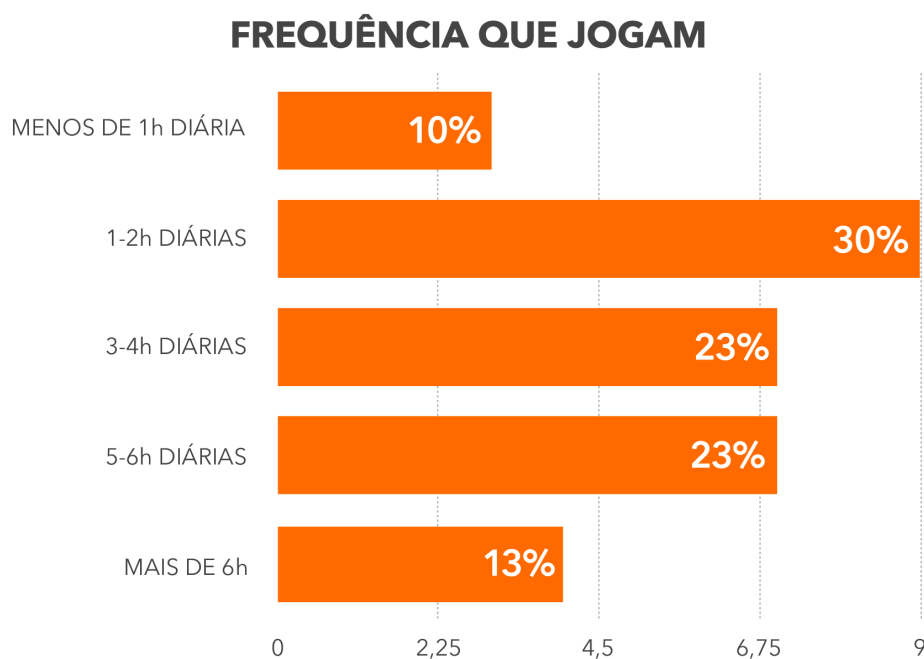


Fonte: Autoria Própria (2019)

O questionário foi feito visando o direcionamento ao gênero masculino, não houve entrevistados que se identificavam com outros gêneros, 100% dos participantes se identificam ao gênero masculino.

2. Com qual frequência você joga e quais games está jogando atualmente?

Figura B-3 - Gráfico de frequência que joga atingido pela pesquisa masculina



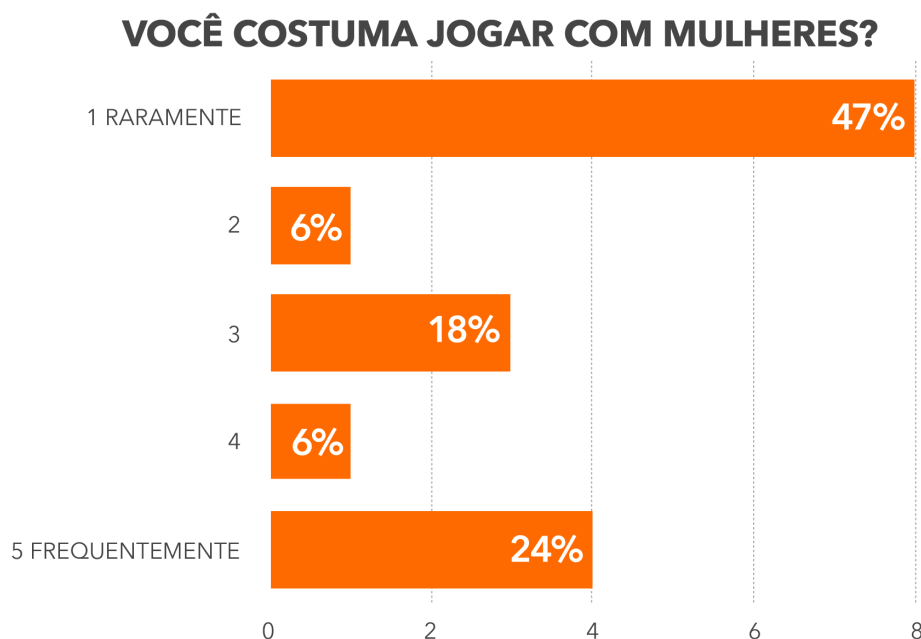
Fonte: Autoria Própria (2019)

Nesta parte da pesquisa percebe-se que são poucos os participantes que jogam menos de uma hora diariamente, aproximadamente 10% apenas conforme a figura x apresenta. É evidente também que o maior número de entrevistados se encaixa na categoria de 1-2h diárias de jogatina com 30%, em segundo lugar 3-4h diárias e 5-6h diárias ficaram empatadas.

Na pesquisa os jogos online mais citados pelos participantes que estão jogando atualmente respectivamente foram o League of Legends, Counter-Strike: Global Offensive e Fortnite.

3. Você costuma jogar com mulheres?

Figura B-4 - Gráfico de frequência que costumam jogar com mulheres atingido pela pesquisa masculina



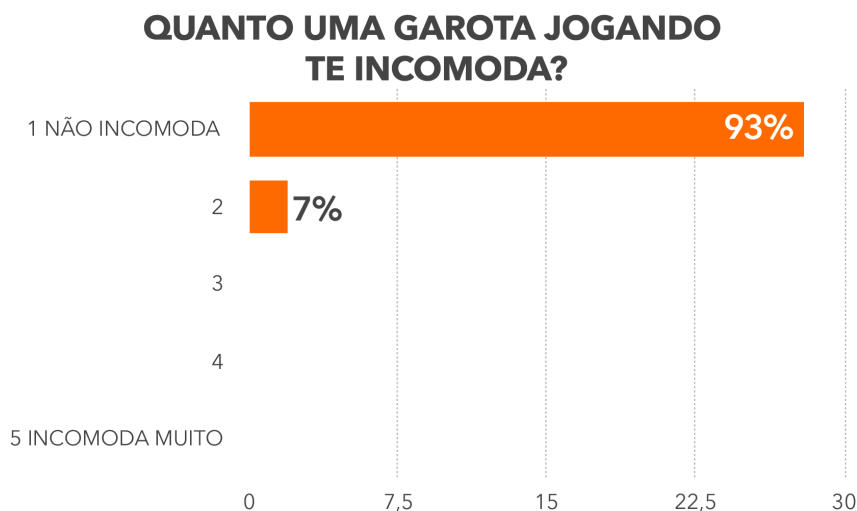
Fonte: Autoria Própria (2019)

Ao serem questionados sobre a frequência que costumam jogar com mulheres 47% dos participantes votaram no número 1 da escala onde representava a frequência “raramente”. Em contrapartida, 24% dos entrevistados votaram no número 5 que na escala correspondia à frequência “frequentemente”.

Conclui-se a partir dessa pesquisa que não é tão costumeiro entre os participantes o hábito de jogar junto a mulheres.

4. Quanto uma garota jogando te incomoda? E porque?

Figura B-5 - Gráfico de quanto uma garota jogando incomoda atingido pela pesquisa masculina



A resposta dos participantes ao serem questionados de quanto uma garota jogando os incomodava foi quase unânime, com 93% de votos no número 1 da escala que representa “não incomoda”. O nível 5 representa “incomoda muito” e não houve nenhuma resposta acima da escala 3. Alguns participantes enviaram respostas contraditórias quando indagados do por quê se sentiam incomodados à presença feminina no âmbito dos games, a seguir algumas respostas que merecem atenção.

Um participante disse que se sente incomodado ao ver a mudança de comportamento dos colegas de time quando há a presença de uma mulher, um dos participantes disse: “Não me incomoda, o que pode me incomodar é se as pessoas que eu jogo mudem o comportamento por causa de uma mulher jogando, seja sendo extremamente bonzinho achando que vai ganhar algo dela, ou sendo grosso por ser mulher”.

Outro participante também se queixou sobre a mudança de comportamento do time, mas acrescenta que mulheres geralmente jogam pior do que homens: “Não incomoda, porém faz outros jogadores do time agirem diferente, e na maioria das vezes jogam pior que outros do time”. Em adição a este, outro participante ao ser questionado o porquê do incômodo em jogar com mulheres respondeu: “Porque na maioria são ruins.”.

Um entrevistado disse que a voz aguda incomoda: “Não incomoda quando se trata de jogabilidade, só quando a pessoa possui uma voz muito aguda, mas isso se aplica pra qualquer pessoa, só é mais comum em mulheres”. Outro participante também respondeu que qualquer jogador o incomoda: “Não incomoda por ser garota, mas qualquer player sempre incomoda um pouco.”

Também houve um participante que disse que não se sente incomodado, apenas acha incomum e por conta disso se surpreende: “Não incomoda, pelo menos no meu caso. Apenas acho estranho e me surpreendo quando me deparo com alguma mulher em partidas online por não ver muitos casos similares. Porém vejo que muitos homens ficam incomodados, ainda mais em jogos online. Ver o comportamento desses homens me incomoda.”

5. Em partidas online, com qual frequência ofende mulheres nos games?

Figura B-6 - Gráfico de frequência que ofende mulheres em jogos online atingido pela pesquisa masculina



Fonte: Autoria Própria (2019)

Esta questão foi unânime entre os participantes, 100% responderam a escala número 1 que representa “não ofendo” ao perguntar a frequência com que ofendiam mulheres em jogos online.

6. O que te incita a ofender mulheres jogadoras?

Ao questionar o que incitava-os a ofender mulheres em jogos online os participantes afirmaram que não ofendem mulheres apenas por serem mulheres, um dos participantes afirma: “Não ofendo mulheres em específico, ofendo jogadores que me irritam, não é porque a pessoa é mulher que eu deixaria de ofender”; “Não me invito a ofender ninguém, mas caso ofenda não vem a ser pelo fato de ser mulheres ou homens e sim por estresse em jogos, causado principalmente por pessoas que não param de criticar e xingar .”; “Não ofendo, ofendo só homens por respeito ao que as moças passam.”

Isso nos leva a crer que são a minoria os jogadores que não ofendem um ao outro em jogos online. Para os participantes não há distinção entre homens e mulheres ao xingar no calor do momento, mas será que os xingamentos direcionados à elas são iguais? Isso será discutido ao decorrer do trabalho.

7. O que você acha que precisa ser feito para diminuir essa hostilidade no mundo gamer?

Os entrevistados acreditam que a solução para a diminuição dessa hostilidade seja primeiramente, a inclusão de mais mulheres no mundo gamer e punições mais severas, assim como um dos participantes disse: “Incluir cada vez mais mulheres no meio, através de propaganda por exemplos (algumas marcas já fazem isso, colocando mulheres como influenciadoras), além de aplicar punições severas para quem ser hostil contra elas.” Também acreditam que a educação faça grande papel para mudar esse panorama.

APÊNDICE C - ROTEIRO DE USABILIDADE

- **COMPREENSÃO**

1. Sobre o que você acha que é esse site?
2. O que mais te chama a atenção no site?
3. Onde você clicaria primeiro nesse site?
4. O que você imagina que vai encontrar em cada item do menu?
5. Você ficou curiosa para saber mais informações sobre o projeto?
6. Sobre a parte de histórias, você entende do que se trata? O que acha? Está claro para entendimento?
7. Você acha essa proposta importante, relevante?
8. Você se identifica com o problema abordado?
9. Você mandaria um depoimento?
10. Você se sente confortável para usar esse recurso?
11. Você compartilharia esses posts nas suas redes sociais?
12. Faz sentido para você o naming?
13. O que acha do nome?

- **TAREFAS**

1. Mande um depoimento no site
2. Descubra mais sobre o projeto

- **SATISFAÇÃO**

1. Dê uma nota para o site de 0 a 10
2. O que mais gostou do site?
3. O que menos gostou?
4. O que mudaria do site?
5. Você compartilharia esse site com alguém?
6. Você achou os aspectos gráficos deste site interessantes?
7. Qual foi a parte gráfica que mais gostou?
8. Você achou essa proposta interessante?
9. Você se sente segura nesse site?
10. Você se sente confortável nesse site?
11. Você se sente acolhida nesse site?

12. Você se sente representada nesse site?
13. Descreva esse site em poucas palavras.
14. Perguntar se tem dicas, sugestões, críticas.

