



**O GÊNERO FEMININO NO RAMO DE GAMERS: A DIVERSI-
DADE VIVENCIADA PELAS JOGADORAS NA COMUNIDADE
DE FIRST PERSON SHOOTERS (FPS)**

**THE FEMALE GENDER IN THE GAMER INDUSTRY: THE DIVERSITY EX-
PERIENCED BY FEMALE PLAYERS IN THE FIRST PERSON SHOOTERS
(FPS) COMMUNITY**

MARIANA AKIOMA

Universidade Estadual de Maringá

Email: mariana.akioma@hotmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0009-0001-2540-9502>

CAROLINA ANDREA GÓMEZ WINKLER SUDRÉ

Universidade Federal do Paraná

Email: carolina.sudre@ufpr.br

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1410-0729>

RESUMO

O objetivo do artigo é compreender como as jogadoras vivenciam a diversidade no mercado de trabalho *gamer* na comunidade de *First Person Shooters* (FPS). A pesquisa é de natureza qualitativa descritiva com corte transversal. Os dados primários foram coletados em entrevistas semiestruturadas e interpretados usando análise de conteúdo. Foi possível identificar que a inserção de pessoas do gênero feminino nesse ramo teve influência de amigos ou familiares homens. Diversos desafios foram encontrados pelas mulheres, como: machismo, dificuldade em conseguir apoio de organizações e família, menos oportunidades para mulheres do que para homens e ter que trabalhar mais para ter reconhecimento. Percebe-se que a diversidade de gênero é presente no mercado de *gamers*, mas diversos tipos de discriminação são existentes. Entretanto, a presença das mulheres nessa comunidade é vista de maneira positiva, pois torna possível a criação de uma base feminina de jogadoras que apoiam e incentivam a formação de times para competir profissionalmente.

Palavras-Chave: Diversidade; Gênero; Gamers.

ABSTRACT

This article aims to understand how female gamers experience diversity in the labor market of gamers in the First Person Shooters (FPS) community. A qualitative descriptive cross-sectional research was done, with primary data collected by semi-structured interviews, and interpreted using content analysis. It was possible to identify that the insertion of women within this field was influenced by male friends or family members. Several challenges were encountered by women, such as male chauvinism, difficulty in obtaining support from organizations and family, fewer opportunities compared to men, and the need to work harder to gain recognition. Gender diversity is observed in the gamers field, but various forms of discrimination still exist. However, the presence of women in this community is viewed positively, as it enables the creation of female player base that supports and encourages the formation of teams for professional competition.

Keywords: Diversity; Gender; Gamers.

1 Introdução

Com o crescimento ao acesso à tecnologia pela população, as formas de entretenimento vêm mudando com o tempo. Se antes as pessoas procuravam o cinema como passatempo, nos tempos de hoje o público tem buscado também os games como forma distração e lazer. O crescimento de consumo dos games se observa na geração de renda pelas empresas criadoras de jogos. A indústria global dos videogames gerou 159 bilhões de dólares em 2020, de acordo com a empresa Newzoo (2023), que é referência em pesquisa e inteligência de mercado no ramo dos games, com estimativa de crescimento para 10% da receita de jogos global.

No presente estudo, o enfoque é analisar o gênero feminino no ramo de gamers. No Brasil, de acordo com a Pesquisa Game Brasil (2020) as mulheres representam 53% dos gamers, entretanto ainda são vistas como "invasoras" de um espaço masculino, sofrendo forte discriminação e misoginia. Segundo Bristot, Pozzebon e Frigo (2017, p.862), os fabricantes de jogos buscam atrair o público de ambos os gêneros e faixas etárias, "[...] porém seu público alvo ainda é o gênero masculino que é visto pela indústria como seu maior consumidor". Fragoso, Recuero e Caetano (2017, p.6) afirmam que "as questões de gênero estão entre as de maior destaque nas discussões sobre violência e discurso em games", sendo que as jogadoras sofrem agressão evidente, explícita e/ou camuflada. Esse contexto demonstra a diferença que existe no tratamento de homens e mulheres no ramo dos gamers.

Na diversidade de jogos disponíveis, neste artigo tem-se como enfoque a comunidade de *First Person Shooters* (FPS), que são jogos em primeira pessoa em que a visão do jogador simula a visão real de alguém usando uma arma e o objetivo é atacar os inimigos (ELIAS, 2008). Segundo o autor, nesses jogos, não há um padrão de estratégia, ou uma linearidade, sendo as jogadas imprevisíveis e o jogador se torna um sobrevivente virtual. A escolha por essa categoria de jogos se deu pois ela é considerada como estilo de jogo masculino, principalmente pela violência. Além disso, o jogo exige a comunicação entre os jogadores, que ocorre na maioria das vezes por microfones ou chats, e nessas conversas discriminações diversas são presentes, como afirmam Fragoso, Recuero e Caetano (2017). Esse tipo de gênero de jogo, apesar de não ser novo e estar consolidado dentro do

mercado, ainda é muito jogado e rentável. De acordo com SporTV (2019), o gênero já distribuiu mais de 400 milhões de dólares em premiação, sem contar todo o fluxo de capital dos diversos eventos e feiras em que essas competições são disputadas.

Nesse cenário, as mulheres que jogam FPS são consideradas como *outsiders*, e buscam conquistar espaço no território que tem como estereótipo ser tipicamente masculino (FORTIM, 2008). Fragoso, Recuero e Caetano (2017) citam casos em que mulheres conquistam excelentes desempenhos nos jogos, porém colegas homens não acreditam que o bom resultado é decorrente de estratégias e jogadas de uma mulher. Assim, diversas são as dificuldades que elas enfrentam, como tratamento discriminatório, agressividade, comentários com teor machista e misógino, perseguição *online*, e assédios (GALDINO, 2019).

Segundo Neves (2020) a gestão da diversidade nas organizações pode ser um diferencial para sobrevivência, pois gera *expertise* que podem impactar na vantagem competitiva. Para isso, o autor afirma que as organizações devem desenvolver práticas e estratégias que visam a atração e retenção de talentos, e formalização de políticas de diversidade. Ao olhar para a indústria dos *games*, considerando o cenário adverso para as jogadoras, alguns questionamentos se apresentam: Como ocorre a inserção das mulheres no ramo de *gamers*? Existem diferenças no comportamento de jogadores de FPS considerando o seu gênero? Se existem, essas diferenças influenciam no resultado de suas atividades? Quais são os desafios que as mulheres encontram ao atuarem como *gamers*? Dessa forma, no presente artigo busca-se a resposta ao seguinte problema de pesquisa: Como a presença de pessoas do gênero feminino contribui para a diversidade no mercado de trabalho de *gamers* na comunidade de FPS?

Assim, o presente estudo tem como objetivo geral compreender como as jogadoras vivenciam a diversidade no mercado de trabalho *gamer* na comunidade de FPS. Como objetivos específicos, busca-se entender como se dá a inserção da mulher no ramo de *gamers* na comunidade de FPS; compreender os desafios encontrados pelas mulheres no ramo de *gamers* na comunidade de FPS; observar o gênero feminino como diversidade no ramo de *gamers* na comunidade de FPS.

Segundo Fraga et al (2022), existe uma pluralidade teórica e empírica dos estudos da diversidade no campo da administração, que envolvem as relações entre sociedades, organizações e pessoas. Conforme Oliveira e Piccini (2011), durante muito tempo as mulheres foram excluídas do mercado de trabalho, e desde então elas vêm conquistando espaço dentro da sociedade, mostrando cada vez mais que são capazes de exercer as mesmas funções que um homem. Observa-se que, mesmo quando as mulheres fazem exatamente o mesmo trabalho ou função do homem, elas acabam tendo um salário inferior (IBGE, 2019).

Conforme Robbins, Judge e Sobral (2011, p.43) o gênero feminino se apresenta como uma diversidade no mercado de trabalho, porém “não existem diferenças dignas de nota entre homens e mulheres no que se refere à produtividade no trabalho”. Segundo os autores, quando a diversidade é bem gerenciada, ela pode contribuir para a empresa na medida em que surgem novas perspectivas de decisão e desenvolvimento, já que as pessoas trazem consigo para dentro da empresa novos valores culturais e estilo de vida que antes eram desconhecidos ou desconsiderados.

Assim, a gestão da diversidade nas organizações ainda é um problema em alguns setores, principalmente em ambientes tradicionalmente dominados por homens. O ambiente dos *gamers*, objeto de estudo do presente trabalho, é considerado um ambiente tipicamente masculino, em que os jogos e produtos são feitos por homens e para homens, ficando de fora todo o público que não se encaixa nesse “padrão”. Nesse caso, as mulheres sofrem hipersexualização e machismo dentro dos jogos, desestimulando ou dificultando a presença feminina nesse ambiente (BRISTOT; POZZEBON; FRIGO, 2017).

Para alcançar o objetivo do presente estudo, o artigo contém além desta introdução: o referencial teórico contemplando a diversidade nas organizações, mulheres no mercado de trabalho, mercado dos *gamers* e mulheres *gamers*; os procedimentos metodológicos utilizados para análise dos dados; a apresentação e análise dos resultados; as conclusões e recomendações e por fim, as referências utilizadas.

2 Referencial teórico

2.1 Diversidade nas organizações

Os estudos sobre diversidade tiveram seu início na década de 1980, e passaram a se destacar em 1990. Nos anos 2000, Fraga et al (2022) afirmam que o tema cresceu em número e amplitude de discussões. Conforme Robbins, Judge e Sobral (2011, p.41), “a diversidade é um termo amplo, e a expressão diversidade no ambiente de trabalho pode se referir a quaisquer características que tornam as pessoas diferentes umas das outras”. Assim, conforme Robbins (2005), o termo diversidade está relacionado com o grau de heterogeneidade da composição da força de trabalho das organizações. Em complemento, Fraga et al (2022, p.14) conceituam a diversidade como “conceito polissêmico que abarca noções de representatividade, proporcionalidade, equidade de oportunidades, respeito às diferenças e inclusão”.

Para Robbins, Judge e Sobral (2011), a diversidade pode se apresentar de duas maneiras: em nível superficial e em nível profundo. A diversidade em nível superficial se apresenta como “diferenças em características facilmente identificáveis, como idade, gênero, etnia, religião e deficiência” que ativam estereótipos (ROBBINS; JUDGE; SOBRAL, 2011, p.39). Conforme Fraga et al (2022), essa diversidade não passa pelo processo de escolha do indivíduo, mas influencia na sua autoimagem, como idade, cor, sexo, sexualidade. Já a diversidade em nível profundo é considerada como a diferença de preferências, valores e personalidades, que são identificadas na medida em que as pessoas se conhecem (ROBBINS; JUDGE; SOBRAL, 2011).

Nota-se que a diversidade da força de trabalho traz vantagens competitivas para as organizações, pois como afirmam Robbins, Judge e Sobral (2011) e Neves (2020), implica em diversos resultados positivos, como: aumento da competitividade, menor rotatividade, melhora da imagem da organização, melhor satisfação no trabalho, maior flexibilidade, melhor produtividade, entre outros benefícios. Assim, Neves (2020) afirma que a gestão da diversidade é importante para a sobrevivência das empresas, considerando a *expertise* proporcionada pela diversidade, gerando eficácia individual e organizacional. Para conseguir alcançar essas vantagens, são necessárias também algumas ações por parte da

organização, como por exemplo, mudanças nas políticas de recursos humanos e na cultura organizacional.

Assim, segundo Robbins (2005), a diversidade da força de trabalho deve ser gerenciada, e pode aumentar a criatividade e a inovação dentro das empresas. Para o autor, uma equipe heterogênea traz ideias novas e diferentes para auxiliar na resolução de problemas e tomadas de decisões. Todavia, quando não existe a boa administração, nota-se a maior dificuldade de comunicação e mais conflitos interpessoais.

Segundo Fraga et al (2022), a gestão da diversidade nas organizações exige o desenvolvimento de políticas e práticas, sobretudo na área de recursos humanos, para incentivar as contratações e promoções de carreira para pessoas que pertencem a grupos sofrem com a diversidade. Como práticas gerenciais, Neves (2020) cita atração e retenção de talentos e formalização de políticas de diversidade. Apesar dessas práticas, o autor afirma que são necessárias mudanças culturais, que vão além de mudanças administrativas ou do discurso pregado pelas empresas. O autor observa que há um olhar mercadológico das organizações na busca pela vantagem competitiva por meio da gestão da diversidade, sendo visível um afastamento entre a teoria e as práticas organizacionais.

Apesar de apresentar diversos aspectos positivos para as organizações, Robbins, Judge e Sobral (2011, p.40) afirmam que ela pode gerar diversas formas de discriminação, que é definida por: "reconhecer uma diferença entre as coisas; deixar que nosso comportamento seja influenciado por estereótipos sobre grupos de pessoas". As formas de discriminação são apresentadas na Tabela 1, como políticas ou práticas discriminatórias, assédio sexual, intimidação, gozação e insultos, exclusão e incivilidade.

Tabela1: **Formas de discriminação**

Tipo de discriminação	Definição
Políticas ou práticas discriminatórias	Atitudes tomadas por representantes da organização que negam oportunidades iguais de desempenho ou oferecem recompensas desiguais.
Assédio sexual	Investidas sexuais não desejadas e outras condutas físicas ou verbais de natureza sexual, as quais criam um ambiente de trabalho hostil ou ofensivo.
Assédio moral	Violência psíquicas de intimidação ou de pressão com gestos, palavras, comportamentos ou intimidações que prejudicam emocionalmente o outro pela humilhação, ameaça, constrangimento ou intimidação.
Intimidação	Ameaças explícitas ou intimidação dirigidas a membros de grupos específicos de funcionários.
Gozação e insultos	Piadas sobre estereótipos.
Exclusão	Exclusão de determinadas pessoas das oportunidades de trabalho, de eventos sociais, de discussões ou de orientação informal; pode não ocorrer intencionalmente.
Incivilidade	Tratamento desrespeitoso, que inclui comportar-se agressivamente, interromper a pessoa ou ignorar suas opiniões.

Fonte: Adaptado de Robbins, Judge e Sobral (2011, p.40).

Conforme Robbins, Judge e Sobral (2011), todos os tipos de discriminação são danosos para a organização e para os indivíduos, gerando consequências como redução da produtividade, conflitos disfuncionais e aumento da rotatividade. Esses fatores reforçam a importância de dedicação dos gestores para gerenciar a diversidade, obtendo os seus benefícios e reduzindo os prejuízos que podem causar nos casos de discriminação.

2.2 Mulheres no Mercado de Trabalho

Para Fraga e Rocha-de-Oliveira (2020), existem condições sociais que influenciam as oportunidades e as práticas das profissões, sendo que a escolha pela carreira, atuação e desafios são distintos para homens e mulheres. Segundo Probst (2003), a introdução das mulheres no mercado de trabalho se deu a partir das I e II Guerras Mundiais, quando os homens deixaram os seus empregos e foram lutar nas batalhas, e as mulheres passaram a tomar frente dos negócios da família, pouco a pouco foram assumindo o trabalho destes homens. Este cenário, segundo o autor, trouxe uma série de mudanças dentro da sociedade que passou a considerar e aceitar o trabalho feminino fora de casa.

Com o tempo, as mulheres passaram a atuar ativamente na economia do país, mesmo diante de todas as dificuldades e desigualdades, conquistando e ocupando sempre mais os espaços, seja dentro do mercado de trabalho ou da sociedade em geral. Entretanto, conforme Carneiro (2010), a participação das mulheres no mercado de trabalho não as assegurou os mesmos direitos que os homens possuíam, sendo que elas lutam diariamente contra as desigualdades tanto econômica quanto social. Apesar dos espaços conquistados pelas mulheres, sua condição ainda é permeada pela sociedade fundamentada no patriarcado que reduz, muitas vezes, ao ambiente e trabalho doméstico. As mulheres desempenham dupla ou tripla jornada de trabalho, com sobrecarga de tarefas que nascem, normalmente, no espaço doméstico e reflete uma questão cultural (BELTRAMINI, CAPELLOS, PEREIRA, 2022). Segundo Fraga, Gemeli e Rocha-de-Oliveira (2019, p.161), "Tanto aspectos objetivos da carreira (status e cargo) quanto subjetivos (interpretações a partir das interações individuais e coletivas) são possivelmente vivenciados de forma distinta em razão de gênero".

Segundo pesquisas do IBGE (2019), estima-se que as mulheres dedicam em média 21,3 horas por semana com afazeres domésticos e cuidados de pessoas, enquanto homens gastaram 10,9 horas com os mesmos afazeres. Mesmo na condição de cônjuge ou companheira, as mulheres têm mais participação dentro do trabalho doméstico. Observa-se que a desigualdade de trabalho entre homens e mulheres é presente dentro de casa, na divisão das tarefas domésticas, e também no mercado de trabalho, nas situações em que homem e mulher exercem as mesmas funções, porém possuem salários diferentes. Quando é analisada a remuneração, por exemplo, na década de 90 a diferença de salários entre homens e mulheres era de 50%, e logo no início dos anos 2000 essa diferença diminuiu para 30%, e essa desigualdade se repete também entre homens e mulheres com maior nível de educação e mostra pouca representação das mulheres em cargos elevados nas empresas (MADALOZZO; MARTINS; SHIRATORI, 2010).

Conforme Beltramini, Capellos e Pereira (2022), desde o começo da carreira, a inserção feminina no mercado de trabalho é difícil, e envolve muitas vezes segregações e discriminações. Para as autoras, além do teto de vidro, que limita o crescimento hierárquico das mulheres nas organizações, existe uma limitação na contratação de mulheres. Isso se identifica na discriminação por preferência, em

que o empregador prefere contratar homem a mulher, ainda que os dois tenham a mesma qualificação. Esses fatores demonstram que para mulheres, existem dificuldades no ingresso ao mercado de trabalho, e nas possibilidades de promoção. Apesar de algumas pesquisas mostrarem que as desigualdades entre gênero no mercado de trabalho têm diminuído, ele ainda continua sendo definido por padrões masculinos (BELTRAMINI; CAPELLOS; PEREIRA, 2022).

2.3 Mercado dos Gamers

O mercado de videogames começou a ser introduzido no Brasil entre a década de 70 e 80, no contexto de crise econômica, desvalorização da moeda nacional e rígido período militar. Nesse mesmo período, nos Estados Unidos, os jogos de fliperama estavam em seu auge através do jogo Pong, e no Brasil é iniciada a fabricação de um clone desses videogames, o chamado Telejogo. Depois o console Atari 2600 começa a ter sucesso nos Estados Unidos e chega ao Brasil através de clones do console lançado na época (FERREIRA; MALTA, 2018).

Até 2020, o mercado e o universo *gamer* cresceu, e o Brasil deixou de apenas criar clones de consoles famosos para atuar ativamente dentro da comunidade. De acordo com Pesquisa Game Brasil (2020a), mais de 73,4% dos brasileiros jogam algum tipo de jogo, com predominância das mulheres, mostrando um aumento de 7,1% em relação ao ano anterior, com tendência no crescimento de jogadores do tipo *mobile*.

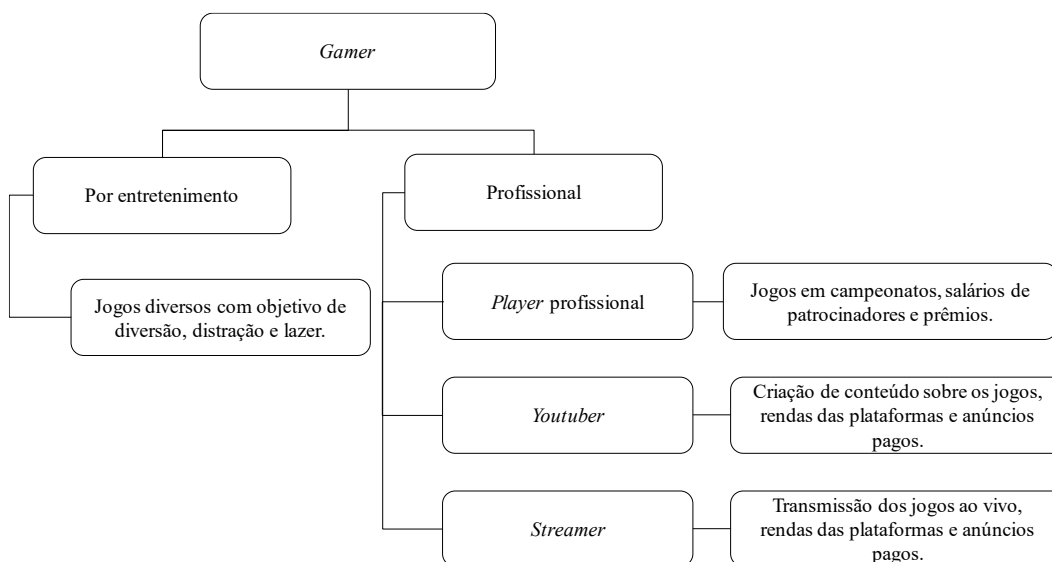
A indústria de jogos pode ser dividida em três segmentos, baseando-se na plataforma usada para jogar: primeiro, jogos casuais e sociais, representados por plataformas móveis como celulares e tablets (também inclui jogos feitos para navegadores web); segundo, jogos para consoles, que são aparelhos desenvolvidos para jogar em alta definição via uma conexão com uma TV, exemplos são o PlayStation 4, produzido pela Sony, e o Xbox One produzido pela Microsoft; terceiro, são os jogos para computadores, que podem ser jogos *online* ou *offline* (SAKUDA; FORTIM, 2018).

Atualmente não são somente nos jogos que os *gamers* buscam entretenimento, eles buscam também consumir conteúdo de outras maneiras, como por exemplo, em vídeos no Youtube, em plataformas de *streaming*, como a

Twitch, o que evidencia que o público *gamer* busca também por viver experiências dentro desse meio (BRANDÃO, 2019). Essas experiências podem ser tanto de participar ativamente dentro da comunidade quanto de se profissionalizar no meio e viver de jogar videogame, os chamados *professionals players*.

Segundo Neres, Camargo e Santos (2021), *gamers* profissionais podem atuar de três maneiras: como *player profissional*, *youtuber* e *streamer*. Assim, a Figura 1 apresenta as categorias de *gamers*, por entretenimento e profissional, e suas características.

Figura 1: **Categorias de gamers e suas características**



Fonte: Elaborado pelas autoras

Nota-se que o *player* profissional se especializa no desempenho de uma categoria específica de jogo, e participa de campeonatos, integrando as equipes profissionais, em time cooperativo ou em jogos individuais, e sua renda advém de salários de empresas patrocinadoras e prêmios de campeonatos. O *youtuber* grava vídeos mostrando seu desempenho no jogo, ou explicando suas estratégias, gerando um conteúdo editado, gravado com antecedência e postado na plataforma, com a interação com o público consumidor após o jogo. Já o *streamer* é o jogador que utiliza a plataforma de *streaming* de vídeo (Youtube, Facebook ou TwitchTV) para transmissões ao vivo dos jogos. A produção de conteúdo ocorre em tempo real, bem como a interação com o público consumidor. A fonte de renda do

youtuber e do *streamer* é o pagamento feito pela própria plataforma, e de empresas optam por fazer anúncios nesses canais. Segundo os autores, a profissão dos *youtubers* e *streamers* é mais vulnerável, pois depende de sua demanda externa, público que consome esse conteúdo, e de empresas que patrocinam seus anúncios nesse meio (NERES; CAMARGO; SANTOS, 2021).

2.3.1 Mulheres gamers

Apesar da indústria dos *games* ter sido iniciada em 1952, é em 1990 que ela identifica a oportunidade em investir no público feminino, devido à saturação do mercado da época que era direcionado ao público masculino (GALDINO, 2019). Assim, até os anos 2000, o consumo de jogos digitais pelas mulheres não era considerado um mercado consumidor relevante, alguns acreditavam que as mulheres não tinham interesse por videogame. Esse desinteresse estava relacionado às questões de gênero, principalmente pois existiam características da natureza de cada gênero e/ou o desinteresse era um reforço social, que a tecnologia ou os videogames eram artefatos masculinos (FORTIM et al., 2016).

Conforme Galdino (2019), existe um estereótipo de que gamers do gênero feminino preferem jogos casuais, colaborativos e com foco em interações sociais. Para Fortim et al (2016) em geral, a preferência é por jogos que não possuem um objetivo definido, mas que tenham algum tipo de rede social e interação com outros jogadores. Por outro lado, Galdino (2019) afirma que o estereótipo de gamers do gênero masculino é que preferem jogos competitivos e de combate. Conforme Gasoto e Vaz (2018, p.7):

O interesse dos rapazes por jogos eletrônicos faz parte de uma "verdade absoluta" da nossa cultura que atrela a masculinidade à competitividade, à violência e ao domínio da tecnologia. O mesmo interesse é dito como não natural às garotas e algo que talvez coloque em risco sua feminilidade.

Além da segmentação de mercado dos *games* ser diferente no que tange ao público feminino e masculino, Galdino (2019, p.48) afirma que "a

própria indústria gamer é fundamentada sobre uma cultura misógina e hegemonicamente masculina". Essa consideração é feita com base na maneira como a figura feminina é ilustrada nos jogos, em posição objetificada e sexista, com estímulo à violência contra as mulheres, com personagens que dependem da figura masculina para auxílio ou resgate, estando em segundo plano e não como protagonistas (FRAGOSO; RECUERO; CAETANO, 2017; GALDINO, 2019).

Com isso, é possível observar que, mesmo dentro de um ambiente virtual, os jogos podem e consolidam um conjunto de estereótipos de desigualdade de gênero. Nesse processo acontece a naturalização das desigualdades que dá respaldo para o discurso machista que restringe a participação das mulheres a competirem em alguns jogos (GASOTO; VAZ, 2018). Apesar disso, estudos mostram que as mulheres também podem jogar esses jogos que se identificam com o estereótipo de tipicamente masculinos (FORTIM, 2008). Segundo a autora, mulheres que jogam os jogos violentos, como é o caso de jogos FPS, são consideradas como *outsiders*, que buscam conquistar espaço no território predominantemente masculino.

Nessa orientação, a identidade *gamer* é construída a partir de se considerar *gamer* e ser considerado *gamer* por outras pessoas dentro da comunidade, e é ainda possível observar que para a mulher ocupar esse espaço ela tem que, frequentemente, provar ser *gamer* ao contrário dos homens, que já ocupam esse espaço "naturalmente" (BOTELHO; NEDER, 2020). Nesse contexto, "[...] para aquele que vê a mulher se apresentando como jogadora ou como *gamer*, isso é tão absurdo que é mais provável que ela esteja apenas fingindo ou buscando homens para se relacionar" (BOTELHO; NEDER, 2020).

Dentro desse ambiente *online*, as mulheres que jogam sofrem diversos tipos de assédio e machismo, sendo que algumas mulheres preferem se esconder atrás de apelidos masculinos para tentar amenizar esse tipo de comportamento vindos dos homens. Exemplo disso, em 2018 foi realizada

uma campanha que se popularizou com a *hashtag* #MyNameMyGame, que teve o intuito de expor situações de assédio sofridas pelas mulheres dentro dos ambientes virtuais (SILVEIRA; CAETANO, 2020). Cabe observar que essa diferença é reflexo de um contexto social sobre as questões de gênero nas diversas esferas sociais, e que a indústria se utiliza de oportunidades de mercado para obter o lucro por meio dos jogos (GALDINO, 2019).

3 Procedimentos Metodológicos

O presente trabalho teve como natureza qualitativa, que segundo Godoy (1995) não busca medir os eventos estudados nem a análise dos dados, o foco parte de interesses amplos e vão se afunilando à medida que o estudo se desenvolve. Conforme Godoy (1995, p. 58) “Envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos”.

Além disso, o estudo é descritivo, que segundo Godoy (1995) busca-se o entendimento de um fenômeno como um todo dentro de toda sua complexidade. A pesquisa se caracterizou com corte transversal, que tem como objetivo conseguir dados fidedignos que no final da pesquisa possibilitam elaborar conclusões confiáveis e até criar novas hipóteses para novos estudos (ZANGIROLAMI-RAIMUNDO; ECHEIMBERG; LEONE, 2018).

O presente estudo possui dados primários e secundários. Os dados primários foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas, já que esse tipo busca maior profundidade tanto nos dados que foram coletados quanto nos resultados obtidos, e permite também maior flexibilidade na coleta dos dados dando maior abertura ao entrevistado (NUNES, NASCIMENTO; ALENCAR, 2016).

As entrevistas foram realizadas no período de 09 de fevereiro até 10 de março de 2021, e os critérios para seleção das entrevistadas foram: a) ser mulheres e b) jogarem ou terem jogado jogos de FPS de forma profissional.

Dentro do universo *gamer*, jogadoras de FPS foram escolhidas por estarem presentes em um ambiente hostil, por se tratar de um jogo com estereótipo tipicamente masculino devido à violência presente, bem como a exigência de comunicação entre os jogadores, o que propicia a discriminação conforme Galdino (2019). Dessa forma, o contato inicial com as entrevistadas foi a partir de redes sociais, e todas as entrevistas foram gravadas por meio do *software* TeamSpeak 3 com autorização das entrevistadas, e transcritas para análise.

As entrevistadas possuem entre 23 e 33 anos, a maioria com ensino superior completo e algumas atuam em sua área de formação. As entrevistadas também relataram que se interessam por outros gêneros de jogos como *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) e *Massively Multiplayer Online Role-Playing Game* (MMORPG). A atuação profissional no ramo de *gamers* para algumas se restringiu por alguns anos no passado, mas para outras continua até a data das entrevistas como sendo sua principal atuação profissional. Dessa forma, dentre as entrevistadas, enfatiza-se a Entrevistada 2, que se destacou em sua atuação profissional, competindo internacionalmente e participou de grandes times, de marcas internacionais, e foi considerada a melhor jogadora do Brasil por vários anos. Essa diversidade de atuação profissional contribuiu para o entendimento do fenômeno estudado. A Tabela 2 apresenta as principais características das entrevistadas.

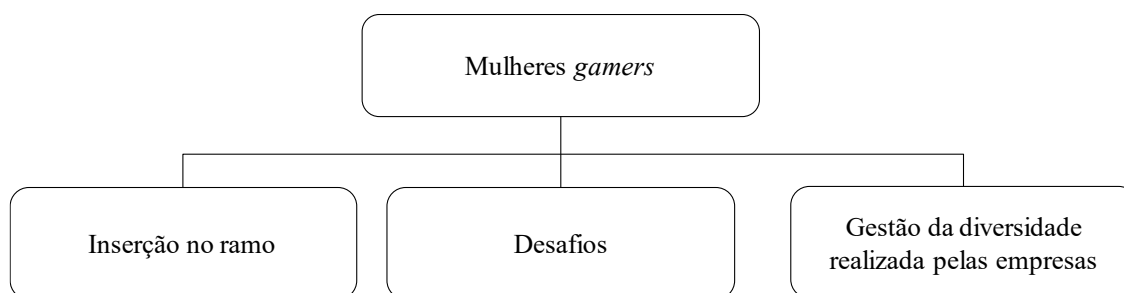
Tabela 2 - Características das entrevistadas

	Idade	Tempo de atuação no mercado	Atuação profissional no ramo de gamer	Interesse em outro gênero
Entrevistada 1	26	apenas 2018	Ex <i>player</i> profissional	FPS em geral
Entrevistada 2	33	2004 até 2012	Ex <i>player</i> profissional	MMORPG e MOBA
Entrevistada 3	24	desde 2017	Ex <i>player</i> profissional e <i>streamer</i>	MOBA, aventura
Entrevistada 4	23	desde 2015	<i>Youtuber</i> e <i>streamer</i>	MOBA
Entrevistada 5	23	desde 2017	<i>Player</i> profissional	FPS em geral

Fonte: Dados da pesquisa.

As categorias de análise foram definidas a partir do referencial teórico para atingir o objetivo proposto no estudo, sendo elas: Inserção no ramo, desafios e gestão da diversidade realizada pelas empresas. A compreensão das categorias inserção no ramo e desafios objetivaram observar reflexos da atração e retenção de talentos com as entrevistadas. E a gestão da diversidade tem como intuito refletir sobre como as organizações têm atuado nesse cenário. As categorias de análise são identificadas na Figura 2.

Figura 2: **Categorias de análise**



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Assim, os dados primários foram transcritos e analisados por meio da análise de conteúdo qualitativa. A análise de conteúdo é uma metodologia de pesquisa que é usada para descrever e interpretar todo o conteúdo de documentos e textos, sendo mais do que uma técnica simples de análise de dados, representando uma abordagem metodológica com características próprias (MORAES, 1999). Essa análise é constituída por cinco etapas, que foram utilizadas para analisar os dados coletados das entrevistas: Preparação das informações; Unitarização ou classificação das unidades em categorias; Categorização ou classificação das unidades em categorias; Descrição; Interpretação.

4 Apresentação e Análise dos Dados

4.1 Inserção da Mulher no Ramo de Gamers

Observa-se que a carreira *gamer* é recente, e no caso das mulheres, ainda carece de desenvolvimento para sua formalização. Conforme as

entrevistadas, a renda pode ser gerada por meio de premiações decorrentes de campeonatos, salários, como afirmado por Neres, Camargo e Santos (2021), e além disso, de patrocínios de empresas em viagens, auxílio na compra de equipamentos e inscrições de campeonatos, como afirma a Entrevistada 2:

Alguns times tinham salário fixo, gasto com viagens pagas, computador, periféricos e premiações de campeonatos; outro time não tinha salário, mas passagens e equipamentos pagos; outros times eram sem salário, a empresa pagava as passagens e equipamentos, e a premiação era das jogadoras; outro time não tinha salário, mas tinha ótimo suporte da organização.

Além disso, as jogadoras possuem outras fontes de renda, como narração de campeonatos, vídeos no Youtube, publicidade e incentivos financeiros que não se caracterizam como salário fixo, como também afirmam Neres, Camargo e Santos (2021). Com base nisso, as jogadoras entrevistadas afirmam que existe ainda uma resistência em considerar essa carreira como um emprego formal, como observa a Entrevistada 5: "Muitas pessoas não entendem ainda que fazer conteúdo e jogar pode ser sim um trabalho, sendo necessário quebrar a barreira de se ter um emprego formal".

Apesar disso, a Entrevistada 2 pontua que conquistas têm sido feitas, principalmente com relação ao apoio financeiro das empresas:

Lá atrás sofremos muito mais, era muito difícil. O acesso que eu tive para os grandes times pelos quais eu passei foi muita sorte, mas eu jogava bem também, sei que muitas meninas que jogam até hoje sofrem muito por falta de visibilidade [...] era muito complicado, e tudo saía do próprio bolso. Hoje em dia tem muito mais acesso, até times menores conseguem dar um acesso melhor porque tem muito mais empresas que se interessam pelos jogos [...] ainda vai demorar muito pra mudar, mas do ponto de vista ser *gamer*, ser profissional de jogos de qualquer modalidade está mais fácil e mais legal do que era antes.

Por meio das entrevistas foi possível perceber que o primeiro contato com jogos ocorreu de forma diferente entre as jogadoras. Para algumas, se deu desde criança (entrevistada 3), a partir dos 6 ou 7 anos (entrevistada 4), e para outras ocorreu mais tarde no começo da adolescência, 12 ou 13 anos (entrevistada 1) e aos 14 anos (entrevistada 2). Além disso, o interesse

nos jogos de FPS para algumas entrevistadas ocorreu desde o primeiro contato com os jogos, quebrando o estereótipo de que mulheres preferem jogos não violentos e não competitivos, como consideram Fortim et al. (2016).

A inserção no ramo de *gamers* se deu por meio de influência de pessoas próximas às entrevistadas, como irmãos, pais e amigos. Isso mostra que as entrevistadas não procuraram os jogos de FPS por si próprias, mas que ocorreu uma interferência, de certa forma, dos homens mais próximos, como mostra a Entrevistada 4:

Eu sempre tive um amigo que a gente cresceu junto. Ele sempre chegava para mim e falava, olha vamos jogar esse jogo aqui, vamos jogar jogo tal, e a gente sempre jogava junto desde jogos que eu jogava na casa dele, já que ele tinha videogame, até o CS 1.6 que ele me apresentou e a gente foi jogando.

Nota-se que, para as entrevistadas, não houve influência ou estímulo das organizações para entrarem no ramo de *gamers*. Conforme Neves (2020), como prática de gestão de diversidade, a atração e retenção de talentos é uma maneira de atuar neste cenário. Empiricamente, a pesquisa não evidenciou formas de atração de meninas para participarem das equipes de competição ou iniciarem suas carreiras na área. Além disso, foi possível perceber poucas medidas para retenção de talentos, pois a forma de remuneração ainda é incipiente, em que as empresas fornecem para as *gamers* uma renda variável, por meio de prêmios e ajudas de custo, e pouca formalização, com salários fixos e benefícios conforme um emprego formal.

4.2 Desafios da Mulher no Ramo de Gamers

Ao observar os desafios enfrentados pelas mulheres dentro desse ramo, muito foi citado pelas entrevistadas sobre o machismo da comunidade de FPS em si, pois as mulheres ainda são vistas como intrusas num espaço predominantemente masculino, tendo que trabalhar mais para ter o mesmo reconhecimento que um homem dentro do meio profissional, como afirmam Bristot, Pozzebon e Frigo (2017). A Entrevistada 3 afirma: “a mulher é vista como intrusa num espaço predominantemente masculino, então a mulher

tem que trabalhar mais que um homem para ter o mínimo de reconhecimento dentro do jogo, isso acontece porque a sociedade é machista". Isso reforça o que afirmam Fortim et. al. (2016) ao considerarem que os jogos são artefatos masculinos, reiterando o discurso machista que restringe a participação das mulheres, como observam Gasoto e Vaz (2018).

Apesar das entrevistadas afirmarem que o começo na carreira de *gamer* foi influenciado por irmãos ou pais, um desafio citado foi a falta de apoio da família. Na visão de algumas entrevistadas, é mais fácil a família mostrar suporte a um homem que pretende ou que atua no ramo de *gamers*, do que a uma mulher, como se percebe na fala da Entrevistada 3: "homem sempre é criado para fazer o que quer então por isso eles podem se dedicar e focar mais, enquanto mulher, normalmente começa a jogar porque viu um irmão ou outra pessoa jogando". Evidencia-se assim, o que afirmam Elias (2008) e Botelho e Neder (2020), ao afirmar que a identidade de *gamer* é um espaço "naturalmente" masculino.

Além disso, um termo recorrente citado foi o comportamento tóxico dos jogadores, que é qualquer comportamento que vai além da competitividade, como por exemplo, xingamentos, racismo, homofobia, xenofobia, assédio, discurso de ódio e agressão verbal, como já constatado por Bristot, Pozzebone e Frigo (2017), Silveira e Caetano (2020), e também identificado nas entrevistas. Além disso, o indivíduo tóxico pode também ser aquele que se recusa a colaborar com seu time ou aquele que abandona as partidas propositalmente.

Esse contexto reflete também como as empresas vêem as mulheres dentro desse ramo que, de acordo com algumas entrevistadas, enxergam as mulheres como mídia, ou seja, a imagem que aquela mulher pode dar a empresa como sendo apoiadora das causas femininas, mostrando que não existe real interesse em desenvolver a modalidade como um todo. Esse cenário reforça o que considera Neves (2020) quando afirma que há um

olhar mercadológico, vinculando a diversidade à imagem da empresa, havendo ainda um distanciamento entre teoria e prática organizacional.

É importante ressaltar também que as oportunidades e o acesso de homens e mulheres são diferentes dentro desse meio, pois o cenário masculino é mais valorizado e competitivo, tendo mais visibilidade e oferecendo diferentes oportunidades para os homens, como afirma a Entrevistada 1: "as oportunidades não são as mesmas, o cenário masculino é muito maior, muito mais competitivo e valorizado do que o feminino, mas em potencial homens e mulheres têm o mesmo, o que faz a diferença são as oportunidades". Além disso, conforme a Entrevistada 5, o investimento das empresas é maior aos homens do que às mulheres: "existem muito mais homens que são patrocinados do que mulheres". Isso evidencia o que afirmam Beltramini, Capellos e Pereira (2022), considerando que a inserção na carreira pelas mulheres é difícil, compreendendo segregações e discriminações.

Assim, percebe-se que as oportunidades são maiores para o gênero masculino pois tradicionalmente, como foi citado, existe um estímulo maior para a participação dos homens nesse cenário. Isso se dá, pois é esperado que homens se interessem por jogos mais violentos, e portanto eles são inseridos nessa modalidade de jogo mais cedo. Com relação à habilidade com os jogos, quase todas as entrevistadas concordam que não existe diferença entre os gêneros, mostrando que a mulher pode chegar ao mesmo nível de habilidade que um homem, o que reforça o que afirmam Robbins, Judge e Sobral (2011) ao considerar que a produtividade do trabalho de homens e mulheres é a mesma. Apenas uma das entrevistadas acredita que os homens podem ter mais facilidade em jogos eletrônicos do que as mulheres. Essa diferença se evidencia pois os homens têm acesso ao jogo geralmente antes que as mulheres, e isso gera certa vantagem quando se trata de seguir carreira como jogador profissional. Tendo contato mais cedo com o jogo permite o jogador entender com antecedência as

mecânicas do jogo, e assim tendo mais tempo de aprendizagem no total, reforçando o estereótipo evidenciado por Gasoto e Vaz (2018). A Figura 2 apresenta os desafios encontrados pelas *gamers* entrevistadas.

Figura 2 - **Desafios encontrados**

Dificuldade em conseguir apoio de organizações e da família;	Machismo dentro e fora da comunidade de <i>gamers</i> ;
Toxicidade dos jogadores;	Menos oportunidades para mulheres do que para homens;
Ter que trabalhar mais para ter reconhecimento.	

Fonte: Dados da pesquisa.

Uma maneira de minimizar esses desafios, segundo algumas entrevistadas, é dar mais visibilidade e insistir nesse caminho, continuar lutando contra o machismo e mostrar presença feminina dentro da comunidade para a desconstrução dos vieses e estereótipos existentes. Sabe-se que é um caminho longo e o progresso é lento, mesmo assim é um dos poucos meios de conseguir melhorar essa situação. Como a Entrevistada 2 diz: “as oportunidades não são as mesmas, o cenário masculino é muito maior, muito mais competitivo e valorizado do que o feminino, mas em potencial homens e mulheres têm é o mesmo, o que faz a diferença são as oportunidades”. Mais uma vez, percebe-se que as oportunidades no mercado de *gamers* para os homens são maiores do que para as mulheres, reafirmando a desigualdade apresentada por Gasoto e Vaz (2018).

Outra maneira de reduzir os desafios citados pelas entrevistadas é o aumento do número de organizações que estão começando a investir nesse cenário feminino, valorizando e respeitando as mulheres que contratam.

Poucos pontos positivos foram citados pelas entrevistadas por serem mulheres dentro da comunidade *gamer*. Uma delas considera um ponto positivo ser pioneira dentro da comunidade, já que existem poucas mulheres em posição de destaque, o que demonstra o estágio inicial que esta carreira se encontra, e o número incipiente de mulheres sendo reconhecida e

conquistando seu espaço. Como pontos negativos, vários foram apresentados, como: muitos ataques direcionados às mulheres dentro do jogo, baixo investimento, pouca visibilidade, discriminação e exploração da imagem feminina para beneficiar empresas ou organizações como evidenciam Galdino (2019) e Silveira e Caetano (2020).

4.3 Gênero como Diversidade no Ramo de Gamers

Todas as entrevistadas responderam que a mulher representa sim uma diversidade dentro desse ramo, o que evidencia a diversidade superficial de gênero apresentada por Robbins, Judge, e Sobral (2011). Segundo as entrevistadas, a partir do momento que as mulheres podem se identificar como um grupo dentro de uma comunidade que é majoritariamente composta por homens, isso se torna uma diversidade muito positiva, já que possibilita às mulheres a criarem uma base de relações de amizades, viabilizando a formação de times competitivos e consequentemente dar início à carreira como jogadora profissional.

Segundo as entrevistadas, há uma tentativa de gerenciamento da diversidade de gênero pelas empresas do ramo de *gamers*, porém ainda deve ser melhorado, como afirma a Entrevistada 03: "Hoje em dia se vê mais tentativas, na medida em que ficou mais forte o grito de se trazer a aceitação de pessoas "diferentes" pra dentro da comunidade tem chamado a atenção das organizações, mas ainda acho que não é suficiente, e está longe de ser". A Entrevistada 04 complementa:

A impressão é que antes as empresas usavam as mulheres para fazer marketing por aparência, e atualmente as empresas tentam mostrar mais apego a causa, mas não significa que a organização realmente acredite na causa em si; não é visto como natural, forçando a imagem que a empresa tem funcionário "diversificados"; prova disso é os salários e patrocínios femininos que são bem menores comparado aos homens.

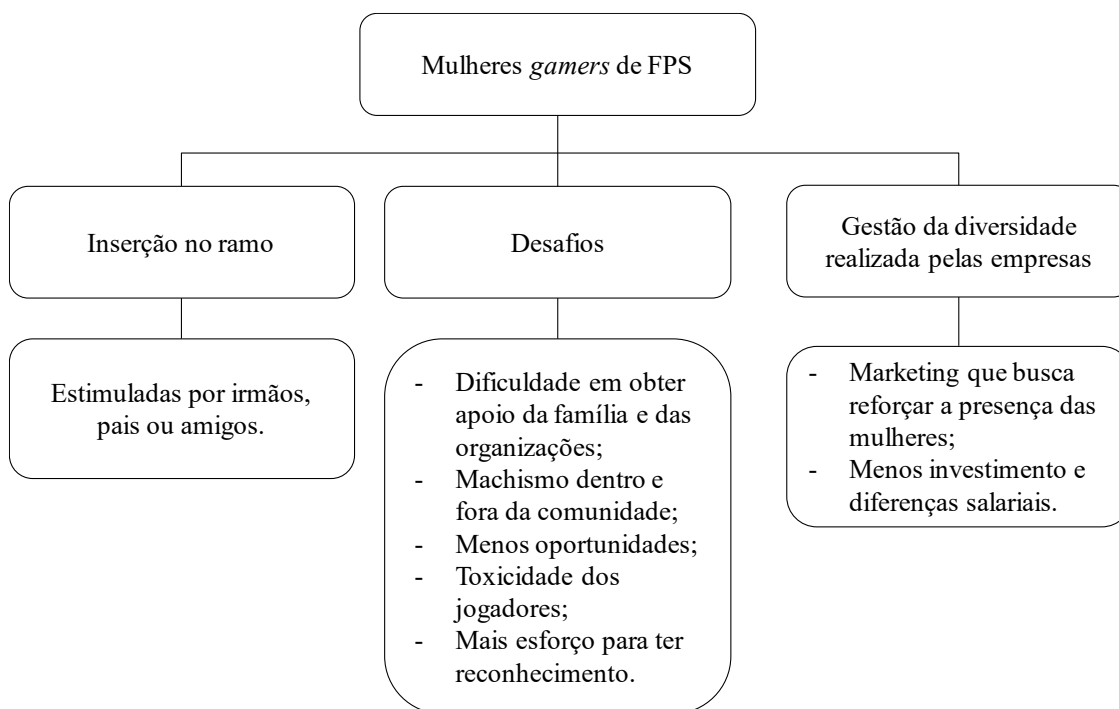
Mais uma vez, nota-se o discurso evidenciado por ações mercadológicas como afirma Neves (2020), porém a falta da prática vivenciada pelas organizações. Assim, percebe-se que a gestão da

diversidade de gênero nas empresas do ramo de *gamers* de jogos FPS pode ser aprimorada, indo além de práticas mercadológicas, com ações efetivas para atrair e reter talentos, formalizar políticas de diversidade influenciando nas mudanças culturais, como afirma Neves (2020). Conforme Robbins (2005), a gestão da diversidade tende a contribuir para melhora da imagem das organizações, melhor satisfação do trabalho, melhor produtividade e aumento na criatividade e inovação.

Outro destaque é a presença nítida de discriminação das mulheres no ramo em estudo. Todas as entrevistadas afirmaram terem passado por situações de machismo, misoginia ou outro preconceito. A Entrevistada 01 conta: "às vezes durante um campeonato a gente acaba lendo um comentário de alguma jogada que você não fez bem, sempre a questão do machismo mesmo, que lugar de mulher não é jogando, é lavando louça, xingando mesmo, a troco de nada". A Entrevistada 04 afirma: "sim o tempo todo, quando faz o uso de voz dentro do jogo, os homens geralmente começam a implicar pelo fato de ser uma mulher jogando, disparando xingamentos e machismo".

Essas situações comprovam o ambiente tóxico dos jogos, sendo possível identificar as discriminações de políticas e práticas discriminatórias e exclusão (diferentes oportunidades para homens e mulheres), gozação e insultos, incivilidade (na falta de respeito durante os jogos com as mulheres) identificados por Robbins, Judge e Sobral (2011).

Apesar desse ambiente tóxico, a Entrevistada 01 afirma: "existe a questão do machismo e a falta de investimento, mas temos pessoas ótimas no meio que tentam nos ajudar, e tem homens maravilhosos que nos incentivam e nos respeitam, não é tudo ruim". Isso justifica a tentativa das entrevistadas que ainda atuam profissionalmente neste setor a resistirem e continuarem atuando. A Figura 3 sintetiza os resultados encontrados no estudo a partir das categorias de análise.

Figura 3: **Resultados a partir das categorias de análise**

Fonte: Dados da pesquisa

Assim, percebe-se que as condições sociais influenciam as oportunidades e práticas dos jogadores profissionais, assim como afirmam Fraga e Rocha-de-Oliveira (2020), pois a atuação e as oportunidades são diferentes de acordo com o gênero. Foi possível observar que os aspectos objetivos e subjetivos da carreira são vivenciados de formas diferentes em razão do gênero, reafirmando os autores. Dessa forma, a pesquisa evidenciou que a diversidade de gênero está presente no ramo de *gamers*, e carece de atenção dos agentes envolvidos para minimizar a discriminação identificada. Por parte das empresas financiadoras, cabe a oferta de oportunidades e o uso de salários e benefícios iguais para os dois gêneros, e a punição de práticas discriminatórias, como a gozação, insultos e incivildade. Sabe-se que essas práticas são também questões culturais que fogem do âmbito organizacional, mas mudanças podem ser feitas para fortalecer a posição da mulher neste mercado.

5 Conclusões e Recomendações

O objetivo do presente trabalho foi compreender como as jogadoras vivenciam a diversidade no mercado de trabalho *gamer* na comunidade de FPS. Para isso, os objetivos específicos foram: entender como se dá a inserção da mulher no ramo de *gamers* na comunidade de FPS, compreender os desafios encontrados pelas mulheres no ramo de *gamers* na comunidade de FPS, e verificar como o gênero se apresenta como uma diversidade no ramo de *gamers* na comunidade de FPS. Por meio de pesquisa qualitativa, dados primários e secundários, entrevistas foram feitas com jogadoras de FPS que atuam ou atuaram de maneira profissional neste ramo, e os dados foram analisados por meio de análise de conteúdo qualitativa.

Como resultados, foi possível identificar que a inserção da mulher no ramo de *gamers* teve influência de amigos ou familiares, na maioria das vezes homens, e a falta de ações das empresas para atrair e reter talentos. Diversos desafios foram identificados na atuação profissional da mulher nos jogos de FPS, como: dificuldade de apoio da família e de organizações financiadoras, machismo, toxicidade dos jogadores, menos oportunidades e maior trabalho para ter o reconhecimento. Observa-se que a diversidade de gênero é presente no mercado de *gamers*, diversos tipos de discriminação ainda são existentes, o que demonstra a necessidade de mudanças para minimizar essas atitudes.

A existência das mulheres dentro dessa comunidade foi vista como positiva pelas entrevistadas, já que torna possível a criação de uma base feminina de jogadoras que se apoiam e que permite a formação de times que competem profissionalmente, tornando assim a diversidade como crucial no desenvolvimento e fortalecimento do cenário competitivo.

A pesquisa teve algumas limitações, como a dificuldade de conseguir participantes para a realização das entrevistas por se tratar de uma

comunidade específica e também a necessidade de ter pessoas que atuam profissionalmente nesse ramo. Outra limitação foi a dificuldade de encontrar artigos específicos sobre o ramo de *gamers*, por se tratar de um assunto recente. Algumas sugestões para pesquisas futuras é abordar outros gêneros de jogos, estudar sua comunidade e a relação que ela tem com a diversidade, tanto sobre mulheres quanto outros grupos, como por exemplo, negros, latinos, portadores de deficiência física e a comunidade LGBTQIA+.

Referências

- BELTRAMINI, Luisa de Moraes; CAPELLOS, Vanessa Martines; PEREIRA, Jussara Jéssica. Mulheres jovens, “teto de vidro” e estratégias para o enfrentamento de paredes de cristal. **RAE**. V.62, n.6, p.1-25, 2022.
- BOTELHO, Marina Alvarenga; NEDER, Marco Antônio Villarta. O Discurso Identitário Sobre E Da Mulher Gamer Brasileira. **ANTARES: Letras E Humanidades**, v. 12, n. 28, p. 206–223, 2020.
- BRANDÃO, Isadora Gomes. **Comportamento Do Consumidor Gamer Motivações Que Atraem O Consumidor a Eventos Gamers**. 2019. Trabalho De Conclusão De Curso (Graduação em Administração de Empresas) - Pontifícia Universidade Católica Do Rio De Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.
- BRISTOT, Paula Casagrande; POZZEBON, Eliane; FRIGO, Luciana Bolan. **A Representatividade Das Mulheres Nos Games**. In: SBGames, XVI, 2017, Curitiba.
- CARNEIRO, Sueli. Mulheres Em Movimento. **Estudos Avançados**, v. 17, n. 49, p. 117–133, 2010.
- ELIAS, Herlander. A nova geração de videojogos FPS – First Person Shooter. In: Congresso de Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, V, 2008.
- FERREIRA, Thiago de Melo; MALTA, Maria Mello de. A Identidade Gamer Brasileira E Celso Furtado. **Revista Scientiarum Historia**, v. 1, n. 1, p. 8–8, 2018.
- FORTIM, Ivelise. Mulheres e games: uma revisão do tema. In: Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital, VII, 2008, Belo Horizonte.
- FORTIM, Ivelise; MONTEIRO, Louise De França; SANCASSANI, Victor; BENDEL, Maria Julia. **A Tipologia Das Jogadoras: Um Estudo Do Público Feminino Gamer Brasileiro**. In: SBGames, XV, 2016, São Paulo.
- FRAGA, Aline Mendonça; GEMELI, Catia Eli; ROCHA-DE-OLIVEIRA, Sidinei. Cenário das publicações científicas em carreira e gênero. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**. v.13, n.2, 2019.

FRAGA, Aline Mendonça; ROCHA-DE-OLIVEIRA, Sidinei. Mobilidades no labirinto: Tensionando as fronteiras nas carreiras das mulheres. **Cadernos Ebape**. v.18, p.757-769, 2020.

FRAGA, Aline Mendonça; COLOMBY, Renato Koch; GEMELLI, Catia Eli; PRESTES, Vanessa Amaral. As diversidades da diversidade: revisão sistemática da produção científica brasileira sobre diversidade na administração (2001-2019). **Cadernos Ebape**. v.20, n.1, p.2-19, 2022.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; CAETANO, Mayara. Violência de gênero entre gamers brasileiros: um estudo exploratório no Facebook. **Revista Lumina**. v.11, n.1, 2017.

GALDINO, Renata Jessica. Jogue como uma garota: Mobilização de mulheres na construção da cena feminina no eSport brasileiro. 2019. 154f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós Graduação Strictu Sensu em Linguagens, Mídia e Arte da Universidade Católica de Campinas - 2019.

GASOTO, Aline Chancaré Garcia; VAZ, Telma Romilda Duarte. A MULHER GAMER: Uma Análise Da Presença Das Mulheres Nos Jogos Virtuais. **Encontro Internacional De Gestão, Desenvolvimento E Inovação (ELGEDIN)**, v. 2, n. 1, 2018.

GODOY, Arlida Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

IBGE. Mulheres Dedicam Quase O Dobro Do Tempo Dos Homens Em Tarefas Domésticas. **Agenciadenoticias** 2019. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/24267-mulheres-dedicam-quase-o-dobro-do-tempo-dos-homens-em-tarefas-domesticas#:~:text=Mulheres%20dedicam%20quase%20o%20dobro%20do%20tempo%20dos%20homens%20em%20tarefas%20dom>>. Acesso em: 13 Jun.Nov. 20223.

MADALOZZO, Regina; MARTINS, Sergio Ricardo; SHIRATORI, Ludmila. Participação No Mercado De Trabalho E No Trabalho doméstico: Homens E Mulheres Têm Condições iguais? **Revista Estudos Feministas**, v. 18, n. 2, p. 547–566, 2010.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

NERES, Pedro Vinícius; CAMARGO, Wagner Xavier; SANTOS, Larissa Bueno. Gamers e a nova categorização profissional no mundo digital. **Revista Paralelas**. v.6, n.3, 2021.

NEVES, Andrei Moreira. Gestão da diversidade nas organizações como prática gerencial. **Revista Gestão e Sustentabilidade**. v.2, n.1, 2020.

NEWZOO. Global Games Market Report. 2023. Newzoo. Disponível em: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoo-global-games-market->

report-2022-free-version<<https://newzoo.com/key-numbers/>>. Acesso em: 13 Jun. 2023.

NUNES, Ginete Cavalcante; NASCIMENTO, Maria Cristina Delmondes; ALENCAR, Maria Aparecida Carvalho de. Pesquisa científica: Conceitos Básicos. **ID on Line REVISTA DE PSICOLOGIA**, v. 10, n. 29, p. 144–151, 2016.

OLIVEIRA, Sidinei Rocha de; PICCININI, Valmiria Carolina. Mercado de trabalho: múltiplos (des)entendimentos. **Revista de Administração Pública**, v. 45, n. 5, p. 1517–1538, 2011.

PESQUISA GAME BRASIL. 2020a. **[RECORD NEWS] PÚBLICO GAMER CRESCE NO BRASIL EM 2020**. Pesquisa Game Brasil. Disponível em: <<https://www.pesquisagamebrasil.com.br/pt/record-news-publico-gamer-cresce-no-brasil-em-2020/>>. Acesso em: 13 Jun. 2023.

PESQUISA GAME BRASIL. 2020b **[SBT] Mulheres já são maioria entre os consumidores de videogames no Brasil**. Pesquisa Game Brasil. Disponível em: <<https://www.pesquisagamebrasil.com.br/pt/sbt-mulheres-ja-sao-maioria-entre-os-consumidores-de-videogames-no-brasil/>>. Acesso em: 13 Jun. 2023.

PROBST, Elisiana Renata. **A Evolução Da Mulher No Mercado De Trabalho**. Instituto Catarinense De Pós-Graduação. 2003. Disponível em: <http://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2014/05/artigo_jan_gen_a_evolucao_da_mulher_no_mercao_de_trabalho.pdf>.

ROBBINS, Stephen Paul. **Comportamento Organizacional**. 11. ed. São Paulo: Pearson Practice Hall, 2005.

ROBBINS, Stephen Paul; JUDGE, Timothy A.; SOBRAL, Filipe. **Comportamento Organizacional: Teoria e prática no contexto brasileiro**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

SAKUDA, Luiz Ojima; FORTIM, Ivelise. **II Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais**. Ministério da Cultura: Brasília, 2018.

SANTOS, Taysa Silva. Condição Feminina: Dupla Jornada De Trabalho. In: **CRESS-MG**. v. 3, 2013

SILVEIRA, Graciele Urrutia Dias; CAETANO, Virginia Barbosa Lucena. #Mygamemynome: Gênero, Violência e Resistência no Discurso de Mulheres Gamers. **Tropos: Comunicação, Sociedade E Cultura**, v. 9, n. 2, 2020.

SPORTV. 2020. **Fortnite Supera CS: GO E Se Torna 2º Game Com Maior Distribuição De Prêmios Nos eSports**; Veja Lista. Sportv. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/09/fortnite-ultrapassa-csgo-e-e-o-2-jogo-que-mais-premiou-nos-esports.ghtml>>. Acesso em: 13 Jun. 2023.

VAZ, Daniela Verzola. O Teto De Vidro Nas Organizações Públicas: Evidências Para O Brasil. **Economia E Sociedade**, v. 22, n. 3, p. 765–790, 2013.

ZANGIROLAMI-RAIMUNDO, Juliana; ECHEIMBERG, Jorge De Oliveira; LEONE, Claudio. (2018). Research Methodology topics: Cross-sectional Studies. **Journal of Human Growth and Development**, v. 28, n. 3, p. 356–360, 2018.