



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DESIGN - MODA**

CARLOS GUTEMBERG DE SOUSA CRUZ

**GÊNERO EM JOGO: A REPRESENTATIVIDADE DA MULHER ATRAVÉS DO
FIGURINO EM *LEAGUE OF LEGENDS*.**

FORTALEZA

2017

CARLOS GUTEMBERG DE SOUSA CRUZ

GÊNERO EM JOGO: A REPRESENTATIVIDADE DA MULHER ATRAVÉS DO
FIGURINO EM *LEAGUE OF LEGENDS*.

Monografia apresentada ao Programa de Graduação em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Orientador: Prof. Dra Maria Dolores de Brito Mota.

FORTALEZA

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- C961g Cruz, Carlos Gutemberg de Sousa.
Gênero em Jogo : a representatividade da mulher através do figurino em League of Legends / Carlos Gutemberg de Sousa Cruz. – 2017.
104 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2017.
Orientação: Profa. Dra. Maria Dolores de Brito Mota.
1. Gênero. 2. Figurino. 3. Design de Moda. 4. Game Design. I. Título.

CDD 391

CARLOS GUTEMBERG DE SOUSA CRUZ

GÊNERO EM JOGO: A REPRESENTATIVIDADE DA MULHER ATRAVÉS DO
FIGURINO EM *LEAGUE OF LEGENDS*.

Monografia apresentada ao Programa de Graduação em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra Maria Dolores de Brito Mota (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Esp. Joelma Damasceno de Matos
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. MSc. Regina Célia Santos de Almeida
Faculdade Ateneu

A Deus.

A minha família e amigos.

AGRADECIMENTOS

Foi um longo e árduo caminho para chegar até a conclusão desta presente pesquisa. E durante todo esse estudo, muitas influências e forças foram recebidas de pessoas excepcionais.

Primeiramente, agradeço a Deus por ter sempre iluminado o meu caminho durante todo o percurso da minha vida até chegar onde estou hoje.

Em segundo, agradeço a minha família por todo apoio, paciência e cuidados durante todos esses anos. Um agradecimento especial para os meus avós, João da Cruz e Maria José, por tudo o que fizeram por mim, pelos ensinamentos e “corretivos” que serviram para formar a pessoa que sou hoje e principalmente por serem os meus exemplos de pessoas batalhadoras.

Em terceiro, agradeço a minha orientadora, Prof^a Dolores Mota, que me acolheu e orientou no momento em que eu estava mais perdido. As professoras que compõem a minha banca, Joelma Matos e Regina Almeida. Saibam que vocês contribuíram imensamente no meu caminho dentro do curso de moda e que tenho um carinho e apreço por cada uma.

Também agradeço a professora Francisca Mendes, por ter me dado o direcionamento inicial na escolha do assunto que gostaria de pesquisar. E um agradecimento especial, ao professor Mikel Bilbao Salsidua, que também teve uma influência positiva no início do desenvolvimento da minha pesquisa. Tive a oportunidade de cursar a disciplina História do Design, que ele próprio ministrava, durante o intercâmbio que realizei pelo Ciências sem Fronteiras na Universidade do País Vasco.

O meu primeiro contato com o professor Mikel foi através de uma visita a sua exposição intitulada “Mensajes em la pared” no Museu de Belas Artes de Bilbao, no qual o próprio professor nos guiou e explicou toda a história dos cartazes, o que me encantou pelo profissionalismo e dedicação que ele possui, pontos que me inspiraram a cursar a disciplina que ele ministrava.

Agradeço também, a minha amiga Mari Martins pela companhia, força, pensamentos positivos e todos os “Vai dá certo, gato!” ditos durante essa fase. A minha amiga Keures Carvalho por toda a força e maratonas dos domingos, que me estimulava a passar horas lendo e escrevendo, em um ambiente divertido e sempre aconchegante causado pela sua presença. A minha amiga, Renata Brandão, pelas dicas e apontamentos no começo da pesquisa e por ter me mostrado o caminho da moda. Ao meu amigo Rafael Barão, que nos momentos de desespero e desânimo, falar com ele foi sempre uma válvula de escape que me

tranquilizou. Aos meus amigos de intercâmbio, Jefferson Elias (Txikitin), Raianne Guedes e Hannah Sá, por sempre acreditarem no meu potencial e também à Tarciane Ferreira que me ajudou na tradução do protótipo da minha pesquisa, em uma longa e desesperadora tarde.

O meu agradecimento mega especial, vai ao meu melhor amigo, meu cúmplice e meu companheiro, Endika Arenaza, por ter se mantido sempre presente em cada momento da elaboração dessa pesquisa, por sempre me reerguer em momentos de bloqueios e desesperos, por ter me aguentado nos momentos de raiva e estresse, pela partilha de sentimentos bons nos momentos mais felizes, onde tudo fluía, pela preocupação, pela ajuda oferecida, pelas palavras de ânimo e de persistência. Agradeço por ser meu principal motivo para nunca desistir, até porque o que me move é a vontade de mais uma vez estar ao seu lado e nunca mais sair.

E, por último, mas não menos importante, as minhas bandas prediletas de K-pop, pela companhia nas noites frias e solitárias que passei escrevendo e a Shigeru Miyamoto, pela excepcional ideia de criar o maior ícone dos videogames, o personagem Mario Bros, que me inseriu dentro desse maravilhoso mundo dos *games*.

“Moda é o avatar mais elementar criado pelo homem. Espelho de devires, de sonhos e de realidade.”

Jum Nakao

RESUMO

De fato, a história dos *games* é recente em relação às outras mídias, mas se tornou uma importante expressão cultural nos dias atuais, exercendo influências nos variados aspectos da vida dos jogadores. A cada ano os *games* ganham novos recursos e vão se aperfeiçoando, chegando ao patamar de líderes do mercado de entretenimento global, atualmente. O *game* por sua natureza midiática, ele se torna híbrido. Utiliza-se de intercâmbios e influências de elementos, recursos e linguagens que contribuem para o aprimoramento de seus recursos tecnológicos e audiovisuais, contribuindo para a criação de uma interface que proporcionasse ao indivíduo uma vivência de uma realidade, totalmente fora do convencional. A presente pesquisa faz uma análise da personagem Miss Fortune e suas *skins* do MOBA *League of Legends*, classificando-as segundo os arquétipos proposto pelo ilustrador Leo Hartas (Hartas, 2005), sendo mais adequada à realidade do jogo, pois explora aspectos psicológicos e físicos do personagem. Estabelecendo uma inter-relação ao modo em que as personagens são representadas com as questões de gênero presentes na sociedade. Além de correlacionar as áreas de moda e design de jogos, com o intuito de explicar a importância do profissional da moda no processo de criação dos personagens, garantindo um ambiente midiático e interdisciplinar entre as áreas.

Palavras-chave: Gênero. Figurino. Design de moda. Game Design.

ABSTRACT

In fact, the history of the games is recent in relation to other media, but has become an important cultural expression today, influencing the various aspects of players' lives. Each year the games gain new features and are improving, reaching the current level of leaders in the global entertainment market. Games by their media nature, it becomes hybrid. It uses exchanges and influences of elements, resources and languages that contribute to the improvement of its technological and audiovisual resources, contributing to the creation of an interface that gives the individual an experience of a reality, totally unconventional. The present research analyzes the character of Miss Fortune and its skins of the MOBA League of Legends, classifying them according to the archetypes proposed by the illustrator Leo Hartas (Hartas, 2005), being more adapted to the reality of the game, since it explores psychological and physical aspects Of the character. Establishing an interrelationship with the way characters are represented with the gender issues present in society. In addition to correlating the areas of fashion and game design, with the purpose of explaining the importance of the fashion professional in the process of creating the characters, guaranteeing a mediatic and interdisciplinary environment between the areas.

Keywords: Genre. Costume. Fashion design. Game Design.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Representação do campo de batalha MOBA	83
Figura 2 – <i>Splash Art</i> Clássico da personagem Miss Fortune, no <i>game League of Legends</i>	85
Figura 3 – <i>Splash Art</i> da <i>skin</i> Agente Secreta da personagem Miss Fortune, no <i>game League of Legends</i>	88
Figura 4 – <i>Splash Art</i> da <i>skin</i> Guerreira das Estrdas da personagem Miss Fortune, no <i>game League of Legends</i>	90

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Elementos classificatórios de arquétipos propostos por Oliveira et al. (2014)	81
Tabela 2 – Classificação das características arquetípicas da metodologia adotada por Oliveira et al. (2014)	92

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	UMA BREVE HISTÓRIA DOS GAMES	18
2.1	Os jogos interativos	20
2.2	A emergência de um mercado de games <i>online</i>	23
2.3	Jogo temático coletivo	26
3	GAMES E SOCIEDADE – NEXOS ENTRE CULTURA, TECNOLOGIA E MÍDIA	30
3.1	Games e tecnologia: uma mídia e possibilidades comunicacionais	30
3.2	Games, valores e comportamentos: padrões de gênero e mudanças	35
4	SENSUALIDADE FEMININA – PERSPECTIVAS, CULTURAS E REALIZAÇÃO	48
4.1	A sensualidade e as mídias	49
4.2	Em busca da cultura do “belo sexo”	50
4.3	O florescer de Vênus	53
4.4	A nova era da sensualidade	56
5	DESIGNERS E GAMES – CARACTERIZAÇÃO DE PERSONAGENS, FIGURINO E MODA	61
5.1	Designers em ação	66
5.2	A moda entra no jogo	72
5.3	Facetas de uma personagem	77
5.3.1	<i>Análise da personagem</i>	80
5.3.1.1	<i>MOBA League of Legends</i>	82
5.3.1.2	<i>A personagem Miss Fortune</i>	83
5.3.1.2.1	<i>Miss Fortune Classic</i>	84
5.3.1.2.1	<i>Miss Fortune Agente Secreta</i>	88
5.3.1.2.1	<i>Miss Fortune Guerreira das Estradas</i>	90
5.3.2	<i>Classificação segundo os arquétipos adotados por Leo Hartas (2005)</i>	92
4	CONCLUSÃO	96
	REFERÊNCIAS	100

1 INTRODUÇÃO

Jogos eletrônicos são os produtos da indústria de *games* que hoje em dia é bilionária. No ano de 2016, movimentou um total de 99,6 bilhões de dólares e pretende movimentar até o final de 2019 um total de 118,6 bilhões de dólares, segundo a agência Newzoo¹. De acordo com a mesma, os jogos para PC/MMO² movimentaram um total de 26,7 bilhões de dólares no ano de 2016.

Com o avanço tecnológico da informática juntamente com a propagação da internet, ainda na década de 90, surgiram os primeiros jogos *online*, criando a oportunidade para a indústria dos *games* perceberem que poderiam prestar serviços, ao invés de oferecer somente o produto, no qual possibilitou a aceleração do processo de convergência midiática e na adaptação a novos mercados.

De acordo com Lima (2011, v. 1, p. 8), “a tecnologia evolui, conseqüentemente a criação e os desenvolvimento de jogos digitais também evoluíram. Constituindo num dos produtos da indústria cultural mais proeminente, que nos últimos anos tem expandido e conquistado bastante destaque no cenário mundial”. Podem destacar alguns fatores que contribuíram para a grande ascensão dos jogos, como o aperfeiçoamento de gráficos e animações que possibilitaram a criação de jogos com modelagens e vistas tridimensionais, os enredos ganharam melhores recursos, dentre outros fatores que possibilitaram criar uma relação mais realista no universo do jogo.

Foram esses fatores que converteram os *games online* em uma expressão cultural mais ampla e aberta, ganhando novas possibilidades de experiência, sociabilidade e diversificação. Os *games* percorrem diversas áreas da cultura visual, compartilhando estruturas e recursos para a criação dos elementos que compõem a narrativa, como por exemplo, a construção dos personagens.

Personagens são entidades digitais que corporifica a presença do jogador no ambiente da narrativa, tornando possível a materialização de fantasias pelo ato de jogar. Para Novak (2010), o jogador tem uma conexão direta com o personagem, no qual este pode ou não depositar uma identidade pessoal, isto irá depender de como os signos dos personagens o apresentam e exibem suas características ao jogador.

¹ Fornecedor líder de inteligência de mercado que abrange jogos, eSports e mercados móveis globais. Disponível em: <file:///C:/Users/kadu_/Downloads/Newzoo_2016_Global_Games_Market_Report_Dummy.pdf>. Acessado em: 15/01/2016.

² Sigla em inglês para *Massive Multiplayer Online* (Multijogadores Massivos Online).

Novak (2010) traz o conceito de Efeito Imago, definido por Harvey Smith³, “um fenômeno pelo qual o jogador atribui vários significados pessoais ao avatar⁴ e a natureza do personagem, desperta no jogador sentimentos sobre como idealiza sua própria natureza”. Esse efeito causa certo tipo de experiência ao jogador, trazendo uma realização para o profissional *game designer*, pois o seu principal papel não é o de criar jogos, mas sim experiências para quem joga.

Levando-se em consideração a essas definições e aspectos, encontram-se pontos interessantes a ser discutidos. Para o jogador se identificar com um avatar no *game*, o personagem necessita apresentar elementos que o caracterizam, e o figurino é um importante recurso para a realização desse processo. Existe um profissional responsável pela criação dos avatares e este necessita possuir conhecimentos específicos, não só gráficos, mas o processo de montagem de uma roupa para criar um personagem bem mais realista. Outra questão a ser levantada, seria a forma como os personagens seriam classificados de acordo com o seu arquétipo, não só analisando o seu aspecto físico, mas também os psicológicos, facilitando o *character designer* basear-se na criação do personagem para uma melhor inserção deste na temática do *game*. E por fim, para o fenômeno do Efeito Imago ocorrer, necessita um número grande de personagens que possam representar os diferentes grupos de jogadores. Mas existe um grupo em específico que não possui uma boa representação, como o público feminino.

Em uma indústria que luta para reconhecer os jogos como mídia e até mesmo como uma forma de arte, apresentando um forte valor cultural e socioeconômico nos dias atuais, mostra-se ainda muito segregador em relação à representação e atuação da mulher nesse meio. Muitos jogos definem seu público-alvo prioritariamente masculino e heterossexual, contribuindo para que o design e a produção sejam feitos de homens para atender a necessidade de outros homens, por esse motivo a representação e a caracterização de personagens femininas sejam retratadas de formas hipersexualizadas, transformando o corpo dessas personagens em objetos da fantasia de um público dominado pelo gênero masculino. Esse aspecto que o *game* possui talvez seja um reflexo da representatividade da figura feminina dentro da história das civilizações. Grande parte das civilizações teve o domínio pelo papel do homem como principal e a mulher submissa a suas vontades.

³ Diretor de criação da Midway Studios Austin.

⁴ Segundo Silva (2010), a palavra “avatar” é originária do idioma sânscrito, que faz referência a um representante corpóreo de uma divindade na Terra. Levando para o universo dos jogos digitais, Lopes (2012) afirma, avatar é uma entidade cibernética que corporifica o jogador no ambiente virtual, dando-o experiências sensíveis e de sociabilidade exploratórias.

Diante desses aspectos apontados, o objetivo do trabalho visa abordar o contexto da representação da mulher nos *games*, através do estudo da sexualização das personagens femininas a partir da análise dos figurinos da personagem Miss Fortune e suas variações do *game online League of Legends*, fundamentando a importância do designer de moda na construção da representação visual do personagem.

Os jogos digitais carregam uma grande responsabilidade social, de acordo com Schlemmer (2006, apud Frosi, 2010. p. 115), para os “Nativos Digitais”⁵ as tecnologias digitais estão sempre presentes, imbricadas nas suas ações, eles vivem e pensam com essas tecnologias. Elas estão na forma como eles se comunicam, se relacionam com os demais sujeitos e com o mundo, fazem parte das experiências construídas no seu viver e conviver. Além de possuir uma característica social e democrática, por ter uma grande facilidade de acesso aos seus conteúdos. Dentro desse contexto podemos apontar a moda e o *game* como parte dos filtros que mediam para esse expectador uma série de visualidades que o ajudam a reordenar e resignificar seu entendimento de corpo e identidade. A moda irá individualizar e homogeneizar o indivíduo e o *game* possibilita habitar o espaço cibernético, através do personagem criado para o jogo.

Com uma sociedade mais consciente dos problemas sociais existentes e com vontade de solucioná-los, é importante discutir essas questões sociais presentes em distintas áreas, principalmente a de entretenimento, que há um número grande de usuários. Não é de hoje que ouvimos falar que os *games* são sexistas ou misóginos. Motivos para isso não faltam, como já apontado: personagens femininas são, quase sempre, retratadas com roupas justíssimas e curvas exageradas à mostra e títulos de ação, com foco em combate e violência, ainda são os mais celebrados entre o público composto por jogadores do sexo masculino.

Por essa razão, o presente estudo tem como fundamentação a compreensão e solução dos seguintes questionamentos: De que forma a representatividade feminina é abordada a partir da construção do figurino da personagem analisada no jogo *League of Legends*? Qual a sua classificação de acordo com arquétipos propostos por alguns autores? Como o designer de moda poderá atuar no processo de construção das personagens? Qual a interação do figurino das personagens com o meio social analisando as relações de gênero presentes na configuração visual das personagens?

⁵ São pessoas nascidas a partir da década de 80, que vivem em um mundo cada vez mais tecnológico e com uma grande possibilidade de acesso a informações, interações e comunicação, constituindo novos sujeitos de aprendizagem. (Frosi, 2010)

A partir de tais questionamentos, este trabalho se propõe a responder, de modo qualitativo, a relação entre moda e jogos digitais, como áreas de conhecimentos distintos poderiam contribuir em convergência para a criação de um elemento visual nos jogos, valorando aspectos que possam aprofundar essas relações. Identificar fatores que determinam e contribuem para descrever os fatos a cerca da criação de figurinos e a carga de representatividade feminina que os mesmos possuem a fim de entender as relações de gênero e perceber essa forte segregação presente no segmento de *games*. Usufruindo de fontes que garantem o conhecimento e o entendimento histórico de vários aspectos do estudo, como surgiram os *games*, a representatividade da mulher no decorrer da história das civilizações, de como a moda pode ser um campo importante que auxilia na construção de um recurso visual importante para outras mídias e a relação que esse recurso visual possui na problemática de questões de gênero dentro do universo dos *games*.

No capítulo 1, apresento os principais momentos históricos do universo dos jogos, desde o seu início até o surgimento do gênero *online*. Apesar de uma história recente, o universo dos *games* é vasto e complexo, por isso houve um filtramento de partes da história, para contemplar somente aspectos históricos principais, desde o seu início, o surgimento dos jogos *onlines* e o aprofundamento no gênero MOBA (*multiplayer online battle arena*), pois o *game League of Legends* pertence a esse gênero de *game online*. No capítulo 2, são abordados assuntos relacionados ao gênero, em um estudo acerca do papel e representatividade da mulher dentro da história das sociedades e as interações entre elas. No capítulo 3, dicorre sobre a sensualidade da mulher. De que forma o corpo da mulher passa de uma máquina diabólica para uma admiração pela arte e literatura, correspondendo ao período da cultura do belo sexo e como essa cultura influenciou no papel da representatividade da mulher. No capítulo 4, apresento a questão da representatividade da mulher dentro dos *games*, baseando na análise da personagem Miss Fortune e suas variações. A classificação de acordo com os arquétipos propostos por Hartas (2005), se baseia na adoção da metodologia propostas pela autora Oliveira et al (2014). Nas considerações finais encerro meu trabalho, com um constructo analítico de tudo o que foi abordado na pesquisa baseando-se nos resultados da análise, a cerca da representatividade da mulher tanto no *game online League of Legends*, como nos *games* em geral.

2 UMA BREVE HISTÓRIA SOBRE GAMES

O ato de jogar se constitui em uma das atividades mais antigas registradas pelo homem sendo uma prática importante para a vivência cultural, estabelecendo-se na história como uma atividade lúdica e regrada, podendo ser classificada em distintas categorias, na qual cada uma apresenta peculiaridades, exprimindo aspectos relevantes de acordo com fatores sociais e culturais. Segundo Gularte (2010, p. 17 apud Barboza e Silva, 2014): “Os jogos são um expoente cultural das sociedades antigas e modernas. Acompanham o crescimento humano e enriquecem as experiências entre as pessoas”.

Jogo é um fenômeno amplo que nasce da necessidade do homem de se divertir. Também é um campo de conhecimento recente no mundo científico. Vários autores buscam estabelecer uma definição completa á respeito do jogo. Para isso, se observa alguns pontos importantes e que são similares entre os tipos de jogos. O jogo é baseado em um conjunto de regras, podendo dar resultados variáveis e quantificáveis, vinculando o jogador emocionalmente ao resultado que podem ser de aspectos positivos ou negativos, resultando em uma consequência ou não para a vida real. Levando em consideração esses aspectos do jogo, aceitamos a definição proposta por Xavier (2010, p. 50-51):

[...] uma atividade notoriamente recreativa, normalmente envolvendo um ou mais participantes. Normalmente, o jogo se apresenta com objetivos que precisam ser atingidos através de um conjunto de regras que permitem e proibem ações e comportamentos. Ainda que os jogos apreçoem uma finalidade de entretenimento, podem e são costumeiramente usados como exercício (para fins educativos, instrutivos e psicológicos). De acordo com o retorno cognitivo advindo de uma situação de jogo, esses podem servir como atividade ulterior a eventos sociais (reuniões, festas e confraternizações), como alternativa para situações de embaço e monotonia e mesmo como forma de prender a atenção de determinado indivíduo ou grupo.

Atualmente, nos deparamos com uma febre mundial de jogos eletrônicos (ou digitais), que introduz na sociedade uma nova forma de jogar, através de sua estética e dinamismo. A história da origem dos *games* é de certa forma recente, pertencente aos grandes inventos criados no século XX. No início, os *games* não pretendiam ser uma atividade que revolucionaria socialmente a indústria de entretenimento, criando assim uma estética própria e uma paixão que integra diferentes tipos de pessoas. Tendo como papel a criação de uma representação forte, graças ao seu sistema audiovisual e sua interatividade, se projetando como um ícone industrial de consumo pela massa e que percorre gerações.

Entre os autores existe uma divergência acerca do inventor ou percussor da ideia do entretenimento interativo. O primeiro contato do público com a interação eletrônica foi

através das máquinas de *pinball* eletromecânicas, que surgiram na década de 1950. Segundo Novak (2010), Marty Bromley que era responsável por cuidar das salas de *games* nas bases militares no Havaí, teria realizado uma compra de máquinas eletromecânicas, dando início ao segmento da indústria de máquinas operadas por moedas, que posteriormente, as versões mais eletrônicas dariam início a atual indústria de consoles de videogame.

Podemos estabelecer um paralelo em relação à origem dos *games* e as atividades militares. Historicamente, as primeiras experiências com programação de *games* é datada a partir do período conhecido como Guerra Fria (1945 – 1991). Tendo como mentores quatro personalidades que ajudaram a fundamentar as bases das atrações eletrolúdicas. Como Xavier (2010) cita William Higinbotham, Steve Russell, Nolan Bushnell e Ralph Baer foram os responsáveis por destacar o potencial da eletrônica mais além de suas funções já conhecidas.

Em 1958, o físico William Higinbotham trabalhava no *Brookhaven National Laboratory* (BNL)⁶, dedicava a maior parte do tempo a experiências para entretenimento dos visitantes ao seu centro de pesquisas científicas. Em um de seus experimentos, Higinbotham acoplou um osciloscópio, servindo de monitor, ao terminal de um grande e caro computador analógico, material pertencente ao exército americano, e dois controles, dando origem ao que Xavier (2010) chama de o primeiro protótipo sistemático de um jogo eletrônico interativo, o Tênis para dois. Que consistia de um jogo similar ao tênis de quadra que conhecemos, a tela era dividida por um “T” invertido e um ponto luminoso que se movia de acordo com o comando dos jogadores, sendo que não existia uma representação imagética do jogador. Como Henry Jenkins (diretor de estudos comparativos de mídia – MIT), comenta: “Era a expressão de certa energia rebelde-adolescente trabalhando em paralelo com os projetos militares. Era um equipamento muito caro na época e foi transformado em um jogo”.⁷ Portanto, o primeiro jogo nasceu da tecnologia militar em um período histórico temeroso, a partir disso, os *games* passariam a simular o real e aspectos do que a sociedade presenciava.

A partir desse processo, os computadores ganharam uma utilidade que ia além das suas funções militares. No período em que a Guerra Fria se transformou em corrida espacial, influenciando assim um dos programadores da MIT (*Massachusetts Institute of Technology*), Steve Russell, levando o videogame para outro patamar, criando o conceito do *game Spacewar*, em 1961. Influenciado pelo período em que facilmente se via naves espaciais decolando e explodindo e recentemente havia lido uma série de histórias em quadrinhos de

⁶ Laboratório do Departamento de Energia dos Estados Unidos, localizado em Nova York. Foi uma ex-base militar do Exército dos Estados Unidos e atualmente é sede da Universidade de Brookhaven, especializado em pesquisas nas áreas de física nuclear e afins.

⁷ Documentário A Era do Videogame (*Discovery Channel*, 2007).

ficção científica do autor E. E. “Doc” Smith sobre heróis que voavam pela galáxia e inventavam novas tecnologias, foram pontos importantes para a criação de um jogo, como explica Xavier (2010), envolvendo o duelo de duas naves em um espaço circular, sem serem destruídas pela gravidade do sol central e para aumentar a interatividade do jogo, existia um botão denominado “hiperespaço”, que levava a nave para um espaço aleatório da tela, servindo como forma de fuga ou de uma imediata destruição.

2.1 Os jogos interativos

Russell teve uma importante influência na história dos videogames, pois de um computador que fazia operações simples, como digitar e fazer alguns cálculos, PDP-1, conseguiu conceber um espaço interativo, sendo o jogo catalogado como uma expressão direta do momento da corrida espacial e do medo generalizado da guerra espacial. Como Paul Steed (Diretor de criação da Atari), afirma: “O jogo atingia diretamente o inconsciente coletivo da sociedade, dizendo que estamos com medo e a guerra pode estourar”⁸. Colocando Russell como o programador pioneiro a pôr a “destruição” no ambiente interativo. Porém, o jogo teve pontos positivos na época, teve uma popularidade por dois anos. Como Xavier (2010) aponta, o jogo se tornou o programa mais copiado na ArpaNet (embrião da Internet) e o software capaz de fazer o PDP-1 ser vendido para outras instituições de pesquisa.

Chegando a um consenso, os primeiros jogos estão delimitados apenas a questões experimentais em laboratórios militares, inviabilizando sua produção industrial naquele momento, pelo simples fato de não existir mercado. Porém, isso iria mudar graças à genialidade de Ralph Baer, que encontra uma “luz” e uma oportunidade de mudança ao cenário de guerra em que a sociedade estava inserida na época.

Na década de 1960, a mídia se tornou passiva e fria, se transformando na visão da guerra, pois retratava o que se passava na guerra, sendo uma fonte de notícias ruins e que não permitia nenhum tipo de interferência. Então, Ralph Baer criou o primeiro console caseiro, tornando-se um dos maiores inventores do mundo do videogame. Baer, engenheiro de nacionalidade alemã, teve um contato direto com a guerra, para lidar mentalmente o que tinha vivido nesse período, ele despertou um amor inato pela interação com a tecnologia. Levando-o a trabalhar na *Sanders Associates*⁹, para o desenvolvimento de tecnologia militar. Aproveitando da tecnologia e os financiamentos militares, Baer começa a trabalhar em um

⁸ Documentário A Era do Videogame (*Discovery Channel*, 2007).

⁹ Empresa americana que desenvolvia sistemas eletrônicos para uso militar e comercial.

protótipo de uma televisão interativa, no que se diferenciava de milhares de televisões da época, que somente transmitiam a realidade da guerra.

O protótipo ficou conhecido como Caixa Marrom, possuía sete jogos e permitia a ligação de diferentes acessórios. Mas o protótipo não pareceu admissível para a gerência da *Sanders*. Como Baer (apud. Sousa, 2010) diz: “Mesmo pensar em videogames tinha absolutamente nada a ver com meu negócio normal de desenvolvimento de complexos sistemas eletrônicos militares na minha divisão na *Sanders Associates*”.

A única solução para prosseguir com a sua ideia de uma televisão interativa, foi procurar apoio a empresas de eletrodomésticos. Em 1971, a empresa *Magnavox* concedeu o licenciamento do produto. E no ano de 1972, foi lançado o *Magnavox Odyssey*, o primeiro console da história, mudando completamente a visão de como as pessoas viam a televisão na época, como Xavier (2010) expõe, para baratear o custo do console, a versão era muda e sem cores, além de acompanhar dados, dinheiro fictício e overlays (transparências plásticas para ser posta na televisão, a fim de mudar a jogabilidade). Al Alcorn (Programador do jogo Pong) comenta: “E de repente, o videogame se transformou em uma mídia atraente, você podia controlar o que estava na tela”.¹⁰

O último mentor, não menos importante, foi Nolan Bushnell, considerado por muitos autores como o verdadeiro responsável pela criação do negócio ou indústria do videogame, como Xavier (2010) aponta. Bushnell foi o responsável pela observação mercadológica do videogame. Como explica Sousa (2010), a empresa Atari, foi criada em 27 de Junho de 1972, por Bushnell e seu amigo Ted Dabney. No final dos anos 1960 e início dos anos de 1970, surgiu uma nova ordem mundial, o movimento de contracultura, baseado em levar amor, espalhar a paz e a harmonia, e isso fez parte da ética da Atari no seu início.

Mas a relação de Bushnell com os videogames começou antes da criação da Atari. Como Novak (2010) explica, Bushnell conheceu a grande criação de Russell, o *Spacewar!*, Decidiu lança-lo em um mercado acessível e que fosse fora dos laboratórios militares, fazendo uma adaptação em uma máquina de fliperama, fazendo com que simulasse o PDP-1, criando assim o Computer Space. O jogo consistia em disparar contra uma nave espacial e seus controles eram complicados, obtendo uma baixa venda para a empresa *Nutting Associates*.

Posteriormente, com a criação da *Atari*, Bushnell deu um papel importante a Al Alcorn, primeiro engenheiro da *Atari*, o de programar o primeiro fliperama eletrônico baseado

¹⁰ Documentário A Era do Videogame (*Discovery Channel*, 2007).

no jogo de ping-pong. O jogo foi programado em três dias, com som e uma pequena alteração capaz de mudar o mundo do entretenimento. Dependendo da parte da raquete que batia a bola, a angulação mudava, transformando algo simples em uma ação ainda mais divertida, originando o jogo Pong, em 1972. Novak (2010) relata que o Pong era de fácil manuseio, possuía um controlador de disco giratório bidirecional e regras bastante simples, o que se tornou motivo para o jogo ser um grande sucesso.

Abrindo outro parâmetro em relação à história dos videogames, quando o jogo Pong foi lançado, estava no início do movimento de liberação feminina. As mulheres passaram a frequentar espaços e entraram em contato com o Pong. O jogo era uma nova forma de competir, pois necessitava de dois jogadores, as mulheres tiveram a chance de competir de uma forma igual com os homens. Como o próprio Bushnell afirma: “Foi a primeira vez, em muitos casos, que em uma situação de igualdade, uma mulher poderia vencer um homem”.

Os anos posteriores foram marcados pelos avanços tecnológicos e, conseqüentemente, surgimento de novos jogos que proporcionavam novas experiências de entretenimento. Os segmentos de *arcades* e consoles traziam novidades para a indústria de *games*, o mercado começaria a expandir seus horizontes, novas companhias surgiam principalmente no Japão, detentora de uma crescente tecnologia desde o seu reerguimento pós-segunda guerra mundial. No final dos anos 60, um segmento da indústria de *games* se mostrava ainda mais promissor. Como Novak (2010) afirma que a revolução do computador pessoal veio para transmudar uma tecnologia que se via somente em laboratórios de pesquisa em universidades ou em áreas militares, e que traria para o lar das pessoas, abrangendo um público que antes era composto por apenas estudantes universitários. Conseqüentemente, o mercado para *games* de computadores domésticos foi um ponto que contribuiu para o declínio no mercado de *consoles* e *arcades*.

Traçando uma linha cronológica a respeito do aparecimento do gênero MOBA, um evento histórico foi o impulso para o desenvolvimento das primeiras redes de informações globalizadas, ou seja, os primeiros sistemas antecessores da tão conhecida Internet. Em 1957, foi lançado pela União Soviética, o satélite Sputnik. Então, o presidente Dwight D. Eisenhower, teve a iniciativa de criar a ARPA (*Advanced Research and Projects Agency*) com o propósito de manter a hegemonia tecnológica americana frente ao avanço tecnológico dos soviéticos em relação ao episódio do Sputnik.

Com um risco eminente de um ataque nuclear, a ARPA estava preocupada em manter sua rede de comunicação intacta frente às ameaças da guerra, para isso os trabalhos de

Paul Baran, na época era pesquisador da *Rand Corporation*, foram de grande valia. Como Sousa (2010) diz, Baran apresentou a Comutação de Pacotes (*Packet Switching*) de redes de comunicação e de Redes Distribuídas (*Distributed Networks*), uma espécie de rede que não possuía um centro nuclear, então se qualquer ponto deixasse de funcionar, não afetaria os outros pontos da rede. Em, 1969, foi criada a primeira rede de computadores que funcionariam por troca de pacotes e um sistema invulnerável, a ARPANET.

Posteriormente, com a implantação de um protocolo que padronizava a comunicação entre redes diferentes, o TCP/IP, foi possível a criação de uma rede mundial de computadores, em 1989, facilitando a acessibilidade dos usuários aos diferentes arquivos existentes nas partes da rede. Sendo algo inovador e promissor para a época, já que antes a rede somente era utilizada para troca de informações e pesquisa entre cientistas, agora a rede possibilita a interação dos usuários para fins individuais.

Alguns anos antes do surgimento da internet, em 1975, foi lançado na ARPANET, pelo espeleólogo e programador Will Crowther, o *game* Colossal Cave Adventure. O Adventure, para Sousa (2010), é considerado como o primeiro *game* no estilo adventure-RPG e precursor dos RPGs eletrônicos. O *game* foi aperfeiçoado com elementos de fantasia, por Donalds Woods, surgindo o Zork da Infocom em 1979.

Em 1972, foi criado por Bob Albrecchet, o primeiro BBS (*Bulletin Board System*), pioneiro das primeiras formas de comunidades virtuais, era um banco de dados criado pela revista *People Computer Company*. Os primeiros *games* que operavam com uma conexão entre computadores utilizavam o BBS, softwares acessados por conexão discada permitindo o acesso do usuário aos jogos, originaram o MUD (*Multi User Dungeon*), jogos baseados em texto que permitiam a interação entre vários jogadores pela rede, considerado uma das primeiras formas de comunidades virtuais e abriu espaço para os primeiros RPGs com gráficos a serem jogados pela internet, como Sousa (2010), afirma. Criado por Roy Trubshaw e Richard Bartle, em 1979, na Universidade de Essex (Reino Unido), os MUDs priorizaram as capacidades sociais dos *games* e a capacidade dos jogadores de criar seus próprios ambientes, resultando na interação social e criativa do jogador à tradição dos *games onlines*.

2.2 A emergência de um mercado de *games online*.

No início da década de 1980, vão surgir os primeiros MMOGs (*Multi Mass Online Games*) e o mercado dos jogos *online*. O início do mercado de *games online* se deu a

partir do primeiro provedor de serviços da internet (ISP), o *CompuServe*, viu um potencial financeiro na permissão de seus usuários jogarem em uma rede pública e lançou em parceria com os desenvolvedores Jonh Taylor e Kelton Flinn, da Kesmais Corporation, os RPGs textuais, *Island of Kesmai e Megawars I*. No qual, cobravam 12 dólares por hora para jogar. Em 1985, foi lançado no mercado e para competir com o *CompuServe* no mercado de *games online*, a *America Online* (AOL). A AOL desenvolveu o *QuantumLink*, o primeiro serviço de *games online* com recursos gráficos.

O primeiro *game* disponível no serviço *Quantum Link*, foi o *Habitat*, desenvolvido por Randy Farmere Chip Morningstar, da LucasFilm, em 1986. Como Sousa (2010), afirma, o *Habitat* é considerado o primeiro ambiente MUD *online* com recursos gráficos interativos compartilhados, utilizavam avatares e as conversações eram realizadas através de balões de histórias em quadrinhos acima dos avatares, proporcionando a interação social entre jogadores em um mundo virtual.

Em um breve resumo, a década de 80 foi um período em que os *games* tiveram uma grande evolução comparada à década anterior. Houve o aparecimento dos primeiros personagens, bem como o início das narrativas interativas. Comprovamos estas informações a partir do surgimento dos jogos e evoluções de suas características iniciais durante os anos. Em 1980, surgia o *game Alkalabeth*, o primeiro *game* a dar início a série de RPGs *Ultima*. Os *games* da serie *Ultima* a cada versão traziam certas inovações, em 1981, *Ultima I: The First Age of Darkness*, trouxe a utilização de múltiplas narrativas que faziam os jogadores terem diversas possibilidades de construir sua história. Na versão de *Ultima III*, ocorreram novas formas de se jogar e na construção da trama, para Marques e Ceoni (2007, p.11, apud Sousa, 2010, p.15):

Ultima III apresentava várias diferenças com relação aos seus antecessores, mantinha a crescente complexidade de *plot* enquanto, paralelamente, o sistema de combates era mais elaborado e o jogador controlava todo um grupo de personagens ao invés de apenas um avatar.

Em 1984, chegava ao mercado o *game King Quest* de Roberta Williams, produzido pela *Sierra Entertainment*, que trouxe o *game* para o formato tridimensional. Já o *game Sim City* (1985) de Will Wright, foi o primeiro *game* de simulações para computadores. No ano posterior, em 1986, é dado inicio a saga de *Final Fantasy* que teve sua adaptação para consoles, além de uma adaptação para o gênero MMORPG. Como Sousa (2010) reconhece que esse período trouxe inovações que resgataram o mercado de *games* e recuperaram o

sucesso, através do uso de narrativas e de personagens a novos gêneros de *games*, além de utilizar gráficos em 2D e 3D, o aparecimento da Internet e os computadores passaram a ser domésticos foram os principais responsáveis pelo surgimento e propagação de novas formas de interatividade, através do gênero *online* e do modo *multiplayer* massivo.

Os anos 1980 foram significativos para o mercado de *games*, com a facilidade de comprar um computador doméstico, sem a necessidade de ocupar o espaço inteiro de uma sala como os seus antecessores, houve um relevante crescimento da criação de jogos para essa plataforma e a cada ano era lançado um *game* com funções e qualidades maiores, criando um ambiente mais interativo. Para Sousa (2010), este período foi de revitalização para a indústria dos *games*, devido a vários inventos criativos, as diversas opções avançadas de gráficos e audios, a utilização de plataformas com *softwares* e *hardwares* mais evoluídos, a inserção de personagens na concepção de narrativas mais complexas e o surgimento de novos gêneros de *games*.

O gênero predominante para os *games* de PC foi o RPG (*games* de representação de pápeis, em inglês *role-playing games*). Os RPGs são caracterizados por terem uma importante narrativa, possibilitando a melhora do personagem ao longo do *game* e um maior envolvimento do jogador na narrativa. Como Novak (2010, p.104) explica:

Por causa do sólido desenvolvimento emocional dos personagens – e também do fato de que a vitória está vinculada a essa evolução – os jogadores de RPGs normalmente experimentam um forte envolvimento emocional com os seus personagens. [...] Os personagens de RPGs costumam ser chamados de heróis, porque se envolvem em jornadas heroicas – geralmente em uma equipe, que é conhecida como “guilda”¹¹ nas versões multijogador on-line do gênero. O combate é uma das maneiras pelas quais os heróis progridem – adquirindo força, experiência e dinheiro para comprar novos equipamentos.

Com a disponibilidade de uso da Internet por mais pessoas, ou seja, se tornando comercial e o barateamento dos computadores, um novo segmento do mercado de *games* estava para surgir e mais promissor do que os *games* para PCs, os MMOs (*Massively Multiplayer Online*). Os *games online* podem ser jogados tanto em computadores como também em consoles, apenas necessitam do acesso á Internet. Os MMOs são jogados simultaneamente por milhares de jogadores e as informações de jogos são guardadas em um servidor elegido pelo usuário.

¹¹ Para Novak (2010), guilda são grupos de indivíduos que possuem o mesmo objetivo e interesses, se juntam para prestar assistência e proteção aos seus membros sempre que necessitam, além de ajudarem uns aos outros a se tornarem mais fortes e resistentes, para assim liderar um ranking existente no game.

Durante os anos 1990, foram lançados MMOs que revolucionariam a indústria de *games online*. Em 1996, a *Blizzard Entertainment* lançou o *game Diablo*, poderia ser mais um RPG para PC, mas a empresa consolida uma nova forma de se jogar na rede. O jogo possui uma narrativa original e o jogador pode escolher se joga em modo *singleplayer* ou *multiplayer*. No modo *multiplayer* se pode participar até 4 jogadores no mesmo jogo. No ano seguinte, Richard Garriot lança no mercado o primeiro MMORPG comercial, o *Ultima Online*. O grande diferencial do jogo foi a criação dos personagens com várias habilidades e atributos, o jogo passa a ter uma perspectiva isométrica e telecêntrica, ou seja, o personagem se representa de uma forma tridimensional, além da possibilidade de milhares de jogadores interagirem ao mesmo tempo. A partir do lançamento desses jogos, a indústria de *games* percebeu que poderia não só investir em produtos para esse mercado, mas também na prestação de serviços. Como Sousa (2010, p. 22) afirma: “As mantenedoras dos mundos virtuais iriam descobrir também novos esquemas de captação de renda por meio da liberação das mensalidades nos servidores e venda de outras vantagens”.

2.3 Jogo temático coletivo

Dentro dos MMOs, existem diferentes tipos de gêneros que são definidos pelo estilo como se jogam, ou seja, pela forma como se joga. Por exemplo, MMORPG são jogos com temáticas RPG para vários jogadores, os MMOFPS possuem a temática para tiro em primeira pessoa e os MMOSG que possuem uma temática social. Atualmente, um dos gêneros mais conhecidos no mercado de jogos *online* é o MOBA (do inglês, *Multiplayer Online Battle Arena*).

O gênero MOBA se originou dos jogos do gênero RTS (do inglês, *Real-Time Strategy*). *Games* RTS fez muito sucesso na década de 90, com tamanha popularização, os *games* desse gênero possuíram uma grande demanda de criar novos modos de jogo e mapas que pudessem ser personalizados para os jogadores. Silva (2016, p. 07) explica que os usuários se tornaram agentes modificadores do conteúdo do jogo, eram responsáveis por desenvolver mapas alternativos, muitos desses mapas eram similares aos mapas de MOBA que conhecemos hoje, esses agentes modificadores eram conhecidos como *modders*.

Voltando ao parâmetro histórico, em meados do ano de 1991, foi fundada a *Blizzard Entertainment* e em 1994 lança no mercado o seu primeiro *game* para PC de gênero RTS, o *Warcraft: Orcs and Humans*. Ofertado em modo *singleplayer* e *multiplayer*, o papel do jogador era eleger entre *orcs* ou humanos para construir cidades, tendo a possibilidade de

controlar outros personagens em um mesmo momento. O sucesso do *Warcraft* proporcionou o desenvolvimento de uma série e a *Blizzard* produziu em 1998, um *game* no mesmo estilo que *Warcraft*, conhecido como *StarCraft*. O *StarCraft* serviu de inspiração para a criação de *AeON of Strife*, a diferença se dava a partir da modificação do mapa do *game*, além de gráficos tridimensionais melhores, cenários novos aliado a um ambiente com maiores possibilidades de personalização e diversos personagens distintos para o jogador escolher.

Outro *game* da *Blizzard* que teve total atenção da comunidade *modder* foi o *game Warcraft III*. A comunidade *modder* viu uma grande possibilidade de criar vários mapas com jogabilidade idêntico aos mapas dos MOBAs atuais, conseqüentemente, nesse período surgiu o *DotA (Defense of the Ancients)* que se tornou um *game* de maior sucesso e mais popular entre os jogadores de *games online*. O sucesso do *Dota* foi tão grande que possibilitou a criação de um mapa específico, além da criação de uma plataforma para dar o suporte específico para as partidas de *DotA*, a *Garena*. Como *Silva (2016)* afirma, o *Dota* também abriu o caminho das competições e campeonatos para jogos *online*, conhecidos atualmente como *e-Sports*.

Uma das empresas que revolucionaram esse mercado, tornando-o conhecido mundialmente e o responsável pela utilização do termo MOBA foi a *Riot Games*. Em 2009, foi lançado no mercado o *League of Legends (LoL)*. De acordo com o site *Newzoo.com*, *LoL* lidera o *ranking* do *Top 10 Watched Games/ Março de 2017* pelo segundo mês consecutivo com um total de 27,8 milhões de horas jogadas. Mas o que torna essa modalidade de *game online* tão interessante?

Os MOBAs são jogos simples, apenas exigem do jogador planejamento e um poder de decisão a curto e em longo prazo de forma eficiente e rápida. Segundo *Silva (2016)*, os MOBAs podem ser classificados como não determinísticos e não persistentes, ou seja, os MOBAs são jogos em tempo real que possuem grandes possibilidades de ataques críticos durante toda a partida e os ataques dos personagens vão se desenvolvendo ao longo da partida, por isso as atividades dos jogadores são imprevisíveis. Quando a partida é finalizada com uma das duas equipes vencedoras, se o jogador quiser realizar uma nova partida, o personagem escolhido e o mundo do jogo voltam ao seu nível inicial, ou seja, não persistem as características da partida anterior, o jogador deve desenvolver o personagem novamente.

Cada partida de MOBA são jogados por dez jogadores, divididos entre dois grupos. Fica a critério do jogador o modo em que irá participar podendo eleger se irá jogar com outros jogadores ou se irá jogar com a Inteligência Artificial (IA), que irá controlar os outros jogadores. Cada jogador selecionará um personagem, denominado campeão ou herói,

que vai ser usado durante toda a partida. Segundo Sousa (2016), cada herói possui habilidades específicas e diferentes dos demais personagens, características e status que dará uma experiência interativa entre personagem e jogador durante a partida.

Ao início da partida, cada jogador recebe uma quantia de dinheiro, que poderá ser usado para adquirir itens que possam dar alguma habilidade ou melhora de alguma característica do personagem que poderá auxiliar em algum ataque, dando vantagem ao personagem em relação aos outros. Cada item custa uma quantia x de dinheiro, cabe ao jogador conseguir mais dinheiro através de alguns métodos. Um mapa de MOBA possui duas estruturas principais para cada grupo, onde são ligados por três caminhos em que os heróis irão circular até conseguirem abater a estrutura principal do adversário. Ao longo desses caminhos, se nota estruturas neutras em pontos específicos do mapa, denominado selva, que podem dar certa quantia de dinheiro se o jogador derrotá-los.

Após o início da partida, são liberados para cada grupo, como forma defensiva, as tropas (também chamadas de *creeps* ou *minions*). São unidades controladas pela IA e são liberadas um grupo por cada rota, em um determinado intervalo de tempo. Quando um time chega perto da estrutura principal, são liberados tropas mais fortes e resistentes, chamadas super tropas. O jogador pode adquirir dinheiro abatendo essas tropas inimigas, mas necessita que o jogador desfira o último ataque na unidade (*last-hit*).

Nas rotas podem também ser encontradas estruturas defensivas, como as torres. São estruturas que atacam o inimigo quando estão próximas de suas áreas de proteção. Se essas torres são destruídas pelo jogador, também irá adquirir certa quantia de dinheiro. Outra forma do jogador adquirir uma grande quantia de dinheiro e ter uma vantagem maior sobre o adversário chegando mais próximo da vitória será abater os inimigos, ou seja, os jogadores do time adversário. O jogador deve ter o cuidado e escolher bem suas decisões para que não tenha falhas, para que não aconteça a morte do seu campeão. Quando os pontos de saúde (*Health Points*, HP) são zerados, causa a morte do herói por um determinado tempo e suas ações são bloqueadas. Se um campeão está com seus pontos de saúde baixos, os jogadores tem a opção de retornar seu herói para a estrutura principal do seu time, para que possa recarregar os seus pontos de saúde. Geralmente são esses momentos de retorno para a estrutura principal, seja pela morte ou para o recarregamento de pontos, que o jogador aproveita o tempo para a compra de itens que irão auxiliar em melhorias aos seus personagens. Por exemplo, existem itens que aumentam a velocidade do personagem por um determinado tempo ou itens que servem como escudos de defesa, garantindo ao herói uma perda de pontos reduzidas. Existem também, alguns itens que são ofensivos, podendo causar

atordoamentos, o adversário será incapaz de realizar ações; enraizamento, o adversário não se move; desaceleramento, o adversário tem sua mobilidade debilitada. São métodos que o jogador encontra de ter vantagem auxiliar sobre o adversário, com o intuito de levar seu time a vitória.

O mais importante de um jogo MOBA são os campeões, existe uma gama de personagens diferentes e com habilidades únicas. Sabe que o objetivo principal do MOBA é a derrota do time adversário, porém existem objetivos secundários. No caminho para a vitória do time, os jogadores tem o papel de aumentar o nível dos seus personagens. Aumentando o nível, os jogadores conseguem aumentar as habilidades e ataques dos seus heróis, possibilitando um ataque que cause mais danos no adversário, facilitando o abate do herói inimigo.

Em resumo, para Silva (2016), o jogador deve utilizar seu herói com ajuda de seus companheiros, derrotar uma série de fortes estruturas presentes em uma ou mais rotas, abrindo caminho, para capturar a estrutura principal do time inimigo, levando-o a vitória do seu time. Portanto, o MOBA é um gênero com uma forma simples de se jogar se comparado a outros gêneros. Apesar de simples, ele possui estruturas que garantem uma experiência única ao jogador, seja através da interatividade entre os jogadores e até mesmo a possibilidade de identificação do jogador com algum campeão, que é geralmente a ideia que alguns jogos querem transmitir ao usuário do *game*, tendo o objetivo de transportar o jogador a outro mundo através do personagem elegido.

Durante toda a sua história, os *games* se tornaram produto de uma indústria cultural recente em expansão e que vem conquistando a liderança do mercado de entretenimento global. Segundo Sousa (2010), os *games* são vanguardas tecnológicas e capazes de se adaptar a situação do mercado atual. Através de sua história, podem-se observar alguns fatores importantes que contribuem para o sucesso dos *games* atualmente: os *games* sempre se aperfeiçoaram na questão dos seus gráficos, vemos pela evolução de gráficos simples para um 3D; a introdução de enredos bem elaborados e personagens nas temáticas possibilitaram a utilização de recursos de linguagens das HQ's, cinema, teatro, animes e outros, servindo de inspiração para criação de uma narrativa transmidiática; dentre outros fatores que aumentam a capacidade de interação e imersão dos jogadores, transformando os *games* em um campo híbrido, resultado de um sistema de signos.

3 GAMES E SOCIEDADE – NEXOS ENTRE CULTURA, TECNOLOGÍA E MÍDIA.

Os jogos sempre foram tratados como atividade lúdica desde a sua criação pelas civilizações primitivas, onde ganhavam aspectos significativos na cultura em que surgiam. Para Goulart (2012), essas características podem conceber o jogo como um dispositivo que não só oferece uma forma de entretenimento, como também cumpre um papel social. Com o surgimento da computação, o jogo encontra um novo meio de interação e em união com os avanços tecnológicos eletrônico, nasce o jogo digital. Conceituada como uma nova mídia imersiva e interativa que abre um horizonte de possibilidades de jogar, com elementos estéticos e dinâmicos, que levam ao usuário à experimentar novas experiências em um ambiente eletrônico.

Durante seus anos de história, os jogos digitais sempre foram vistos como a vanguarda tecnológica, possuindo uma identidade própria, com sua linguagem e estética. Mas também, como uma mídia híbrida, por possuir um intercâmbio midiático de conteúdos e linguagens de outras mídias. Para Goulart (2012), os jogos digitais ou *games* sempre foram ligados intimamente com as transmutações da tecnologia, tornando-o dinâmico e capaz de se desenvolver e dispersar por mídias tradicionais, fundamentando mecânicas e estéticas próprias, mostrando que os *games* hoje em dia possuem um caráter de pluralidade e mutante. Com esse grande poder de imersão que os *games* possuem, através da simulação e interação entre o fantástico e o real, eles irão incorporar-se em contextos sociais e ideológicos.

3.1 Games e Tecnologia: uma mídia e possibilidades comunicacionais.

Para entender de que forma os *games* se incorporam em contextos sociais, faz-se necessário perceber o papel das tecnologias midiáticas como agentes influentes e influenciados pela sociedade. Zambon e Carvalho (2015) nos mostra o pensamento cultural de Raymond Williams e midiático de Marshall McLuhan. Na visão determinista tecnológica de McLuhan, a tecnologia busca trazer conceitos para entender o seu papel nos diversos sentidos de expressão humana, ou seja, a tecnologia exerce o papel de meio em que se vive e irá moldar a cultura do homem, criando demandas e modificações na sociedade. O que torna essa visão inviável é o fato de que a tecnologia tanto molda a cultura como a cultura também influencia na tecnologia.

Williams traz uma visão contrária, propondo a importância da ação e poder do homem como usuário e da cultura como agentes moldadores da tecnologia. A tecnologia vai

ser produto de uma prática cultural específica, ou seja, a tecnologia vai se adequar pelo estado, por um capital e pelas necessidades da sociedade, comunicação e desejo. Portanto, essas visões nos mostram que as mídias possuem um grande impacto social pelo seu papel de agentes modificadores de práticas e comportamentos, mas também resalta que as mídias tanto podem influenciar como serem influenciadas pelo contexto social em que está inserida.

Os jogos digitais como aparato cultural dependem da incorporação no cotidiano de seus usuários e também na sua aplicação na sociedade. Mas, como conduta social, os *games* precisam de uma simbologia e um poder sociocultural para dar um novo significado as práticas culturais. A interação do usuário com a tecnologia é capaz de indicar gostos, valores culturais e capital social pelo seu processo contínuo. Conceituando-o como uma mídia multifacetada, ou seja, os *games* possuem perfis de consumo bastante diversificado e isso gera diferenciações em seus significados sociais e representatividade, dificultando assim, sua caracterização social como sendo algo único. Por esse motivo, também irá dificultar o seu processo de validação enquanto mídia, cultura e arte.

Ainda existe a ideia de que os *games* são mídias exclusivamente recreativas, e por isso não existe um propósito mais além do que ser uma atividade lúdica para preencher horas ociosas. Zambon e Carvalho (2015) acreditam, que para legitimarem os *games* como mídia é necessário a aceitação dentro do campo já reconhecido por seus agentes e instituições que compõem o núcleo desse campo. Porém, existe uma dificuldade por parte desses agentes de compreender a lógica e o objeto do outro, por estarem familiarizados com o seu determinado campo.

Logo, os *games* possuem uma dificuldade para se legitimar, por serem midiáticos, se constituem como um objeto cultural diferente que dificulta a compreensão do seu conteúdo e vai de contra à campos já consolidados. Por conseguinte, esses campos apresentam um caráter de dominantes nos campos da arte e da cultura, comprometidos com a continuidade, integridade, identidade e reprodução, acabam marginalizando elementos de outros meios que buscam a inovação através da ruptura, diferença e revolução para adentrarem e se legitimarem nestes campos.

Para os *games* se legitimarem como cultura, se faz necessário que se defina como arte própria enquanto elemento central de campo e se diferencie de outras práticas culturais. Para Zambon e Carvalho (2015), para se conseguir essa diferenciação, deve situar a arte em seu campo histórico e social, ou seja, as suas qualidades não dependem somente de si mesma, mas sim do mundo artístico que demonstram seus valores. E o que falta para os *games* se consolidarem enquanto arte seria ganhar o olhar por parte das instituições legitimadas no

campo em que ele atua, a conquista de novos espaços, mais além de suas conquistas no mercado como um produto. É através dessa valorização, dessa busca por mais espaços de reconhecimento que poderão possibilitar esta mídia multifacetada adentrar no campo da arte e da cultura.

Este processo de legitimidade dos jogos digitais e de adquirir um maior reconhecimento só se torna possível com o entendimento de como os *games* se constituem como mídia. Primeiro, devemos compreender que os vários códigos que os *games* possuem, devem estar em harmonia para transmitir ao jogador uma experiência que irá proporcionar prazeres sensoriais e um envolvimento emocional, através da sua interface e narrativa que sempre estão unidas e sempre se complementam. Diante disso os *games* possuem certas peculiaridades e se conduzem por uma narrativa que é propagada por um conjunto de regras e sistemas.

A constituição dessas regras possui uma mecânica própria e essencial, oferecendo ao jogador, o poder de articular seus objetivos, limitar ações e possibilitar a criação de estratégias para uma possível vitória. Ou seja, são essas regras que vão controlar as ações do jogador, pois exige a necessidade do jogador realizar certas ações que o torna parte do jogo, no qual deverá se portar de modos específicos para se obter o êxito. Para Jesper Juul (2003, apud Goulart, 2012, p.16):

Um jogo é um sistema formal baseado em regras, com um resultado variável e quantificável, no qual são atribuídos diferentes valores a diferentes resultados, o (a) jogador(a) empenha esforço a fim de influenciar o resultado, o (a) jogador(a) sente-se vinculado aos resultados e as consequências da atividade são opcionais e negociáveis.

Já as narrativas estão relacionadas ao enredo da história, a apresentação do perfil dos personagens, construção de cenários, os conflitos e obstáculos a serem enfrentados, a ação do jogo e as cenas e ambientes em que se passa a história, enfim, todo o ambiente virtual do *game* que será criado e apresentado ao jogador. Goulart (2012) utiliza dos princípios de Janet Murray (2002), as narrativas digitais se baseiam em três processos diferentes, mas são dependentes entre si. O primeiro, a imersão, a narrativa possui a capacidade de se torna executável e possível de conciliar a realidade do indivíduo e determinar limites ao espaço narrativo, ou seja, o processo irá inserir e delimitar o interator¹² no que está sendo narrado.

¹² O nome “interator” evoca no seu significado a ideia de um “ator” que “interage” com algo. É um termo ligado a um cenário de tecnologia, seja ligado ao universo dos jogos eletrônicos ou nas múltiplas plataformas digitais. Retirado de: <<http://leonardotrevisan.com.br/blog/a-figura-do-interator/>>. Acesso em: 06 de Abril de 2017.

O segundo processo, a agência, as narrativas são capazes de dar ferramentas ao interator para que possa moldar, de acordo com o seu desejo, as suas ações para que tenham consequências diretas no ambiente em que está inserido. E por fim, o processo de transformação, que oferta diferentes caminhos narrativos, através de símbolos e significados, que aguentem mudanças intencionadas do interator. Além desses processos de construção da narrativa, os jogos trazem também conteúdos informativos e uma interação com estas informações através da representação que pode expressar tanto realidade como ficção. Com a inserção da tecnologia computacional criou-se uma nova forma de representação, a simulação. Zambon e Carvalho (2015) afirmam que a simulação vai além do que somente representar objetos ou sistemas, ela modela comportamentos criando contextos, situações e fatores que irão transformar a interatividade em uma narrativa repleta de conceitos e sentidos, que irá passar uma carga de conteúdos.

Os *games* são dotados de uma comunicação forte, por exibirem textos, imagens, sons e vídeo que podem simular a realidade e/ou fantasia, contribuindo assim, para o desenvolvimento de modelos interativos para os usuarios, além de possuir, como denominado por Zambon e Carvalho (2015), uma retórica processual. É através dessa ferramenta que possibilita a comunicação, uma maior capacidade de difundir a informação, se baseando na imersão, interação e simulação originado pelo ato de jogar, permitindo a criação de um proceso de empatia entre jogador e informação.

Surgindo uma relação entre emissor e receptor, no qual a mensagem é transmitida e quem recebe vivencia e imerge no universo e contexto de quem criou, garantindo que as experiências que foram simuladas por esse processo possam promover um certo aprendizado. É essa qualidade que os *games* possuem, oferecem significados e experiências de mundos particulares, no qual os jogadores experimentam tentativas e erros, resultando na criação de uma relação particular com o jogo.

Torna-se mais interessante ter a visão e a análise de como os indivíduos se posicionam perante aos contextos inseridos pelos jogos digitais do que mostrar o jogo como uma ferramenta manipuladora, porque os elementos que constituem a narrativa do jogo, como por exemplo, o papel dos personagens e a história a ser contada no *game*, são associadas diretamente na construção do ato de jogar em ambientes virtuais. É através do ato de jogar, da busca de se manter atualizado frente aos desafios garantindo soluções, das alianças entre jogadores, da participação dos usuários em fóruns dos jogos, que constituem os jogadores como membros de um coletivo em comum, sem a perca de um ato individual, ou seja, cada jogador é responsável por seus próprios atos no jogo para que possa chegar a um resultado

comum que seja benéfico ou não para o coletivo em que o jogador participa. Estabelecendo um parâmetro entre o “jogar” como parte essencial da narrativa do jogo, percebe-se que existem o desenvolvimento de diferentes habilidades e conceitos que tomam outro significado dependendo do consumo por públicos que se diferem em circunstâncias sociais, culturais e históricas distintas.

A cultura do jogo digital, além de possuir essa construção interativa realizada pelos jogadores, também possui outros elementos que devem ser analisados, como materiais produzidos pelas equipes criativas que visam atingir a um público-alvo específico, ao público a quem o jogo está destinado. Para Goulart (2012), essas produções extra para os jogos fazem parte da experiência do usuário destinado por essa mídia. É um fluxo de mídia novo e complexo, que possibilita o usuário experimentar essa complexidade pela forma como é abordada a história do jogo, necessitando da imersão do jogador e reflexão das suas escolhas no decorrer do jogo.

Nós precisamos reconhecer o poder persuasivo e expressivo da processualidade. Processos nos influenciam. Eles semeiam mudanças nas nossas atitudes, que por sua vez, e ao longo do tempo, modificam nossa cultura. Como jogadores de videogames e outros artefatos computacionais, devemos reconhecer que a retórica processual é a nova maneira de interrogar nosso mundo, comentá-lo, rompê-lo e desafiá-lo. Como criadores e jogadores de videogames, devemos ser conscientes das alegações processuais que fazemos, porque nós fazemos, e qual tipo de estrutura social nós desejamos cultivar através dos processos que disseminamos no mundo. Apesar dos computadores que os hospedam, dos futurísticos e mecânicos mundos ficcionais que eles apresentam, videogames não são expressões da máquina. Eles são expressões do ser humano. E as lógicas que guiam nossos jogos fazem alegações sobre quem nós somos, como nosso mundo funciona e o que nós queremos que ele se torne. (BOGOST, 2007, p. 340, apud Zambon e Carvalho, 2015, p.13)

Portanto, o jogo digital, como uma mídia cultural, possui uma potencialidade da sua capacidade comunicacional, por trazer nos recursos e elementos que o compõem, símbolos que passam significações ao indivíduo. Esses significados retratam muitas vezes aspectos já conhecidos do cotidiano ou de algum momento histórico que seja de fácil identificação pelo usuário. Essa forma de comunicação está presente na narrativa do jogo, mas, dentro do ambiente virtual passa uma outra forma de comunicação. Alguns *games*, possibilitam a interação entre os jogadores, através da criação de alianças entre os mesmos, com o intuito de auxiliar uns aos outros para mútuo benefício, gerando uma ligação entre esses jogadores através de chats ou fóruns para discussão dos mais variados assuntos relacionados ao *game*. Mas essa capacidade comunicativa transcende os horizontes do ambiente virtual e chega ao mundo real, através de ações realizadas pelo marketing para

divulgação do *game* e outros aspectos que mantêm contato com o público que será suscetível ao jogo.

3.2 Games, valores e comportamentos: padrões de gênero e mudanças

A autora Mary Flanagan (2009), citada por Rodrigues (2017), se baseia por pensar em jogos através de uma perspectiva histórica, voltado para uma visão na arte. Os jogos digitais vão mais além do que artefatos técnicos, eletrônicos com softwares avançados, eles realçam um contexto político no qual as práticas artísticas e culturais são manifestadas. Não só os jogos digitais, mas também jogos de tabuleiros, fliperamas e afins, que estejam dentro do universo lúdico e de entretenimento, são tecnologias capazes de produzir formas de relacionamento, submetida a regras e contextos temporais e realizadas por meio de padrões comportamentais. Mostrando a capacidade dos jogos de criar espaços políticos de agência e reflexão, que poderão auxiliar a explorar as questões sobre gênero, através do seu processo de concepção, ou seja, seu processo de desenvolvimento, conteúdos, regras e temáticas.

Os jogos, como agentes políticos, carregam valores em suas estruturas e sistemas de representação que podem assumir um caráter ativista. O ativismo presente nas mídias midiáticas são importantes por mostrar as desigualdades que cruzam esse universo. Se analisarmos os espaços ocupados por mulheres dentro dessa mídia, observamos que é um espaço muito marcado em relação as desigualdades de gênero. E essa discrepância de gênero são demonstradas pelas desigualdades históricas na apropriação e na produção tecnológica. Trazer questões relacionadas a gênero e sexualidade para dentro do campo de jogos digitais refletem um caráter político devido ao relacionamento entre sociedade-tecnologia e regimes de poder. Dizer que os jogos digitais são tecnologias sociais, também significa que os jogos são tecnologias de gênero, já que auxiliam no processo de construção de sujeitos, sendo influenciado por um binarismo rígido nas relações de gênero e uma heterossexualidade compulsória presentes nesse campo.

Ao mesmo tempo em que consideramos os jogos digitais como tecnologias de gênero, eles também servem como uma tecnologia que pode romper as normatizações de gênero pela sua grande influência cultural e social nas sociedades atuais. Para refletir um pouco sobre como os jogos digitais irão se caracterizar como tecnologia de gênero devemos entender a respeito do que podemos caracterizar e definir “gênero”.

Rodrigues (2017), em sua dissertação cita alguns autores que trabalham com a definição de gênero. Primeiramente, existe a ideia de gênero apenas como uma noção

produzida e naturalizada de masculino e feminino. Rodrigues (2017) aponta a definição de Justine Cassell e Henry Jenkins (1998) que defendem a desconstrução e a desnaturalização desse determinismo biológico, até porque existem concepções diferentes e opostas em torno desse binarismo de gênero pelo fato de que noções de masculinidade e feminilidade são criadas de uma maneira divergente entre culturas distintas, períodos históricos e contextos. Portanto, conceituar gênero vai mais além do determinismo biológico implícito, mas sim de um processo que depende e leva em consideração aspectos culturais, históricos e circunstanciais de um determinado contexto social e histórico de sociedades distintas. Desde o surgimento das primeiras civilizações, há uma pluralidade no modo em que cada sociedade trabalha as relações de gênero, no qual sempre foi definido um papel diferente para homens e mulheres, mas se comparados a diferentes sociedades era inevitável o choque cultural que causava entre esses grupos.

Atualmente, existe uma forma dominante de uma ação biopolítica que detém do controle da vida das pessoas por meio da diferenciação sexual e de tecnologias que normalizam as identidades sexuais. Rodrigues (2017) nos apresenta a construção do conceito de gênero da autora De Lauretis (1994), que entende gênero como construído a partir de um discurso institucional ligado a diversas tecnologias de gênero, através de suas técnicas e estratégias discursivas, que representam e auto-representam os corpos produzidos por tecnologias sociopolíticas. Ela trata o gênero como uma relação social que representa indivíduos em uma determinada classe.

As concepções culturais de masculino e feminino como duas categorias complementares, mas que se excluem mutuamente, nas quais todos os seres humanos são classificados formam, dentro de cada cultura, um sistema de gênero, um sistema simbólico ou um sistema de significações que relaciona o sexo a conteúdos culturais de acordo com valores e hierarquias sociais [...] a construção de gênero ocorre hoje através das várias tecnologias do gênero (p.ex., o cinema) e discursos institucionais (p.ex., a teoria) com poder de controlar o campo do significado social e assim produzir, promover e “implantar” representações de gênero. Mas os termos para a construção diferente do gênero também existem, nas margens dos discursos hegemônicos. Propostos de fora do contrato social heterossexual, e inscritos em práticas micropolíticas [...] podem também contribuir para a construção do gênero [...] (DE LAURETIS, 1994, p. 211-228, apud. Rodrigues, 2017, p. 48-50).

Está fortemente reproduzido na cultura dos jogos digitais, discursos que possuem a ideia do binarismo de acordo com o determinismo biológico, bem como a naturalização de conceitos do que é masculino e feminino, contribuindo para um meio segregado e legitimado que mantêm e reforçam hierarquias sociais que oprimem determinados grupos da sociedade,

no caso, as mulheres. A figura feminina sempre é objetificada no universo dos *games* ou em qualquer outra mídia e são alvos constantes de assédio e violência verbal e sexual.

Contudo, como já foi discutido anteriormente, o papel das ditas “tecnologias de gênero”, é de servir como aparato para que esses discursos de segregação que reforçam uma hierarquia social que menospreza uma minoria, deve ser desconstruída se trabalharmos de uma forma diferenciada, ou seja, as normatizações postas para acabar com essas práticas sexistas precisam ser trabalhadas constantemente e repetidamente para ser naturalizada dentro do meio.

Uma das estratégias utilizadas pelos jogos digitais para propagar e naturalizar essas ideias sexistas que promovem uma segregação social é através do uso de estereótipos. Para Rodrigues (2017) esse recurso que possui um discurso já naturalizado, está presente em discussões e embates que visam mudar tanto os conteúdos de jogos, como também nas atitudes que visam incluir sujeitos marginalizados e o direito de exercer um reconhecimento na comunidade dos *games*.

Para tratar sobre uma repressão da sexualidade imposta pelas hierarquias sociais, primeiramente devemos sair do universo dos *games* para adentrar historicamente no papel hierárquico da mulher na sociedade, já que é uma minoria bastante marginalizada por um sistema patriarcal e está presente em diversos campos, como nas mídias, e fonte de inspiração para presente pesquisa. De início, a autora De Lauretis (1994), trazida por Rodrigues (2017) comenta à respeito das tecnologias sexuais, que seria uma técnica criada pela burguesia, no final do século XVIII, com o intuito de garantir a hegemonia da classe e sua continuação. Elaborando discursos que funcionariam como pedagogias para implantar e regulamentar a sexualização das crianças e também do corpo feminino, que sempre serviu de alvo de interesse pela religião, artes, medicina e diversas outras áreas, controle da procriação e a psiquiatrização do comportamento sexual atípico como uma perversão, atribuindo aos corpos a necessidade de vigilância.

Com as constantes transformações tecnológicas e as permutações da cultura, através das frequentes trocas de informações por vários meios e mídias, são introduzidas mudanças na consciência das pessoas. Mas, os sujeitos possuem a capacidade de interpretar as informações que lhes são absorvidas, não ficando de forma passiva e volúvel ao que lhes são transmitidos. Por isso, que alguns indivíduos não se identificam com certas representações impostas pelas relações de poder. Essas representações possuem impactos na formação de identidades subjetivas, bem como as características de gênero. Romanus (2012) traz o autor Louro (2001) para intensificar a ideia que um grupo social vai ser sempre dominante do que

um outro, através do uso dessas representações. Além de dominar, ele pode determinar certas normas e representar um outro grupo.

Na história da sociedade atual, a relação de poder sempre houve uma projeção de um grupo minoritário, pois o dominante precisa desse grupo subjugado para se alegar e se estabelecer como grupo que detêm o poder, pois são as contradições e as rejeições por parte da minoria que vão os erguer nas grandes hierarquias sociais. Contribuindo para uma rede de poder repleta de desigualdades e ordenamentos que irão estabelecer padrões, no caso homem ou mulher, marcando a diferença entre eles e o controle sobre o seu modo de viver. Porque tudo passa a ser anunciado e promovido socialmente, através de normas que irá definir uma forma aceita e não única do que seja uma representação masculina e feminina.

Romanus (2012) trabalha um parâmetro interessante, “para se entender características de feminilidades, é preciso entender o que se tem como características de masculinidades”. O feminino sempre foi dominado pelo que é masculino. Pode-se perceber essa relação, ao adentrar na história da formação das sociedades, buscando entender as diferenças das relações de gênero entre as civilizações. Stearns (2007) trabalha com as definições de masculino e feminino, a partir dos papéis designados para homens e mulheres dentro do contexto cultural de cada civilização e o choque cultural entre civilizações diferentes. O autor busca entender sobre o papel feminino com base no papel dos homens, “uma vez que um gênero só poder ser compreendido se comparado com outro” (STEARNS, 2007, p. 16).

No decorrer da história das relações de gênero, existiram uma variedade de definições de masculino e feminino. Era através dessas definições que ocorria o funcionamento das sociedades, pois influenciavam o comportamento dos indivíduos. Também pode ser observado que no decorrer do tempo essas definições passaram a mudar, na medida em que grupos de indivíduos insistiam em adotar padrões diferentes daqueles impostos pela classe detentora do poder. Stearns (2007) afirma que os valores de gênero se constituem da identidade individual e social do indivíduo, até porque ele pode elegir seguir os padrões imposto de gênero ou resistir e não aceitar essas definições, mesmo sendo forçado a aceitar esses padrões por uma sociedade dominada por uma classe poderosa.

Segundo Stearns (2007), por volta do quarto milênio a.c., as sociedades agrícolas desenvolveram um sistema de desigualdades entre homens e mulheres, a partir do sistema patriarcal, no qual os homens possuíam o controle da sua família. Cada civilização desenvolveu um tipo de patriarcado, juntando questões de gênero de acordo com os seus aspectos culturais e institucionais, sendo que cada sistema era distinto se comparado à outros.

Graças a grande expansão das atividades agrícolas que ocasionou um grande excesso de abastecimento de produtos que já atendia as necessidades deste pequeno grupo, possibilitou que algumas pessoas exercessem trabalhos que não se relacionavam com a agricultura, como o artesanato, a religião e até mesmo o governo. No qual, sociedades que possuíam os seus próprios governos formais se diferenciavam de outras sociedades agrícolas e formavam o que conhecemos hoje de civilização. Com o surgimento da civilização, aconteceram vários avanços, como a expansão do comércio, as atividades burocráticas, bem como a ascensão na diferença das instituições e formas culturais, promovendo uma hierarquia forte que fosse capaz de ser diferenciada se comparada a outras civilizações, mas que poderiam manter os territórios e as populações unidas. Mediante essa necessidade criaram características comuns, por exemplo, o idioma, a religião, o estilo político, dentre outros, que os faziam únicos.

As civilizações clássicas expandiram suas características políticas, culturais e econômicas. Houve um crescente aumento no comércio interno que propiciaram uma especialização em cada civilização. Governos mais fortes se tornaram grandes impérios e valores culturais, como a religião, fortaleceram uma base cultural, desenvolvendo uma identidade forte para a civilização, o que impediam ter um contato direto com outras sociedades. Os contatos ocorriam através das migrações e invasões. O comércio também se tornou uma fonte de contato, o que proporcionou uma ponte para os diversos avanços de uma civilização.

Ao constante desenvolvimento das civilizações, com os contatos e as limitações de troca, acarretou no crescimento dos sistemas de gênero. Antes dos sistemas agrícolas, a principal atividade econômica era a caça e a pesca. Segundo Stearns (2007), era uma atividade consideravelmente igualitária, homens e mulheres trabalhavam em atividades separadas, mas cada um contribuía com bens econômicos importantes. As taxas de natalidade eram baixas, mantendo uma facilidade na execução de trabalhos por parte das mulheres, já que os cuidados com as crianças eram considerados uma sobrecarga. Porém com o início da agricultura, o papel do homem se torna mais importante porque eles eram responsáveis pela plantação, agregando o papel da mulher apenas como um auxílio. Conseqüentemente, a taxa de natalidade aumentou, porque viam que os suprimentos eram mais garantidos e seguros, além de aproveitar o trabalho das crianças.

Com tal situação, o papel da mulher decaiu, tendo como principal função a de gerar filhos, cuidar das crianças e da moradia, entrando em uma nova era do patriarcalismo, no qual o homem era considerado um ser superior e possuía direitos legais sobre as mulheres. O sistema patriarcal sempre deu domínio ao homem restringindo o direito das mulheres, por

exemplo, as ofensas sexuais feitas por mulheres foram tratadas mais severamente do que os cometidos por homens, a sexualidade das mulheres eram reguladas por seus maridos, as mulheres não possuíam título de posses e nenhum direito sobre alguma propriedade. Para Stearns (2007), o sistema patriarcal foi forte, poderoso e extenso, propagando uma cultura que plantou uma ideia de inferioridade e fragilidade das mulheres.

Alguns pontos são levantados por Stearns (2007) à respeito do papel das mulheres, de certa forma são pontos curiosos e interessantes, segundo o autor, com o surgimento das religiões politeístas, foram dadas imagens femininas aos deuses que cultuavam, que na maioria das vezes representavam forças geradoras associadas com a fecundidade, enfocando ainda mais o papel doméstico da mulher. Mas no decorrer da história, nas diferentes religiões vão ser dados papéis a certas divindades femininas que irão representar a mulher no contexto cultural da civilização, sendo exploradas essas características no decorrer da discussão sobre gênero. Outro ponto levantado pelo autor, apesar das mulheres se sentirem intimidadas e isoladas por conta do sistema em vigor, algumas mulheres poderiam manipular seus maridos e filhos, além de dar ordens a mulheres inferiores no ambiente doméstico, dependendo exclusivamente da classe social em que a mulher pertencia. De certa forma, vemos esses requisitos presentes na sociedade atual.

Durante o período inicial da construção da civilização, o sistema patriarcal não foi universal, ele sempre variou. Devido aos sistemas agrícolas e a própria civilização não incluíram todos os grupos populacionais e algumas dessas sociedades não geraram condições para o patriarcado se estabelecer. Mas também algumas sociedades patriarcais tinham uma própria variação de significados entre si. E o contato entre essas distintas sociedades patriarcais ou não poderiam causar rompimentos, sugerindo opções ou alternativas para a propagação de novos padrões, acontecendo somente quando o contato era realizado por um período prolongado.

Stearns (2007) exemplifica como se dava as relações de gênero em algumas sociedades. De início, o autor trabalha que o patriarcado grego, possuía as crenças normais de que a mulher seria um ser inferior e o seu principal papel era as obrigações domésticas, mas em algumas cidades-estados gregas possuíam reflexões diferentes, mas em geral, “não eram vistas como competentes perante a lei” (STEARNS, 2007, p. 49). Com a conquista dos macedônios sobre a Grécia, o patriarcado grego teve um grande desafio, já que as condições da sociedade helenística para as mulheres eram melhores comparadas ao sistema grego. No helenismo, as mulheres poderiam desempenhar um papel maior na política, podiam adquirir propriedades e administrar negócios, possuíam uma vida cultural mais ativa e houve um

maior interesse na representação do feminino na arte. Isso só foi possível pela mudança do governo para uma monarquia autocrática e pelos intercâmbios culturais entre as civilizações. Um ponto a ser levantado sobre essa maior abertura da lei que favorecia um pouco as mulheres, é que isso predominou particularmente nas classes altas da sociedade, já nas baixas talvez não tenham sofrido muitas alterações favoráveis.

Em relação a religião, a sociedade helenística foi muito influenciada por religiões originadas do Norte da África e do Oriente Médio. As chamadas religiões misteriosas realçavam muito o princípio feminino e poderiam desempenhar um papel central. Uma das funções mais expressivas dada as deusas, era reger os ciclos dos nascimentos e o renascimento da natureza. Em Roma, as deusas também foram muito exaltadas, principalmente Vênus que, segundo os romanos, era a deusa que possuía o poder orientador do universo.

Apesar da influência helenística em adotar algumas leis que permitissem à mulher possuir propriedades, a proteção contra acusações injustas e a abertura do sensual pela literatura, o patriarcado romano se manteve forte, tendo uma abordagem mais dura, pela volta da importância do papel masculino na família e sua autoridade. Apesar dos diversos contatos com outras culturas e até mesmo com a helenística, o patriarcado romano se manteve forte e poderoso sem possibilidades de uma reconfiguração.

No período clássico ao período pós clássico, permitiram o avanço dos vários contatos e trocas culturais entre as civilizações, possibilitando também a mudança e o avanço no desenvolvimento de sistemas de gênero que permitiam uma maior liberdade das mulheres, porém uma liberdade que não as tornassem iguais e tirassem a autoridade masculina. O sistema patriarcado em algumas civilizações foi praticamente o mesmo, as mulheres eram instadas a serem subservientes e suas responsabilidades estavam em exercer atividades domésticas. Stearns (2007) nos cita como exemplo a civilização chinesa, que a princípio possuía um sistema patriarcal forte e com os princípios de inferioridade da mulher. Mas com a emancipação do budismo na China, houve uma quebra de certos parâmetros em relação a gênero no sistema patriarcal chinês.

O budismo “era altamente ambivalente a respeito das mulheres” (STEARNS, 2007, p. 63), poderia representar a mulher como o mal, pelo seu poder de seduzir os homens, mas também retratar as mulheres como santas. O budismo também teve um importante papel em “neutralizar a visão chinesa de que o casamento e os deveres domésticos eram as únicas coisas apropriadas para uma mulher” (STEARNS, 2007, p. 64), possibilitando ter uma vida de atividades fora de casa, pelas visitas aos templos budistas. Também foi dado as mulheres a

oportunidade de ingressar em conventos e se transformarem em monjas, garantindo uma certa liberdade e uma opção para fugir do casamento. Essa independência que as mulheres possuíam nos conventos, as ajudaram a chegar no sistema político. Apesar de todos esses avanços, não houve uma redefinição do sistema. Ocorreram pequenas melhoras, mas nada que desacelerasse a piora das condições de vida das mulheres.

A influência budista perdeu sua força no século XIX, com a dinastia Tang, e houve a volta das ideias confucianas em um profundo senso de hierarquia. Durante esse período, foi resgatado a importância do respeito e da domesticidade das mulheres. Neste período também houve um crescimento econômico que ajudou no aumento das cidades, que propiciou o surgimento de mulheres urbanas para o entretenimento de homens ricos. E com o passar dos anos se expandiram restrições para boa parte das mulheres, aumentando a desigualdade entre os gêneros nas sociedades patriarcais. Saliento que a sociedade patriarcal da China serviu como exemplo para formar a sociedade japonesa, já que o Japão era influenciado diretamente pela China.

O Japão era bem flexível em relação aos relacionamentos culturais e de poder entre homens e mulheres, mas com o contato com a China, dona de um prestígio cultural muito forte, essas relações de gênero sofreram mudanças e imitaram os padrões chineses, mas não totalmente determinadas pelas normas chinesas. Caso contrário, ocorreu com os mongóis, a influência do sistema chinês de patriarcado foi mínima. Os mongóis avaliavam as mulheres por uma série de funções e detinham de uma importância na política, como também em conflitos armados. Por várias vezes, os contatos entre essas duas culturas, ocasionou conflitos em vez de gerar um sincretismo.

A aceleração dos contatos entre as principais culturas se deu a partir do ano de 1500, promovendo expansão e instrução da cultura européia. Um dos mais importantes contatos culturais ocorrido foi através das incursões realizadas pela Europa no continente Americano. A dominação européia afetaria as relações entre homens e mulheres, através da visão cristã. A medida que esse contato crescia, as condições das mulheres pioravam. Enquanto era reforçado a hierarquia de dominação do masculino e reforçava-se a deterioração do papel da mulher. Para Stearns (2007), as visões européias sobre as relações de gênero eram menos igualitárias do que a maioria dos grupos nativos americanos. Visto que as mudanças que ocorreram em relação aos papéis de gênero foram comandados pelo cristianismo, através da educação dos jesuítas.

De um modo geral, os jesuítas exerciam um controle da sexualidade nos mais variados grupos nativos, visto que as mulheres tinham uma liberdade sexual maior em relação

ao padrão europeu, além de reforçar a ideia da inferioridade e submissão no papel das mulheres, sendo vistas como “parideiras e agentes domésticos, irracionais e, com frequências problemáticas.” (STEARNS, 2007, p. 113). Embora esses contatos tenham sido eficazes em alguns grupos nativos americanos, outros grupos resistiam e existia uma expressiva oposição feminina em relação a perda de certas liberdades que possuíam. Vendo isso, houve uma preocupação por parte dos missionários de que a supremacia masculina poderia estar ameaçada pela dificuldade do homem convertido não alcançar a obediência da mulher, juntamente com a preocupação do comportamento sexual, onde os jesuítas “consideravam as mulheres sexualmente provocadoras e devassas” (STEARNS, 2007, p. 117). Como solução foi instaurado o casamento cristão, sendo o homem dominante e a mulher sujeita a obedecer e a servir.

Durante esse período houve uma reestruturação intensa nas relações de gênero, com a pressão imposta pelos jesuítas de que qualquer atitude “errônea” cometida pela mulher poderia ser considerado um pecado, enquanto aumentava a soberania do homem por aceitar essas formas de desigualdades justificando o seu papel masculino na sociedade. Stearns (2007), afirma que esse intercâmbio cultural entre europeus e nativos americanos, contribuiu para trazer uma imagem extrema da mulher virtuosa e doméstica que se formou na Europa, para a América, como significado de uma identidade contra os hábitos nativos que eram considerados selvagens e errados. Contribuindo para uma controversia durante a história das mulheres na sociedade, Stearns (2007), afirma:

[...] quando as mulheres brancas começaram, no final do século XIX, a se manifestar por novos direitos, tais como posse de propriedade, exigiram com frequência, e sem saber, o que as mulheres índias haviam tido – mas haviam perdido como resultado dos contatos com os brancos. (STEARNS, 2007, p. 124)

Em contrapartida, a Índia era uma sociedade bem estabelecida com o seu patriarcado, “na qual o domínio masculino e os arranjos matrimoniais feitos pelos pais eram fermentados pelo louvor á beleza e a sensualidade das mulheres, sua inteligência e seu papel como mãe” (STEARNS, 2007, p. 128). A religião hindú acredita na inferioridade da mulher. Apesar disso, as mulheres tinha participação na comunidade divina, porque tinham os mesmos objetivos de se fundirem com a essência divina. Percebe-se que existe uma diferenciação no modo de tratar as mulheres se comparadas as civilizações já discutidas. Apesar de existir um posicionamento de inferioridade, características como inteligência, beleza e sensualidade, são qualidades bem vistas por parte da sociedade e não algo que eram

julgados como capazes de atrapalhar a superioridade masculina.

Na Grã-Bretanha, os valores de gênero estavam passando por transformações. Com a industrialização, muitas mulheres perderam postos de trabalhos nas fábricas, crescendo o pensamento de que mulheres respeitáveis não deveriam trabalhar fora de casa. Esse processo contribuiu para que as mulheres fossem direcionadas a uma maior permanência na família e de ter um controle maior da sua sexualidade. Nesse período a educação das mulheres aumentou e tornaram-se mais conscientes de que crianças demais seria prejudicial para elas e para sociedade, fazendo com que a taxa de natalidade diminuísse. A partir daí, mulheres obtiveram um espaço maior na sociedade e na luta para garantir espaços. Leis foram estabelecidas e passaram a ter permissão ao direito a propriedades e o acesso ao divórcio. Surgiu também um movimento feminista para lutar por mais direitos para as mulheres.

Vai emergindo um novo modelo para vida social das mulheres e os grandes contatos e trocas culturais entre as civilizações, apesar do forte predomínio do sistema patriarcal. Inúmeras civilizações foram influenciadas e os antigos sistemas patriarcais tiveram que se adaptar para atender algumas necessidades femininas. Acentuo, na medida em que os modelos ocidentais eram impostos em algumas colônias, tradições seculares eram quebrados para impor uma nova forma de organização familiar e novas formas de relações homem-mulher. Certos direitos eram restringidos as mulheres, mas ao mesmo tempo promoviam a educação, inicialmente com atividades que favoreciam as habilidades domésticas, mas que logo implantaram uma educação moral, que desencadearam novos tipos de atividades econômicas e organizações femininas.

Stearns (2007) cita como ocorreu a influência do ocidente na Rússia. Como toda sociedade patriarcal, o papel da mulher na Rússia estava para as atividades domésticas e maternidade, também não participavam de eventos sociais e quando saíam em público faziam o uso de véu. Com as reformas de Pedro, o Grande, tudo iria mudar de uma forma vagarosa porque houve resistência por parte de conservadores russos. Nas mudanças propostas por Pedro estavam o fim do casamento arranjado, as influências da moda francesa no vestuário, com o uso de cores mais claras e modas variadas, o acesso a educação formal e a oportunidade de aprender línguas do Ocidente. As mulheres passam a ter um maior contato com as ideias de filósofos iluministas, a partir da intervenção de Catarina, a Grande, que deu abertura para meninas de origem mais humilde o acesso à educação. Foi um período em que eliminou as diferenças educacionais entre meninos e meninas.

Houve um certo recuo por conta do conservadorismo, mas a independência intelectual persistiu. Apesar dessa resistência, a influência ocidental teve impactos

importantes. Inicialmente houve uma idealização da mulher por parte de escritores rusos. Posteriormente com as ideias ocidentais de liberdade, as mulheres começaram a participar de movimentos radicais, surgindo um movimento feminista, como o exemplo o ocidental, além da participação em movimentos como o anarquismo e o nihilista. Apesar do triunfo da ideologia marxista, com a Revolução Russa, carregada de conservadorismo em termos de família, foi permitido que a mulher possuísse uma certa liberdade, através de uma educação massiva e total, e oportunidades de trabalho. Por fim, para Stearns (2007, p.170), “os modelos culturais do Ocidente, incluindo o marxismo, junto com padrões educacionais e de família, forneceram alternativas às condições russas e encorajaram fortes movimentos por mudanças.”

No século XX, apareceu um novo arranjo na estrutura dos contatos entre as civilizações, vindo o surgimento de movimentos e instituições que iriam influenciar nas relações entre homens e mulheres. Um desses movimentos foi o feminismo, surgido, inicialmente, na Grã-Bretanha e Estados Unidos, no século XIX, que veio para reivindicar mudanças nas relações de gênero. Stearns (2007) afirma, “o feminismo organizado refletiu novas idéias, avanço na educação das mulheres e também a percepção de que os direitos e o poder econômico dos homens estavam sobrepujando os das mulheres. Os ideais do feminismo se tornaram variantes. A partir de 1900, elas reivindicavam a oportunidade de votar e de direitos igualitários. E nos anos 1960, reivindicavam um ambiente igualitário no trabalho. Os ideais feministas manifestou-se com uma força internacional influenciando organizações internacionais, bem como grupos de mulheres de diferentes civilizações.

Como exemplo, Stearns (2007) nos mostra mais uma vez o sistema chinês em relação a todas essas influências que surgiam no final do século XIX e início do século XX. Sabe-se que o sistema patriarcal chinês era clássico e bastante influenciado pelo confucionismo. Esse sistema filosófico chinês oferecia trabalhos vitais às mulheres, principalmente na agricultura, mas eram considerados também como inferiores. O contato da China com outras civilizações internacionais se deu de forma lenta, realizando apenas pequenos ajustes no governo e nos serviços militares, dificultando assim, o processo de reformas e mudanças nas relações de gênero, mesmo com um movimento feminista já formado e uma pressão internacional de uma rápida investida em favor dos direitos das mulheres.

A inserção do movimento feminista na China, se deu com o auxílio dos missionários cristãos, que criticavam práticas tradicionais chinesas, como os amarramentos dos pés e a criação de escolas para meninas, e aos protestantes que patrocinavam um grupo contínuo de alunas a estudarem no exterior, geralmente no berço dos movimentos feministas,

em universidades européias e americanas. Em 1980, foi criado um pacote de reformas para levar a China ao patamar de uma nação moderna e bem vista aos olhos das grandes civilizações internacionais. As questões sobre as mulheres foram colocadas nessa reforma. Dentro das causas dessa reforma que favoreciam as mulheres, estavam o fim da prática de amarração dos pés e o favorecimento à educação das mulheres baseada nos modelos ocidentais. Durante esse período, surgiram revistas femininas defendendo essas mudanças da reforma. Começava-se a formar grupos de mulheres, para discutir diversos assuntos e assim tiveram uma expressiva participação na criação de sociedades revolucionárias. Com a derrubada da dinastia imperial, surgiram campanhas a favor do direito ao voto. Mas esse alcance feminista foi mínimo nas zonas rurais, já que as mulheres dessas zonas acreditavam que as melhores mudanças se deram por conta da propagação de fábricas estrangeiras nessas zonas.

Em 1920, intensificou-se a adesão de uma forma mais intensa dos modelos ocidentais. Ocorreram mudanças no modo de vestir das mulheres. Estudantes chinesas usavam roupas ocidentais e penteavam seus cabelos em estilos modernos. Líderes feministas, também começaram a adotar o estilo ocidental de se vestir e até mesmo o estilo dos homens chineses, como símbolo de uma expressão libertadora. Além dessa mudança na moda, vieram novas reivindicações, como: a igualdade e liberdade de escolha para o casamento, o aprimoramento das condições de trabalho nas fábricas, leis mais liberais para o divórcio e ataques à prostituição.

Mas, nos fins dos anos 1920, houve uma expressiva queda nas influências ocidentais e a luta pelo direito ao sufrágio pelos movimentos feministas estavam enfraquecendo. Por conta disso, os olhos dos movimentos feministas se voltaram para um novo modelo estrangeiro, o marxismo da União Soviética. Stearns (2007) explica, “As condições russas pareciam prometer mudança sistemática, tanto para mulheres como para outros grupos, e isso significa afastar a atenção de preocupações limitadas com casamento ou sufrágio, voltando-se para ataques mais radicais às condições socioeconômicas que mantinham as mulheres dependentes”. O marxismo buscava lutar por mudanças, principalmente na busca de liberdade de todos que eram oprimidos. Líderes russos começaram a destacar as mulheres em posições visíveis e de liderança, defendiam os direitos da mulher ao trabalho e ao voto, ao mesmo tempo, os líderes chineses seguiram os mesmos passos e desenvolveram objetivos que garantissem o direito das mulheres. A princípio os líderes comunistas chineses estavam incomodados com essa demanda pelos direitos femininos, mas logo perceberam a importância da classe trabalhadora e dos movimentos

feministas para instaurar uma reestruturação das relações de gênero, e começaram a defender as reivindicações femininas, principalmente, uma emancipação por parte das mulheres, liberando-as das atividades domésticas para dar-lhes participação na vida social, econômica, política e cultural da sociedade.

Nesse período as mulheres foram recrutadas a participar como representantes do Partido Comunista. Com a vitória dos comunistas sobre os nacionalistas em 1949, uma nova constituição foi promulgada, garantindo direitos igualitários para homens e mulheres. Stearns (2007) cita um trecho da constituição, “As mulheres devem gozar de direitos iguais dos homens na vida política, econômica, cultural, educacional e social.” Leis foram outorgadas e garantiam o direito ao divórcio, a livre escolha do parceiro para o casamento, a expansão da educação para todas as mulheres e o direito ao emprego em fábricas e outros setores que as tirassem das atividades domésticas, resultando em uma ampliação das mudanças nas relações familiares por conta dos novos papéis que foram designados as mulheres, possibilitando uma nova reformulação do conceito e o abandono do velho sistema patriarcal inalterado chinês, aos olhos de estrangeiros.

Stearns (2007) cita algumas influências, como a das mídias televisivas que tiveram uma pequena influência no universo feminino, pois a mídia pouco representava as mudanças ocorridas na sociedade em relação às mulheres. As mulheres não eram retratadas no trabalho além do doméstico, e as que raramente eram mostradas trabalhando fora de casa, às definiam como insubordinadas e até mesmo arrogantes. Na realidade muitos programas de televisão produziam uma imagem da mulher como objeto sexual, “como predadoras sexuais naturais e legitimadas” (STEARNS, 2007, p. 241). O papel da mulher na mídia podia ser definido como dependentes. Como esposas e mães no serviço doméstico, usufruem de um atrativo sexual para conseguir o que querem, mas nunca representadas de uma forma racional, ativa e como membros de uma sociedade. Apesar de algumas culturas promoverem histórias sobre heróinas, nunca retrata a verdadeira condição da mulher no seu cotidiano. Apesar dessa situação estar mudando a vagarosos passos atualmente, Stearns (2007), justifica em um trecho, a real situação identificada para que ocorra essa lentidão na representação do verdadeiro estado da mulher na sociedade.

Em suma, a própria mídia internacional dificilmente funcionará como badularte de inovação fundamental na questão de gênero. É revelador que algumas das mudanças mais drásticas que a mídia promove, como as mudanças nos hábitos alimentares das jovens, envolvam não novas afirmações de poder, mas uma redefinição do que é preciso para se tornar bonita e atraente sexualmente. É fácil concluir, dos programas

mais assitidos no mundo, que o patriarcado continuará reinando: os homens decidem as coisas, as mulheres se empenham em agradá-los. (STEARNS, 2007, p. 242).

A representatividade da mulher perante sua história da sociedade é marcada pela inferioridade e submissão do seu papel. No decorrer da história, com os constantes intercâmbios culturais houve diversas mudanças nas questões de gênero, ocasionando melhoras ou não no papel da mulher dentro das civilizações. Essa representação se reflete em diversos aspectos e expressões culturais presentes na sociedade. Vemos essa representação, se olharmos atentamente a retratação da mulher nas mídias. Fica nítido o quanto as relações entre o masculino e feminino são desiguais. O papel da mulher sempre vai estar ligados ao universo masculino. Principalmente na indústria de *games*, já que é um mercado com um forte domínio masculino, mais a frente veremos como ocorre essa distinção.

4 A SENSUALIDADE FEMININA – PERSPECTIVAS, CULTURA E REALIZAÇÃO

O caminho a respeito da representatividade e papel da mulher foi movido por muitas lutas contra um sistema que sempre favoreceu o domínio do homem. Durante a história das relações de gênero se percebe o quanto o sistema patriarcal foi cruel com a representatividade da mulher nas civilizações influenciadas por ele. Pode-se ressaltar que essa influência não foi uniforme, mas sim aconteceram de diferentes formas. Conquanto não haja evidência da existência de sociedades matriarcais, segundo Zerzan (2010), há o reconhecimento entre antropólogos e feministas que houve um longo período de igualitarismo entre homens e mulheres no sentido de caçarem e coletarem, e “a autonomia da mulher nas sociedades coletoras tem raízes no fato dos recursos materiais para subsistência estarem igualmente disponíveis para as mulheres e os homens em suas respectivas esferas de atividade.” (p. 2). Quando os grupos de coletores desenvolveram funções especializadas, as estruturas de parentesco formaram relações com poder diferenciado entre os sexos, concentrando nos homens o controle da natureza, da família e das mulheres, originando o patriarcado. Mas também houve civilizações que abriram suas portas para o patriarcado dominar todo o governo ditando normas para as relações homem-mulher. O que essas influências e dominação do sistema patriarcal tiveram em comum entre todas essas civilizações?

4.1 A sensualidade e as mídias.

Com a inapropriação do papel feminino na sociedade, a mulher tornou-se um ser subjugado perante o domínio do homem, seu papel era exclusivamente ligado à atividade doméstica e à maternidade. Durante a maior parte da história das civilizações, a beleza da mulher não foi enaltecida, “[...] a mulher não representou de modo algum a encarnação suprema de beleza, seus encantos não se beneficiaram nem de uma condição muito elevada nem de um tratamento artístico privilegiado” (LIPOVETSKY, 2000, p. 102). Como já foi abordado, a construção do papel submisso da mulher na história da sociedade, abre-se um parâmetro sobre a construção da sensualidade ligada ao sexo feminino com o intuito de entender sua apropriação pelas mídias, especificamente, os jogos digitais. É na sociedade moderna que a mulher emerge como o belo sexo, tendo como atributo a beleza e o poder da sedução, porém continuado como submissa e discriminada, sendo objetificada de acordo com os interesses e a dinâmica do mercado.

Assim, as mídias, muitas vezes, usam a beleza feminina como um artifício de sedução para os diversos fins e objetivos propostos por elas. Não só as mídias, mas também a arte e a literatura usufruíram de tal artifício, mas com propostas diferentes, porém essas áreas usufruíram de um ponto em comum, a utilização do corpo da mulher para a prática da sedução. Quando utilizo a palavra “sedução” não tento levar para um caráter sensual que está relacionado à prática sexual ou plano amoroso, mas sim em um caráter de atrair por meio da atenção para fins persuasivos. Em qualquer arte da sedução, o corpo é o principal elemento para a persuasão, Sanchez (2014) sustenta a visão de que o corpo se converte em um disfarce, transformando-se em um artifício capaz de ativar e a sobre dimensionar uma forma de ser ou aparentar, ou seja, é uma maneira de inventar uma aparência que não condiz com a verdadeira realidade capaz de seduzir, manipular, estimular algum indivíduo para obter algum benefício.

É necessário levar em conta, que a arte de seduzir sofre influências de modelos estéticos que estejam de acordo com os padrões instaurados pela sociedade. Para Sanchez (2014), “[...], a representação do corpo sedutor é performativa, se constroeu por meio de atos de repetição e está determinado pelos valores estéticos (e étnicos) próprios de cada comunidade, atribuídos de forma diferenciada aos corpos que regula e que configura como corpos sensuais”.¹³ Como a sedução lida com diversas aparências disfarçadas, podemos conceituá-la como um agente que permite o romper ou dar um novo significado aos padrões

¹³ Tradução do autor do trecho presente no “Nuevos itinerarios corporales de seducción. La estética del contorno genital” da autora Isabel Ortega Sánchez (2014).

de gênero existentes, pois possui uma potencialidade de subversão, sendo capaz de criar novas alternativas de seduzir.

Abrindo um parâmetro histórico, para Sánchez (2014), nas sociedades modernas existe uma relação entre a sedução e a mulher, quando consideramos que o êxito social da mulher está ligado diretamente com sua capacidade de seduzir, incitar e de fazer-se admirar. Foram imposições da história da sociedade patriarcal, onde a mulher se firma como objeto da visão do homem, seduzindo através do olhar e da sua contemplação como um ser belo. Vinda através da cultura, denominado por Lipovetsky (2000), de “belo sexo”, definido como “reconhecimento explícito e 'teorizado' da superioridade estética do feminino e glorificação hiperbólica de seus atributos físicos e espirituais”. (LIPOVETSKY, 2000, p. 113)

Mas essa hierarquização da beleza feminina não foi instituída de forma imediata, como já foi discutido, a sociedade patriarcal estabelecia um papel subjugado à mulher em todos os aspectos e principalmente em relação à beleza. A ordem patriarcal não admitia nenhum tipo de hierarquia que tornasse a mulher superior ao homem. Consolidando esse parâmetro histórico do reconhecimento da beleza feminina, parte do estudo de como se deu a representação da mulher na arte até chegar ao período da idolatria do belo sexo e suas influências.

4.2 Em busca da cultura do “belo sexo”.

Inicialmente, Lipovetsky (2000) parte do estudo da representação feminina durante os períodos primitivos. Na arte presente no período paleolítico, já existia uma retratação do feminino, em um número menor se comparado os outros tipos de representação, por exemplo, nas imagens criadas para representar o feminino, existiam partes do corpo proeminentes e avantajadas, como seios, ancas e abdômen, carregados de um forte simbolismo em que remetia a ideia de fecundidade. Posteriormente, durante o período neolítico, apesar de já possuir uma representação da mulher maior, sempre continuaram com o mesmo teor, imagens femininas simbolizam a fecundidade, há certa melhora na retratação, o sexo passa a ser mais marcado, nádegas e seios volumosos, rosto pouco elaborado, mas ganha uma maior humanização por uma atenção que vai ser dirigida ao rosto e ao olhar.

No Oriente Próximo, as figuras femininas foram mais abundantes, mais representadas, mas é o período em que irá aparecer as imagens das primeiras divindades femininas - “deusas-mães”. As imagens eram reproduzidas de formas exageradas e deformadas, representando a fertilidade e um caráter exaltado, representando um sistema

hierarquizado, pois a mulher está um sagrado acima do que o homem. Mas não atribuía valor a beleza feminina, e sim a dona da fecundidade, a que possui forças incontroladoras e a que detêm do poder superior da vida e da morte. Durante todo o período, “a beleza feminina não era exaltada, nem descrita, nem admirada que a dos homens, não aparece como uma propriedade distinta da mulher”. (LIPOVETSKY, 2000, p. 104)

Essas características, pertencentes às civilizações primitivas esteve presente em toda a história da humanidade até o século XX. Desde quando se criou a agricultura e as sociedades começaram a adotar o patriarcalismo, houve um menosprezo pelos encantos femininos que muitas vezes foram reprimidos e/ ou punidos. Nas sociedades patriarcais identificavam o poder atrativo da beleza, mas não existia uma vontade de admirar ou lisonjear, mas era comum a mentalidade de desvalorizar e muitas vezes, associar a beleza como algo diabólico. O papel da mulher era exclusivamente ligado à fecundidade, na criação dos filhos e nos deveres domésticos. A beleza não se tornou critério de beneficiamento para uma hierarquização e uma diferenciação entre os gêneros.

A idolatria da beleza da mulher não poderia manifestar-se nas sociedades patriarcais, nas quais o homem é considerado e ao mesmo tempo se considera um ser superior às mulheres. Apesar das mulheres possuírem características reconhecidas, nenhuma delas elevadas ao patamar superior aos homens. O patriarcalismo sempre foi uma cultura que menosprezava e não permitia a autonomia de outros subconjuntos de sujeitos, era inadmissível um código social que fosse a favor ou bajular o feminismo que sempre teve um valor negativo e que sempre foi subalterno ao papel masculino. Lipovetsky (2000) explica, “as sociedades exóticas se opõem à sacralização do belo sexo, o qual, ao criar uma expressão de distinção honorífica própria das mulheres, permitiria não apenas instituir sua ascendência sobre os homens, como também a busca de fins individuais, com o risco de escapar ao controle da ordem coletiva.” (LIPOVETSKY, 2000, p. 107).

Para dar início a uma adesão da valorização da beleza feminina e contrariar os ideais pregados pelo patriarcalismo, foi necessário o surgimento de divisão de classes, entre ricos e pobres, como foi colocado na história do papel da mulher. A classe de mulheres ricas era diretamente influenciada por qualquer evolução. Essa valorização da beleza se mostrou presente na classe de mulheres ricas, também chamadas por Lipovetsky (2000, p. 107), “de categoria de mulheres isentas de trabalho”. Como resultado, houve uma estreita relação entre feminilidade e práticas de beleza, as mulheres passaram a usar maquiagem, a usar adornos e se fazerem-se belas para sua distração e uma forma de agradar o marido. Existiram civilizações que foram contrárias a esse tipo de valorização, como exemplo, a civilização

romana. Com o contato entre as civilizações que foram dominadas pelo império romano, jóias, sedas importadas e outros adornos se tornaram moda entre as mulheres romanas. Uma sociedade que prezava por uma vida simples, agora se viu dominada indiretamente por uma valorização estética pelas mulheres. O que ocasionou um debate político e, conseqüentemente, a criação da lei opiana que limitava o uso de adornos e roupas para as mulheres.

Durante o ano de 195 a.C., as mulheres foram às ruas reivindicar o uso de adornos que favorecessem ao luxo em que estavam acostumadas. O Senado abriu novamente uma discussão para a revogação da lei. Stearns (2007) transcreve um trecho do texto a favor da revogação da lei opiana e que resultou na anulação da mesma, que diz:

As mulheres não podem partilhar a magistratura, sacerdócio, triunfos, insígnias oficiais, presentes, ou despojos da guerra: elegância, fineza de lindas roupas são as insígnias das mulheres, e nisso elas encontram alegria e ficam orgulhosas, e é isso que nossos antepassados chamavam do mundo da mulher. (STEARNS, 2007, p. 57-58)

Com o início da busca pelo embelezamento feminino, ao mesmo tempo, surge artifícios que vão marcar uma posição superior e unir laços que caracterizam o culto da beleza feminina e os valores aristocráticos. Mas isso não pode ser chamado ainda pelo início do culto ao belo sexo. Esses valores aristocráticos se dão pela criação da categoria mencionada anteriormente, mulheres ricas e ociosas vão ser sempre mulheres belas, por possuírem condições e tempo para se cuidarem. Partindo dessa consideração, a beleza será incompatível com o trabalho exercido pela mulher. Portanto, o reconhecimento da beleza feminina alcançou um novo patamar, um outro nível dentro da hierarquia social das civilizações patriarcais.

Essa recongnição do embelezamento feminino se iniciou pela mitologia em deusas presentes na civilização grega. As deusas eram representadas e caracterizadas como seres essências e com alto grau de beleza. Com a mitologia em torno de certas figuras femininas, acreditava-se que “se a mulher é um mal, ela o é ainda mais porque é bela e sedutora” (LIPOVETSKY, 2000, p. 108). Até metade do século V, as representações femininas no campo da escultura eram caracterizadas por um corpo masculinizado. Posteriormente, os escultores passaram a retratar as mulheres de uma forma mais harmoniosa, com proporções mais realísticas, ideais e próximas do corpo feminino exaltado, com seios fartos, cinturas mais finas, ou seja, o corpo da mulher ganha uma nova simbologia, a purificação das formas e a busca pela beleza ideal, perdendo a simbologia exclusiva da fecundidade.

Por certo, os gregos louvaram os encantos femininos, porém não a colocaram como ápice da beleza porque possuíam uma admiração pela perfeição do viril, da masculinidade, da beleza de homens jovens e a beleza feminina sempre veio carregada de atributos negativos, “um ser de astúcia e de mentira, um perigo terrível que se oculta sob os traços da sedução” (LIPOVETSKY, 2000, p. 111). No qual, rejeitando a identificação da mulher como um ser privilegiado do belo sexo, estaria recusando uma hierarquia em que o domínio seria feminino, sendo uma ideologia própria do patriarcalismo a conservação da supremacia masculina.

Ao longo dos séculos até a Idade Média, e alguns anos depois dela, prolongou-se a ideologia de que a beleza feminina tinha um caráter maligno e todos os seus adornos e maquiagens eram trapaças desonestas, armas diabólicas de sedução e tipicamente do universo feminino. Durante os séculos de domínio judaico-cristão aumentou a hostilidade em relação à aparência feminina. Qualquer celebração da beleza do feminino era caracterizada como um atrativo maligno e condenadas pela Igreja. Foi o período em que a representatividade feminina teve seu declínio. Na arte medieval, eram retratados e reproduzidos somente o que a Bíblia trazia, a verdade das escrituras que simboliza o sagrado invisível. O gênero feminino era caracterizado pela raiz do mal, a admiração pelo corpo sedutor é sinônimo de um poder enganador, mentiroso e astuto que deve despertar a desconfiança, no qual propaga a ideologia do medo da beleza feminina.

Foi difícil a perda dessa ideologia. A Igreja teve uma influência grande dentro das civilizações. A cultura pelo belo sexo teve um árduo caminho. Durante sua concepção, tiveram iniciativas durante alguns anos, mas se preservou estático durante os séculos em que a Igreja manteve seu controle na hierarquia das civilizações. Lipovsky (2000) explica a necessidade para que a cultura do belo sexo se firmasse nas civilizações, para ele: “Para que se constituísse a sagração do belo sexo, foi preciso não apenas a beleza feminina se impregnasse de uma nova significação positiva, mas também que a própria arte se atribuísse uma finalidade outra que não a de ser uma linguagem teológica escrita” (LIPOVETSKY, 2000, p. 113).

4.3 O florescer de Vênus.

A partir dos séculos XV e XVI, a beleza da mulher vai ser realçada. Entra em um processo de dignificação e a celebração de uma estética simbolizada pelo divino, estabelecendo uma ruptura com a diabolização tradicional da aparência feminina. Surge,

então, a adoração pela cultura do “Belo Sexo”, sendo considerada uma concepção da Renascença. A cultura do belo sexo contribuiu para um reconhecimento nítido e metódico da ideologia de superioridade e personificação da suprema beleza feminina e sua exagerada glorificação de atributos físicos e espirituais. Ou seja, a cultura do belo sexo usufruiu de ferramentas e métodos que irão enaltecer o gênero feminino dentro de uma sociedade marcada por uma ideologia que sempre a subjogou e a menosprezou, elevando a beleza feminina à condição angelical, que manifesta beleza e virtudes superiores que a dos homens.

À medida que uma misoginia dominante estabelecia a velha ideologia de que a mulher era um ser perigoso, cheio de malícia, libidinoso e indisciplinado, surgia, ao mesmo tempo, a literatura que exaltava e glorificava a beleza e os encantos do sexo feminino. Uma das artes pioneiras e que representou bem a cultura do belo sexo, foi a pintura “Nascimento de Vênus”, do artista Botticelli, no século XV. Foi uma pintura carregada de simbolismos e significados que exaltavam o feminino, desprendendo-o da associação da mulher com o pecado, permitindo uma aproximação de Vênus com a imagem sacra da Virgem Maria, idolatrada pelos cristãos. No período em que a Igreja dominava, a imagem da Virgem Maria, não representava a mulher, mas ela estava em um patamar superior por ser mãe de Cristo. Vênus serviu como um espírito neoplatônico que traz aspectos positivos a beleza feminina, livrando-a das conotações negativas. Ela foi representada de uma forma lânguida, que evoca a ideia de uma mulher a ser contemplada e desejada, uma mulher desapossada de si mesma, sendo o sonho de posse de qualquer homem.

Durante a história da beleza, a concepção moderna foi influenciada pela oposição entre duas concepções, a tradicional e a clássica. Na concepção tradicional, a beleza não possui autonomia e não se separa das virtudes morais, a beleza das pessoas é dotada de pouco valor, há uma hierarquia estética dos sexos e que foi dominada pela predominância da valorização social da beleza feminina. Na concepção clássica, a beleza se separa das virtudes morais, suas características são exclusivamente físicas, dotada de um valor estético e sexual. Mas essa comparação limita o verdadeiro sentido do processo de autonomização da condição da beleza e engana a verdade sobre a história da idolatria do belo sexo. Em verdade, a beleza entra no período moderno quando a mulher é exaltada como a supremacia do ser belo. Essa idolatria ao culto do belo sexo exprime uma cultura e uma hierarquia da própria existência da era moderna. A beleza feminal se transforma em um assunto nobre, servindo como objeto de estudo e de uma reflexão específica.

Durante a Renascença, a beleza entra em um processo de interrogação, de conceitualização e valorização, no gênero literário. Os “brasões” se tornam mais famosos e o

corpo feminino se beneficia do ar poético, nenhuma parte do corpo feminino escapa da glorificação dos poetas. Portanto, a cultura do belo sexo passa a obedecer a uma lógica de especialização e de normalização sistemática, ou seja, obedece a um conjunto de normas estéticas que irão promover uma diferenciação, o processo de racionalização moderna, nas aparências estéticas entre homens e mulheres,

Toda essa adoração pelo feminino possui o seu lado positivo e o negativo. De pontos negativos, a cultura do belo sexo não trouxe nenhuma melhoria para as relações de hierarquias, somente reforçou o caráter frágil, passiva e de dependência em relação aos homens. Idealizaram um ser imaginário e não real. Os brasões anunciavam o corpo feminino como se fosse um objeto de desejo de um jogo sofisticado e elegante. Enfim, toda essa idolatria pelo belo sexo somente continuou a propagação da dominação masculina e a negação da mulher por outros meios.

Porém, os benefícios e mudanças proporcionados pela adoração do feminino, deu a mulher um poder dignificado, exaltado e cercado de homenagens enfáticas que conferiu títulos de nobreza, prestígio e riqueza simbólica, impulsionando uma promoção do ser feminino. Gerou reconhecimento da dignidade social da mulher carregada de menos conceitos ameaçadores em relação à beleza feminina, para um posto de natureza mais familiar, resultando em uma posição que desse para perceber uma diferenciação dos sexos.

Ao passar dos séculos, a beleza feminina se tornou uma notável constante. Celebrada por artistas e, ao mesmo tempo, assimilada a uma armadilha mortífera. Objeto de veneração, mas que despertava a desconfiança dos homens. O período da Renascença, não trouxe uma mudança dessa ambivalência, a beleza perigosa perdurou nos costumes e nas artes. Tal mudança vai ocorrer de fato, somente no século XX. Antes do período da Renascença, predominou o caráter teólogo dos séculos cristãos, a beleza era instrumento do mal, a mulher era considerada uma criatura vaidosa e viciosa. Encarnação do mal, seu corpo e seus adornos, eram instrumentos que levavam a perdição do homem. A beleza feminina inspirava medo e desconfiança, durante este período. Durante os séculos XVII e XVIII, períodos pós-renascentistas, os atrativos naturais femininos ainda estão ligados a ruína e a perdição, mas existe uma oposição dos grandes estereótipos clássicos, como a pureza e a luxúria, a beleza virginal e a beleza destruidora. Essa bipolaridade antinômica perde sua força no segundo terço do século XX.

4.4 A nova era da sensualidade.

No século XX, o cinema foi pioneiro na perda desses estereótipos ambivalentes, com a adição de novos estereótipos, como “a figura nova da *good-bad girl*, a mulher *vamp*, mas de coração terno, sedutora, mas não perversa” (LIPOVETSKY, 2000, p. 172). Ou seja, um novo arquétipo é criado em oposição ao tradicional estereótipo da mulher ingênua e a desejada por todos os homens, sendo o fim da velha estética da beleza maldita e o ingresso da estética *sexy*, mulher que possui a sua aparência erotizada, mas com sentimentos, uma mulher *sexy-appeal*, mas de alma autêntica. Essa estética foi criada nos anos 1940 e 1950, por desenhistas e fotógrafos, originando um novo estilo de beleza, a *pin-up*. Lipovetsky (2000) define o papel da *pin-up* durante o seu surgimento, afirmando:

Com suas pernas longas, seu relevo mamário, suas nádegas bem-feitas, as *pin-up* de Varga, de Petty ou de Driben são provocantes, mas não perversas, excitantes, mas não devoradoras. Esbelta, saudável, sorridente, a *pin-up* não tem mais nada de diabólico, parece-se mais com uma boneca sexual brincalhona do que uma fêmea louva-a-deus, que devora o macho. Pela primeira vez, o *sex-appeal* se conjuga com a jovialidade e o humor alegre: nos pôsteres a *pin-up* aparece sob disfarces diversos ou em uma situação burlesca, exhibe-se brejeira, feliz da vida, com um brilho malicioso no olhar. A *pin-up* é o erotismo feminino menos o satanismo da carne, mas a vitalidade jovial. (LIPOVETSKY, 2000, p. 172 – 173).

A imagem da *pin-up* propagou uma libido feminino longe de qualquer culpa, propiciou uma liberdade da sedução feminina de mostrar-se um *sexy* moderno, direto, lúdico, sem nenhum mistério e nenhuma preocupação. Representa uma nova feminilidade que idealiza um erotismo natural, desinibido, juvenil, mostrado pelo uso de vestidos decotados, saias coladas em cenas de danças ardentes e sensuais, banhos e *strip-tease*. O estereótipo da *pin-up* foi originado da junção de duas lógicas, a primeira a lógica moderna, “concretizada na estética do corpo esbelto, nas pernas longas, no *keep smiling*, num *sex-appeal* desdramatizado e lúdico” (LIPOVETSKY, 2000, p. 174). A segunda, uma lógica tradicional, vai recompor traços de uma feminidade representativa dos desejos masculinos, uma mulher objetificada, com os clássicos atrativos exagerados, seios fartos e volumosos, nádegas grandes, em poses provocantes e uma hipererotização dos olhos e da boca, não representando de nenhuma forma uma identidade feminina emancipada e independente.

Lipovetsky (2000) afirma que os encantos femininos passam a se associar a fama e a riqueza, uma felicidade ao luxo, e surgem dois grandes arquétipos que representam isso. O primeiro originado pelo cinema, desde os anos 1910, a estrela. Não existiu estrela que não possuísse uma beleza estonteante e inigualável, sempre foram consideradas objetos de

adoração e admiração por todos. Uma estrela sempre estava ao topo da sociedade, possuía um status social, riqueza, uma vida que era desejada por todos. A estrela se torna um modelo de vida ideal para a sociedade, uma mulher bela, mas extremamente boa, uma boa mãe que cuida atentamente de seus filhos, uma mulher que participa de atividades de caridade e em lutas por boas causas.

Observa-se agora uma nova promoção da beleza feminina. “A mais-valia da beleza feminina se concretiza em um mercado midiático e não mais sexual” (LIPOVETSKY, 2000, p. 177). A beleza feminina perde o conceito de que uma mulher ganha status e riqueza através de favores sexuais e se estabelece com um novo poder que servirá de modelo para outras. A mulher agora quer conquistar um conhecimento mundial que a torne uma celebridade, ser admirada por todos, viver uma vida luxuosa pela sua atividade profissional reconhecida socialmente. A estrela se torna símbolo da era democrática, e a beleza, consagra-a socialmente igual aos homens. Nessa época democrática da beleza, a sedução feminina é ressignificada, ganha uma nova imagem, considerada um meio de reconhecimento social, de sucesso material e também profissional.

Ao mesmo tempo em que surgia a estrela no cinema, no mundo da moda, fotografia e publicidade se origina o segundo arquétipo que representa a beleza feminina moderna, a manequim. O poder desta não tem como alvo os homens, mas sim as próprias mulheres. A manequim sempre se mostra maquiada e elegante, tem um ar diferente que mostra uma beleza para a moda e não para o desejo masculino, mas sim para seduzir as próprias mulheres, enquanto público consumidor de moda e revistas. A manequim sempre se apresenta com um ar mais puro, uma sedução e um narcisismo superficial, mostrando a superficialidade da moda, uma beleza elegante e chique. Para Lipovetsky (2000, p. 179), “a beleza vampiresca cedeu o passo a um hino estético, nada mais que estético, ao feminino, a sedução, ao prazer narcísico de ser belos, saber disso e dar-se a ver”. Portanto, a beleza que representa algo maléfico, se torna uma beleza de autopromoção para indústrias e mídias.

A idolatria da beleza feminina beneficiou apenas classes elitistas. Na sociedade camponesa, as valorizações poéticas da beleza foram pouco difundidas, propagando cultos que desvalorizam os encantos femininos. Com a chegada do século XX, as estrelas, as manequins e as imagens de *pin-up* propagadas pelas diferentes mídias desse século, a publicidade, a fotografia, a moda, o cinema, a imagem ideal do feminino atinge um grande número de pessoas no seu cotidiano, ou seja, ganha uma maior dimensão social, começando a era das massas para a beleza feminina. Com o desenvolvimento de uma cultura industrial e midiática que proporcionou a história da beleza abrir um novo ciclo que se baseava na

profissionalização de um ideal estético pelo aparecimento das estrelas e manequins, e uma massificação de produtos e imagens de beleza. Lipovetsky (2000, p. 129-130) fundamenta esse novo ciclo de história para a beleza feminina.

Industrialização e mercantilização da beleza, difusão generalizada das normas e imagens estéticas do feminino, novas carreiras abertas à beleza, desaparecimento do tema da beleza fatal, inflação dos cuidados estéticos com o rosto e com o corpo: é a conjunção de todos esses fenômenos que funda a ideia de um novo momento da história da beleza feminina. Depois do ciclo elitista, o momento democrático; depois do ciclo artesanal, a época industrial; depois do período artístico, a era econômico-midiática.

Apesar de toda essa evolução na história da beleza da mulher, na idolatria de uma estética feminina mais emancipada e independente, durante o século XX, o aspecto sensual da mulher em benefício dos desejos masculinos sempre esteve presente e ainda se faz presente nas diversas áreas e mídias. Como exemplo, enfatizamos a área da moda, segundo Hollander (1996), a sexualidade das roupas sempre foi a principal qualidade e o visual feminino sempre veio carregado de um visual forte, na moda moderna. A sexualidade se torna expressiva de um jogo criativo que passa uma ideia de excentricidade, inventividade e algo que não possui uma lei definida. Com o surgimento da Moda, as fantasias sexuais foram a base para que fossem expostos os corpos masculino e feminino através do vestuário e, posteriormente, iriam sofrer um processo de adequação ao contexto da sociedade.

No decorrer do século XX, a moda reconheceu “a força erótica do movimento e da superfície dos corpos femininos” (HOLLANDER, 1996, p. 171), e os trajes vão ser os grandes responsáveis por vesti-los para mostrar e enfatizar o corpo da mulher. As mudanças ocorridas na moda têm como principais culpados as várias visões criadas em torno da mulher hollywoodiana. Hollander (1996) caracteriza alguns estereótipos criados por Hollywood, mas o estereótipo da Moça Sensual é o que oferece uma maior representatividade da mulher presente nas mídias.

[...], a Moça Sensual, engraçada, mas com amor-próprio que abre seu próprio caminho legitimamente, vestindo roupas brilhantes, ágeis e vivas que a mostram usando as pernas para dançar com prazer e para andar para a frente com um objetivo. Muitas versões cinematográficas suas ajudaram a criar a nova mulher ideal, e uma elegância nova e moderna que demonstrava não precisar nem dos efeitos acumulativos da experiência nem dos resultados dos cuidados detalhados. (HOLLANDER, 1996, p. 172-173)

Atualmente, o corpo feminino se torna sedutor através da sua capacidade de despertar o desejo do homem, representado por uma especialização dos papéis sexuais já existentes nas relações de gênero. A imagem feminina constrói uma cultura do erotismo, da sensualidade e do prazer em geral que se reduz unicamente a ser um objeto que será usufruído somente para atender o prazer. O corpo feminino passa a ser um protótipo do desejo, um corpo que não vai pertencer à mulher, mas sim aos mais variados desejos de possessão em uma cultura sexual masculina dominante. Os corpos femininos passam a ser cobrados por uma beleza que possa ser admirada, contemplada, dominada, símbolo de desejo e paixão. Observa-se esta construção em torno do corpo feminino nos mais variados produtos culturais existentes, como cinema, literatura, publicidade, moda e principalmente nos meios da cibercultura, tendo como principal ferramenta, a internet.

A internet, como instrumento de representação simbólica do nosso mundo, possibilitou um grande êxito para aparências, já que provoca uma reflexão sobre o corpo e, conseqüentemente, ocorre à criação de um corpo fictício e suas inúmeras possibilidades de ser reproduzido, possibilitando analisar novas formas de identidade, desejo, como também novas formas de sedução. A construção de uma linguagem fundida com uma produção da identidade de gênero gera, segundo Callado (1999, p. 82), um estímulo para a desconstrução de estereótipos de identidade e sexualidade, mas também o processo de sedução que é um formador próprio de identidade.

As representações impostas nas mídias desempenham papéis pedagógicos acerca dos gêneros. Presente na publicidade, nas artes e nas mídias midiáticas – no caso os *games* – as características postas em torno de personagens criados são direcionadas em sua totalidade para o público masculino. Facilmente identificado na publicidade, Beleli (2007) afirma que a publicidade prende a atenção do consumidor por meio de ferramentas, na maioria das vezes, através da alusão a sexualidade. Desde o século XIX, para a publicidade, a beleza, que faz alusão à sedução e a força, são indicadores de feminilidade e masculinidade. A propaganda vai usufruir da imagem feminina para a divulgação e venda de produtos e serviços. O culto ao corpo feminino se estabelece como uma forma de consumo cultural que vai atender as necessidades do mercado e do público que irá consumir, se tornando um capital cultural que ultrapassa características constituintes do gênero masculino.

A história da beleza trouxe alguns benefícios para o gênero feminino, mas na publicidade, o conceito que prevalece é o papel de objeto de desejo. Jordão (2005, p.39) enfatiza que “a mulher é considerada a melhor em cena, pois ela realmente tem charme, sensualidade e envolvimento para vender produtos ou serviços, tanto para homens quanto para

mulheres, ou seja, ainda é forte o seu papel de objeto de desejo”. O que determinou para esse conceito prevalecer foi a forma como os produtos precisam ser vendidos, sendo necessário chamar a atenção do consumidor, do público alvo. Para isso acontecer fez-se fundamental a entrada do erotismo no circuito econômico, e o seu uso é fortemente usufruído na mídia. Faz-se importante saber usá-lo de uma forma estratégica para alcançar o seu público-alvo.

O que ocorre na publicidade, é facilmente identificado na indústria interativa dos *games*, seja pela falta de espaço para profissionais femininas no setor ou pela representação das personagens femininas dentro dos jogos. A mulher é sempre repreendida e objetificada em um espaço que sempre foi dominado pelo masculino. A representação da feminilidade na cultura de massa atingiu o seu potencial com a criação do computador doméstico criando um novo meio de circulação e criação de imagens devido à grande capacidade de propagação da sua principal ferramenta, a Internet, concebendo novas formas de representatividade do homem e da mulher pelo campo digital. Nos *games*, essa nova significação do feminino, inicialmente, se estabelece com a utilização de personagens humanóides nos jogos, e conseqüentemente, o surgimento de novas estratégias que facilitam a identificação das pessoas com o *game*. As personagens femininas, nesse momento, surgem apenas como objeto de valor. A fragilidade e a dependência vão ser as principais características que irão identificá-las. Elas passam a servir como prêmios para os jogadores.

Romanus (2012) explica que nos anos 1990, o computador ficou mais acessível e com atributos que facilitou a expansão dos jogos dentro do meio, e com a Internet, possibilitou o surgimento de novos gêneros, como os jogos multiplayer. Nessa fase, as personagens femininas incorporam características vistas somente em personagens masculinos, surgindo então, os arquétipos de personagens lutadoras e guerreiras, perdendo um pouco a característica que a definia como prêmio. “São colocadas características que seriam culturalmente mais ligadas à masculinidade, porém adicionando características ligadas aos estereótipos de feminilidades como a leveza e a sensualidade.” (ROMANUS, 2012, p. 26).

Posteriormente, surgiram os jogos de luta que se promovem como *games* projetados exclusivamente para o público masculino e isso reflete na concepção dos seus personagens, que trazem personagens masculinos inteiramente fortes e musculosos, e a representatividade das personagens femininas são similares com um atributo a mais, ou seja, as mulheres são masculinizadas e hipersexualizadas, na forma como se vestem. Rodrigues (2017) expõe alguns exemplos dos variáveis papéis de representatividade do feminino, a primeira são as mocinhas boas e passivas que servem como objetivo da ação e prêmio do

jogo, e as mulheres fatais, figuras com um alto potencial de erotização e que devem ser derrotadas.

Presente nos jogos de violência urbana encontram-se as mulheres perigosas, de baixa classe e sexualmente maduras. Pelo simples fato de estarem nas ruas, possuem esse tipo de representatividade, e pelo fato de estarem no espaço público, elas precisam ser duras e estarem preparadas pelos atos violentos sofridos, praticado pelos homens. Os jogos de violência apesarem de ter certa proximidade de protagonizar uma mulher entre seus personagens, o seu público é dedicado inteiramente ao masculino, sendo os principais consumidores.

Como já foi exposto no decorrer da pesquisa, o mercado de *games* é dominado pelo masculino, tanto na hora de sua concepção, como no seu consumo. Para atender as demandas de tal público, um dos segredos para o sucesso de um jogo, está no momento da criação dos personagens. O jogador irá se identificar com as características de um personagem e como regra, a representatividade da mulher deve atender as necessidades do jogador, sendo composto exclusivamente de homens. Por isso a personagem feminina traz características que a hipersexualizam e a erotizam. A receita para um sucesso de uma personagem feminina no meio *gamer* é trazer uma mulher com lábios grossos, cintura fina, seios volumosos e nádegas fartas. A representatividade imaginária da mulher ideal presente na consciência do universo masculino. Rodrigues (2017) justifica essa necessidade de se criar jogos que atendam o público masculino e muitas vezes trazem conteúdos misóginos, por intermédio das palavras de Jenkins (1998): “marcam as fantasias masculinas de separação da figura da mãe, meninas que jogam jogos “de meninos” [aspas nossas] descubrem que as construções de sexualidade e poder neles é desenvolvida para gratificar meninos pré-adolescentes, não para empoderar meninas.” (JENKINS, 1986, p. 291 apud RODRIGUES, 2017, p. 111).

5 DESIGNERS E GAMES – CARACTERIZAÇÃO DE PERSONAGENS, FIGURINO E MODA.

O crescimento dos jogos digitais está diretamente ligado ao seu poder de interação em ambientes virtuais proporcionando momentos de interação, controle e explorações por parte do jogador, tendo possibilidades de experimentar situações que na vida cotidiana não os vivência. Os jogos são caracterizados como práticas lúdicas e possuem grande impacto na vida moderna. Esse universo lúdico surge pelo encontro de diversas artes para a criação de um produto único. SOUZA (2016) afirma que este universo lúdico é formado por um conjunto de representações sociais no qual os criadores estão inseridos no contexto da sociedade,

refletindo desejos, posicionamentos políticos, interesses e as contradições dos modelos culturais existentes.

De modo particular, se mostra promissor e interessante estudar o modo como o papel da mulher se mostra representado dentro do universo lúdico dos *games*. De início, o papel da mulher era de coadjuvante dos personagens principais, posteriormente com o espaço que a mulher ganha dentro da sociedade é refletida na criação de personagens que ganham destaque como personagem principal, não ocorrendo de um modo simultâneo, mas sim em um período tardio. Segundo Tiago FROSI (2010) e Felipe FROSI (2010), “o corpo feminino se apresenta de forma particularmente interessante, nos possibilitando algumas reflexões importantes, sobre a imagem corporal da mulher e as representações de seu papel social” (p.40).

Atualmente, é perceptível ainda o quanto o direcionamento de mercado dos *games* é voltado para o universo masculino. Muitos jogos priorizam como o seu público, os homens. Percebe-se também essa classificação no meio profissional, no qual design e produção são dominados por homens, reforçando assim, os estereótipos de gênero presentes na indústria de *games*. Vimos que os videogames surgiram em laboratórios, através da tecnologia militar, ambiente dominado por homens. Durante toda a história, o mercado de jogos sempre foi dominado por homens. Apesar de certas possibilidades de trazer a mulher para o universo dos *games*, os alcances feitos por essas tentativas foram baixos, mesmo sendo promissor.

Durante a década de 1980, vão surgir os primeiros personagens humanizados, os avatares. Alguns se tornaram ícones mundiais nesse período, como o personagem Mario, de Chigeru Myiamoto. Tratava-se de um bombeiro que tinha que salvar sua namorada de um gorila, no jogo *Donkey Kong* (1981). Com o grande sucesso desse personagem, em anos posteriores, surgiram adaptações, como *Mario Bros* (1983). Com uma temática similar, Mario junto com alguns personagens secundários criados teria que salvar a princesa, passando por fases e desafios. Através desse exemplo, observa-se que as personagens femininas retratadas nesses dois jogos é a de prêmio para o personagem principal, após enfrentar vários perigos para salvá-la.

Isso se perpetuou por vários anos. Fortim e Monteiro (2013), afirmam que durante a década de 1990, as personagens ainda eram retratadas com fragilidade e incapazes de se autodefenderem sendo criadas somente como parte do roteiro ou a meta a ser atingida para finalizar o jogo, elas não eram passíveis de controle dos jogadores, reforçando ainda mais a ideia coadjuvante e minoritária da participação feminina no universo dos *games*, seja como personagem ou como jogadora. Na medida em que os jogos evoluíam, com o passar dos anos,

os papéis das personagens femininas passaram por algumas alterações, as autoras trazem como referência o autor Popescu (2004) que desenvolveu uma pesquisa a respeito da representatividade das personagens femininas nos *games* em geral e as classificou em cinco categorias. A primeira categoria representa os jogos que não há a participação de personagens femininas. Na segunda, aqueles que trazem a representatividade do feminino com personagens que possuem boa aparência física, vestidas com roupas sensuais e corpos voluptuosos. Nessa categoria a personagem é tratada como um objeto sexual ou um prêmio. A terceira categoria traz mulheres vitimizadas, ou seja, as que sofrem agressões ou estão em situação de perigo, mostrando-se frágil e indefesa, sempre na espera do protagonista ir a resgatá-la. Na quarta, o autor traz as mulheres que ganham o papel principal no jogo, seja ela controlada pelo jogador ou o enredo do jogo traz a personagem como o centro, ou seja, nessa categoria as personagens femininas ganham destaque e as denominam como heroínas. E por fim, a quinta categoria, vai trazer a personagem em seu papel de “mulher”. São personagens criadas com base na sua aparência, no seu modo de vestir, geralmente usam roupas nos tons de rosa e sempre são representadas como suporte do personagem masculino.

O autor também trabalha com estereótipos retirados de outras mídias, principalmente TV e cinema, para representar os diferentes estereótipos de mulheres, como exemplos, “Barbie” para as personagens que são prêmios e hipersexualizadas e “Xena” para as heroínas, personagens que combatem corpo a corpo. Outros autores também usufruem dos mesmos ou outros estereótipos, mulheres prêmios, objetos de resgate masculinos, mulheres fetichistas. Estas são algumas das definições propostas para representar a mulher no jogo, dando ênfase na cultura do símbolo subjugado e passivo da mulher frente a representatividade do homem como autor e responsável pela ação.

Como já foi dito anteriormente, a mulher sempre foi tratada como objeto dentro das mídias, no caso dos videojogos não seria o contrário. As representações do feminino nos *games* trazem ideias já postas e modeladas na sociedade, através das concepções culturais, sociais e históricas concebidas e pré-estabelecidas pelo sistema patriarcal que detinha o domínio das relações de gênero dentro das sociedades. Os personagens masculinos eram sempre os protagonistas dos jogos e tinham seus atributos valorizados, por outro lado às mulheres com o seu papel de coadjuvante ocupando o papel da beleza a ser consumida, por um público já definido pelo segmento.

Fortim e Monteiro (2013) trazem a visão da autora Grimes (2003) sobre a questão da representatividade das mulheres nos jogos. Como o segmento de *games* já possui como público definido, o homem heterossexual, as personagens femininas vão ser criadas de acordo

com o gosto do público, mulheres com características atrativas, como formas curvilíneas e roupas sensuais que deixam o corpo a mostra, e não para retratar a forma como as mulheres querem ser vistas. E as personagens que assumem a identidade de heroína, necessitam como qualidade a conciliação da beleza tradicional e atrativa com comportamentos masculinizados, ou seja, ela não deve perder seu caráter sensual e características atraentes ao jogador, deve mesclar com atividades convencionais dos protagonistas masculinos (combate corpo a corpo, violência e agressão).

A primeira personagem feminina que gerou um grande sucesso nesse universo masculinizado foi a personagem Lara Croft, do jogo *Tomb Raider*, em 1996, uma mulher branca de cabelos pretos lisos e corpo escultural que se aventura a percorrer o mundo buscando artefatos raros e místicos, que possui atributos excepcionais, como perícia com armas, habilidades acrobáticas e personalidade forte, a caracterizam como o estereótipo de *girl power*. Foi a primeira personagem protagonista a ganhar destaque por apresentar atributos que somente os protagonistas masculinos possuíam, como força, agilidade, independência e inteligência, denominando-a como heroína. Ainda que fosse retratada de uma forma bastante sensualizada, com exageradas proporções e roupas curtas marcadas, se tornou sucesso entre o público masculino e feminino de *gamers*. Além de se tornar ícone para o surgimento de outras personagens femininas que ganhariam papel de destaque dentro dos jogos. Apesar da controvérsia de diversos autores em acreditar que a personagem foi criada para atender diferentes públicos ou apesar de apresentar características que nenhuma personagem mulher apresentou antes de sua criação e similares a de personagens homens, pelo seu modo de vestir, ela continua sendo direcionada ao público masculino.

Mas a personagem Lara Croft foi um marco no mercado de *games*. De certa forma, ela aproximou o público feminino, por sua inovação nos atributos ganhando uma maior representatividade da personagem feminina nos jogos e influenciando a criação de outras personagens similares, em questão de atributos físicos e psicológicos, e ganhando papel de protagonista, mas também não deixou de atender as necessidades do público masculino, por suas características físicas e modo de vestir. Aliás, nada mais justo já que o principal público que o mercado de *games* se direciona, é o público masculino, os seus maiores consumidores. Atualmente, ainda vemos uma acentuada e explícita representação de atributos físicos das personagens femininas indo para o lado da hiperssexualização, com roupas provocativas e voluptuosas proporções de seus corpos.

SOUZA (2016) nos cita um exemplo de outra personagem feminina que se destaca por seus atributos físicos e psicológicos, similar a Lara, a Bayonetta. É uma

personagem que se destaca por sua sensualidade, utilizada pelo jogo como um elemento estético, mas o importante é que existe uma diferenciação dela e de Lara pelo momento histórico em que essas personagens foram concebidas, o que torna um ponto bastante intrigante. Porque Lara surge na terceira onda do feminismo, no qual se destaca uma característica de mulher poderosa que se valorizava durante a década de 90 e Bayonetta surge na quarta onda do feminismo que valorizava as condições de igualdade de gênero.

Bayonetta é a principal personagem de um *game* que se intitula com o próprio nome da mesma, lançado no ano de 2009. Bayonetta é uma mulher morena, magra, alta, com partes acentuadas e evidenciadas de seu corpo (cintura, seios e coxas), vestida com uma roupa justa de couro e cabelos extremamente longos. Durante o jogo, o corpo da personagem é explorado de várias formas, utilizando-o como objeto de desejo e ao mesmo tempo dando-o poder, ou seja, ela possui sua capacidade de sedução sem esquecer o atributo de força sobre humana dado a ela. Essa referência simbólica atribuída ao corpo pode seduzir como também cativar o jogador dentro do universo lúdico em que se passa o *game*. Bayonetta se tornou uma personagem poderosa tanto para homens como para mulheres.

Tiago Frosi (2010) e Felipe Frosi (2010) trazem alguns exemplos da representatividade de personagens femininas dentro de jogos de luta. Os autores trazem exemplo de algumas personagens distintas dentro dos jogos de luta, a primeira é a personagem Yuri Sakazaki do jogo *Art of Fighting* (1992), inicialmente ela foi uma réplica do estereótipo idealizado para o feminino, a jovem vestida de rosa, frágil e que deve ser resgatada pelos personagens fortes e corajosos. Um modelo inicial que contrariava à emancipação conquistada pelas mulheres neste período. Nas próximas versões, a personagem Yuri se apresenta como *karate-ka*. Na história do jogo, ela é treinada pelo seu pai e contrariava todas as ideias machistas de seu irmão, caracterizando o exemplo de transformação da mulher dentro do jogo. A personagem se torna também ícone entre o público feminino no Japão.

Outra personagem bastante interessante a ser analisada é a Makoto. Apareceu nas versões *Street Fighter III 3rd Strike: Fight for the Future* (1999) e *Super Street Fighter IV* (2010). Ela traz a representação de um ser mitológico do Zen Budismo (uma linhagem da religião budista), o Protetor Nio, na sua imagem corporal. Primeiramente representando-a em personagens masculinos, por apresentarem características corpóreas únicas, como o destaque das mãos e pés que simbolizam as habilidades de combate desarmado, também irá ser apresentado nas características gráficas da personagem Makoto. Mas a empresa Capcom preservou os traços femininos construídos pelas mídias, trazendo vários detalhes de uma beleza sensual. A empresa preferiu manter traços idealizados para o feminino, como seios

proeminentes e abdômen delicado e magro, o que contrariava a representação do ser mitológico, já que a principal característica retratada para essa figura era o desenvolvimento exagerado do abdômen.

O figurino destas personagens e de personagens femininas em geral, se apresenta de uma forma diferente das representadas pelos personagens masculinos. As vestimentas ou acessórios usados por personagens mulheres sempre irão ressaltar a beleza sensual, caracterizada pelo conceito pré-estabelecido pelas mídias, de uma mulher inferior e subjugada, mas de beleza idealizada pelo tradicional sistema patriarcal. Outro ponto que ressaltam e reforçam tais idealizações, é o uso das cores, que é um importante instrumento de destacar a imagem por meio de um fenômeno psicofísico e características individuais.

Apesar das personagens femininas apresentarem ainda características que as tornam objetos idealizadores do universo masculino, como vimos nesses exemplos, a personagem vem ganhando espaço e marcando território nos *games*, ora pelo ganho de atributos de inteligência, ora pelo uso de força e técnicas similares aos personagens masculinos, o que evidencia a importância do papel da mulher nos mais variados espaços sociais.

5.1 Designers em ação.

Atualmente, os *games* apresentam similaridades com obras cinematográficas, com seus complexos e atraentes enredos, sua longa duração, o controle do jogador e os momentos em que o mesmo não possui nenhum tipo de jogabilidade e apresenta o enredo para o jogador, as *cutscenes*. A partir desse contexto, criamos um paralelo para comparar os processos de identificação e projeção dos *gamers* com o cinema. A identificação se dá a partir do momento em que o jogador cria um laço emocional com o personagem que ele controla e a projeção é a forma como os jogadores lidam com as situações impostas pelo jogo. Como no cinema, o espectador projeta e se identifica com os personagens e suas ações perante as situações impostas no enredo, mas também com suas semelhanças, seja ela física, moral ou psicológica, que fazem parte da personalidade dos personagens. E os *games*, como mídia midiática, permitem essa interação entre jogadores e personagens da mesma forma que se passa com o cinema. É a partir das representações simbólicas presentes nas personagens com o intuito de aproximar o personagem do jogador, que essa interação se inicia. Dentro do *game*, o jogador se deixa levar pela experiência estética e seus desejos, permitindo explorar sentimentos não permitidos fora do jogo. Esses sentimentos são ilusórios e só podem se realizar dentro do

universo virtual dos *games*.

O jogo se apresenta como possibilidade de mudar o sentido da realidade, empacotá-la em papel colorido e se surpreender ao abrir o invólucro novamente. É um êxtase que não desaparece com os anos, apenas muda de valor e perspectivas. (XAVIER, 2010, p. 50)

Para entender melhor essa construção de relação personagem-jogador, temos que entender a temática da criação dos *games*. Para Tiago FROSI (2010) e Felipe FROSI (2010), o *game* se origina baseado em três componentes primordiais que são as regras, que criam todo o ambiente de desafios de um jogo, o sistema, o meio onde a interface do jogo vai ser construída, e a diversão, responsável por dar ao jogador a experiência através de um universo lúdico. Com esses componentes, o *Game Designer*, segundo SCHELL (2011), é o profissional responsável por se preocupar em transmitir e promover a experiência do jogo para o jogador. Essa experiência se constitui de um paradoxo, porque tudo o que vemos, fazemos, sentimos ou pensamos expressa um tipo de experiência em que cada pessoa possui um grau singular de familiaridade. Por mais complicada que possa parecer, “criar-las é tudo com que um designer de jogos se preocupa” (SCHELL, 2011, p.10). Fazendo necessário utilizar todos os meios para que possa entender compreender e dominar todo o âmbito da natureza da experiência humana.

Um tópico a se ter cuidado, vai ser do jogo como meio que possibilita a experiência, mas ele não é a experiência propriamente dita. A experiência é a razão pelo qual as pessoas jogam e criar um jogo, é o mesmo que criar um artefato com o qual o jogador irá interagir, produzindo no criador do jogo a expectativa para que a experiência que se produza durante essa interação seja algo de que o usuário irá gostar. Sendo assim, o jogo será o meio em que o *game designer* se põe nas mãos do jogador, a fim de criar todo o tipo de experiência dentro do universo dos *games*. SCHELL (2011) define quatro categorias essenciais, distintas e suplementares, no qual ele denomina de Tétrade Elementar.

A primeira categoria é a mecânica, que são todos os procedimentos e regras do jogo, que tem o papel de descrever o objetivo do jogo, como os jogadores poderão ou não os alcançar e o que acontece durante o percurso para se alcançar o objetivo, ou seja, nessa categoria são descritas por meio de dados e algoritmos, os componentes particulares do jogo. A segunda, a narrativa, consiste pela sequência de eventos que se desdobram no jogo, são os comportamentos de execução das mecânicas que atuam na interação do jogador e suas consequências. A terceira, a estética, vai descrever os desejos de respostas emocionais esperados pela interação dos jogadores, trabalhando com elementos como aparência, sons,

cheiros, sabores e sensações do jogo. Por fim, a quarta categoria, a tecnologia é qualquer material e interações que tornam possível o jogo, através de objetos físicos ou interfaces.

Todos estes elementos são essenciais para a criação do jogo, nenhum é mais importante que o outro, todos eles se complementam, influenciando uns aos outros. Se você elege um conjunto de funções mecânicas para o jogo, é necessário saber que tecnologia vai suportar, uma estética que seja clara para os jogadores e uma narrativa que dá sentido a esse conjunto de funções para os jogadores. Caso você tenha uma história a ser contada por meio do jogo, precisa escolher uma mecânica que reforça a história e deixá-la emergir, uma estética que ajude também a reforçar as ideias e uma tecnologia que irá se adequar ao tipo de narrativa específica que aparecerá no jogo. Agora quando já é definida uma aparência que almeja uma imersão maior e uma experiência incomparável por parte do jogador, necessita-se de uma tecnologia que amplifique e reforce essa estética. Uma mecânica que se adequem e faça com que o jogador se sinta envolvido com o mundo que foi definido pela estética e uma narrativa, que permita a estética emergir no tempo certo e causar um maior impacto ao jogador. E a tecnologia vai ser o meio em que as outras categorias irão acontecer ocorrer e ser contada.

Game design é, assim, uma tarefa que envolve não apenas o entendimento do que é divertido e envolvente como lúdico, mas a adequação de recursos diversos que viabilizam a fruição de uma obra obrigatoriamente aberta. Ao contrário de outros veículos de entretenimento eletrônico por reatividade [...], o jogo eletrônico é interativo por excelência, seja baseado em uma narrativa aristotélica de início, meio e fim, seja orientado à abstração do movimentar seus componentes visuais. (XAVIER, 2010, p. 22)

Em relação ao profissional designer e que podemos encaixar nessa definição, XAVIER (2010) afirma:

Segundo Flusser, o designer é um novo profissional capaz de gerenciar novas extensões funcionais do ser humano. Entendendo um mundo que se estabelece cada vez mais particularizado e apropriado, o designer seria o responsável pelo ato de projetar não os objetos necessários para o diálogo entre produtos e consumos, mas sim responsável pelo ato de projetar sensações e experiências. (XAVIER, 2010, p. 29)

O jogo eletrônico pode ser considerado como um sistema dialógico complexo, promovendo o reconhecimento de um conjunto de critérios que fundamentam as suas amplitudes de uso, fazendo parte do conjunto de relacionamentos midiáticos, porque o *game* aproveita os recursos existentes em outras mídias para a construção de seus componentes. Os *games* são criados por indivíduos que possuem ideias, opiniões e gostos variados, que entrarão em sintonia com o contexto da época em que se inserem e as estratégias para seu

planejamento serão mais divertidos e/ou promissores com o mercado.

SCHELL (2011) explica que para um *game* ser criado e balanceado é fundamental possuir uma documentação do jogo. O *game designer* só terá sucesso na criação de um determinado jogo, se o mesmo possuir conhecimentos específicos sobre o que irá ser abordado no jogo, por exemplo, se eu quero criar um *game* com personagens na época vitoriana, vai ser preciso pesquisar sobre todo o tema para fazer personagens e cenários condizentes com a época que quero trabalhar no *game*. Um *game designer* não precisa ter apenas conhecimentos de *design*, o que pode gerar a necessidade de um design transdisciplinar, ou seja, profissionais de design de diferentes vertentes devem se unir para criar um produto condizente.

Por isso, a necessidade de se ter uma pesquisa prévia sobre elementos histórico-culturais para a construção do *Game Concept*, que seria o projeto inicial do jogo. Para XAVIER (2010), com a ideia já definida e defendida, é essencial gastar um tempo em diversas pesquisas sobre o assunto a ser abordado e como esse assunto é tratado pelos concorrentes. Com todo o material levantado por essa fase de pesquisa, sendo um jogo com narrativa, decide-se juntamente com autor ou roteirista, a determinação de regras, fases, personagens, enfim tudo que vai existir no jogo. Com toda essa documentação pronta, vai ser encaminhada para as equipes técnicas que começarão a trabalhar em cima do que foi proposto.

Essa pesquisa se faz importante durante o processo de criação dos personagens, pois é através dos personagens que o jogador irá aproveitar da experiência e criará um vínculo de interação com o universo lúdico do *game*, dependendo de qual tipo seja o *game*. Por isso, é essencial a presença de um profissional que tenha a capacidade de identificar prováveis falhas e construir elementos culturais, com o cuidado de não reforçar certos estereótipos, ou atribuir características e valores divergentes que conferem a essas mídias. Para Tiago FROSI (2010) e Felipe FROSI (2010), foi importante o entendimento da história do papel mulher para criar personagens que sejam condizentes com sua situação histórica. E apesar do papel da mulher ter ganhado um pouco mais de destaque, o que vemos é que projetos midiáticos dessa natureza, como são os jogos, podem ser criados representações sociais que são absorvidas pelo pensamento dos consumidores, podendo reforçar ideias tradicionais e antigas.

Os profissionais da indústria de *games* precisam ter conhecimentos aprofundados e específicos para se especializar em alguma das vastas áreas da criação do jogo, seja arte, programação, design, som, dentre outros. Existe um profissional que também é considerado um dos pilares necessários para o processo do design de jogos, ele se responsabiliza pela concepção dos personagens nos *games*, o design de personagens (*character design*). O

character design atua dentro do campo da narrativa, com um papel de apresentar-se como um catalisador para a criação da experiência que o *game designer* almeja alcançar. A narrativa proporciona novas mecânicas que propiciam a dinâmica e a estética do jogo, sendo através do personagem a ponte para o designer criar novas possibilidades de experiência.

FROSI e STEFFEN (2015) dizem que existe uma diferença conceitual para ser adotado no processo de criação de personagens que vai depender do contexto da narrativa em que o personagem vai ser inserido. O primeiro seria pensar em uma perspectiva que se considera o mental e o físico, porque nos jogos é o jogador que pratica as ações e pensa pelo personagem, “não conseguimos prestar atenção aos pensamentos dos personagens de filmes, mas podemos ouvir o que dizem e ver o que fazem” (SCHELL, 2011, p. 311), apesar dos personagens de *games* ocasionalmente falarem, caracterizando-os somente como uma perspectiva física. Segundo, pense em uma perspectiva fantasia e realidade, convenhamos que boa parte dos jogos são construídos a base da fantasia, “o mundo dos jogos são quase inteiramente situações imaginárias. E as personagens que refletem isso – são produtos do ambiente” (SCHELL, 2011, p. 311). E por fim, na complexidade ou simplicidade, sendo os jogos considerados como simples se comparados a outras mídias.

Schell (2011) enumera oito critérios que o profissional *character design* necessita para criar um personagem. Inicialmente, o profissional faz uma listagem das funções que os personagens precisam para desempenhar boas relações com os outros personagens e sua verdadeira necessidade de existir dentro do jogo. Após, é realizada uma listagem das personalidades de cada personagem, que direcionam as ações e comportamentos do mesmo no jogo. Depois é determinar como o personagem vai se relacionar e fazer um aprofundamento dessas relações interpessoais dos personagens, definindo os sentimentos e os motivos de tê-los. Definir status, ou seja, que seria o personagem que possui maior controle, quem vai ser o principal. Utilizar a voz e a face são pontos importantes, porque a voz humana é capaz de alcançar os níveis profundos do subconsciente e as expressões faciais são facilmente identificáveis pelo cérebro humano, tornando-se possível entender expressões faciais que demonstram os sentimentos dos personagens. Por fim, existe a possibilidade de moldar o personagem de acordo com o contexto da narrativa, de modo que histórias poderosas acabam transformando os personagens, ou seja, deixar os eventos que acontecem nos jogos moldar as características do personagem principal ao longo do tempo, transformando o herói em vilão ou não.

São através desses passos que o *character design* propicia a necessidade da caracterização visual e a criação de signos, sendo importantes para a identificação do jogador

com o personagem elegido. Nesse momento, podemos fazer um paralelo da influência que a semiótica pode exercer na narrativa e no que poderá afetar no processo do designer de personagem. FROSI e STEFFEN (2015) diz que a semiótica é o estudo das leis gerais que regem o signo e como definição de signo, os autores utilizam o de Peirce (1931), que seria tudo aquilo que possa representar algo para alguém, ocasionando uma relação entre signo, objeto e interpretante, o que eles chamam de relação triádica, no qual, o objeto seria algo real ou físico, que vai significar um signo para o interpretante, a partir do momento que elas possam ter um contato. Essa relação acontecerá por meio de três níveis. Inicialmente acontece uma sensação não visível e graciosa, a primeiridade surge em tudo que esteja relacionado ao acaso, possibilidade, qualidade e originalidade. A secundidade é a compreensão profunda e relaciona-se com as ideias de dependência, dualidade, ação e reação, conflito e dúvida, permitindo o entendimento de eventos exteriores. E a terceiridade, se estabelece como a significação concreta e clara dos signos e está ligada ao crescimento e inteligência. A terceiridade vai estruturar e complementar os dois estágios iniciais, manifestando no signo uma primeira apresentação à mente que se liga ao que o signo indica ou representa, resultando em um efeito que poderá provocar ao intérprete. Portanto, essa geração de signos por parte dos personagens e seus elementos fornecem uma construção de relações entre signos e arquétipos, porque muitos character designers se baseiam em criar seus personagens através de arquétipos pré-estabelecidos por alguns autores.

O *character design* cria esses signos através da caracterização dos personagens, isso já nota desde a construção dos primeiros personagens. Quando os primeiros personagens surgiram, a tecnologia dos gráficos presentes no momento da era dos *pixels*. Mesmo as imagens dos personagens não sendo tão nítidos, existia a preocupação de retratar através da modelagem, indumentária ou cores, elementos que fossem familiarizados pelos jogadores para criar essa representatividade do personagem. Visualizamos essa situação, no presente momento inicial de personagens famosos, como Mario, personagem criado por Shigeru Miyamoto, segundo Oliveira et al. (2014), pelos limitados recursos tecnológicos da época, a caracterização do macacão vermelho de Mario, foi um importante instrumento de caracterização e o distinguiu de outros personagens no cenário e se tornou fácil de ser identificado a profissão do personagem. Porque o criador do personagem uniu um objeto, no caso um macacão vermelho, que para ele existe um significado que seria a utilização desse elemento por bombeiros e passou a atuar com esse signo para a criação do seu jogo, tornando o personagem um grande êxito até nos dias atuais. Assim, nos deparamos com um componente fundamental dos personagens: a roupa.

5.2 A moda entra no jogo.

Adentramos agora um campo ainda pouco explorado por autores, para refletir um aspecto interessante em relação a interdisciplinaridade das distintas áreas do design. Assim como o *character design* auxilia o *game designer* na narrativa, através da criação de personagens, pode-se abranger o campo profissional do designer de moda, possibilitando o mesmo a atuar, juntamente com o *character design*, na concepção de personagens de jogos. Já que o profissional da moda possui conhecimentos a respeito da criação de figurinos e seus sistemas de representatividade, linguagem e significação. Para Muniz (2004, p.163), “Qualquer pessoa que trabalha com moda pode fazer um figurino teatral, desde que tenha sensibilidade para o teatro”. Isso mostra que o campo de atuação do designer de moda é abrangente, basta o mesmo adquirir conhecimentos específicos na área onde o profissional queira atuar, seja no teatro, cinema ou nos jogos digitais. Dentro do mercado de *games* existe a necessidade por profissionais que saibam atuar com o figurino, segundo Oliveira et al. (2014) desde que a tecnologia de recursos gráficos para jogos melhorou, o *game designer* passou a ter uma maior preocupação acerca do figurino.

Primeiro, devemos entender os princípios básicos da moda e através dos aspectos que a moda possui, de que forma poderão influenciar, inicialmente, na ressignificação do entendimento por corpo e identidade e, posteriormente, como atuará junto com a área de *games* para a concepção de experiências por parte da caracterização dos personagens.

Segundo Lopes (2012), a moda e os *games* são duas expressões culturais, no qual a moda é um elemento que satisfaz a necessidade humana de se identificar e se diferenciar colocando o indivíduo a prova de um sentido de pertencimento, os *games* possibilitam explorar um espaço virtual, ampliando uma ressignificação do indivíduo a entender sobre ele mesmo como corpo. Essas expressões estão entre as vertentes de bem cultural e bem de consumo, ou seja, elas participam da formação do consciente do homem contemporâneo, mas também podem atender um objetivo mercadológico. Hollander (1996) afirma que as roupas são um fenômeno social, mudanças sociais refletem nas mudanças de vestuário. Mas existem momentos, em que as roupas vão ser símbolos de consumo a fim de atender a necessidade de um mercado. Os jogos estão mais próximo de ser um bem de consumo, como já foi discutido, eles são criados para atender um mercado de domínio masculino, apesar da existência de movimentos sociais femininos que lutam por uma maior representatividade feminina dentro do mercado ou na criação de personagens que as representem, o mercado de *games* ainda é

fortemente influenciado pelo consumidor do que por questões sociais. Essa dualidade cultura/consumo contribui para a formação da identidade do indivíduo.

Esse indivíduo está dentro de uma configuração de mundo que tem uma teia de informações audiovisuais difundidos por uma cultura de mídias que possui mediadores sociais para transformar o imaginário em um bem de consumo que será controlado por uma indústria cultural. Apesar dessa forte vertente mercadológica, há ainda um simbolismo presente. Para Lopes (2012), essa mistura entre o disfrutar e o consumir acabam reestruturando a experiência estética do indivíduo. Essa nova estruturação está relacionada com as relações do indivíduo e as tecnologias. São inúmeros meios em que a tecnologia domina a relação mundo-sujeito. Juntamente com o potencial que as redes possuem de comunicação atuam na formação do imaginário contemporâneo através de um espaço que mescla o material com o imaginário cheio de simbolismo. Assim, o *game* se torna campo representativo do homem, por todos seus elementos lúdicos e narrativos. Esses espaços são virtuais e o usuário precisa de alguma forma corporificar sua presença e habitar esse ambiente que confunde o real com o imaginário, sendo capaz de descobrir habilidades e características desconhecidas por ele mesmo. É através do avatar, que o usuário se materializa em um corpo virtual, permitindo-o adquirir experiências sensíveis e sociais, além da possibilidade de fortalecer e melhorar esse corpo de acordo com a dinâmica da narrativa.

Segundo Oliveira et al. (2014), o personagem se caracteriza como persona de um ambiente ficcional, como ele é feito, o espaço em que ele habita e as ações que ele pratica fazem parte de uma realidade bem diferente da que vivemos. São os personagens que vão direcionar toda a narrativa do *game*, servindo de ponte entre jogador e jogo, no qual reproduz sentimentos aos jogadores. Muitos *games* trazem o personagem como centro do enredo, todo o esqueleto de jogabilidade gira em torno dele. Como já foi discutido, para Shell (2011) o que induz a participação do jogador em um *game* é a qualidade da experiência que um jogo pode provocar. Joga-se para submergir dentro de um mundo de possibilidades que o jogador não poderia sentir na realidade, no qual poderá se identificar com o personagem, por possuir elementos que o chame a atenção, seja pela personalidade, pelo figurino ou o conjunto como um todo.

Oliveira et al. (2014) acredita que para se construir um personagem precisa dar importância a três aspectos, a autora baseia-se na construção definida por Sheldom (2004), o primeiro ponto a ser dado relevância, é o visual do personagem, ele deve condizer com a personalidade do personagem e estar coerente com os outros elementos do ambiente; segundo, os personagens possuem uma carga de sentimentos, opiniões e atitudes, esse aspecto se

caracteriza por elementos psicológicos; e o aspecto social, que caracteriza as relações do personagem com o meio em que está inserido. Isso só acontece quando o personagem está bem caracterizado, seja pela personalidade, aparência, figurino, qualidades e todas as características que possam compor o personagem.

Segundo Muniz (2004, p.21), “o figurino torna-se uma roupa, dá um depoimento sobre a pessoa que o usa e, indiretamente, sobre o panorama no qual aparece”, concluindo que a indumentária e os acessórios que os personagens usam nos *games* como figurino, são símbolos que o caracterizam e o representam dentro de um universo imaginário e virtual. Muniz (2004) complementa afirmando que o figurino é “o resultado de um estudo de profundidade da personagem dentro de uma situação, no qual ele tem que existir e cujo resultado visual é o próprio figurino” (MUNIZ, 2004, p 72). Portanto, o figurino é um forte e importante elemento que contribui para a caracterização do personagem, seja no cinema, no teatro ou nos *games*, enfim, em ambientes ficcionais ou imaginários. Mas no ambiente real, o principal responsável pela caracterização do indivíduo é a moda, que se tornam um importante campo de referência para o figurino. Muniz (2004) diz que tudo o que se sabe sobre figurino se desenvolveu no universo da moda, através da história da indumentária. Abrantes (2001, p.12) afirma, “a criação do figurino é reflexa de nosso modo e de nosso tempo e em alguns casos o figurino remete claramente para temáticas recorrentes na pesquisa de tendências estabelecidas pela moda”.

Hollander (1996) diz que as roupas se dirigem primeiro para o eu de cada pessoa e depois ao mundo, tendo sua linguagem desprovida de palavras - “foi criada para ser assim, para que possa operar livremente abaixo do nível do pensamento consciente e do discurso” (HOLLANDER, 1996, p 25). A moda surgiu como um importante identificador social, histórico e pessoal. Nasceu da necessidade humana de se identificar, enquanto pessoa individualizada, e se diferenciar, apesar de viver dentro de um conjunto, o indivíduo sente a necessidade de se diferenciar. Hollander (1996) exemplifica:

As criancinhas aprendem que as roupas lhe dão uma identidade privada, definindo ideias interiores sobre seu próprio corpo que começam com ideias sobre sexualidade. No processo contínuo desta definição, o vestuário usado em público pelos adultos torna-se finalmente um gesto sexual recíproco em um geralmente bissexual. (HOLLANDER, 1996, p. 17).

Lipovetsky (1989) complementa o pensamento:

[...] a moda aparece antes de tudo como o agente por excelência da espiral individualista e da consolidação das sociedades liberais. E é na roupa, em especial, que os homens assumem e dão visibilidade à sua individualidade e sociabilidade

perante o grupo em que se inserem. (LIPOVETSKY, 1989, p.13).

Desde os primórdios da humanidade, foram inventadas diversas formas de vestir, a roupa sempre acompanhou o homem, servindo para várias funções, seja como proteção ou como adornos carregados de símbolos, podendo servir como um indicador de classes. A moda aparece como uma nova forma de vestir apresentou-se distinta das outras maneiras, surgiu no final da Idade Média promovendo um novo sistema e obrigatório para a elegância. A moda cria mudanças visuais no design do corpo, se preocupa com um consciente processo social e individual de modificações. Para Hollander (1996), a moda pode ser considerada uma arte moderna, pois suas mudanças expressam um constante movimento presente em outras artes. Ela cria uma sequência de imagens próprias de histórias específicas propagado pelo seu meio. Criou um vocabulário visual único para mostrar temas justapostos e que ocorrem ao mesmo tempo de estados provisórios e eventuais, ou de aspectos sociais e de personalidade, sempre trazendo um cunho de sexualidade que sempre é exigido pela diferenciação do corpo.

Na verdade, a moda deve seu extraordinário poder ao modo pelo qual pode fazer com que cada pessoa se sinta verdadeiramente única, mesmo que as pessoas que acompanham a moda se vistam de maneira muito parecida. A necessidade profunda de ser diferente e a de sentir-se parte de um grupo são simultaneamente preenchidas pela moda [...]. (HOLLANDER, 1996, p. 56)

Os sexos são igualmente influenciados. Hollander (1996) defende a ideia de que os aspectos da sexualidade e da imaginação contribuem para a produção de imagens que traz consigo símbolos e significados que possam refletir uma mensagem de si mesma para outras pessoas, seja para identificar ou definir papéis sociais ou até mesmo identificar sentimentos ou ideologias. Apesar de ir mais além do que a função de vestir, a moda vem como um espírito individual e uma sexualidade particular proporcionando um conjunto único de experiências e fantasias pessoais, ressaltando a personalidade única nas próprias formas que ela utiliza.

É visível que a moda possui uma grande importância e influência nas sociedades, pois ela é responsável por caracterizar o indivíduo e possui uma carga de signos e símbolos que são capazes de individualizar e diferenciar a persona dos demais, promovendo assim uma experiência pessoal. É essa mesma experiência que a moda propaga, que vai ser introduzida nas outras expressões culturais humana, como o cinema, a televisão, o teatro e os jogos digitais. O teatro foi umas das primeiras artes que utilizou esse tipo de caracterização. De acordo com Muniz (2004), ainda no teatro naturalista houve uma busca em adequar de forma coerente o figurino ao personagem, pois analisa não somente o aspecto físico, mas também o

psicológico e o social, passando a ser um motivo de preocupação e importância para criadores de narrativas e universos imaginários.

Segundo a definição de Adriana Leite e Lisette Guerra (2002, p.62):

O figurino representa um forte componente na construção do espetáculo, seja no cinema, no teatro ou na televisão. Além de vestir os artistas, respalda a história narrada como elemento comunicador: induz a roupa a ultrapassar o sentido apenas plástico e funcional, obtendo dela um estatuto de objeto animado. Percorre a cena no corpo do ator, ganha a necessária mobilidade, marca a época dos eventos, o status, a profissão, a idade do personagem, sua personalidade e sua visão de mundo, ostentando características humanas essenciais e visando à comunicação com o público.

Para Muniz (2004, p.151), “o figurino é semiologia, linguagem, significação, sinal” e precisa estar em harmonia e de acordo com o conjunto da obra como um todo, ou seja, precisa estar coerente com o espaço, ou melhor, com o cenário, expressar sentimentos e o papel do personagem na história. A indumentária do personagem precisa apresentar formas e cores que possa criar uma relação de interação com o espaço ocupado pelo intérprete. De acordo com Abrantes (2001):

O figurino apresenta características sugestivas indispensáveis para manter o clima plástico que os outros elementos cênicos instauram no palco. [...]. Os figurinos evidenciam uma dimensão e uma função na caracterização de tipos e personagens. Eles são capazes de integrar e diferenciar, de excluir ou acentuar comportamentos, conceitos e ideologia. [...]. Os elementos dos figurinos adquirem expressões pessoais quando incorporadas pelos atores/ personagens e, assim, possibilitam diversas leituras subjetivas. São capazes de ordenar a compreensão e a especificidade do sentido da cena. (ABRANTES, 2001, p. 9-17).

Nos jogos digitais, não se diferencia muito do que acontece no teatro. Com a melhora da tecnologia, principalmente nos recursos gráficos, que concede efeitos visuais realísticos, indica uma preocupação por parte do character design, na construção de personagens com uma veracidade e riqueza de detalhes, como textura de tecidos, costura, acessórios, cores, enfim elementos que contribuem para uma melhor caracterização do personagem. Oliveira et. al (2014) mostra, que apesar do figurino poder se apresentar de várias formas, o essencial é transmitir uma confiança e credibilidade no contexto do espaço que integra o *game*. Essa credibilidade vai ocorrer, quando o profissional entende e conhece sobre recursos têxteis, as formas das roupas que possam se encaixar no ambiente e que vai permitir ao jogador um rápido reconhecimento. Isso só reforça a ideia que um profissional formado em moda é essencial para o auxílio na construção do personagem.

Hartas (2005) explica que esses detalhes e sutilezas que compõem o traje do

personagem devem ser melhores compreendidas por um profissional que possua um conhecimento prévio de moda contemporânea e a história da indumentária, já que os recursos, como cor, forma, modelagens, composição e textura são imprescindíveis para caracterizar o personagem dentro da narrativa e do momento histórico em que se passa. Mas é necessário o cuidado para que o jogador possa identificar facilmente o personagem na interface, porque pode ter certos elementos no vestuário que podem sobressaltar e desviar a atenção do jogador, ou então, se o traje se mescla muito com o cenário, pode acontecer da perda do contato visual do jogador com o personagem. Também existe uma série de fatores de cuidados na hora da criação do figurino, como um agente de comunicação entre jogador-jogo, o figurino deve passar credibilidade do mundo em que o jogo acontece e deve ser modelado de acordo com a mensagem que deseja ser transmitida.

5.3 Facetas de um personagem.

Existe uma preocupação por partes dos profissionais de *games* em criar um jogo que estimule e proporcione o jogador à construção de uma experiência, uma experiência que o jogador somente adquire dentro de um universo digital e ficcional. Por isso, o *game* é construído através de elementos que se baseiam na construção dessa experiência ao jogador, dando ênfase na narrativa, porque é através dela, que se encaixa a criação dos personagens. Existe um profissional responsável pela concepção do personagem, o *character design*. Ele tem como papel, através dos elementos que compõem o personagem, ser um catalisador que dá ao jogador a experiência desejada pelo *game designer*. O designer não cria somente personagens, ele cria signos que estimulam a identificação do jogador ao personagem, criando uma ponte entre indivíduo-mundo virtual. É através do personagem, que o jogador realiza todas as ações e interage com o espaço. Por isso, existe a preocupação em criar avatares que estejam condizentes com o ambiente do *game* e tornar de fácil percepção algumas características que os compõem, como personalidade, status social, dentre outros. A melhor maneira de passar essas informações ao jogador é através do figurino do personagem, como no teatro ou na moda, a indumentária se tornou um importante instrumento de caracterização do indivíduo, ao mesmo tempo em que ele o individualiza, a roupa também o diferencia dos outros. O figurino é um conjunto de signos que leva uma mensagem e/ou informação a respeito de quem o usa.

São esses signos presentes no figurino dos personagens e os elementos que compõem o jogo, que podem servir para criar uma relação de análise e de construção dos

avatares seguindo definições pré-estabelecidas por alguns autores, os arquétipos, baseando-se nos signos presentes e visualizados nos personagens, seja por característica física ou psicológica.

Um personagem marcante favorece a construção da experiência do jogador em relação ao jogo. O *game* se torna mais interessante e cada ação do personagem controlado pelo jogador se torna mais fascinante. Cada ação realizada pelo personagem dentro do contexto do *game* transmite sentimentos no jogador, por exemplo, em situações que o personagem está em perigo, causa certa apreensão por parte do jogador, quando é alcançado um objetivo, a um sentimento de felicidade e realização, ou até mesmo quando o personagem sofre algum dano ou é derrotado, automaticamente o jogador cria algum sentimento de raiva e revolta ou um sentimento de tristeza. Oliveira et al. (2014) afirma que no momento em que o jogador se identifica com o personagem, ele acolhe atributos importantes do personagem, alterando seu autoconceito.

Como já mencionado, Schell (2011) apresenta oito passos para a criação do personagem. Durante esse processo é importante que as características definidas para os personagens sejam bem delimitadas e niveladas de acordo com ambiente, na medida em que transcorre a narrativa, adequando o personagem ao espaço do *game*, favorecendo o entrosamento do jogador e do avatar. Para o *character designer*, a construção dos personagens pode ser baseada na utilização de definições já estabelecidas, em torno de uma teoria da psicanálise que tenta entender o processo psicológico do inconsciente dos seres humanos, através do uso de um inconsciente coletivo, que está presente em todo espaço e lugar, ultrapassando a percepção individual, denominados arquétipo, termo derivado da teoria do psicanalista Jung (2000).

Oliveira et al. (2014) explica que os arquétipos são imagens universais que são facilmente reconhecidas por qualquer cultura em qualquer tempo, podendo ou não reaparecer de uma forma espontânea em qualquer tempo ou espaço, sem nenhum tipo de influência. Como os *games* são considerados uma expressão da cultura humana, faz-se essencial existir uma análise arquetípica para definir os signos presentes nos *games*. Jung (2000) detalha os cinco principais arquétipos. Primeiro, o Eu representa a personalidade de cada um e vai se opuser a Sombra, que segundo ele, “representa a figura mais próxima da consciência e a menos explosiva, ela constitui também aquele aspecto da personalidade que, na análise do inconsciente, é o primeiro a manifestar-se” (JUNG, 2000, p. 266). Apesar de a sombra ser considerado um arquétipo negativo, ela possui aspectos positivos, porque influencia as relações do Eu com fatos internos e externos, e a incorporação da sombra propicia uma

mudança de personalidade. O terceiro é a Persona, segundo o psicanalista seria uma espécie de máscara de ator, uma máscara usada pelo indivíduo para se parecer com o que a sociedade deseja vê-lo, uma forma de se portar perante a sociedade para ser aceito por seus padrões. É o arquétipo oposto do eu, sendo um sistema de adaptação ou estilo da relação que temos com o mundo, “é o que não se é realmente, mas sim aquilo que os outros e a própria pessoa acham que se é” (JUNG, 2000, p. 128). Anima e Animus ao dar-se a transformação da personalidade, refletiria as características do sexo oposto em cada indivíduo, no homem estariam presentes as características femininas e na mulher evidencia as características masculinas. Quando construída uma ponte para o inconsciente essas figuras perdem seu encanto, Jung (2000) apresenta algumas características desses dois arquétipos:

Voltada para fora, a anima é volúvel, desmedida, caprichosa, descontrolada, emocional, às vezes demoniacamente intuitiva, indelicada, perversa, mentirosa, bruxa e mística. O animus, pelo contrário, é rígido, cheio de princípios, legalista, dogmático, reformador do mundo, teórico, emaranhando-se em argumentos, polêmico, despótico. Ambos têm mau gosto: a anima é cercada de indivíduos medíocres e o animus se presta a pensamentos medíocres. (JUNG, 2000, p. 129)

Baseado nas definições de arquétipos junguianas, outros autores propõem estudos que interpretam as características dos arquétipos do modelo de Jung, estabelecendo um novo modelo de classificação de arquétipos dentro das narrativas. Por exemplo, Novak (2010) baseia a classificação do arquétipo adotado, em torno do inconsciente coletivo proposto por Carl Jung, que classifica os personagens em onze tipos: o herói, personagem central de um *game*; a sombra representa o personagem oposto ao herói, geralmente é o vilão; o mentor é o personagem que guia o herói para uma ação; os aliados são personagens que ajudam o herói a avançar; o guardião bloqueia e dificulta o progresso do herói; o trapaceiro é um personagem definido como neutro, mas causa certa confusão na trama; o mensageiro orienta o herói e proporciona mudanças na história, protagonista é o personagem principal; o antagonista vai ser o oposto do protagonista; os coprotagonistas vão unir suas forças com o protagonista; e os coadjuvantes são personagens criados para impedir que o protagonista deixe um problema de lado.

Esse é um tipo de classificação base para a criação de personagens, no qual o que define o personagem é a sua função. Um desses modelos que vamos adotar é o do ilustrador Leo Hartas, pois adota a análise de características tanto psicológicas como de aparências, para a análise da personagem Miss Fortune e algumas de suas *skins* do MOBA *League of Legends* (LOL), por possuir um maior aprofundamento na classificação dos personagens. Já que outros

autores adotam em suas classificações, apenas características que definem a personalidade do personagem, bem como seu *status* social e seu papel dentro do contexto da narrativa. Reconhece-se que no meio acadêmico, há falta de pesquisas e estudos que levem em conta características como aparência e a importância do figurino na construção da imagem do personagem, já que Oliveira et al. (2014) identificou de uma forma empírica, a necessidade de ter um padrão entre arquétipos e figurinos.

Esse padrão é uma ferramenta metodológica que tem o potencial para facilitar o direcionamento do trabalho do *character designer* na construção da caracterização visual dos avatares. Esses arquétipos definidos por Hartas (2005) são elementos importantes para o desenvolvimento de detalhado e aprofundado a respeito das características, como sua história, personalidade, indumentária, relações socioafetivas, emoções e dentre outros, que compõe o personagem. Portanto, faz-se necessário e importante a criação de métodos mais específicos que possam auxiliar os profissionais responsáveis pela criação visual dos avatares, através de pesquisas acadêmicas que possam relacionar a atuação do figurino com os arquétipos dos personagens nos *games*.

5.3.1 Análise da personagem.

Personagens de *games* possuem arquétipos bem definidos. Como os personagens precisam de uma caracterização visual através do figurino, adotaremos a metodologia proposta por Oliveira et al. (2014), associando uma padronização baseada na construção de arquétipos pelo figurino e seus elementos. Como o figurino integra um conjunto de aspectos físicos, a autora passa a adotar os arquétipos classificados por Leo Hartas, porque o autor e ilustrador realiza uma análise não só dos atributos psicológicos, mas também se baseia no critério da aparência física. Hartas (2005) classifica os personagens em 15 arquétipos, Oliveira et al. (2014) adota uma metodologia que caracteriza os arquétipos sistematizando-os de acordo com alguns elementos.

Oliveira et al. (2014) criou uma tabela baseada em dez critérios, apresentado na tabela 1, dividido em três seções. A primeira seção Evocação, correspondendo ao indicador de expressões e/ou características psicológicas. A segunda seção Figurino, seria o indicador do modo como os personagens se vestem e a última seção Cores, é o indicador da análise de nuances de saturação e brilho dos tons utilizados. A relação entre essas seções identificará o padrão de figurino para cada arquétipo de Hartas. Lembrando que esse não é um critério

padronizado, até porque personagens podem apresentar características que se encaixam em dois ou mais arquétipos.

Tabela 1: Elementos classificatórios de arquétipos da metodologia adotada por Oliveira et al.(2014).

Elemento	Critério	Descrição
Evocações	Fofura	Está ligado à aspectos infantis, sentimentos mais simples e puros, podendo ser amigáveis ou não. Quase sempre carregam um tom cômico.
	Romantismo	Desperta a beleza inocente, natural, uma certa fragilidade. Representa, também, o sentimento verdadeiro de amor ao outro.
	Sensualidade	Expressa, principalmente, atributos físicos atrativos, acompanhada ou não por algum nível de vulgaridade. Evoca a esperteza e a dissimulação.
	Força física	Evocam atributos físicos do personagem, pouco se preocupando com suas relações com outros indivíduos.
Estilo	Despojado Clássico	São figurinos com cores fortes, elementos engraçados e apelo infantil. Abrange os trajes clássicos, atemporais ou que remetam ao conceito de elegância.
	Casual/Regional	São peças que simbolizam claramente a situação do personagem dentro da narrativa como um ser comum da sociedade em que vive. Ou vestimentas regionais, que remetem especificamente a uma época ou região.
	Marginal	O termo se refere a indivíduos que não se adequam a sociedade de sua época. Usam elementos dos figurinos casuais às avessas, simbolizando o rompimento da uma situação.
Cores	Vibrantes	Siginificam cores primárias, tons saturados que evocam sentimentos de alegria e bondade.
	Sóbrias	São cores que pendem para o lado do preto e cinza, ou bege. São cores menos saturadas e indicam seriedade, tristeza, maldade. “Num sentido figurado, preto significa mau e ruim. Aquele que denigre a imagem de alguém.” [Heller 2013].

Fonte: Oliveira et al. (2014).

Além da metodologia de Oliveira (2014), adota-se para análise, a percepção dos conhecimentos discutidos no decorrer do trabalho. De início, será apresentado um pouco do universo do MOBA League of Legends, já que a personagem Miss Fortune e suas skins, Miss Fortune Agente Secreta e Capitã Fortune, foram eleitas como objeto de pesquisa, primeiramente por ser uma personagem que possui o figurino que a deixa com o corpo totalmente à mostra, ressaltando bastante o seu corpo curvilíneo, ou quando vem em uma versão mais vestida, a ênfase é ressaltar através do figurino colado, certas partes avantajadas do corpo da personagem. Outro ponto que motivou a escolha da personagem seria o fato de que a hipersexualização da personagem não está apenas no seu modo de vestir, mas também em outros elementos, como o movimento e a fala da personagem. Além da análise das cores trazidas pela personagem, para Farina et al. (2006), a cor se torna importante para o designer e está diretamente ligado a essência das emoções humanas, podendo ser aplicada de diferentes maneiras e ter diversos significados, por exemplo, a cor passa a identificar e distinguir status na sua função simbólica.

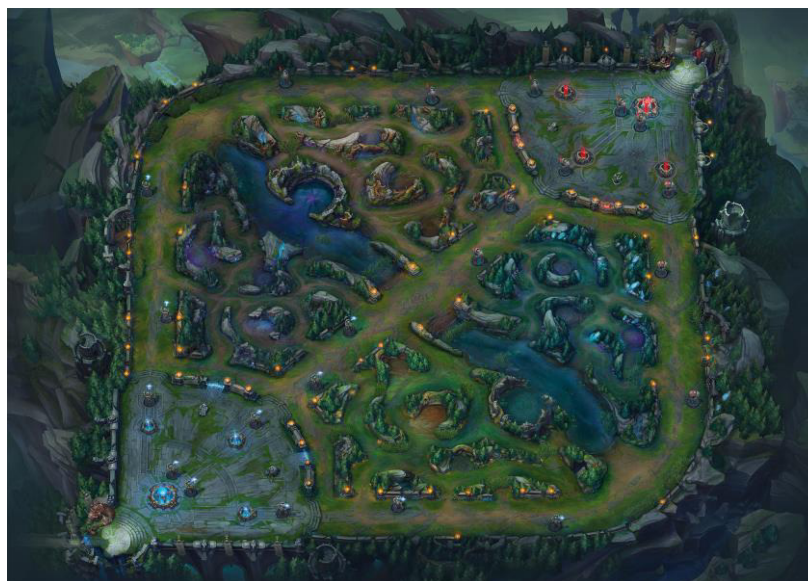
5.3.1.1 MOBA *League of Legends*.

A *Riot Games* foi uma empresa fundada por *gamers* empreendedores, em 2006. Lançou em 2009 o *game* *MOBA League of Legends*. Tornou-se um dos *games online* mais populares, seja pela sua facilidade de acesso ou até mesmo por sua grande variedade de personagens que podem ser escolhido durante o jogo com recursos gráficos de qualidade. Segundo dados do site Newzoo, o jogo lidera o ranking dos principais jogos de computadores mais jogados. Mostrando o quanto o jogo possui uma alta popularidade dentro do mercado de *games*.

A empresa *Riot games* define o *game League of Legends* como *online* e competitivo, mesclando a velocidade e intensidade de um jogo RTS com elementos de um RPG, nos quais duas equipes de personagens, que eles denominam de campeões, lutam em diversos campos de batalha e modos de jogo. A política da empresa é o de sempre trazer novas atualizações para o *game*, inserindo novos personagens, itens e modos de jogo. Segundo *Riot Games* (2017), os campeões e os campos sempre estão em um processo de refinamento, “tudo isso para proporcionar uma experiência memorável aos jogadores” (RIOT GAMES, 2017). O universo do *game* explora arquétipos clássicos que os definem por sua amplitude, sua gama de possibilidades e a celebração de artefatos culturais que abrangem todo o mundo.

Os campos de batalha possuem a mesma estrutura de um *game* classificado como MOBA, o que diferencia são apenas as denominações típicas da temática do jogo. Em *League of Legends* o mapa se chama *Summoner's Rift*. O campo, ou melhor o *Rift*, conforme visto na figura 1, é composto por dois lados que são representados pelas cores vermelhas e azul, cada um com significados distintos como meio de diferenciação entre os times. Possui três trilhas que serão os caminhos a serem percorridos pelos personagens para alcançar o seu objetivo e o ambiente no qual se pratica a maioria das ações. Seguindo a temática do *game*, o lado azul representa o time que garante a “ordem” e o vermelho é uma mescla de lugar mágico e caótico. Os lados apresentam similaridades em relação a estruturas defensivas e outros elementos que podem ser encontrados ao longo do *Rift*.

Figura 1 – Representação do campo de batalha MOBA, no *game League of Legends*.



Fonte: Riot Games (2017).

5.3.1.2 A personagem Miss Fortune.

Segundo *Riot Games* (2017) a criação de um campeão surge de uma boa ideia repentina e espontânea. Essa ideia evolui de conceitos básicos para a criação definitiva de um campeão, juntamente com alguns recursos que irão torná-lo mais interessante, como recursos e efeitos visuais incríveis, elementos atraentes e falas irreverentes e inspiradoras.

O artista conceitual Eduardo Gonzales, criador da personagem Miss Fortune, afirma que a personagem é representada como um ícone *sexy*, mas não representa o estereótipo de mulher indefesa, trazido nas primeiras vertentes dos *games*. Enfatiza alguns elementos, como a arma utilizada por Miss Fortune, com tamanhos exagerados que irão representar a fonte do poder da personagem. Miss Fortune foi criada seguindo o conceito da garota pin-up dos anos de 1950. Para a criação da personagem, fazendo menção a metodologia apresentado por Schell (2011) como fator para criação de um personagem, foi listado algumas perguntas que traçariam o caminho para identificar funções, identidade e personalidade da personagem. Como apresentado no seguinte trecho do livro *A arte de League of Legends*:

Todos os piratas têm medo da Miss Fortune e de sua reputação? Os que racionam, sim. Os tolos morrem. Ela age em equipe ou sozinha? Ela gostaria de agir sozinha, mas precisa de ajuda para manejar as velas. A quem ela deve um favor? Gangplank. Ela deve uma bala a ele. (RIOT GAMES, 2017)

A personagem Miss Fortune, só foi finalizada depois que os artistas exploraram sua identidade e sua história. Para isso foi criado um storyboard com os principais e marcantes eventos da vida da personagem. Em *League of Legends*, Miss Fortune pertence à classe de franco-atirador de acordo com a classificação do *game*. Por sua história, a personagem se torna conhecida como a caçadora de recompensas mais infames do lugar chamado Águas de Sentina. Cada personagem do jogo possui uma história que se passa em um determinado lugar ficcional. Sua história é caracterizada pela mescla de poder e vingança, por tudo o que a personagem viveu no seu passado.

5.3.1.2.1 Miss Fortune Classic.

Rodrigues e Santos (2014) em sua pesquisa a cerca da representatividade da mulher no *game* League of Legends, analisou os personagens até o ano de 2014 e constatou que dos 117 personagens, apenas 40 eram personagens femininas e que 65% delas apresentavam algum grau de nudez ou roupas justas que evidenciam e delineiam o contorno dos corpos. Confirmando a forma como os designers segregam a representatividade do masculino e do feminino dentro das representações gráficas dos personagens. Como observamos na Figura 2, do *Splash Art* Clássico da personagem existe a presença desses elementos, Miss Fortune é caracterizada como uma pirata dos anos de 1700, apesar dos signos que a compõe lembrarem as características de um pirata, como o figurino, não vai ser totalmente fiel, reforçando as palavras da autora Oliveira et al. (2014), que o figurino não necessita ser rigorosamente fiel a época, ela pode ser estilizada de modo que se inspire no momento histórico. A personagem possui elementos que sabemos reconhecer as características do pirata, como o chapéu e as botas que encontramos similares ao estereotipo do pirata, mas ela apresenta outros elementos que evocam outras características e estereótipos.

Figura 2: *Splash Art* Clássico da personagem Miss Fortune, no jogo *League of Legends*.



Fonte: Riot Games (2017).

A personagem foi influenciada pelas características das pin-ups. Lipovetsky (2000) define essas mulheres como esbeltas, saudáveis e sorridentes, o sex-appeal se junta com um ar jovial e humorado. Representa-se sobre diversos disfarces em situações burlescas, exibindo felicidade e uma malícia no olhar. É a soma do erotismo feminino com a vitalidade jovial, desprezando o aspecto que retratava a mulher como objeto satânico. Observando no *Splash Art* de Miss Fortune, ela é representada da mesma forma das pin-ups, cintura delineada e fina, pernas longas, ressaltando um relevo mamário e nádegas perfeitas. E o figurino ajuda a reforçar tal ideia, porque a personagem usa roupas curtas e coladas, deixando a maior parte do seu corpo à mostra.

O figurino de Miss Fortune é bem ornamentado, possui babados, bordados, transparência e fluidez, mostrando um reflexo do momento histórico em que a personagem vive, de acordo com os elementos apresentados, lembra as características das vestimentas do período influenciado pelo Rococó, do século XVIII, segundo Silva (2009), os vestidos apresentavam mangas que iam até os cotovelos e eram finalizados com babados, rendas e laços de fita, mesclado com a indumentária presente no período do Império ou Neoclássica, datada entre os anos de 1804 a 1815, onde as mulheres usavam vestimentas mais fluídas e soltas, geralmente na cor branca e em tecidos vaporosos e transparentes.

Nas suas mangas, apresenta o elemento de transparência e fluidez, assim como na sua vestimenta superior. Esses elementos do figurino se apresentam em tons brancos, segundo

Farina et al. (2006) a cor branca possui uma associação afetiva com a pureza e a inocência. Em contraponto, a personagem tem um elemento que tanto possui uma representação da construção de sua narrativa por um evento ocorrido no passado, como também, exprime um significado que representa a sua personalidade, que seria a cor vermelho vívido do seu cabelo.

De acordo com a história descrita no site do jogo *League of Legends*, o cabelo de Miss Fortune ficou com essa cor por um episódio triste que ela sofreu na sua infância e vai representar uma marca que serve para lembrá-la de um dos seus objetivos na trama, a sede de vingança. Esse trecho foi retirado do site do jogo *League of Legends*:

“Sarah acordou em agonia, seu cabelo cor de palha manchado de vermelho com o sangue de sua mãe e com balas alojadas em cada lado de seu coração. Ela rastejou das ruínas em chamas de sua casa com os restos quebrados das duas pistolas grudadas em seu peito ensanguentado. Seu corpo foi curado, mas parte de sua mente continuou presa na oficina em chamas de sua mãe e nenhuma quantidade de sabão podia lavar o vermelho vívido do cabelo de Sarah.”¹⁴

Assim como existe a dualidade na personalidade de Miss Fortune, segundo Farina et al. (2006), a cor vermelha apesar de ser uma cor arquetípica e de excelência, pode apresentar características positivas e negativas, ela pode representar a força, a energia e a redenção, como também simboliza a impureza, a violência e o pecado. Além de representar outras associações afetivas como o amor e o erotismo, cor da atração e da sedução, do dinamismo, da força, da energia, da revolta, do movimento, da coragem, do esplendor, da intensidade, da paixão, do vigor, da glória, da dureza, da excitação, da ira, da emoção, da agressividade, da ação e da sensualidade. É uma cor que expressa sentimentos que vão de um extremo ao outro das características positivas e negativas. E as características enumeradas estão presentes na personalidade da personagem.

Essa dualidade nas cores também está caracterizada nas pin-ups, Lipovetsky (2000) caracteriza essa dualidade quando cita aspectos que criaram o arquétipo da pós-mulher-fatal. Um arquétipo que sintetiza muito bem uma qualidade sensual e ao mesmo tempo inocente, de uma mulher que possui um toque de erotismo e ao mesmo tempo é alegre.

O figurino de Miss Fortune ainda apresenta elementos em tons sóbrios que remetem ao couro e dá forma que se apresenta, colado ao corpo da personagem e tiras que envolvem partes do seu corpo, como o seu braço e o seu colo, destacando ainda mais a região dos seios e ombros, representa um elemento fetichista. Para Steele (1997), o couro tem uma

¹⁴ Disponível em: <<http://gameinfo.br.leagueoflegends.com/pt/gameinfo/champions/missfortune/#champion-lore>>. Data de acesso: 05 de Julho de 2017.

associação com o sexo sadomasoquista. O outro elemento da cultura sado, é a utilização da bota com salto alto, apesar de ser uma bota com um estilo utilizado por piratas, à bota apresenta um elemento de feminilidade, o salto fino e alto, segundo Steele (1997) o sapato de salto alto, exprime poder e indica dominação, sendo um símbolo de amor e simultaneamente de agressão, “Calçado com um sapato de salto alto, 'o pé se torna uma arma misteriosa que ameaça o homem passivo; e ele se envaidece de ser assim conquistado” (STEELE, 1997, p. 108).

Nota-se que no *Splash Art* de Miss Fortune, existe a presença do “*male gaze*”, conforme Rodrigues e Santos (2014), é a forma como as personagens são representadas em poses presentes nas produções culturais, que tem a função de mostrar o que é interessante nos corpos das personagens. Miss Fortune é representada em uma pose sinuosa e não retilínea, para evidenciar todas as suas curvas e juntamente com seus figurinos diminutos expõe um corpo delgado, nádegas e seios fartos e curvilíneos e seu rosto de perfil, demonstra um olhar sedutor e malicioso. Assim, como outras personagens presentes no jogo, Miss Fortune é uma personagem humana, pertencente à raça-etnia branca, possui corpo magro e definido, sem pelos, curvilíneo e jovem. Outra marca de representação presente na maioria das personagens femininas, são os cabelos longos, sedosos, brilhantes, ondulados e de uma cor vívida, vindo como um elemento de destaque e contraste em relação aos tons sóbrios de seu figurino.

Outro elemento que caracteriza Miss Fortune como uma personagem bastantes hipersexualizada, são as representações de voz e fala. Existem momentos na partida, dependendo da situação, que ela fala alguns bordões. Sua voz já é extremamente sexy e dependendo da situação em que a personagem se encontra, ela fala um bordão e no final solta alguns gemidos. Quando a personagem é morta no jogo, ela apenas geme de uma forma bastante sensualizada. Alguns bordões e risadas trazem frases de efeitos sensuais, como “A brincadeira começou.”; “Você tem cara de mal, eu gosto disso”; “Pronta para atirar... Bang”; “O que você acha das minhas armas, choque e ah!”; “Tem certeza de que pode comigo, invocador?”. Esses são alguns exemplos de bordões falados pela personagem durante a partida no *game*.

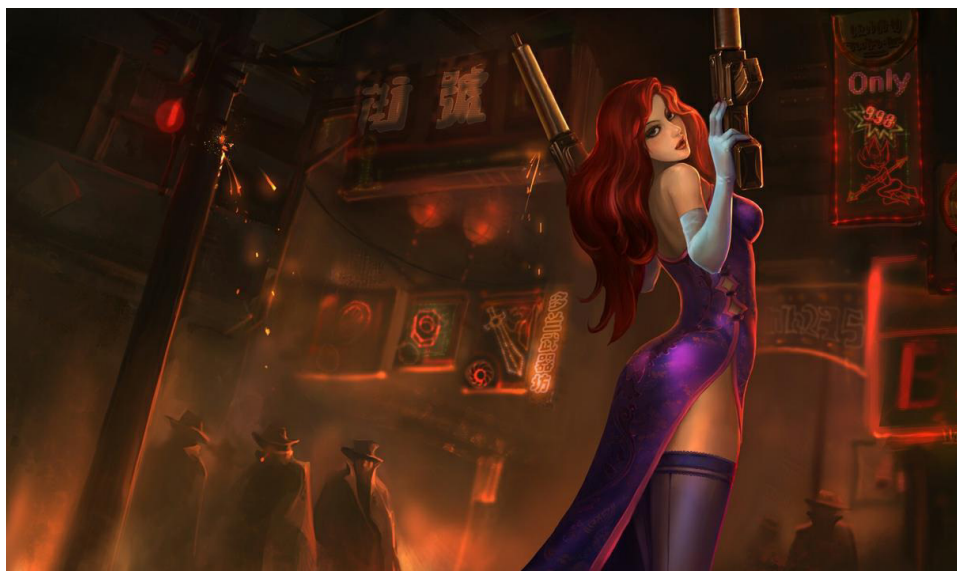
Todos esses elementos identificados na personagem só mostra o quanto o jogo *League of Legends* possui uma visão ainda estereotipada da mulher como objeto de desejo de um público específico, seguindo a mesma linhagem de jogos que segregam o masculino e o feminino em termos de representação. A figura de Miss Fortune retoma a ideia da figura feminina que funciona como objeto de desejo e prazer para um tipo de consumidor específico, no caso, os jogadores, reforçando, ainda mais a visão da autora Grimes (2003), trazida pelos

autores Fortim e Monteiro, a cerca da representatividade das mulheres nos jogos. De que a personagem feminina é construída baseada em um público-alvo tipicamente masculino e heterossexual. Mostrando que ainda é impregnada a raiz do patriarcalismo, porque seguem os mesmos conceitos de quando foi criada Lara Croft e a Bayonetta. De acordo com Rodrigues e Santos (2014), não importa o contexto em que a personagem feminina está inserida, a sensualidade sempre está associada a ela, através da representação dos seus corpos.

Durante as atualizações do jogo, a personagem Miss Fortune, ganhou algumas mudanças no seu visual, essas mudanças são definidas como *skins*. Não chegaria a ser um atributo ou uma habilidade que aumentaria o poder do personagem, elas só tem o papel de muda à aparência do personagem, dando ou não apenas alguns efeitos nas falas, efeitos sonoros ou efeitos de partículas. A personalidade da personagem continuará a mesma. Então a partir de agora, a análise será feita pela aparência do figurino que a personagem apresenta e quais mensagens esses elementos que compõem a indumentária transmite ao jogador.

5.3.1.2.2 Miss Fortune Agente Secreta

Figura 3 – *Splash Art* da *skin* Agente Secreta da personagem Miss Fortune, no game *League of Legends*.



Fonte: Site do game *League of Legends*¹⁵.

Sabemos que os *games* se apresentam como mídia midiática e usufrui de elementos de outras mídias. E como os *games* usufruem de muitos aspectos do cinema, nada

¹⁵ Disponível em: <<http://gameinfo.br.leagueoflegends.com/pt/game-info/champions/missfortune/>>. Acesso em: 05 de Julho de 2017.

melhor do que ter uma personagem que represente às mulheres que ficaram conhecidas por seus papéis nos 21 filmes da franquia mais famosa sobre espiões de 007, as chamadas *bond girls*. Nesta *skin*, Miss Fortune recorda o estilo de mulher apresentada nos filmes e séries de espiões. A boa espiã que deve estar participando de um evento social em prol de uma missão que lhe foi dada. Ela caracteriza-se de uma forma totalmente “hipersexualizada” e vem como personagem principal, não como a mulher coadjuvante que representa a *bond girl*, no qual sua função está diretamente ligada às ações e necessidades do personagem principal, no caso James Bond, tratadas como meros objetos sexuais.

Miss Fortune apresenta a característica de objeto de desejo, mas existe um ar imponente na personagem que não a deixa submissa a outro personagem. Lima (2008) identificou três arquétipos presentes na franquia 007, à donzela em perigo, a femme fatale e a heroína. Com relação ao figurino, a *skin* de Miss Fortune se encaixaria, no arquétipo da femme fatale. Para Lima (2008) é o arquétipo mais recorrente dentro das manifestações culturais, e qualifica as mulheres como manipuladoras, a encarnação humana da luxúria e perigos. O estereótipo dessa mulher fatal deve representar todo um mistério a cerca do desejo que ela causa, ela é elegante e sensual, fisicamente e emocionalmente perigosa para suas vítimas do sexo oposto, mas ela também pode classificar-se no estereótipo da heroína também, apesar de não trazer características masculinizadas. Por não apresentar-se submetida a nenhum outro tipo de personagem, ela se torna a única a construir sua trama, reforçando o que seu criador havia dito sobre a mesma. Apesar da aparência sexy, Miss Fortune necessita somente das suas armas para mostrar todo o seu poder.

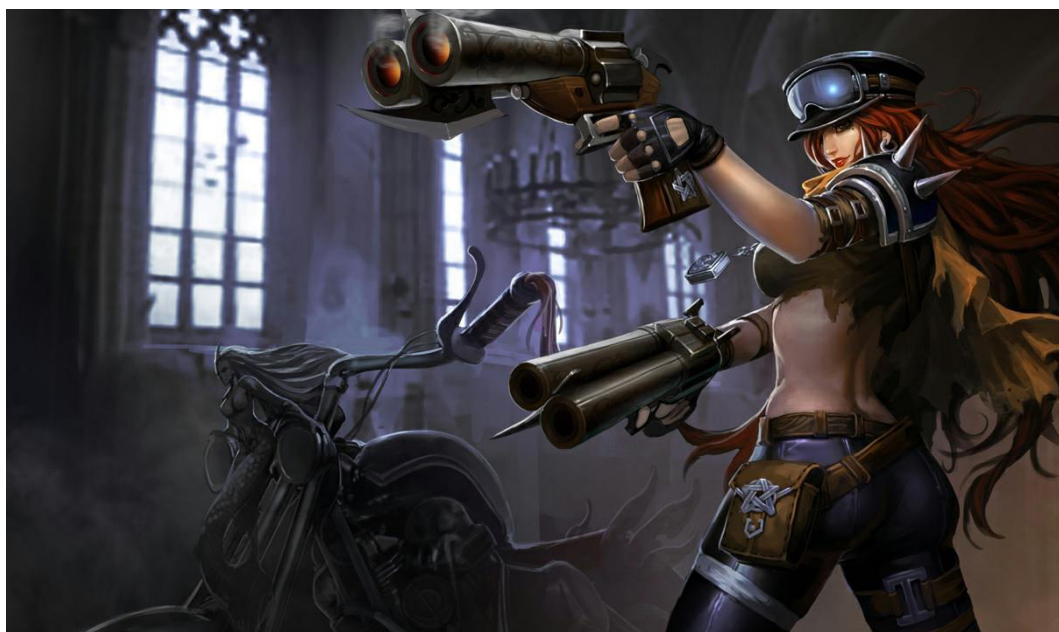
A *skin* Agente Secreta, com relação ao figurino, vem como a encarnação moderna da femme fatale do filme Gilda de 1946, interpretada por Rita Hayworth, usa um vestido tomara que caia de fenda alta colada ao corpo, no qual predomina a cor púrpura e um viés no tom rosa e como complemento do figurino o uso de luvas brancas e meia-fina preta. O vestido por ser um modelo que deixa ombros à mostra, já o torna um elemento de caráter sensual, a pose que deixa a fenda em foco, a transforma em um personagem ainda mais sensual e com um ar de mistério. A presença das meias finas e luvas, são importantes elementos fetichistas e agregam ainda mais a ideia de mulher hipersexualizada. Para Steele (1997), as meias finas tem um papel de levar os olhos do observador para as pernas, que são consideradas o caminho para as partes íntimas. As meias finas riscam um linha que cruza a coxa da mulher, isolando parte da perna e funciona como um sinalizador. Meias finas que possuem uma costura atrás, como a da personagem, acentua mais o desejo masculino. Meias nas cor preta representa uma mulher pecadora e censurada. Juntamente com o uso luvas, se tornam um conjunto fetichista.

As luvas podem enfatizar movimentos sensuais, moderando ou estimulando o desejo, se tornando um símbolo de poder e que remete muito ao *streptease*.

As cores predominantes no vestido são cores vibrantes, a púrpura e o rosa, apresentando à dualidade presente na personalidade de Miss Fortune, segundo Farina et. al. (2006), a cor púrpura vem carregada de nobreza, apresenta uma carga afetiva de autocontrole e valor, já o rosa representa a feminilidade e a inocência. Mais uma vez a dualidade da mulher sensual, mas com ar de inocência está presente em mais um figurino de Miss Fortune, só que dessa vez se mescla ao estereótipo de mulher perigosa com o seu ar de sedução, fazendo jus ao arquétipo de *femme fatale* proposto pelo cinema. O corpo da personagem mais uma vez se torna um objeto, evidenciando seu corpo curvilíneo, suas nádegas e seios perfeitos, além de deixar um ar misterioso e sensual para atrair suas vítimas, através dos elementos fetichistas presente no figurino.

5.3.1.2.3 Miss Fortune Guerreira das Estradas.

Figura 4 – *Splash Art* da *skin* Guerreira das Estradas da personagem Miss Fortune, no game *League of Legends*.



Fonte: Site do jogo *League of Legends*.¹⁶

¹⁶ Disponível em: <<http://gameinfo.br.leagueoflegends.com/pt/game-info/champions/missfortune/>>. Acesso em: 05 de Julho de 2017

Nessa *skin* de Miss Fortune, percebe-se a influência dos velhos clubes de motociclistas dos anos de 1940 e 1950, que se tornaram bastante populares nos Estados Unidos. De acordo com Toledo Pinto (2011), a Segunda Guerra Mundial, foi um importante fator que contribuiu para o surgimento de motoclubes que conhecemos hoje. Com o fim da guerra os jovens que retornaram as suas cidades, não se adaptaram a vida tranquila. Esses veteranos de guerra criaram vínculos uns com os outros e era constante o encontro deles em bares, como meio de cicatrizar o que presenciaram na guerra e passar o tempo bebendo. Muito deles criaram relações profundas de amizade e foi esse sentimento que influenciou a criação dos motoclubes, onde poderiam compartilhar valores, propósitos e experiências. Certas dificuldades a se adaptarem a trabalho, a vida em seguir normas e horários, uma rotina totalmente diferente do que eles possuíam quando estavam na guerra. Essa não adaptação das rotinas resultou na busca por formas de lazer carregadas de adrenalina. Com isso, eles passaram a buscar outros veteranos, propiciando o surgimento dos clubes de motocicletas. Os clubes de motocicletas foram influência para diversos filmes no cinema, inclusive a franquia *Mad Max*, a história do filme se passa em um futuro pós-apocalíptico na Austrália, no qual as rodovias se tornam um campo de batalha por gangues de motoqueiros.

Na *skin* Miss Fortune Guerreira das Estradas, apresenta elementos que a caracterizam com um ar revolucionário e selvagem, além de alguns elementos que remetem ao futurismo e não ao momento em que surgiram os clubes de motocicletas, como a ombreira de metal e as suas armas, que possuem um design diferenciado. Seu figurino, mais uma vez, a deixa com o corpo à mostra e traz elementos que tanto caracterizam os grupos de motoqueiros dos anos de 1940 e 1950, como traz elementos do universo fetichista, que seria a utilização do couro utilizado na calça, na luva e na boina, além dos pequenos cintos que envolvem suas coxas e braços. Para Steele (1997), os anos de 1950, os artigos de couro estavam fortemente ligados à cultura dos motociclistas, por serem duradouras e protetoras, mas também o couro preto tem uma forte associação ao sadomasoquismo e a outros aspectos. O couro é carregado de simbolismo, pode evidenciar a sensação de uma percepção sexual elevada, além de ser um ícone que representou os motoqueiros valentões, símbolos de uma masculinidade viril, severa e brutal, além de representar poder e dor.

Assim como o couro é importante para sados e fetichistas, a própria imagem do motoqueiro representa um fetiche. A moto passa a simbolizar uma excitação sexual, por toda sua potência de um motor que vibra e ruge e a jaqueta de couro passa a ser um importante instrumento nesse universo fetichista. A *skin* de Miss Fortune, ao mesmo tempo em que retrata essa simbologia do universo fetichista e se faz sensual, ela quer se masculinizar pela

simbologia que o couro tem de viril. Ela quer se mostrar imponente e forte assim como um motoqueiro violento. Apesar de apresentar tons sóbrios e escuros, a paleta de cores puxa um pouco para os tons de amarelo. De acordo com Farina et al. (2006), o amarelo é uma cor que sugere a potencialização e a estimulação e pode ser associada afetivamente por qualidades, como orgulho, idealismo, euforia e originalidade. Se auto afirmando com uma ideologista, possui motivos e propósitos para realizar qualquer ação.

A *skin* Guerreira das Estradas, também traz algumas características sensuais similares a *skin* Agente Secreta, como a presença de luvas que cobrem os órgãos de toque e traz um pequeno cinto que risca uma linha cruzando a coxa, dando ênfase as suas pernas. A pose também favorece mostrar as curvas do seu corpo e certa definição de sua musculatura e o contorno das suas nádegas. Enfim, mostra uma mulher sensual, mas não com um ar de inocência ou misteriosa, ela se mostra mais bruta, mais forte, revolucionária e urbana. A característica urbana é definida pela utilização de elementos mais urbanos, como a blusa desgastada, uso de *pochet* e acessórios de metal.

5.3.2 Classificação segundo os arquétipos adotados por Leo Hartas(2005).

Tabela 2 - Classificação das características arquetípicas propostas por Oliveira et al. [2014]

	Personagens	Miss Fortune	M. F. Agente Secreta	M. F. Guerreira das Estradas
Evocações	Fofura			
	Romantismo	X		
	Sensualidade	X	X	X
	Força Física			
Estilo	Despojado			
	Clássico		X	
	Casual/ Regional	X		
	Marginal	X		X
Cor	Vibrante		X	
	Sóbria	X	X	X

Fonte: elaborado pelo autor.

Com a análise a cerca das personagens foi construído tabela 2 baseando-se na metodologia de classificação proposto por Oliveira et al. (2014). Em cada *skin* analisada da personagem Miss Fortune, foram apresentadas características distintas uma da outra, chegando ao resultado de três arquétipos distintos para classificá-las.

A *skin* principal, a Miss Fortune Clássica, foi positiva nos elementos Romantismo e Sensualidade, no critério de Evocação, porque a personagem demonstra uma beleza inocente, mas com caráter sensual; Regional e Marginal, no critério Estilo, a personagem

adota uma vestimenta típico do seu ambiente, um porto, mas também o que ela veste não se adequa aos padrões aceitos de sua época, ela vive a margem da sociedade, até porque ela é uma infame caçadora de recompensas; Sóbrio, no critério Cor, a cartela de cores do seu figurino pendem para cores mais escuras, como resultado a classificamos como personagem pertencente ao arquétipo *Sexy and Sassy*.

De acordo com Oliveira et al. (2014), personagens que pertencem ao arquétipo *Sexy and Sassy*, o figurino destaca a curvatura do corpo deixando o corpo descoberto e geralmente é colada ao corpo. Apresenta a dualidade da mulher sensual, mas com uma beleza inocente, demonstrando fragilidade, mas na realidade ela não é nada fraca. O seu estilo pode identificar sua profissão, mas também pode ser casual para ser posta no contexto da narrativa, podendo também pôr a mulher em uma situação que necessita usar da violência para defender-se. Podemos identificar também, certas características do arquétipo *Femme Fatale*, elemento que não é abordado na metodologia, em relação à voz e o modo como a personagem se porta, como vimos à personagem fala alguns bordões que tendem a seduzir o jogador para fazer ações que ela gostaria, além da sua entonação e timbre da voz ser extremamente sensual.

A segunda *skin* a ser analisada foi a Miss Fortune Agente Secreta, os elementos positivos de acordo com a metodologia adotada foram no critério evocação, a sensualidade; uma personagem que se apresenta como sensual, mas dotada de um ar de mistério e perigo; no critério estilo, clássico, a personagem traz um figurino clássico dos filmes que retratam o universo da *femme fatale*, cheio de sensualidade e elegância; no critério cor, vibrante e sóbria, existe um equilíbrio na cartela de cores proposta para personagem, tanto trazem cores alegres e vibrantes, como também cores que pendem para tons escuros. De acordo com os critérios avaliados, essa *skin* pertence ao arquétipo *Femme Fatale*.

Para Oliveira et al. (2014), personagens pertencentes ao arquétipo *Femme Fatale*, são mulheres que possuem um grau maior de sensualidade para seduzir o sexo oposto, obrigando a realizar todos os seus desejos. De certa forma, possui as mesmas características já analisadas pela personagem se compararmos com o arquétipo proposto pelo cinema. Um ponto a ser levantado, como já foi dito, foi de um personagem poder apresentar características de dois ou mais arquétipos, apenas para complementar, também encaixaria essa *skin* no arquétipo de *Sexy and Sassy*, porque algumas características analisadas da personagem são similares as que contêm nesse arquétipo, como a dualidade do ser sensual com a beleza inocente, que de fato, a personagem apresenta um instrumento que demonstra seu poder, que são as armas presentes em todas as *skins*.

Na *skin* Miss Fortune Guerreira das Estradas, os elementos positivos de acordo com a metodologia adotada foram à sensualidade, no quesito evocação, a personagem apresenta atributos físicos atrativos e com elementos do universo fetichista; no quesito estilo, marginal, ela traz um figurino que não se adequa ao ambiente que ela vive, vem com um ar revolucionário; no quesito cor, sóbria, a cartela de cores do figurino utiliza totalmente os tons escuros. Baseado nos critérios avaliados, a personagem se aproxima do arquétipo *Mad, Bad and Dangerous*.

Segundo Oliveira et al. (2014), o arquétipo *Mad, Bad and Dangerous*, são personagens que estão à margem da sociedade, com um ar rebelde perante as normalidades morais e sociais. Personagens desse grupo evocam uma sensualidade que atrai o sexo oposto, mas não o fideliza. Esse arquétipo representa os famosos mafiosos e rebeldes. A *skin* Guerreira das Estradas, também evoca características que a põem no arquétipo *Sexy and Sassy*, por não ser uma personagem coagida e muitas vezes usar de sua força para defender seus ideais.

Portanto, os figurinos dos personagens caracterizam-se de acordo com características importantes e o integram dentro do contexto do jogo. Possui elementos que geram signos e identificará as características da personagem dentro de um contexto, facilitando a interação do jogador com o personagem e provavelmente uma maneira de se espelhar e se reconhecer no personagem, garantindo certo tipo de experiência. Experiência essa, que significa o objetivo a se alcançar por um *game designer*.

Analisar essas características só comprova que dentro do jogo *League of Legends*, essa personagem ainda representa o estereótipo que objetifica e sexualiza o corpo feminino, através da pose, do figurino sensual e colado, afim de mostrar o contorno curvilíneo do corpo ressaltando partes do universo de desejo do consumidor, como se a personagem ofertasse a sua feminilidade em prol de um desejo de apreciação e admiração. Miss Fortune pode ser considerada uma personagem antiga, que está presente no jogo desde o lançamento. A empresa *Riot Games*, desde 2013 entrou no conceito de criar personagens que não sejam inteiramente sexualizadas, mas que venham com características que possam representar uma feminilidade com características reais. No site do jogo *League of Legends*, existe um canal que liga o jogador aos desenvolvedores dos campeões, Pergunte à Riot, onde os designers tentam ao máximo responder os questionamentos dos jogadores. Existe um tópico que se refere à sensualidade das campeãs, no qual o designer Jinxylord responde a pergunta. Existe a preocupação em fazer personagens tanto com um estereótipo menos sensual, mas também existe essa demanda porque faz parte da fantasia de muitos jogadores. Sendo que esse teor

sensual pode ser expresso de diferentes maneiras, levando em consideração que o mais importante para eles, em relação à aparência da personagem, é a campeã fazer parte do contexto, ter sentido na temática.

Apesar dessa vontade de atingir nichos diferentes e trazer personagens femininas com maiores representações, não só a de mulher sexualizada, é perceptível, o quanto ainda é um segmento que segrega e subjuga o papel da mulher, reflexo de uma sociedade que sempre foi dominada pelo masculino e para satisfazer a suas necessidades, em objetificá-la e garantir o seu poder de sensualidade e mostrar as curvas do seu corpo. A personagem Miss Fortune, ainda reflete o papel do público específico do *game*, o de masculino e heterossexual, tanto na sua versão clássica, como em outras. A personagem sempre vai trazer o ar de sedução, em momentos em que ela queira se empoderar, trazer um ar mais forte e viril, ela vai ser caracterizada e representada de uma forma hipersexualizada para servir os desejos e fantasias do seu público-alvo.

6 CONCLUSÃO

Levando-se em consideração os aspectos analisados da personagem Miss Fortune e suas skins, contando tanto seus aspectos psicológicos, como sua personalidade dentro da temática apresentada nas ilustrações, mas também aspectos físicos e status social, realizou-se um estudo, considerando-se a classificação de acordo com os arquétipos proposto pelo ilustrador Hartas (2005), utilizando a metodologia de Oliveira et al. (2014) que caracteriza as personagens baseadas em um conjunto de critérios. O resultado mostra que apesar da personagem variar com status diferentes, como pirata, bela espiã e a revolucionária motoqueira, nos critérios estabelecidos, todas evocaram a sensualidade, mesmo que a skin Agente Secreta sobrepujasse as demais. Destacando ainda mais a sensualidade, as outras skins também apresentaram as mesmas características.

No conjunto estilo apresentaram variações em seus figurinos, Miss Fortune caracterizava o ambiente a qual pertencia, as Águas de Sentina; a skin Agente Secreta traz uma personagem baseada na *Femme Fatale* dos cinemas da década de 1940; e a skin Guerreira das Estradas faz menção aos velhos clubes de motoqueiros, com sua virilidade e peças de couro e traz uma personagem revolucionária e que vive a margem da sociedade. Observa-se que em todos os figurinos, existem elementos do universo fetichista, apresentados por Steele (1997), seja a utilização de peças com couro que envolve partes de seu corpo, o destacando ainda mais, ou o uso de meias finas e luvas, fazendo referência ainda mais a mulher sensual que a personagem significa, uma dualidade entre sensualidade e poder. A sensualidade evocada pelos elementos que compõem o seu figurino e o poder por sempre estarem com o signo que o representa, as suas armas.

Nos critérios de cor, a maioria utilizavam cores puxando para os tons sóbrios, mas a skin Agente Secreta apresentou uma mescla em tons vibrantes e sóbrios, reforçando ainda mais o seu estereótipo sensual. As cores vieram para agregar informações a respeito da personalidade da personagem dentro da temática que ela se encontrava. Além de trazer também a dualidade representada pelo arquétipo lançando nos anos de 1940 e 1950, a da pin-up, que representa uma mulher sensual, mas com um ar de inocência. Essa dualidade se mescla com o arquétipo da mulher misteriosa e perigosa, que seduz o sexo oposto em prol do seu benefício, a *femme fatale*, que se destaca na skin Agente Secreta.

Apesar das incessantes tentativas de não criar personagens que fugissem um pouco da caracterização da mulher hipersexualizada, o *game League of Legends*, ainda mantém a vertente com as suas primeiras personagens criadas, no caso de Miss Fortune,

caracterizando ainda a vertente das personagens que se mostram como instrumentos ou objetos pertencentes à fantasia da maioria dos homens, neste caso, a personagem é criada para um público-alvo específico, o masculino e heterossexual, público que define a maioria dos jogos. Com a crescente demanda para alcançar novos nichos de mercado, cria-se personagens que possam representar outros grupos de consumidores do *game*. A personagem específica não entra nessa vertente, mas sim ao estereótipo da mulher objeto e fruto da fantasia do público majoritariamente masculino, mas com qualidades como inteligência, independência e poder, surgido com o aparecimento da personagem Lara Croft, em 1996. Inicialmente, acreditava que uma personagem poderia representar a mulher trazendo tais qualidades, mas o figurino deixou muito a desejar com suas roupas pequenas e deixando o corpo da mulher à mostra.

Logo esses pontos apresentados sobre a personagem refletem ainda o controle de uma sociedade que viveu dominada pelo sistema de patriarcalismo e que regeu e controlou os diversos aspectos das relações de gênero. O patriarcalismo surgiu na medida em que as sociedades agrícolas evoluíam, o papel do homem se expandiu para os setores de poder dentro de uma sociedade e isso refletia nos papéis dentro da família. Dentro do patriarcalismo, a função do homem sempre foi o de governar e estava diretamente ligado ao poder, e o papel da mulher sempre foi subjugado e inferior. Com a expansão da sociedade patriarcal através do domínio de civilizações sobre outras, foi possível o intercambio de diversos aspectos, tanto artísticos quanto culturais, havendo uma troca de informações em relação às questões de gênero, em que poderia beneficiar ou não a situação da representatividade da mulher e o seu papel dentro da sociedade. Foram vários anos de luta por parte do movimento feminista que as mulheres alcançaram muito benefícios, mas não algo que pudesse igualar ao patamar alcançado pelo homem dentro da sociedade.

A mulher vai se tornar superior ao homem no aspecto da beleza, a partir do culto pelo belo sexo surgido no período renascentista. Antes do Renascimento, a mulher era tratada como um objeto do diabo, um instrumento sedutor que leva a perdição do homem e geralmente mulheres muito bonitas eram representadas como bruxas. Com o período renascentista, a mulher passa de maléfica para um ser de inúmeras virtudes e de beleza incomparável. O corpo da mulher passa a ser admirado cada vez mais pelas artes. Vários arquétipos foram construídos em torno do corpo da mulher em oposição a dois estereótipos clássicos, a luxúria e a pureza. O corpo da mulher se torna símbolo do desejo masculino, mas ainda representava um perigo. Nos anos de 1940 e 1950, surge a imagem da pin-up, cujo criador da personagem Miss Fortune se inspirou para criá-la, para quebrar de vez o estereótipo

da mulher perigosa e trazer a imagem de uma mulher inocente e divertida, mas sem a perda da identidade sensual, com peitos volumosos, hipererotização do olhar, pernas longas e tudo que representa a fantasia de desejo do homem. Com o aparecimento desse novo estereótipo da mulher para quebrar com o arquétipo da beleza maléfica, se tornou essencial para uma divisão sexual, trazendo uma imagem que caracteriza um feminino que traz um progresso igualitário do imaginário do que a difusão de uma cultura carregada de misoginia. Essa cultura do belo sexo influenciou o cinema a criar o arquétipo da beleza moderna, que seria a estrela, definida por Lipovetsky (2000), com uma mulher moderna que inspirava a outras, ligada ao luxo, o sucesso e a riqueza, uma mulher que regulava sua própria vida e era símbolo de beleza e sensualidade.

Os *games*, enquanto midiáticos e expressão cultural, foram tanto influenciados por aspectos do cinema, como por momentos históricos da sociedade. Prova disso é o seu surgimento como experimentos de uma tecnologia que estava em prol de uma guerra silenciosa e sem conflitos. Os *games* nasceram no período da Guerra Fria e se utilizou de tecnologias militares para o seu desenvolvimento. A princípio, foi criado como objeto de um estudo sobre a interação homem-máquina, logo ganhou o seu aspecto de entretenimento lúdico. Percebe-se que o *game* foi criado em laboratórios militares, ambiente totalmente dominado por homens. Com o decorrer dos anos, várias tentativas de aproximar o público feminino foram realizadas, com a criação de personagens mais “fofos” sem a utilização da temática violenta da época, mas essas aproximações eram mínimas.

Como as sociedades atuais estão em constantes transformações, existe uma demanda por uma melhor representatividade da mulher nesse meio, sendo como designer, jogadora ou trazendo personagens com arquétipos diferenciados. A partir da análise da personagem Miss Fortune, concluí que essa temática ainda precisa ser discutida e explorada, havendo assim um meio termo entre as partes, porque ainda existe a demanda de criar personagens sensualizadas que atendem a necessidade de certo público, mesmo sendo maioria, ainda é um público que consome o produto porque gostam dos elementos que o *game* traz. Esse público é representado em sua grande maioria, por homens heterossexuais, mas ainda existe uma pequena parcela de consumidores, que ainda se identificam com personagens hipersexualizadas.

E o processo de identificação do jogador com o personagem, acaba sendo uma experiência positiva, tanto para quem joga como para o profissional *game designer*, como indicado por Schell (2011), o principal papel de designer de jogos é proporcionar uma experiência para o jogador, através do *game*. E essas experiências acontecem por meio dos

elementos que compõem o jogo digital, seja o enredo, o ambiente, os recursos visuais e sonoros e até mesmo o personagem. De fato existe uma preocupação maior por parte dos profissionais, em relação ao personagem, porque ele serve de instrumento para o jogador interagir com o ambiente e executar suas ações. Por isso, o personagem deve conter características e elementos realísticos que facilitem o reconhecimento do personagem no cenário e ambiente em que se insere, além de apresentar sua personalidade e status social para a identificação do jogador como persona no *game*.

Todos esses elementos compõem o figurino, a forma como a personagem vem vestida. Existe um profissional responsável pela criação do personagem, o *character designer*. Esse profissional necessita ter conhecimentos específicos sobre as diversas áreas que norteiam a elaboração do personagem, para isso ele precisa saber sobre alguns aspectos do vestuário, como a história da indumentária, detalhes de acabamento, textura de tecidos, entre outros fatores que a área do Design de moda conhece. Nesse momento, destaca-se a importância do designer de moda em auxílio a esse profissional. A área da moda tem total conhecimento a respeito do figurino, já que muitos figurinistas exploram a moda no momento da criação dos figurinos, além de possuir conhecimentos técnicos e históricos em relação ao vestuário. Isto traria benefício tanto para a moda como para a indústria de *games*. A moda teria um campo abrangente de área em que poderia atuar e a indústria de *games* seria favorecida por ter um profissional que ajudaria a criar personagens de uma forma mais realística e com elementos que facilitariam ainda mais a troca de experiências entre jogador e personagem, reforçando a definição de *games* como uma mídia midiática e interdisciplinar.

REFERÊNCIAS

- A ERA DO VIDEOGAME.** Documentário. Discovery Channel Brasil. 2007. 5 episódios (aproximadamente 45 min cada). s.d.
- ANGELL, I. O. JONES, B. J. **Diseño de gráficos y videojuegos: tratamiento en tres dimensiones.** Madrid: Anaya Multimedia, 1985.
- BARBOZA, E. F. U.; SILVA, A.C.A. **A evolução tecnológica dos jogos eletrônicos: do videogame para o newsgame.** In: Simpósio Internacional de Ciberjornalismo, 5, 2014, Campo Grande/ MS. UFMS, 2014.
- BELELI, I. Corpo e Identidade na Propaganda. **Estudos Femininos.** Florianópolis. 15(1):180, p. 193-215. Jan-abr/ 2007.
- BREYER, F.B; MOURA, D; PADOVANI, S; NEVES, A. **Definição de Métodos de acompanhamento de qualidade para Game Design.** Disponível em: www.cin.ufpe.br/~sbgames/proceedings/aprovados/23634.pdf. Acessado em 20 mar. 2017
- COLLADO, Ana Martínez. **La mujer y la seducción em el universo de la representación en la década de los 80 y 90.** ASPARKIA, v.10, 1999. Disponível em: <http://www.mav.org.es/documentos/ASPARKIA/ASPARKIA%2010%20seduccion%20Martin ezCollado.pdf>. Acesso em: 01 jun 2017.
- ERNEST, A. **Fundamentals of Game design.** Pearson Education. 2010.
- FARINA, Modesto et al. **Psicodinâmica das cores em comunicação.** São Paulo. Edgard Blücher, 2006.
- FORTIM, I.; MONTEIRO L. F. **Choose your character: Mulheres e personagens femininas nos videogames.** In: SBGames. 12, 2013, São Paulo/ SP. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Ivelise_Fortim/publication/276026798_Choose_your_character_Mulheres_e_Personagens_femininos_nos_videogames/links/554e5f7408ae739bdb8f23f3/Choose-your-character-Mulheres-e-Personagens-femininos-nos-videogames.pdf>.
- Acesso em: 25 jun. 2017.
- FROSI, T. O.; FROSI, F. O. **As rainhas da luta: representações das mulheres karate-ka nos jogos digitais.** In: SBGames. 9, 2010, Florianópolis/ SC. Disponível em: <<http://www.sbgames.org/papers/sbgames10/culture/full/full5.pdf>>. Acesso em: 25 jun. 2017.

FROSI, F. O; STEFFEN C. **Direcionamento no Character Design: Uma análise arquetípica e semiótica dos personagens de jogos digitais.** In: SBGames. 14, 2015, Teresina/ PI. Disponível em: <<http://www.sbgames.org/sbgames2015/anaispdf/artesedesign-full/147330.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

GOULART, L. A. **PROUDMOORE PRIDE: Potencialidade da cultura de jogo digital e identidade política de gênero/ sexualidade.** Dissertação (Mestrado em Psicologia Social e Institucional) – Pós-Graduação em Psicologia Social e Institucional, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2012.

HARTAS, L. **The Art of Game Characters.** United Kingdom: Ilex, Lewes, 2005.

HELLER, E. **A Psicologia das Cores: Como as Cores Afetam Emoção e a Razão.** Gustavo Gili. 2013.

HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas: a evolução do traje moderno.** Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

JENISCH, Josh. **The Art of Video Game.** Philadelphia: Quirk Books, 2008.

JORDÃO, F. P. M. **O erotismo e a sensualidade da mulher na publicidade e propaganda.** 2005. Dissertação (Mestre em Comunicação) – Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Marília. Marília, 2005.

JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo.** Pretópolis, RJ: Vozes, 2000.

LEITE, Adriana; GUERRA, Lisette. **Figurino, uma experiência na televisão.** São Paulo: Paz e Terra, 2002.

LESNIESKI, M. S. **A Evolução dos jogos online: do RPG ao MMORPG.** In: Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul. Intercom. 9, 2008, Guarapuava. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2008/resumos/R10-0192-1.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

LIMA, Alessandro Peixoto. **Design de Personagens para Games Next-Gen: Volume 1.** Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2011.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino.** São Paulo: Cia. das letras, 2000.

_____. **O Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Cia. das letras, 1989.

LOURO, Luciana; LOURO, Donizetti. **Homem Virtual, Virtual Humano: O Dever do Processo de Criação em Ambientes interativos.** In: disponível em: <<http://www.lbd.dcc.ufmg.br/colecoes/wrva/2010/0010.pdf>>

LUCIANA LOURO, D. L. **Humano virtual, virtual humano – o dever do processo de criação em ambientes imersivos.** BDBcomp. 2010.

LOPES, D. A. **Jogo, avatar e identidade: quando a moda invade o videogame.** In: COLOQUIO DE MODA, 8, 2012, Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/8-Coloquio-de-Moda_2012/GT03/ARTIGO-DE-GT/103013_Jogo_avatar_e_identidade.pdf> Acesso em: 25 jun 2017.

MCCARTHY, David. **The complete guide to game development, art and design / David McCarthy, Ste Curran and Simon Byron.** Cambridge: Ilex, 2005.

MUNIZ, R. **Vestindo os nus: o figurino em cena.** SENACRio Editora. 2004.

NEVES, I.B. C. et al. **História e Jogos Digitais: possíveis diálogos com o passado através da simulação.** In: SBGames. 9, 2010, Florianópolis/ SC. Disponível em: <http://www.comunidadesvirtuais.pro.br/buzios/publicacoes/sbgames2010/HISTORIA_JOGO_S_DIGITAIS_DIALOGOS.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2017.

NETO, E. M. G. **Gênero, Erotismo e Poder: Comparando Identidades Femininas em Atenas (Séculos VI – IV a. C).** 2010. Dissertação (Mestrado em História Comparada) – Pós-Graduação em História Comparada, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

NOVAK, Jeannie. **Desenvolvimento de games.** 2º Ed. Norte-americana. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

OLIVEIRA, J. R. et al. **Agulha, Tesoura, Linhas e Tecidos Virtuais: A moda nos jogos digitais.** In: SBGames. 13, 2014, Porto Alegre/ RS. Disponível em: <http://www.sbgames.org/sbgames2014/files/papers/art_design/full/A&D_Full_Agulha%20Tesoura%20Linhas%20e%20Tecidos%20Virtuais_248.pdf>. Acesso em: 01 jul. 2017.

PERUCIA, A. S., BERTHÊM, A.C., BERTSCHINGER, G.L., MENEZES, R.R.C. **Desenvolvimento de jogos eletrônicos – Teoria e Prática.** São Paulo: Novatec, 2005. p. 23.

PINTO, F. R. T. **Você tem uma moto ou uma Harley? Vínculos com a marca Harley-Davidson em São Paulo.** 2011. Tese (Doutora em Antropologia Social) – Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2011.

- RAINHO, C. S. **Femme Fatale. Influências na cultura visual e cinema.** 2015. Projeto (Mestre em Design e Cultura Visual) – Instituto de Arte, Design e Empresa (IADE). Disponível em: < <http://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/14189>>. Acesso em: 01 jul 2017
- REIS JUNIOR, A. S. **Um estudo sobre os processos de desenvolvimento de jogos eletrônicos.** Disponível em: http://WWW.Ademar.org/textos/proc_desenv_games/proc/desnv_games.pdf. Acessado em: 30 mar. 2017.
- RIOT GAMES. **A arte de League of Legends.** 2017. Volume 1. Disponível em: < http://artbook.br.leagueoflegends.com/pt_BR/volume-one>. Acesso em: 25 jun. 2017
- RODRIGUES, L. **Questões de gênero em jogos digitais: Uma coleção de recursos educacionais abertos de apoio à mobilização.** 2017. Dissertação (Mestre em Tecnologia) – Pós-Graduação em Tecnologia e Sociedade, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2017.
- RODRIGUES, L; SANTOS, M. R. **Um estudo em representações gráficas nos jogos eletrônicos na perspectiva de gênero: os tipos de feminilidade em League of Legends.** Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2014. Disponível em: <https://utfprfazpesquisaemdesign.files.wordpress.com/2016/10/18-33-1-rv.pdf>. Acesso em 01 jul 2017.
- RODRIGUEZ, Hector. **The Playful and the Serious: an approximation to Huizinga's homo ludens.** The Journal of Computer Game Research. Vol. 6, n. 1, dez 2006. Disponible en: <<http://gamestudies.org/0601/articles/rodriques>>.
- ROMANUS, J. S. **Gênero em jogo: um olhar sobre personagens e as representações de tipos de feminilidade e masculinidades nos games em ação contemporâneos.** 2012. Monografia (Tecnólogo em Design Gráfico) – Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2012.
- SANCHÉZ, I. O. Nuevos Itinerarios corporales de seducción. La estética del contorno genital. **Dossiers Feministes**, v. 18, p. 139-150, 2014.
- SANTAELLA, Lucia; FEITOZA, Mirna (Org.). **Mapa do jogo: a diversidade cultural dos games.** São Paulo: Cengage Learning, 2009.
- SCHELL, Jesse. **A Arte de Game Design: O Livro Original.** Tradução: Edson Furmankiewicz. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

SHELDON, Lee. **Character Development and Storytelling for Games**. Boston: Cengage Learning, 2004.

SOUSA, I.R.L. A históriado entretenimento interativo: sobre a construção do sentido de interação social in game. Revista eletrônica Temática. Ano VI, n. 01. Jan/ 2010. Disponível em: <<http://www.insite.pro.br>>. Acesso em 20 abr. 2017.

SOUZA, S. **Poder, sedução, música e corpo da mulher nos jogos eletrônicos: um estudo de caso de Bayonetta**. In: Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul. Intercom. 39, 2016, Guarapuava. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1088-1.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

STEARNS, Peter N. **História das Relações de Gênero**. São Paulo: Contexto, 2007.

STEELE, Valerie. **Fetichismo: moda, sexo & poder**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

TAVARES, R. **Fundamentos do game design para educadores**. In: SEMINÁRIO JOGOS ELETRÔNICOS, EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO – CONSTRUINDO NOVAS TRILHAS, 01, 2005. Salvador: UNEB, 2005. Disponível em: www.cin.ufpe.br/~sbgames/proceedings/aprovados/23634.pdf. Acessado em 20 mar. 2017.

THOMPSON, Jim. BERBANK-GREEN, Barnaby. CUSWORTH, Nic. **Videojuegos: manual para diseñadores gráficos**. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.

XAVIER, Guilherme. **A condição eletrolúdica: Cultura visual dos jogos eletrônicos**. Teresópolis, RJ: Novas Idéias, 2010.

ZAMBON, P. S.; CARVALHO, J. M. **Jogos digitais enquanto tecnologia social: um novo horizonte para a comunicação**. In: Conferência Brasileira de Mídia Cidadã e Conferência Sul-Americana de Mídia Cidadã, 10 e 5, 2015, Bauru. UNESP, FAAC, São Paulo 2015.

ZERZAN, J. P. **Patriarcado, civilização e as origens do gênero**. Gênero & Direito. V.1, n.1, 2010.