

Meninas e Mulheres que jogam videogames: uma análise de comunidades no orkut¹

Ivelise Fortim²

Leonardo Cosentino³

André Teodoro⁴

Diana Gonçalves⁵

Helena Domit⁶

Igor Pereira⁷

Jessica Teixeira⁸

Vitor Holderer⁹

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Resumo

Com o objetivo de estudar as preferências femininas com relação a jogos digitais, esta pesquisa selecionou na rede social orkut comunidades de meninas e mulheres que expressam seu gosto por videogames. Foram coletadas informações sobre a idade, localização e jogos apontados como favoritos. A média de idade das usuárias é de 22 anos, e a maioria delas está localizada na região Sudeste. Foram citadas 42 séries de jogos, sendo as três principais GTA, Guitar Hero e Resident Evil.

Palavras-chave

Mulheres e games ; meninas e games; orkut; videogames; games

¹ Artigo científico apresentado ao eixo temático “Redes sociais, identidade e sociabilidade”, do III Simpósio Nacional da ABCiber.

² Psicóloga, Mestre em Ciências Sociais pela PUC-SP. Professora da Faculdade de Psicologia da PUC-SP, lecionando também no curso de Tecnologia em Jogos Digitais.

³ Psicólogo pela PUC-SP; Doutorando em Psicobiologia pela USP; professor da Universidade Paulista

⁴ Acadêmico do curso de Tecnologia em Jogos Digitais da PUC-SP

⁵ Acadêmico do curso de Tecnologia em Jogos Digitais da PUC-SP

⁶ Acadêmico do curso de Tecnologia em Jogos Digitais da PUC-SP

⁷ Acadêmico do curso de Tecnologia em Jogos Digitais da PUC-SP

⁸ Acadêmico do curso de Tecnologia em Jogos Digitais da PUC-SP

⁹ Acadêmico do curso de Tecnologia em Jogos Digitais da PUC-SP

Introdução

O uso de games por mulheres (aqui entendidas como meninas, adolescentes e adultas), independente de sua plataforma, tais como consoles, computadores ou portáteis, é um tema controverso. Os jogos eletrônicos são considerados por muitas pessoas como atividades lúdicas masculinas. Diversas pesquisas apontam que o público usuário de games é majoritariamente masculino.

Uma pesquisa conduzida pela Entertainment Software Association (ESA) dos Estados Unidos, realizada em 2009, evidencia que 40% do total dos jogadores norte-americanos são mulheres. A ESA do Canadá, em pesquisa de 2008, mostra que neste país as mulheres representam 49% dos usuários de games. Desse modo, como apontam os resultados das pesquisas, o predomínio do uso dos games realmente é masculino. Contudo, a participação das mulheres no uso de games é bastante expressiva. E, considerando os índices ao longo dos últimos anos, parece que essa participação tem crescido gradativamente. Segundo pesquisas realizadas pela mesma organização nos Estados Unidos, as mulheres passaram de 38% do total dos entrevistados, em 2006 e 2007 (ESA, 2006; 2007) para os 40% registrados nos últimos dois anos (ESA – EUA, 2008; 2009).

Os números coletados no Canadá mostram tendência semelhante. Em 2007, as mulheres representavam 42% da amostra de jogadores. O índice atual representa um aumento de 7 pontos percentuais em um período de um ano (ESA – Canadá, 2007; 2008). Sendo assim, as mulheres visivelmente estão cada vez mais jogando games e conquistando espaço neste universo. Atualmente, as mulheres acima de 18 anos representam uma parcela mais significativa da população de jogadores de games (34%) do que homens de 17 anos ou menos (18%) (ESA – EUA, 2009). Além disso, a pesquisa realizada pelo grupo NPD, em Junho de 2009, mostra que houve um aumento do uso de videogames por mulheres, subindo de 23% para 28% entre o ano de 2008/09.

De forma geral, são poucas as pesquisas realizadas sobre o uso de games por mulheres. No Brasil, o número de pesquisas que investigam esse tema é escasso. A presente pesquisa, em continuidade a questões levantadas acerca do uso (e do desuso) de games por mulheres iniciado em trabalhos anteriores (Fortim, 2008), tem como objetivo conhecer melhor os grupos de mulheres que se interessam por videogames, suprindo determinadas lacunas neste campo de investigação.

As redes sociais virtuais têm se mostrado, atualmente, um campo de pesquisa rico, interessante e de fácil acesso. As comunidades virtuais surgidas na Internet são capazes de agrupar um grande número de pessoas com interesses comuns a despeito da especificidade de seus tópicos. A Internet, por sua vez, proporciona um meio para estes agrupamentos que, provavelmente, não aconteceria de maneira tão rápida e com tamanhas proporções de outro modo.

O orkut é uma rede social criada em 2004 por Orkut Büyükkökten, que pertence a empresa Google. Essa rede social tem como principal objetivo a manutenção de amizades e a constituição de novos relacionamentos. Para que isso aconteça, permite a formação de comunidades que se organizam em torno de um tema, formando um grupo de pessoas que compartilham de, pelo menos, um elemento em comum, como por exemplo, o primeiro nome, sobrenome, instituição onde estudaram, grupo musical preferido e até mesmo pensamentos, comportamentos e características de personalidade. Essas comunidades permitem os mais diversos tipos de agrupamentos, proporcionando assim a reunião de pessoas com afinidades mútuas.

O orkut é a principal rede social onde os brasileiros estão inseridos. Segundo estatísticas do próprio site¹⁰, os brasileiros correspondem a 50% de seus usuários. No entanto, este número pode ser ainda maior, uma vez que por medida de segurança muitas pessoas omitem esse dado ou colocam diferentes países de residência. Em outras redes sociais, como Facebook e MySpace, a presença de brasileiros é consideravelmente menor. Assim, hoje o orkut parece ser um espaço privilegiado para encontrar determinados grupos por afinidades, compostos em maioria por membros brasileiros, podendo ser considerado como uma fonte de pesquisa significativa.

Diversas pesquisas têm sido realizadas sobre e no orkut envolvendo diferentes temáticas e metodologias (Mocellin, 2007; Recuero, 2005; Recuero, 2007). Entretanto, um ponto fundamental sobre as comunidades dessa rede social, como apontado por Mocellin (2007), é que elas têm valor estético. Isto é, tais comunidades representam interesses em comum dos quais o indivíduo quer mostrar-se pertencente. Em suas palavras:

“Pode-se assim pensar que elas, ao invés de locais de discussão e de reunião em torno de objetivos e responsabilidades comuns, são formas de demonstrar os interesses dos usuários que delas participam. Os usuários confirmam essa idéia,

¹⁰ Estatísticas visualizadas em 18/6/2009

admitindo realmente que não buscam participar de discussões, e que elas servem apenas como confirmação de seus gostos, hábitos, desejos”. (Mocellin, 2007 p.111)

2. Metodologia

A partir da concepção da comunidade virtual como um ponto de intersecção de interesses comuns que bem representa hábitos compartilhados por diversas pessoas, foi iniciada uma busca no orkut por comunidades que significassem o interesse de mulheres por videogames. Foram encontradas diversas comunidades com a temática do uso de games por meninas e mulheres. Na busca “Mulheres que jogam videogame”, foram encontradas ao todo 7 comunidades com este nome. Muitas comunidades tinham apenas cerca de cinco a dez membros, um número pouco representativo como amostra para a pesquisa. Portanto, foi escolhida a comunidade “Mulheres que jogam Video Game” que possuía o maior número de participantes (<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=5810235>). Esta comunidade foi criada em 16 de outubro de 2005, e em maio de 2009 havia 1.525 membros. Na busca de comunidades também foi incluído o termo “Meninas que jogam videogame”, onde foram encontradas 14 comunidades. Usando o mesmo critério adotado para a escolha da comunidade anterior, foi selecionada a maior delas e excluídas da análise todas as outras. A comunidade “Meninas que jogam Video Game” selecionada (<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=19144723>) foi criada em 20 de agosto de 2006, e em maio de 2009 constava 2.472 membros.

É válido notar que a grande maioria dos membros destas comunidades são do sexo feminino, mas existem também alguns poucos homens que participam.

Outra constatação é de que não havia, nessas comunidades, definições precisas sobre os termos “meninas” e “mulheres”. Em ambas as comunidades, haviam mulheres de todas as idades, desde crianças com 8 anos de idade até senhoras de mais de 40 anos. Constatou-se ainda que algumas usuárias faziam parte de ambas as comunidades, mostrando esta imprecisão. Optamos por entender que neste caso, tanto os termos “meninas” como “mulheres” se referiam ao fato da participante ser do sexo feminino, independente da classificação etária.

Após a seleção das comunidades, foram feitos dois levantamentos no período de março a maio de 2009. A partir da análise do perfil de 662 usuárias cadastradas nessas comunidades, foram levantados dados sobre a idade e localização (estado brasileiro) destas, e sobre suas preferências quanto a jogos eletrônicos. O levantamento foi feito com base nos

membros ativos da comunidade, ou seja, foram analisados apenas os perfis que responderam algum dos tópicos da comunidade pelo menos uma vez. Este procedimento foi adotado pois o site orkut possui uma limitação no número de perfis disponíveis para visualização.

Uma grande parcela das usuárias não informa seus dados nem local de residência. Portanto, a análise foi feita a partir dos perfis que continham todas essas informações. Foram incluídos na amostra também os perfis considerados “fakes¹¹”, mas que exibiam idade e região possivelmente verídicas. Muitos perfis contêm fotos e nomes fictícios, emprestados de personagens de desenhos animados ou game, mas com idade, cidade e estado possivelmente corretos. Todavia, foram excluídos os perfis considerados totalmente fakes, que informavam idades e locais fictícios, como por exemplo cidades de desenhos animados e idades muito além da capacidade humana. Foram excluídos também os perfis de membros do sexo masculino e daqueles avaliados como “vendedores”, ou seja, que estavam na comunidade apenas com o intuito de fazer algum tipo de propaganda, não sendo usuários comuns.

Teoricamente é necessário ter no mínimo 18 anos para participar do orkut. Todavia, foram encontrados perfis de usuárias com menos da idade mínima permitida. Muitas vezes esses perfis não informam a idade, mas pela foto e descrição é possível observar que se tratam de perfis de pré-adolescentes, com idade provável entre 12 e 17 anos, e algumas vezes de crianças com menos idade ainda. Contudo, considerando que 25% dos jogadores de games têm menos de 18 anos (ESA – EUA, 2009), esses perfis foram incluídos na análise quando disponibilizavam idade e região em algum lugar do perfil.

O levantamento sobre a preferência dos jogos foi realizado a partir de tópicos de discussão postados nas comunidades. Em sua maioria, tais tópicos são introduzidos por um usuário no sentido de fomentar um debate ou diálogo em torno de determinado tema. Na presente pesquisa, foram investigados os tópicos que reuniam perguntas direcionadas para as integrantes da comunidade sobre a preferência por títulos ou gêneros de jogos eletrônicos. Na comunidade “Mulheres que jogam videogame” foi levantado o tópico “O que vcs estão jogando no momento?” (<http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs.aspx?cmm=5810235&tid=2509689943890702152>), criado em 13/1/2007.

Na comunidade “Meninas que jogam videogame” o tópico escolhido foi “Qual seu jogo favorito”, criado em 8/9/2006

¹¹ Fake: perfil na internet considerado como falso, ou que não apresenta alguns ou a totalidade de seus dados de forma verídica.

(<http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs.aspx?cmm=19144723&tid=2486218428633302063>). Em ambos, as usuárias geralmente responderam sobre quais jogos mais gostam de jogar.

Durante a coleta de dados, foi constatado que diversas usuárias eram as mesmas em ambas as comunidades. Inclusive, respondiam ao mesmo tipo de tópico sobre as preferências em comunidades diferentes. Assim, os dados das duas comunidades foram colapsados, sendo excluídos os perfis repetidos. No caso do levantamento sobre os jogos de preferência, algumas usuárias responderam ao tópico com nomes de gêneros de jogos, tais como RPG, aventura e terror, enquanto outras citavam nominalmente seus títulos, como por exemplo Resident Evil, Mario Bros. e outros. Foram levantados apenas os títulos dos jogos favoritos. Além disso, muitas usuárias escolhiam mais de um título ou gênero como os de sua preferência. Foram excluídos jogos citados uma única vez.

Finalmente, vale mencionar que diferentes títulos continuados foram agrupados por série. Por exemplo, não se fez diferenciação entre os jogos Grand Theft Auto Vice City e Grand Theft Auto San Andreas. Todos os títulos desta série foram tratados como Grand Theft Auto (GTA). Apesar das grandes diferenças entre os títulos de uma mesma série, como o caso da linha Final Fantasy, estes geralmente giram em torno de uma mesma temática.

3. Resultados

Sobre o levantamento de perfis:

De todos os perfis analisados apenas 212 informaram a própria idade. A média de idade de todas as participantes é 21,67 (desvio padrão \pm 4,52). Contudo, a média de idade das cadastradas na comunidade “Meninas que jogam videogame” é 21,11 (\pm 3,40) e da “Mulheres que jogam videogame” é 22,46 (\pm 5,78). Essa diferença mostrou-se estatisticamente significativa ($t = -2,001$; $gl = 189$; $p < 0,05$). Este resultado aponta que realmente mulheres mais jovens se cadastram na comunidade “Meninas que jogam videogame” e mulheres mais velhas na comunidade “Mulheres que jogam videogame”, apesar da imprecisão dos termos usados nestas comunidades.

Considerando os dados de 388 perfis que informaram a localidade, grande parte está concentrada em São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Minas Gerais, com 34,7%, 18,7%, 7,6% e 6,7% do total da amostra. Dessa forma, a maioria está situada na região sudeste, com 64,9% do total das participantes, seguido pela região sul com 14,9% e em terceiro, empatadas, as regiões centro-oeste, nordeste e norte, todas com 6,7% do total da

cadastradas. Ademais, não há correlação entre a região e a comunidade a que se cadastraram, ou seja, há uma distribuição equivalente das participantes de todos estados brasileiros em ambas as comunidades, e também não há diferença de idade significativa das usuárias entre os estados e regiões brasileiras.

Levantamento das preferências de jogos:

De acordo com as respostas das 155 usuárias aos tópicos sobre os jogos preferidos, foram elencados 42 séries de jogos. Segue tabela com os principais jogos citados como favoritos:

Tabela 1- preferencias por jogos apontadas nas comunidades

Jogos Favoritos em porcentagem do total de escolhas	
GTA	13,40%
Guitar Hero	8,90%
Resident Evil	7,00%
Need For Speed,God of War	5,50%
Crash	4,80%
Mario	4,60%
Tekken , Winning Eleven	3,80%
Final Fantasy	3,60%
The SIMS	3,40%
Silent Hill	2,90%
Tomb Raider	2,60%
Tony Hawk	2,20%
Mortal Kombat, King of Fighters, Kingdom Hearts	1,70%
Gran Turismo, Pokemon,Castlevania, Naruto	1,40%
Prince of Persia, Devil May Cry	1,20%
X-men, Drive, Smash Bros, Burnout, Donkey Kong, The Legend Of Zelda, Rockband , Street Fighter, Black	1,00%
Bully, Bomberman, Harry Potter, Age Of Empires, Fatal Frame, Fifa Street	0,70%
Midnight Club, Sonic, Senhor dos Anéis, Counter Strike	0,50%

Em primeiro lugar ficaram os títulos da série Grand Theft Auto (GTA), com 13,46% do total das escolhas. Em segundo e terceiro lugar ficaram os jogos da linha Guitar Hero e Resident Evil, respectivamente com 8,89% e 6,97% das preferências. Contudo, considerando que muitas respondentes escolhiam mais de um jogo como preferido, é possível afirmar que 36,13% do total de usuárias têm como um dos jogos preferidos algum título da série GTA; 23,87% algum Guitar Hero e 18,71%, um dos diversos Resident Evil.

Testando correlações entre os três jogos mais populares e os restantes, uma análise de associação sugeriu que grande parte das usuárias que jogam Grand Theft Auto também jogam The Sims (sig = 0,021); Need for Speed (sig = 0,027) e Tony Hawk (sig = 0,049). Segundo a mesma análise, aquelas que jogam Guitar Hero também preferem jogos como Donkey Kong (sig = 0,015); Rock Band (sig = 0,015) e jogos de Plataforma (sig = 0,011), tais como os títulos de Super Mario Bros. e Sonic. E finalmente, as jogadoras de Resident Evil também preferem Silent Hill (sig = 0,000); Tomb Raider (sig = 0,000) e God of War (sig = 0,118). Interessante notar ainda que as usuárias de Resident Evil também apresentam preferência por jogos FPS (First Person Shooter) (sig = 0,037), especialmente, Black (sig = 0,003).

4. Discussão dos resultados

Sobre o levantamento de perfis:

Quanto à idade, vemos que a maioria das usuárias está na faixa de 21-22 anos. Ou seja, na verdade, tanto as “meninas” quanto “mulheres”, em sua maioria são jovens de idade universitária. Assim, os termos utilizados por elas referem-se apenas ao seu gênero, apesar de a comunidade “Mulheres” ter jovens um pouco mais velhas.

Quanto à localização das usuárias, acredita-se que há concentração nas regiões Sudeste e Sul, talvez porque são lugares onde há maior acesso a internet, e, portanto ao site orkut. Esses dados estão em concordância com a pesquisa das TICS no Brasil, realizada pela CGI (Barbosa, 2008), que apontam as regiões Sudeste e Sul com as que contam com mais acesso a internet.

Sobre as preferências de jogos:

Em pesquisa anterior (Fortim, 2008) foi visto que dentre as mulheres que jogam videogames estas podem ser divididas, didaticamente, entre mulheres que jogam os mesmos títulos que os homens, chamadas de “Gamers”, e as mulheres que tem preferência por outros temas e títulos.

Pelos temas e títulos que aqui aparecem, especialmente a série de jogos GTA e Resident Evil, este parece ser um agrupamento jovens consideradas “Gamers”, ou seja, aquelas que se interessam pelos mesmos jogos que os homens. Esta amostra pode não ser representativa das mulheres como um todo, mas certamente revela as preferências deste grupo de usuárias consideradas “gamers”. Pensando em pesquisas relativas a preferências de jogos e sua relação com gênero, este grupo é sempre um dos menos pesquisados. Não foi encontrada no Brasil outra pesquisa sobre este tipo de público que parece ter se encontrado.

De forma geral, a maioria dos jogos escolhidos como preferidos faz parte dos gêneros de games musicais, plataforma, corridas com carros, combates de jogador contra jogador, esportes, que exigem do jogador a habilidade e destreza com os controles. Também são citados como favoritos jogos de survival horror, RPGs e jogos adaptados de outras mídias (como os oriundos de filmes e de mangás) onde a narrativa é o elemento principal.

Esses dados também apontam para a quebra do estereótipo de que mulheres não se interessam por games violentos. Entre as preferências deste grupo existem jogos de combate (Tekken, Mortal Combat, King of Fighters), e alguns jogos considerados como violentos, como GTA, Resident Evil. Entretanto, jogos considerados como First Shooter Person aparecem como os menos escolhidos na listagem dos preferidos (Counter Strike e Black, por exemplo.)

Interessante notar que o jogo GTA aparece na lista dos 20 jogos mais vendidos na pesquisa de 2007 (ESA – EUA); aparece em 3º lugar como um dos jogos mais vendidos de 2008, na listagem da Kotaku, empresa que compila números de diversos mercados (coletados pela GfK, ChartTrack, Enterbrain e NPD). O Jogo Smash Bros, também citado pelas usuárias, aparece em 4º lugar nessa mesma lista. Assim, também poderia levantar-se a hipótese de que haveria uma influência dos sucessos de mercado entre os jogos preferidos.

Conclusão

Apesar de ser uma pequena pesquisa, acredita-se que foram obtidos dados relevantes para o início do estudo sobre as jovens consideradas gamers. Apesar de ser uma pesquisa com um grupo de usuárias bem restrito, acredita-se que foram obtidos dados relevantes para o início do estudo sobre as jovens consideradas gamers. Esta pequena pesquisa mostra o potencial desta área que vem crescendo na mesma proporção que o uso de games pelo público feminino. Entretanto, vemos que a literatura brasileira ainda carece de estudos sobre o tema; ainda dispomos de poucas pesquisas sobre o uso dos videogames por mulheres brasileiras, bem como de suas preferências por jogos eletrônicos, sendo o objetivo do presente trabalho iniciar estes estudos.

Enfim, apesar de alguns itens serem discutidos de maneira especulativa, espera-se que este trabalho possa fornecer subsídios para uma maior compreensão dos interesses de meninas e mulheres por games, examinadas sob uma perspectiva que alia diversos aspectos.

Referências bibliográficas

Barbosa, A., 2009. *Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil: TIC Domicílios e TIC Empresas 2008*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2009. Disponível em: <http://www.cetic.br/tic/2008/index.htm> Acessado em 1/7/2009

NPD Group, 2009. *Video gaming attracts larger female audience in 2009*. Disponível em: http://www.npd.com/press/releases/press_090629b.html Acessado em: 30/06/2009

ESA - Entertainment Software Association, 2009- *Essential Facts About The Computer And Video Game Industry*. Disponível em http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_EF_2009.pdf: Acessado em 08/06/2009

ESA- Entertainment Software Association of Canada, 2008- *Essential Facts About The Computer And Video Game Industry*. Disponível em: http://www.theesa.ca/pdf/esa_e.pdf Acessado em 08/06/2009

Fortim, I. *Mulheres e Games: uma revisão do tema*. Trabalho apresentado a SBGames 2008.

Kotaku, *These Five Games Were The Biggest-Selling In The World For 2008*. Disponível em: <http://kotaku.com/5144208/these-five-games-were-the-biggest+selling-in-the-world-for-2008> Acessado em 12/7/2009

Mocellim, A. *Internet e Identidade: um estudo sobre o website orkut*. Revista Eletrônica dos Pós Graduandos em Sociologia Política da UFSC Vol. 3 n. 2 (2), janeiro-julho/2007. p. 100-121

Recuero, R.C., 2005 *Um estudo do capital social gerado a partir de Redes Sociais no Orkut e nos Weblogs*. Revista FAMECOS, Porto Alegre • nº 28 • dezembro 2005

Recuero, R. C. *O Orkut Como Formador de Novas Identidades no Ciberespaço*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007