

# **JOGOS DIGITAIS: FONTES PARA ANÁLISE DE REPRESENTAÇÃO / REPRESENTATIVIDADE FEMININA NA CONTEMPORANEIDADE**

*DIGITAL GAMES: SOURCES FOR THE RESEARCH OF FEMALE REPRESENTATION / REPRESENTATIVENESS IN CONTEMPORARY TIMES*

*JUEGOS DIGITALES: FUENTES PARA ANÁLISIS DE REPRESENTACIÓN/REPRESENTATIVIDAD FEMENINA EN LA ÉPOCA CONTEMPORÁNEA*

Bruno Bonaldi dos Santos<sup>1</sup>  
Renan da Cruz Padilha Soares<sup>2</sup>

## **Resumo**

Os jogos eletrônicos foram criados para entreter gerações ao redor do mundo. Assim, o presente estudo investiga a relevância dos jogos digitais como fonte de pesquisa, para analisar a representação/representatividade feminina nessas mídias. Tais representações sofreram transformações ao longo do tempo, o que permite observar os contextos socio-históricos em que se desenvolveram. Analisam-se os jogos que marcaram época e influenciaram a indústria. A pesquisa é qualitativa e de caráter bibliográfico, embasada em inúmeros autores que estudam o assunto. A investigação é composta, ainda, por elementos quantitativos, como a análise de dados coletados por renomados órgãos de pesquisa, que avaliaram o alcance dos jogos eletrônicos na cultura. Além disso, examina-se como as mudanças em relação ao protagonismo feminino ocorreram nos jogos ao longo dos anos; o intuito é elucidar como o processo de sexualização e dessexualização das personagens femininas acontece.

**Palavras-chave:** Representação feminina. Jogos digitais. Sexualização em mídias. Fontes de pesquisa.

## **Abstract**

Electronic games were created to entertain generations around the world. Thus, the present study investigates the relevance of digital games as a research source to analyze female representation/representativeness in these media. Such representations have undergone transformations over time, which allows us to observe the social-historical context in which they were developed. The games that marked the era and influenced the industry are analyzed. The research is qualitative and bibliographic, based on numerous authors who study the subject. The investigation is also composed of quantitative elements, such as the analysis of data collected by renowned research bodies, which evaluated the reach of electronic games in the culture. In addition, it examines how changes in female protagonism have occurred in games over the years; the aim is to elucidate how the process of sexualization and the desexualization of female characters happens.

**Keywords:** Female representation. Digital games. Sexualization in media. Research sources.

## **Resumen**

Los juegos electrónicos fueron creados para entretener generaciones alrededor del mundo. Así, el presente trabajo estudia la relevancia de los juegos digitales como fuente de investigación, para analizar la representación/representatividad femenina en esos medios. Tales representaciones han sufrido cambios a lo largo del tiempo, lo que permite observar los contextos sociohistóricos en que se desarrollaron. Se analizan los juegos que fueron referencia en cada época y que influenciaron la industria. La investigación es cualitativa, apoyada en diversos autores que estudiaron el tema. Integra, también, elementos cuantitativos, como el análisis de los datos recolectados por organismos de investigación de renombre, que evaluaron el alcance de los juegos electrónicos en la cultura. Además, se examina cómo los cambios respecto al protagonismo de la mujer se dieron en los juegos

---

<sup>1</sup> Licenciando em História no Centro Universitário Internacional UNINTER. E-mail: brunobonaldi95@gmail.com.

<sup>2</sup> Mestre em prática pelo Colégio Pedro II. Professor no Centro Universitário Internacional UNINTER. E-mail: renan.s@uninter.com.

con el paso de los años; la intención es elucidar cómo el proceso de sexualización y de-sexualización de los personajes femeninos se produce.

**Palabras-clave:** Representación femenina. Juegos digitales. Sexualización en los medios. Fuentes de pesquisa.

## 1 Introdução

O presente estudo investiga a relevância dos jogos digitais como fonte de pesquisa, ao analisarmos a representação feminina na sociedade contemporânea. A pesquisa tem como eixo principal o embasamento teórico de autores da área e historiografia.

No mundo atual, o consumo de jogos eletrônicos está difundido em diferentes camadas etárias e sociais, influenciando e refletindo o pensamento cotidiano. A justificativa para esta investigação advém da necessidade de analisar se jogos digitais também podem ser fontes de estudo e objeto de pesquisa, assim como já acontece com filmes e livros; além disso, o intuito é examinarmos o papel feminino nestes jogos na contemporaneidade.

Afinal, os jogos digitais são fontes concretas e confiáveis do contexto vivido em sua época de lançamento? Essas obras podem ajudar a compreender a representação feminina no fim do século XX e início do século XXI? Como a mudança na importância dada às personagens femininas no mundo dos jogos se desenvolveu e o que essa mudança reflete da sociedade em si?

A investigação tem como objetivo principal determinar a importância dos jogos digitais como objeto de pesquisa na análise das representações femininas; pretende-se, também, relatar como as mudanças de importância no protagonismo feminino nos jogos ao longo dos anos se desenvolveu, além de identificar como ocorre o processo de sexualização e dessexualização das personagens femininas nos jogos digitais.

O tema investigado abrange um assunto amplamente debatido entre o grande público; assim, um vasto conteúdo foi pesquisado em um estudo qualitativo. A pesquisa conta, também, com elementos quantitativos, como dados, censos e gráficos.

Utilizamos pesquisa e levantamento bibliográfico para obter informações em textos e trabalhos de outros autores, como: livros, teses, dissertações e artigos. Foram utilizados, também, imagens, gráficos e dois jogos de grande sucesso que marcaram época em décadas diferentes, sendo eles: *Metroid* de 1986 — lançado pela Nintendo para sua primeira plataforma própria — e o jogo *Mortal Kombat 11* de 2019 — produzido por NetherRealm Studios para as principais plataformas do ano de lançamento.

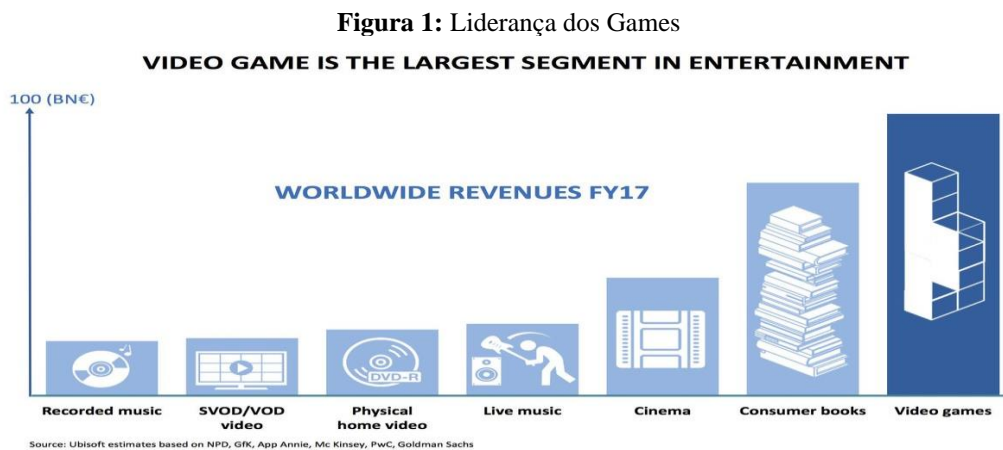
## 2 Relevância e estatística

O objeto de pesquisa deste estudo são os jogos eletrônicos — mídia que visa entretenimento e emoção. No entanto, diferentemente de outras mídias de massa, os jogos interagem diretamente com o consumidor, o que permite ao usuário a chance de vivenciar e controlar as ações dos personagens inseridos no jogo; ou seja, uma imersão ilimitada.

A indústria dos jogos digitais tem se modificado ao longo do tempo, moldando-se e perfazendo um caminho semelhante à sociedade que a constrói. Assim, pode-se afirmar que os jogos eletrônicos têm impressões digitais de um contexto que lhe é contemporâneo e que pode ser lido e interpretado pelas pessoas no tempo.

Em 2018, segundo a revista Newzoo, especialista em dados e artigos sobre games, por meio de um relatório sobre o mercado global de jogos, a indústria contabilizou um faturamento de US \$ 137,9 bilhões em 2018, em contraste com o arrecadamento de outras mídias de massa como o cinema, que faturou US \$ 41,7 bilhões no mesmo ano. Evidencia-se, dessa forma, a grandeza mercadológica e global que os jogos eletrônicos possuem (NEWZOO, 2018).

Para reforçar essa diferença, um ano antes, em 2017, a desenvolvedora Ubisoft realizou uma pesquisa com base em dados contabilizados pelas empresas NPD, GFK, App Annie, Mc Kinsey, PWC, Goldman Sachs. A pesquisa comparava o consumo de jogos eletrônicos com o de outras mídias, como livros, cinema e música — como aponta a figura 1 (UBISOFT, 2017).



Fonte: UBISOFT Q3 FY18 (2018).

Atualmente, cerca de 2,7 bilhões de pessoas em todo mundo jogam algum jogo eletrônico, seja em consoles específicos para jogos ou em computadores, ou utilizando a forma mais comum, os smartphones (NEWZOO, 2018).

No Brasil, segundo a revista Forbes, e sob pesquisa da Sioux Group, Blend News Research e ESPM, cerca de 66% da população joga ou jogou algum jogo eletrônico. No estudo, revelou-se, também, que entre os jogadores:

Pelo quarto ano consecutivo, as mulheres são maioria entre os gamers, representando 53% da população. No que diz respeito à faixa etária, a maioria dos jogadores está entre 25 e 54 anos, sendo 61,9% da população entrevistada. Lucas Pestalozzi, presidente da Blend New Research, explica que crianças e adolescentes nascidos a partir dos anos 1980, que cresceram cercados por jogos digitais, estão hoje nessa faixa etária (FORBES, 2020, n.p.).

O público feminino consome jogos eletrônicos e é, em números, a maior fatia dos jogadores, para surpresa de muitos. Logo, é possível afirmar que os jogos estão enraizados na cultura popular e atingem diversas camadas sociais, culturais e de gênero; eles obtiveram a aceitação de povos ao redor do mundo e, mesmo em contextos sociais totalmente diferentes, observa-se que as pessoas admiram os jogos eletrônicos, independentemente do local, idade, gênero ou etnia.

Sobre a relação entre jogos e cultura podemos afirmar que:

Encontramos o jogo na cultura, como um elemento dado existente antes da própria cultura, acompanhando-a e marcando-a desde as mais distantes origens até a fase de civilização em que agora nos encontramos. Em toda a parte, encontramos presente o jogo, como uma qualidade de ação bem determinada e distinta da vida "comum" (HUIZINGA, 2000, p. 6).

Huizinga (2000, p. 6) completa, afirmando em seus estudos que:

[...] mesmo em suas formas mais simples, ao nível animal, o jogo é mais do que um fenômeno fisiológico ou um reflexo psicológico. Ultrapassa os limites da atividade puramente física ou biológica. [...] A existência do jogo é inegável. É possível negar, se quiser, quase todas as abstrações: a justiça, a beleza, a verdade, o bem, Deus. É possível negar-se a seriedade, mas não o jogo.

### **3 Jogos como fontes históricas**

No passado, grande parte dos historiadores só consideravam como fonte válida para pesquisa: os documentos escritos oficiais ou escritos por alguém considerado importante. Entretanto, mesmo com tal tendência, não eram todos os casos assim definidos. De acordo com Burke (2008, p. 12-13):

[...] uma significativa minoria de historiadores já estava utilizando a evidência de imagens nessa época, principalmente em períodos nos quais documentos escritos eram escassos ou inexistentes. Seria realmente difícil escrever sobre a pré-história europeia, por exemplo, sem a evidência das pinturas das cavernas de Altamira e Lascaux, ao passo que a história do Egito antigo seria imensuravelmente mais pobre, sem o testemunho das pinturas nos túmulos.

Como descrito por Burke (2008), o uso das imagens, como fontes históricas, foi cada vez mais utilizado no decorrer do tempo, por oferecer uma gama de informação não abordada

anteriormente pelos documentos escritos e, principalmente, por retratar visualmente o cotidiano das pessoas. Posteriormente, novas formas de arte foram criadas e passaram a ser utilizadas como fonte de pesquisa; um exemplo é o cinema, a sétima arte, e, um pouco mais adiante no tempo, os jogos — cuja importância já foi analisada nesse artigo.

Outro ponto muito importante, apontado por Santos (2016), é que não apenas o foco da imagem transmite uma ideia, mas também todo o entorno da figura principal, seus meios de produção e consumo. Para analisar os jogos, o foco não deve ser as intenções principais dos autores, mas todo o aparato de produção e intenção de comercializar a obra.

Contudo, assim como na análise de fontes imagéticas, no cinema ou em fontes escritas, nos jogos devemos evitar, também, o chamado anacronismo; ou seja, é importante levar em consideração o contexto cultural da publicação. Conforme Berger (1999, p. 10) explica: “Na Idade Média, quando o homem acreditava na existência física do inferno, a visão do fogo deve ter significado algo diferente do que significa hoje”.

Conforme Santos (2016), cabe a nós, historiadores, decifrar a obra e suas relações de produção imaginária; isto é, buscar compreender os motivos que levaram o produtor da obra a fazê-la daquela maneira. A utilização de tais fontes possibilita ao historiador estudar o papel das mulheres ao longo do tempo e em diferentes lugares.

#### **4 Representação/representatividade feminina**

Em meio ao vasto universo que é a indústria dos jogos digitais, é habitual que problemas da sociedade sejam refletidos em seus lançamentos. A representação feminina nos jogos sempre foi uma questão a ser tratada e discutida; desde a popularização dos jogos, inúmeros questionamentos foram levantados sobre tal problemática.

Bristot, Pozzebon e Frigo (2017, p. 862) relatam que:

A luta das mulheres por espaço, respeito e igualdade acontecem no âmbito social frequentemente. Nos games isso não é diferente, a busca por reconhecimento como um público em potencial e a representação dentro dos games são objetivos a serem conquistados e reconhecidos.

Segundo Izukawa (2015), a sociedade instituiu valores sobre o que é recomendado para meninos e meninas. Tal diferença, por exemplo, é evidente no mercado dos brinquedos que possui clara segmentação; ou seja, brinquedos de meninas têm características diferentes dos destinados a meninos. De acordo com Bristot, Pozzebon e Frigo (2017), tais segmentações por

gênero reforçam alguns estereótipos em relação do papel da mulher na sociedade, como por exemplo: realizar tarefas domésticas, gostar de moda, roupas, maquiagens e ser delicada.

Buitoni (1981, p. 4) postula que:

O eterno feminino, um chavão que tenta imobilizar, no tempo, as virtudes 'clássicas' da mulher. Um chavão que corresponde bem ao senso comum de procurar qualidades quase abstratas: maternidade, beleza, suavidade, doçura e outras, num ser que é histórico. Justamente aí que está a falha que desvincula a mulher de sua época e seu contexto, que a transforma em um ser à parte, independente de circunstâncias concretas.

Conforme apontado por Izukawa (2015), nos videogames a segmentação não existia até o chamado “*Crash dos Consoles*” em 1983. No entanto, com a recessão e lenta recuperação da indústria dos jogos as empresas, em especial a Nintendo, fez com que o mercado dos jogos se direcionasse ao público masculino para se recuperar e não correr riscos, pois na época esse público era tido como maioria.

Assim, nasceram campanhas publicitárias de jogos destinadas ao público masculino, que escancaram os objetivos mercadológicos da indústria e tornaram personagens femininas objeto de venda:

Figura 2: CARTAZ CONTRA



Fonte: KONAMI (1987).

Figura 3: CARTAZ STRIKE ZONE



Fonte: LELAND CORPORATION (1988).

As figuras acima são dois anúncios publicitários de jogos em *arcades*, que utilizam mulheres com roupas sensuais para atrair o público masculino. A figura 2 é uma propaganda do jogo Contra (1987), produzido pela Konami; além de trazer a figura de uma personagem que não existe no jogo, o anúncio trazia a seguinte frase “*irresistible force*”, que em tradução literal significa “força irresistível” — uma referência à sexualidade feminina como forma de atrair consumidores.

Na figura 3, não é diferente; o anúncio do jogo de *arcade Strike Zone* (1988), pela Leland Corporation, tem em seu cartaz a imagem de uma mulher com roupas sensuais e com o seguinte texto: “*The boys of summer are back in Strike Zone [...]*” que em tradução literal significa: “os garotos do verão estão de volta no *Strike Zone [...]*”, o cartaz refere-se aos personagens do jogo, todos garotos.

Observa-se, através das imagens acima, que muitas vezes as representações femininas na indústria publicitária, e nos próprios jogos, perpetuam padrões estereotipados, como postula Bristot, Pozzebon e Frigo (2017); reproduz-se, assim, uma objetificação das participações femininas, seja em sua aparência, hierarquia, função ou sexualização. Essa objetificação acontece quando a imagem feminina é banalizada e sua aparência se torna mais relevante do que o “*background*” do personagem — aspectos que definem o personagem em si. A falta desse *background* evidencia a utilização de personagens femininas como objeto ao invés de sujeito.

Em relação a essa objetificação, Forster (2005) exemplifica o que seriam as personagens “planas” ou “redondas” em obras literárias. As personagens planas “[...] podem ser expressas por uma só frase, porque são construídas ao redor de uma única ideia ou qualidade.” (FORSTER, 2005, p. 11); ou seja, não há nenhum aprofundamento além do que se perceber na superfície. Já as personagens redondas são: “[...] construídas ao redor de mais de um fator [...].” (FORSTER, 2005, p. 11). Tais personagens são completas, com história e podem ser mais do que sugerem as aparências.

Conforme os estudos de Alecrim (2019, p. 7), sobre o que é considerada uma personagem “redonda” por Forster (2005):

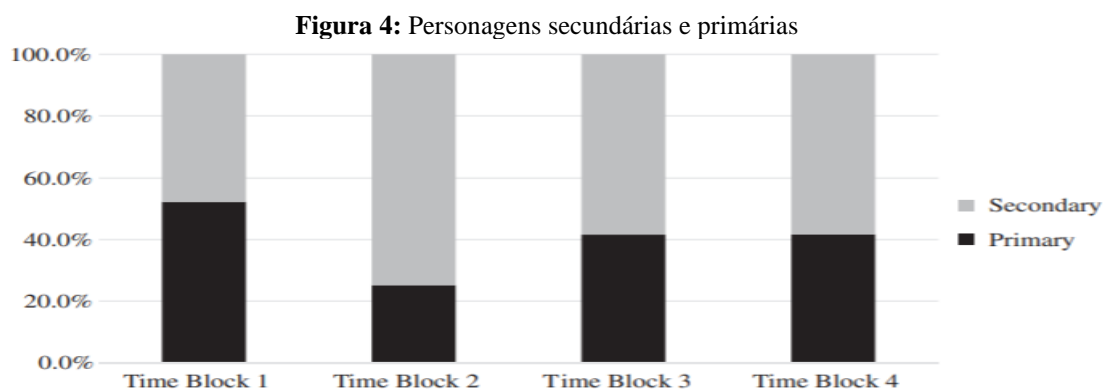
Para exemplificarmos tal personagem, podemos pensar um jogo qual a narrativa muda conforme as ações de um personagem, onde sua criação é mais profunda e complexa, onde a narrativa necessita da personagem para que ela aconteça, estas fogem da configuração de personagens objetos de cenário, ou melhor, figurantes.

Dada estas premissas, analisou-se os tipos de representações femininas existentes nos games de diferentes épocas, para avaliarmos o grau de representação feminina e em que frequência e densidade ela acontece.

A pesquisa intitulada, em tradução livre, *Sexy, fortes e secundárias: Uma análise de conteúdo das personagens femininas nos videogames durante 31 anos* de Teresa Lynch, Jessica E. Tompkins, Irene I. van Driel, e Niki Fritz, como observado na Figura 4, é um estudo acerca de quinhentos e setenta e um jogos lançados nos últimos 31 anos; com base nessa amostragem,

criou-se um gráfico com a diferença de porcentagem ao longo dos anos do uso de representações femininas, como protagonistas ou secundárias.

No gráfico a seguir, os anos foram divididos em blocos, sendo: *Time Block 1* (1983 - 1991), *Time Block 2* (1992 -1998), *Time Block 3* (1999 -2006) e *Time Block 4* (2007-2014),



**Figure 3** Proportion of primary and secondary characters across time.

**Fonte:** Journal of Communication (2016)

Com base no gráfico, temos a informação de que a proporção de distribuição das representações femininas nos jogos é muito regular ao longo dos anos e sofreu oscilação apenas no bloco de tempo 2, durante 1992 a 1998, em que apenas 23% das personagens tinham papéis primários. Nos blocos de tempo seguinte, a quantidade se normalizou em 40%, o que evidencia a subutilização das representações femininas nos jogos.

Como base na pesquisa, a vasta maioria dos personagens em jogos eletrônicos é masculina. Seja como protagonista ou coadjuvante, os personagens do gênero masculino monopolizam o destaque e atenção dos jogadores de forma desigual.

O motivo apresentado pelos autores da pesquisa é, em tradução livre, o seguinte: “As vendas mais baixas desencorajam os editores de investimentos futuros em jogos que apresentam protagonistas femininas porque os personagens masculinos representam menos riscos. ” (LYNCH *et al.*, 2016, p. 16). Supõe-se, então, que as tendências consumistas do mercado moldam o que é desenvolvido e isso evidencia as preferências dos jogadores.

O termo representatividade relaciona essa diferença desigual de destaque e busca dar significado a algo que representa politicamente e socialmente os interesses de determinado grupo, etnia, nação ou classe de indivíduos. Nos games, segundo Bristot, Pozzebon e Frigo (2017, p. 865), “[...] a representatividade está inserida no contexto de representar as minorias ou os excluídos que são mulheres, afrodescendentes, homossexuais e outros, de forma



adequada, diminuindo os estereótipos e ofensas. [...]”; ou seja, ela finaliza com a adesão e participação dos representados no ato da construção do livro, filme ou jogo.

Ao analisar lançamentos de franquias populares que marcaram gerações, é possível apontar quais foram as mudanças realizadas e quais as conquistas obtidas por movimentos feministas de maior representação.

## 5 Objetificação e sexualização

Ao analisarmos a história dos jogos eletrônicos observamos que, como apontado por Izukawa (2015), após o grande *Crash dos Consoles*, em 1983, houve a segmentação dos videogames em gêneros e uma atenção total da indústria ao público infantil masculino. Com o sucesso da estratégia em aumentar as vendas e superar a crise anterior, as empresas aumentaram suas produções de conteúdo com foco no público-alvo e para isso utilizaram de diversos fatores.

Um dos fatores utilizados foram a sexualização de personagens femininas de diversas formas e nos mais variados tipos de jogos. Como se observa na figura 5.

Figura 5: SEXUALIZAÇÃO NOS GAMES

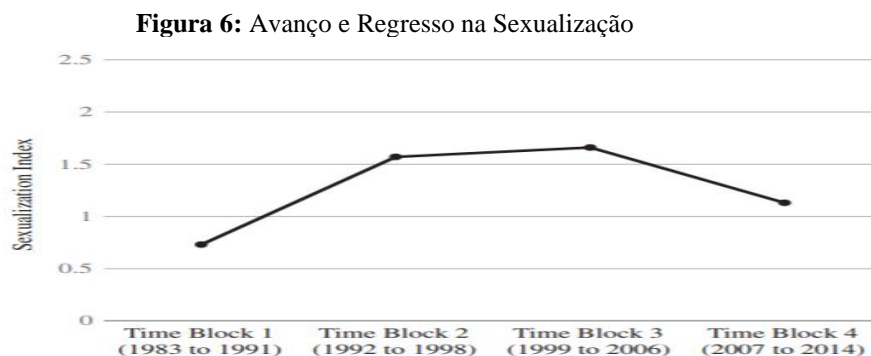


Fonte: GAMEBLAST.

Podemos observar que as figuras femininas expressas na imagem acima são de vários jogos e diferentes anos de lançamento; o fato é a evidente falta de realidade na representação visual feminina nas personagens. Assim, podemos perceber que todas têm seios volumosos, pequenos cortes de roupa que não se encaixam no contexto em que as personagens se encontram em seus devidos jogos e curvas surreais — que às vezes contrariam as especificidades do corpo humano real.

Conforme os dados gráficos da figura 6, oriundos das pesquisadoras norte-americanas Teresa Lynch, Jessica E. Tompkins, Irene I. Van Driel, e Niki Fritz, a taxa de sexualização nos vídeos jogos cresceu muito de 1983 a 1995, continuou subindo vagarosamente até 2003 e começou a cair consideravelmente até o fim da pesquisa em 2014.

Como já lembrado, o estudo tem como base quinhentos e setenta e um jogos lançados nos últimos 31 anos e os anos foram divididos em blocos para facilitar a visualização e variação no gráfico, sendo: *Time Block 1* (1983 -1991), *Time Block 2* (1992 -1998), *Time Block 3* (1999 -2006) e *Time Block 4* (2007-2014).



**Figure 2** Sexualization of characters over time broken out by time segments.

**Fonte:** Journal of Communication (2016)

Observa-se que, em meados de 2003, houve uma queda gradual da taxa de sexualização nos jogos. Sobre as razões para tal dessexualização, os autores afirmam que:

Primeiro, embora apenas 22% dos profissionais de videogame sejam mulheres, essa proporção é superior aos 3% que eles possuíam nos primeiros anos do setor. Faz sentido que, à medida que mais mulheres se juntam às fileiras de desenvolvedores, elas possam ter moldado os retratos das personagens femininas (LYNCH *et al.*, 2016, p. 16).

Logo, com o aumento de profissionais mulheres na indústria dos jogos, as características irreais físicas nas personagens femininas deixaram de ser evidenciadas e passou-se a ser adotar representações mais reais e sutis.

Os autores do estudo apontam, também, como motivo da variação no gráfico, o aumento das movimentações em torno da causa feminista: “Notavelmente, também reconhecemos a possibilidade de que o aumento da legitimação social das preocupações feministas catalisasse as representações em mudança das personagens femininas.” (LYNCH *et al.*, 2016, p. 17).

## 6 *Metroid* e mulheres como prêmio

Em 1986, foi desenvolvido e publicado pela Nintendo o primeiro jogo da série *Metroid*. 2.73 milhões de unidades foram vendidas, com produção de Gunpei Yokoi, direção de Satoru Okada e Masao Yamamoto e gravado por Hirokazu Tanaka. Lançado para *Nintendo*

*Entertainment System* (NES), o jogo era protagonizado por Samus Aran, uma das primeiras protagonistas femininas da história dos jogos (LYNCH *et al.*, 2016).

O jogo, inspirado no filme *Alien* de 1979, foi um sucesso de crítica em seu lançamento, sendo classificado como o 11º melhor jogo em um console da Nintendo, pela revista *Nintendo Power* (CANALTECH, 2018). Além disso, inovou, também, ao popularizar o tipo de jogo chamado “*Metroidvania*” que possibilitava ao jogador ir e vir em um mapa aberto.

Devido às limitações da época, em relação a *hardware* e desempenho, Samus não tinha um *background*, pois nessa época os jogos eram muito simples e a história era suprimida. Assim, para a análise do jogo, e sua protagonista, este fator será ignorado, pois em seu contexto era inexistente.

Ao relacionar o jogo e sua data de lançamento, com a figura 3, observa-se que *Metroid*, em sua época, foi um expoente dos anos em que mais existiram personagens femininas primárias durante todo o tempo da pesquisa citada. A obra inovou ao possibilitar uma representação feminina e foi pioneiro neste tipo de abordagem, em 1986; tal ação possibilitou que novas obras se inspirassem em *Metroid* e escalaram heroínas para protagonizarem seus jogos; contudo, o fato de esconderem a feminilidade da personagem e ao final usá-la como surpresa é evidência de seu contexto.

Samus Aran, personagem hábil, voraz, corajosa, veste durante o jogo uma armadura — o que impossibilitava descobrir que se tratava de uma personagem feminina. Tal fato não é revelado no manual do jogo e também em sua publicidade, o que levava o público acreditar que se tratava de mais um personagem masculino, como em tantos outros jogos. Contudo, ao finalizar o jogo, o jogador tem uma surpresa ao descobrir que o personagem é, na verdade, uma mulher; sugere-se que, propositalmente, foi feito mistério para premiar o jogador no final da jornada ou para vender o jogo, fazendo o consumidor pensar estar na pele de um protagonista homem, como vemos em:

[...] as figuras femininas normalmente são relegadas a essa condição de personagens bidimensionais (ou planas), restando-lhes uma função narrativa que se caracteriza pelo pouco desenvolvimento e pela construção por meio de estereótipos. Nesse sentido, esse tipo de personagem passa a exercer o papel de objetos passivos que se assemelham a prêmios ou troféus a serem conquistados [...] (MUNGIOLI, 2014, p. 8).

De acordo com Mungioli (2014), Bristot, Pozzebon e Frigo (2017) e também Izukawa (2015), quando a representação feminina em um jogo ocorre por intermédio de uma personagem que funciona como uma forma de bonificação, há uma objetificação da personagem. Isso se torna mais evidente quando, dependendo das condições cumpridas ao longo da campanha do

jogo, a estética visual de Samus é alterada. A aparência da personagem pode ser modificada três formas diferentes; quanto melhor o desempenho do jogador, menos roupas Samus vestirá ao final do *game*, como vemos na figura 7:

**Figura 7:** Surpresa, Samus é uma mulher.



**Fonte:** Nintendo, 1986

Deve-se levar em consideração o fato de um jogo de ação como *Metroid* ter uma protagonista feminina. Para a época, o fato foi uma quebra de paradigma e, portanto, os autores podem ter evitado a revelação do gênero da personagem até o fim do jogo para não chocar ou estranhar os consumidores.

Ao utilizar o jogo como fonte de pesquisa histórica, pode-se interpretar as tendências de consumo do público-alvo do jogo em sua época, como também evidenciar dois fenômenos: o crescimento do protagonismo feminino nos jogos e o aumento da sexualização das personagens, fato que continuou até começar a reduzir lentamente a partir de 2003, conforme a Figura 6.

## **7 *Mortal kombat 11*: evolução**

No ano de 2019, foi lançado o jogo *Mortal Kombat 11* desenvolvido pela NetherRealm Studios e publicado pela Warner Bros. Interactive Entertainment, tendo como produtor Graeme Bayless e dirigido por Ed Boon. O *software* foi lançado para diversas plataformas, como Windows, Stadia, Playstation 4, Xbox One e Nintendo Switch.

Trata-se de um jogo de luta de grande tradição, sendo o décimo primeiro da sequência principal da franquia, que é conhecida mundialmente por pela sua violência substancial e realismo gráfico (CANALTECH, 2019).

O jogo possui 34 personagens jogáveis; destes, apenas nove são personagens femininas, ou seja, apenas 26% dos lutadores. Contudo, todas as personagens possuem boa fundamentação e *background* biográfico e isso se faz mais presente quando na campanha principal a protagonista e a antagonista centrais são mulheres.

Cassie Cage, filha de personagens consagrados da série, Johnny Cage e Sonya Blade, lidera uma nova geração de combatentes contra Kronika, primeira antagonista feminina da saga. Ela é a mãe dos deuses anciões, que manipula o fluxo do tempo com o intuito de vencer os guerreiros do Reino da Terra e impor uma nova era (NETHERREALM, 2019).

A esse avanço, em relação à importância dada as representações femininas na história do jogo, soma-se uma quebra uma tradição, que vem desde a primeira versão (1992) e inova com uma nova estilização das personagens que visa a dessexualização delas.

Essa mudança foi tão marcante que diversos *websites* especializados criaram artigos para debater essa nova abordagem da franquia, como por exemplo, o já citado CanalTech (2019); Nathan Vieira escreveu sobre o *Mortal Kombat 11* ser o jogo que finalmente disse “não” para a sexualização e o impacto gerado por essa atitude.

**Figura 8:** SONYA BLADE EM *MORTAL KOMBAT 9* E *11*



**Fonte:** CANALTECH

Na figura 8, é possível observar a nova estilização da personagem Sonya Blade comparando dois jogos recentes: *Mortal Kombat 9*, lançado em 2011 e o já mencionado *Mortal Kombat 11*, de 2019. Na imagem acima, as primeiras duas figuras são da nona edição e a última é do *Mortal Kombat 11*.

É possível ver claramente as mudanças no design da personagem, que deixou de usar roupas hipersexualizadas e passou a se vestir de acordo com sua proposta e *background*. Sonya Blade é uma comandante das forças especiais dos Estados Unidos da América; logo, faria sentido utilizar seu uniforme militar, ao invés de peças de roupas que deixariam seu corpo visível e desprotegido.

O design, através da criação, caracterização e desenvolvimento de personagens, tanto em termos visuais quanto narrativos, é um agente ativo na construção destes estereótipos. Tentar definir o que é estereótipo é difícil por ser um termo muito abrangente e com significados que muitas vezes se confundem com o termo clichê, um lugar-comum repetido com frequência [...] (IZUKAWA, 2015, p. 12).

Como vemos em Izukawa (2015), o *design* das personagens, seu desenvolvimento e toda sua narrativa é reflexo direto dos estereótipos sociais e age diretamente como agente de manutenção ou construção deles. No entanto, da mesma forma em que podem ser construídos novos estigmas, também podem ser derrubados e superados antigos preceitos que antes eram tidos como clichês.

Vale lembrar que o jogo não inovou ao usar personagens com trajés mais realistas. Até o ano de 2019 já existiam muitos jogos com personagens femininas bem construídas e sem objetificação sexual. O real motivo da escolha dessa obra para a presente análise foi a mudança de paradigma; ou seja, a transformação de uma franquia que popularizou e contribuiu enormemente para a sexualização das personagens femininas e que, agora, opta por uma leitura diferente em sua estética visual.

Em entrevista à revista *Playboy*, o criador e principal idealizador de *Mortal Kombat*, Ed Boon, quando perguntado sobre a mudança de rumo da série em relação à sexualização das personagens, respondeu:

Bem, fazia um pouco mais de sentido vesti-los, especialmente se eles estiverem em combate. Não sei quantas pessoas usam biquíni para brigar. E também com a tecnologia, especialmente com *Mortal Kombat 11*, somos capazes de exibir nossos personagens com mais fidelidade, detalhes e realismo do que nunca, e isso inclui materiais, como se de repente pudéssemos fazer algo que realmente se parece com couro, como aço, como pano, como camurça, como veludo, sabe? Todas essas coisas que não tínhamos capacidade de fazer antes, e isso nos permite fazer figurinos muito mais interessantes e realistas, e então realmente gravitamos nessa direção (ED BOON, 2019, n.p.)

Ou seja, Ed Boon aponta o fato dos figurinos levarem em consideração o contexto do jogo e como representar da melhor forma a estética visual de um personagem. O autor também destaca a alta tecnologia empregada no jogo, que possibilita a utilização das mais variadas texturas e permite aos designers a liberdade para estilizar as personagens com as mais variadas roupas.

Neste sentido, não somente o visual das personagens femininas foi alterado, mas todas suas poses foram reimaginadas, dando ênfase às imagens de guerreiras e de lutadoras, o que substituiu a abordagem sexualizada.

Com base nas transformações trazidas por *Mortal Kombat 11*, observa-se a variação do fenômeno da sexualização nos jogos. Conforme apontado no gráfico, o número de personagens sexualizadas começou a baixar lentamente após 2003; o ápice aconteceu no de 2019. É pertinente analisar esse período de tempo: o auge da sexualização feminina, a constante queda e, finalmente, a opção por uma diferente abordagem visual. Deve ser levado em conta, também,

que tal fenômeno foi observado em uma franquia outrora reconhecida pela constante sexualização de suas personagens.

## 8 Metodologia

Para realizar o estudo, utilizou-se a pesquisa bibliográfica como fundamentação metodológica; ou seja, foram realizadas pesquisas em bancos de dados, buscando textos e trabalhos de diversos autores, em livros, teses, dissertações e artigos:

[...] na perspectiva qualitativa, o ambiente natural é a fonte direta de dados e o pesquisador, o principal instrumento, sendo que os dados coletados são predominantemente descritivos, a preocupação com o processo é muito maior do que com o produto. Além disso, a palavra qualitativa implica uma ênfase sobre as qualidades das entidades e sobre os processos que não podem ser examinados ou medidos experimentalmente em termos de quantidade, volume, intensidade ou frequência (AUGUSTO *et al.*, 2013, p. 4).

A presente investigação possui uma abordagem qualitativa. Como argumenta Augusto (2013), deve-se calcular o incalculável; além disso, não devem ser levados em conta apenas os números e quantidades, mas também a qualidade e densidade do que é representado e do que seria o alvo da pesquisa. Nesse trabalho, por exemplo, foram utilizadas imagens como fonte de estudo, objetivando analisar todas as implicações e simbolismos.

A pesquisa também possui diversos elementos quantitativos complementares — dados e estatísticas de diversos órgãos de censo e pesquisa, como: Sioux Group, Blend News Research, ESPM, FORBES, NPD, GFK, App Annie, Mc Kinsey, PWC, Goldman Sachs e Newzoo.

Além das estatísticas, teses, artigos e livros, foram utilizados dois jogos eletrônicos de franquias, plataformas, anos e gêneros diferentes: *Metroid*, de 1986, lançado pela Nintendo em seu console NES; e *Mortal Kombat 11*, de 2019, produzido NetherRealm Studios para as seguintes plataformas: Windows, Switch, Playstation 4 e 5, Stadia e XboxOne.

## 9 Considerações finais

Observam-se no presente artigo inúmeros desdobramentos, principalmente em relação ao objetivo principal. É evidente que os jogos eletrônicos são importantes fontes de pesquisa na análise das representações femininas. Como uma mídia de massa, sua importância simbólica é alta, pois pode atingir bilhões de indivíduos, conforme apontam as estatísticas.

Como vimos em Burke (2008) e Santos (2016), a percepção humana sobre as fontes históricas é alterada conforme o tempo. Ou seja, em um momento, uma carta e/ou imagens de um anúncio de televisão podem não ser úteis como fonte de pesquisa na percepção do historiador; porém, as circunstâncias podem se alterar, fazendo com que a referida carta, ou imagem, seja a maior primazia histórica já descoberta, conforme lembra Santos (2016), em relação à carta de Pedro Vaz de Caminha.

De fato, através da análise de dois jogos para obter informações sobre as representações femininas foi possível angariar informações pertinentes, o que valida sua viabilidade. No presente trabalho, foi possível observar grandes transformações no papel das personagens femininas nos jogos eletrônicos.

Após a investigação dos jogos *Metroid* e *Mortal Kombat 11*, dos dados apresentados nas Figuras 4 e 6, e da análise do artigo *Sexy, fortes e secundárias: Uma análise de conteúdo das personagens femininas nos videogames durante 31 anos*, construiu-se um panorama do desenvolvimento do protagonismo feminino e suas variações ao longo do tempo, tanto em personagens primárias e também secundárias.

Os jogos eletrônicos são, de fato, agentes de construção de representatividade, consciência histórica e um objeto de pesquisa. Apesar das representações analisadas nos jogos eletrônicos serem de personagens femininas, tais representações dizem muito sobre os homens e garotos consumidores das épocas analisadas. Observa-se que grande parte dos jogos e, conseqüentemente, das representações, foram criadas por homens, que visavam atingir seu público-alvo, que eram outros homens ou meninos.

Fica evidente que autores, desenvolvedores e empresas financiadoras visavam auferir o maior lucro possível. Os jogos foram desenvolvidos com elementos capitalizadores de recursos. Como a população masculina era o alvo, os jogos nasceram à sua imagem: os homens eram os heróis e damas sensuais eram os prêmios. Este fato revela a realidade mercadológica da época e as tendências de consumo de homens de diversas faixas etárias.

Enquanto a maior parte dos desenvolvedores forem homens e a indústria dos jogos digitais se focar em um público exclusivamente masculino, a sexualização e a objetificação das personagens femininas continuará significativa. Tal objetificação, porém, diminui à medida em que um maior número de desenvolvedoras e de jogadoras vão sendo incluídas nestes grupos sociais.

O futuro, então, pode ser promissor. Conforme o apontado pelos gráficos e pesquisas do presente estudo, as mulheres também debatem sobre o tema, consomem e criam jogos. Com o aumento da participação feminina, as representações, anteriormente desenvolvidas por homens



para outros homens, poderão ser criadas a partir da ótica feminista. Esse fato foi evidenciado pela constante queda da sexualização feminina nos jogos.

É essencial a continuidade do estudo das representações femininas ao longo dos anos, em variadas mídias de massa. Com um maior número de análises na área, os pesquisadores poderão comparar resultados e chegar a conclusões mais precisas sobre o tema do desenvolvimento da feminilidade e sua representatividade.

Em relação aos jogos digitais, devem ser realizadas novas pesquisas. Uma maior quantidade de obras e de subgêneros deve ser analisada, pois cada produto possui plataformas específicas e um público-alvo definido.

## Referências

AUGUSTO, Cleicle Albuquerque *et al.* Pesquisa Qualitativa: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos da Sober (2007-2011). **Rev. Econ. Sociol. Rural**, Brasília, v. 51, n. 4, p. 745-764, dez. 2013.

BOON, Ed. **Mortal Kombat 11**. EUA: NetherRealm Studios, 2019.

BRISTOT, P. C; Pozzebon, E; Frigo, L. B. A Representatividade das Mulheres nos Games. *In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE JOGOS E ENTRETENIMENTO DIGITAL (SBGames)*, 16., 2017, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba: PUC-PR, 2017. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2017/papers/CulturaFull/175394.pdf>. Acesso em: 11 maio 2021.

BUITONI, Dulcília H. S. **Mulher de Papel**: A representação da mulher na imprensa feminina brasileira. São Paulo: Loyola, 1981.

BURKE, P. **Testemunha ocular**: história e imagem. Bauru: Edusc, 2008.

CONTRA. **The Arcade Flyer Archive**. 2000. Disponível em: <https://flyers.arcademuseum.com/?page=thumbs&db=videodb&id=222>. Acesso em: 27 maio 2020.

FORSTER, E. M. **Aspectos do Romance**. São Paulo: Globo, 2005.

FORTIM, I; MONTEIRO, L. F. Representações da figura feminina nos videogames: A visão das jogadoras. *In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE JOGOS E ENTRETENIMENTO DIGITAL - SBGames*, 12., 2013, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2013.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

IZUKAWA, Mariana. **Mulher Entre Espelhos**: Personagens Femininas Customizáveis nos Videogames. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

LYNCH, T; TOMPKINS, J; DRIEL, I; FRITZ, N. Sexy, Strong, and Secondary: A Content Analysis of Female Characters in Video Games across 31 Years. **Journal of Communication**, Bloomington, v. 66, n. 4, 2016.

MACIAS, Gil. How 'Mortal Kombat' Became an Immortal Franchise. **Playboy**, 2020. Disponível em: <https://www.playboy.com/read/ed-boon-mk11>. Acesso em: 21 abr. 2020.

MUNGIOLI, A. P. A personagem feminina nos games do século XXI: Uma análise dos 20 jogos mais vendidos de 2011. **Revista Eletrônica CoMtempo**, São Paulo, v. 6, p. 1-12, 2014.

NINTENDO software and hardware sales data from 1983 to present. **Resetera**, 2017. Disponível em: <https://www.resetera.com/threads/nintendo-software-and-hardware-sales-data-from-1983-to-present.2725/>. Acesso em: 10 maio 2020.

SANTOS, Rodrigo Otávio Dos. **Fundamentos da pesquisa histórica**. Curitiba: InterSaberes, 2016.

SOMMADOSSI, Guilherme. Mais da metade dos brasileiros joga games eletrônicos. **Forbes**, 2019. Disponível em: <https://forbes.com.br/colunas/2019/06/mais-da-metade-dos-brasileiros-joga-games-eletronicos/>. Acesso em: 27 maio 2020.

STRIKE Zone Baseball. **The Arcade Flyer Archive**, 2002. Disponível em: <https://flyers.arcade-museum.com/?page=flyer&db=videodb&id=3118&image=1>. Acesso em: 20 maio 2020.

UBISOFT Q3 FY18. **Ubisoft**, 2018. Disponível em: [https://ubistatic19-a.akamaihd.net/comsite\\_common/enUS/images/41ubisoft%20q3fy18%201202\\_tcm99-318995\\_tcm99-196733-32.pdf](https://ubistatic19-a.akamaihd.net/comsite_common/enUS/images/41ubisoft%20q3fy18%201202_tcm99-318995_tcm99-196733-32.pdf). Acesso em: 18 maio 2020.

VIEIRA, Nathan. *Mortal Kombat 11*: o jogo que finalmente disse “não” para a sexualização. **CanalTech**, 2019. Disponível em: <https://canaltech.com.br/games/mortal-kombat-11-o-jogo-que-finalmente-disse-nao-para-a-sexualizacao-156667/>. Acesso em: 20 maio 2020.

WIJMAN, Tom. Mobile Revenues Account for More Than 50% of the Global Games Market as It Reaches \$137.9 Billion in 2018. **Newzoo Global Games**, 2018. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-137-9-billion-in-2018-mobile-games-take-half/>. Acesso em: 18 maio 2020.

YOKOI, Gunpei. **Metroid**. Japão: Nintendo, 1986.