

ANÁLISE DA EROTIZAÇÃO DO CORPO FEMININO EM GAMES: A MODA E O REDESIGN DE FIGURINOS.

Analysis of the eroticization of the female body in games: fashion and costume redesign

Santos, Gabriela de Medeiros; Graduada; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, gabimsantos15@gmail.com
Beserra, Valkássia Moraes; Graduada; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, valkassia_@hotmail.com
Freire, Aline Gabriel; Mestrado; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, alinefreire2@gmail.com

Resumo: Buscando apresentar e identificar como os estudos em moda estão inseridos dentro da cultura gamer, o presente trabalho tem como objetivo discutir a acerca da exposição sexualizada do corpo feminino nos jogos digitais. Além disso, busca-se tratar como a moda pode atuar no meio digital para evitar a hipersexualização na produção de figurinos dos jogos digitais e, por meio disso, elaborar o redesign do figurino de personagens marcantes nos jogos digitais como: Cammy White do jogo Street Fighter e Raiden Mei do jogo Honkai Impact 3dr.

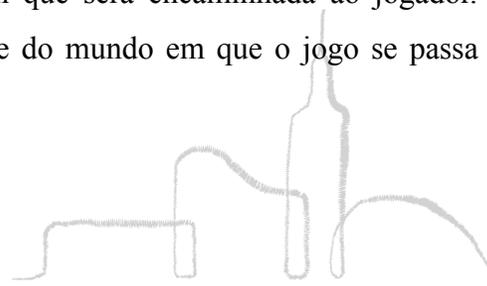
Palavras chave: Jogos; erotização; moda.

Abstract: Seeking to present and identify how fashion studies are inserted within gamer culture, this work aims to discuss the sexualized exposure of the female body in digital games. Furthermore, we seek to address how fashion can act in the digital environment to avoid hypersexualization in the production of costumes for digital games and, through this, develop the redesign of the costumes of notable characters in digital games such as: Cammy White from the game Street Fighter and Raiden Mei from the game Honkai Impact 3dr.

Keywords: Games; eroticization; fashion.

Introdução

Globalmente interpretada como uma experiência estética, a moda, através do consumo, é responsável pelas construções simbólicas e individuais das pessoas em seus meios culturais. Ao conduzir a moda para dentro do mundo dos games, uma das principais atribuições dos figurinos nos jogos é evidenciar visualmente características da personagem, como: personalidade, classe social, função, habilidades gerais, entre outras. Um figurino pode aproximar ou distanciar o corpo do personagem ao mundo do jogo. De acordo com o contexto, o figurino pode mudar seu significado e, conseqüentemente, a mensagem que será encaminhada ao jogador. Assim sendo, um figurino inadequado pode comprometer a credibilidade do mundo em que o jogo se passa (Oliveira; Nery; Souza, 2014, p. 241).



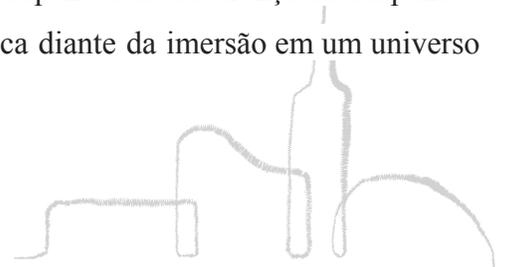
Diante disto, as problemáticas surgem quando o mercado dos jogos digitais e sua urgência lucro, usa de incoerências tendenciosas e superficiais para vender seus produtos sustentados em estereótipos machistas, hipersexualização do corpo feminino e, principalmente, na perpetuação da narrativa que a mulher é validada unicamente por conta de seus corpos, ferindo diretamente toda uma luta histórica e política por direitos e igualdade de gênero. Ademais, dentro do âmbito comercial global, no qual a indústria dos jogos é monumentalmente influente, há o fato de que quanto maior seu alcance, maior sua responsabilidade com a sociedade; interpretando assim, no mínimo, que antes de lançar um produto ao público, seria de bom tom que as empresas levantassem dois questionamentos iniciais: Qual resultado moral que este produto gerará? E qual é o papel desta empresa para além de gerar lucro?

Sob esse prisma, o objetivo desta pesquisa é abrir discussões acerca do mundo dos videogames relativo ao atual imaginário feminino representado nos jogos, solidificando cada vez mais os males que rodeiam a negligência desta pauta. Portanto, foram realizadas análises do figurino de personagens de jogos de videogames, mais especificamente, das personagens “Cammy” do jogo *Street Fighter* e “Raideen Mei” do jogo *Honkai Impact 3dr*. Através desse caminho, além do já mencionado, o estudo objetiva interpretar e ressignificar as vestimentas hipersexualizadas das personagens em questão, visando uma nova abordagem para o visual das mesmas e possibilitando que não percam sua essência tradicional e conceitual.

Erotização do corpo feminino nos jogos

Segundo Skowronski et al. (2021), a sexualização ocorre quando a valorização de uma pessoa se baseia predominantemente em seu apelo sexual, negligenciando suas outras características. Atraídas pelo dinheiro e ascensão, as grandes empresas empregam técnicas que objetivam seu público-alvo, vulgo público masculino, a ser atingido efetivamente, conduzindo o mesmo a gastar o máximo possível em seus jogos.

Como anteriormente citado, a indumentária pode representar diversos aspectos dos personagens dentro dos jogos, tais como, cores, matérias e formas; elementos estes que possuem uma carga simbólica para o personagem. Quando se adentra no âmbito da indumentária de personagens femininas na maioria dos jogos, é comum notar de imediato, uma atmosfera visual destoante entre a personagem e o jogo em si. A problemática reside justamente nestes contextos narrativos onde as vestes são caracterizadas apenas para fins fetichistas. Os jogos têm a opção, por se tratar de mundos de ficção, de aplicar a suspensão da descrença a qualquer momento, mas em muitos casos torna-se nítido o apelo ao lado da sexualização. A suspensão da descrença ou suspensão voluntária da descrença ocorre quando há o abandono da capacidade crítica diante da imersão em um universo ficcional (Fragoso, 2014.).

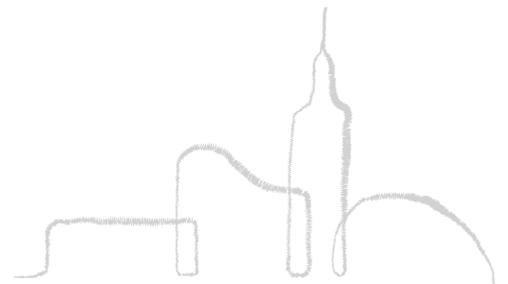


Com o crescente número de mulheres que se inserem no mundo dos jogos eletrônicos, as empresas deste ramo surgem cada vez mais com protagonistas femininas em suas franquias, que acabam por explorar a figura feminina de uma forma negativa, erotizando e sexualizando seus corpos e figurinos. Segundo Schubert e Gjeslvik (2004), isso é decorrente da dominância masculina na indústria do entretenimento, acabando por enfatizar nos homens as características que admiram, enquanto nas mulheres são projetados os seus fetiches e ideais do que uma mulher deve ser, ou é no seu imaginário. Isto por sua vez, levanta diversas indagações e questionamentos oriundas do público feminino, sobre como essas personagens são caracterizadas e apresentadas para o público como um todo, levando essas pessoas a questionarem qual seria o real objetivo e os porquês de o design da personagem ser apresentado de tal forma.

Já é sabido que o cenário onde a imagem feminina é explorada e exibida de forma erotizada, não é recente. E isto dissemina para além do mundo dos jogos. O histórico de campanhas publicitárias das marcas de cervejas do Brasil demonstra, por exemplo, que a figura feminina é apelativamente usada de forma sexualizada. A objetificação da mulher, na mídia, pode ser encontrada em propagandas que só focam no atributo sexual ou físico, sem outro tipo de apelo emocional (Heldman, 2012 apud Lourenço et al., 2014, p.5). Diante dessa realidade, o afastamento do público feminino do universo dos jogos se torna inevitável devido à hostilidade de gênero que incomoda em esferas diversas como emocional, psicológica e comportamental. Por sua vez, conforme décadas se passavam e a presença de ideais feministas na sociedade ganhavam cada vez mais espaço e notoriedade, movimentaram-se reivindicações da comunidade feminina dentro, também, da indústria dos jogos contra essa realidade.

Atualmente, com vindicações feministas frequentemente levantadas e divulgadas pelas mídias sociais, juntamente com o desconforto do massivo público feminino que agora consome mais assiduamente os jogos *online*, as empresas veem a necessidade de trazer para seus jogos uma maior representatividade. Em pesquisa realizada pela ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing) em parceria com as empresas Sioux e Blend no ano de 2016, as mulheres compõem 52,6% do público consumidor de jogos eletrônicos (ESPM, BLEND, SIOUX, 2016). É indispensável não deixar nublar, que é a incoerência entre indumentária feminina de personagens e a personagem em si, que denota tamanha revolta no público feminino, e principalmente, por tratar-se de uma realidade completamente perpetuada por ideais vis e discriminantes contra uma população já historicamente acuada.

Relação de moda e jogos



O mercado da moda se moldou ao mundo virtual, ainda mais durante o período da pandemia. Segundo Guimarães (2023, p. 2 e 3), as marcas de moda se utilizaram da praticidade do virtual para conquistar um novo público, devido ao alcance virtual ser consideravelmente mais abrangente.

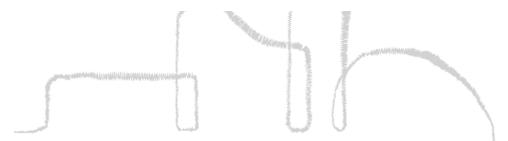
Ao avaliar sobre o contexto da moda ao longo dos séculos, a roupa passou a representar uma nova visão do que antes era pensado, mas também a sua forma de produção mudou com o tempo. Como Cruz (2017, p. 2) destaca, “inicialmente sendo apenas um instrumento de proteção, nos dias de hoje já serve como indicador social, econômico e pessoal”. E assim como a moda, os jogos digitais também possuem seu período de avanço e mudanças. Segundo Reis e Cavichioli (2014, p. 312 - 316), os jogos encantam pessoas de todas as idades e gêneros, mesmo que inicialmente fossem pensados para crianças, mas estes alcançaram o entretenimento mais adulto, sendo possível através dos avanços tecnológicos que permitiam gráficos mais ‘reais’, variações de gêneros, e a imersão em suas histórias cada vez mais aprofundadas.

Hoje é possível visualizar tal relação de moda e games devido às parcerias mais recentes de marcas de luxo com jogos digitais. Um exemplo bem descrito por Lopes et al. (2022, p. 68-75) são a marca *Balenciaga* e o jogo *Fortnite*, que foram oficializadas no ano de 2021, onde jogadores tinham a possibilidade de compra de *skins* (figurinos alternativos) e outros elementos com o nome da marca dentro do jogo. Além disso, foram utilizadas ferramentas de jogos para a apresentação de desfiles de moda virtuais, onde *Gary James McQueen* criou um desfile virtual ‘*guiding light*’ pelo programa do *Unreal Engine 5*, utilizado por diferentes desenvolvedores de jogos digitais.

Durante a produção de jogos, é responsabilidade da equipe de *character design*, a construção do personagem, contudo, design de moda ainda está fora ou pouco incluído nesse processo de criação, o qual é visto com complexidade pela quantidade de camadas de produção necessárias - físico, mental, expressões, armamento e roupas. Por isso, para existir a inserção do design de moda neste mercado é necessário entender e se adaptar à profissionalização de designers de moda para o desenvolvimento de uma moda virtual.

Metodologia

O trabalho configura-se como uma pesquisa aplicada de caráter qualitativa e exploratória, pela intenção de ser um estudo mais flexível e pela apresentação de um novo mercado em potencial. Segundo Gil (2008), essa metodologia se utiliza em sua maioria de revisão bibliográfica e correlação entre os diferentes métodos de pesquisa, que, no estudo referido, serão pela base de pesquisa bibliográfica e o conhecimento por parte do pesquisador, contribuindo para a construção da ideia do estudo (Flick, 2009). Quanto à natureza deste projeto, trata-se de uma pesquisa aplicada, tendo em vista o foco de resolução de problemas.



Para alcançar os objetivos do trabalho, até o momento, foram cumpridas 4 etapas: revisão bibliográfica e pesquisa exploratória para entender a importância do figurino dos personagens na composição dos jogos digitais; análise dos jogos para compreender como o corpo feminino é retratado e como a construção do figurino em um corpo feminino ainda está fortemente ligado à erotização do mesmo; definição dos jogos, personagens e figurinos que serão repensados a partir das discussões analisadas; processo criativo com proposta de figurino para as personagens analisadas.

Resultados parciais

Personagens e redesign

Ao realizar a análise bibliográfica e entender as características por trás da construção de personagens nos jogos, foram escolhidas duas personagens com grande representação dentre os jogos de ação: Cammy White - *Street Fighter* (Figura 1a) e Raiden Mei - *Honkai Impact 3dr* (Figura 1b). Com base nas escolhas, foi feito inicialmente uma análise para entender a importância das personagens no jogo e os elementos do figurino e suas características marcantes.

Figura 1: Figurinos atuais das personagens: (a) Cammy White - *Street Fighter*; (b) Raiden Mei - *Honkai Impact 3dr*.



Fonte: <https://www.deviantart.com/sodacan/art/Spiker-Cammy-796755105>;
https://honkaiimpact3.fandom.com/wiki/Herrscher_of_Thunder/Outfit

Sendo considerado como um dos primeiros jogos de luta, *Street Fighter* é desenvolvido pela empresa Capcom, sendo lançado no ano de 1987, possui diferentes personagens de ambos os gêneros e com uma diversidade de lutas e golpes. Um deles, Cammy White, também conhecida por Killer Bee, já foi uma assassina mortal que estava trabalhando para a Shadaloo antes de se libertar e se tornar uma agente do MI6 para o governo britânico. Cammy, com seus longos cabelos loiros que a mesma usa em duas grandes tranças, um

grande topete e uma cicatriz na bochecha esquerda, possui um corpo musculoso com um físico atlético. A escolha original de vestuário de Cammy é um collant cavado, uma boina vermelha, meias vermelhas e botas de combate pretas de cano alto e manoplas vermelhas. Suas pernas são decoradas com marcas de tinta de camuflagem verde.

Lançado originalmente em 2016, *Honkai Impact 3rd* é um jogo do gênero ação e RPG, misturando luta e história. A personagem Raiden Mei, possui origem japonesa e é uma *Valkyrias*, guerreiras que lutam contra um mal conhecido como *Honkai*, que ameaça a existência da humanidade. Entretanto, essa garota ainda é um receptáculo para o apóstolo do *Honkai*, *herrschers*, que pode ou não destruir a humanidade segundo a vontade do seu receptáculo. Seu figurino na forma *herrschers* do trovão, possui elementos que remetem a uma armadura samurai, enquanto sua roupa mostra grande parte do seu corpo, parecendo um vestido ou saia com corpete; além disso, ela usa uma meia de $\frac{7}{8}$ e uma bota.

Com a análise sobre as personagens, utilizou-se inspiração por parte de características fortes do figurino original ou elementos da própria história das personagens em seus respectivos jogos, gerando assim individualmente dois croquis com possíveis modificações e correções (Figura 2).

Figura 2: Redesign das personagens: (a) Cammy White; (b) Raiden Mei.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

A releitura das vestes da personagem Cammy foi pensada de maneira que não fugisse abruptamente de suas origens e, simultaneamente, premiando a coerência com suas habilidades e personalidade, além de



promover a funcionalidade que uma agente necessita. Optando também por manter a proximidade máxima da tabela de cores original. A calça justa remete ao conforto e proteção da pele, visto que calças justas auxiliam na precisão e velocidade de movimentos e golpes; com a bandeira de sua pátria impressa unilateralmente na parte inferior, em modelagem evasê. Fazendo jus à sua profissão de agente de organização militar, esta releitura também priorizou a presença de alguns bolsos distribuídos por sua calça e colete assimétrico, intensificando a ideia de funcionalidade. Por fim, todos os detalhes restantes da composição foram para fins estéticos.

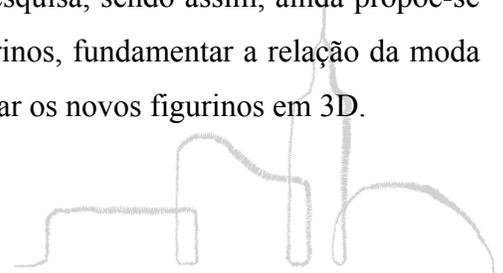
Para a construção do redesign da Raiden Mei, foi utilizado como base o figurino original, juntamente da utilização de referências à cultura japonesa, como as armaduras de samurais e representações folclóricas dos demônios “onis”. Tendo entendimento da necessidade de tornar a roupa bem elaborada como no jogo, algumas áreas foram modificadas singularmente, enquanto outras já foram modificadas pensando na mobilidade de luta da personagem. O colo da roupa foi fechado, tornando a região em uma peça unificada, como o peitoral de uma armadura, além disso, foi adicionado um short com uma modelagem seguindo padrões de nuvens orientais e fosse possível uma conexão com a própria meia-calça. Ademais foram retiradas as partes pontiagudas do figurino, deixando a armadura funcional e foram adicionados elementos como a manga e as saias laterais para representar o quimono japonês.

Considerações Finais

Diante dos dados apresentados e das reflexões realizadas durante a análise, além da criação do redesign das peças, foi possível observar um mercado propício aos designers de moda, contudo, o mesmo carece de aberturas para tais profissionais em seu meio de produção. Além disto, o mercado de jogos pode estar se adaptando aos ideais mais atuais, mas com relação às personagens femininas em jogos, muitas empresas ainda priorizam a utilização dos estereótipos de “a garota que precisa ser salva” e da erotização do corpo feminino, apesar de ter alguns jogos digitais que abordam respeitosa e suas personagens e origens.

Por fim, quanto ao redesign, os resultados preliminares foram satisfatórios quanto à produção dos primeiros modelos, levando em consideração as características das personagens e suas identidades; sendo um deles uma adaptação mais próxima ao figurino original, no caso da personagem Raiden Mei, enquanto outro ocorreu uma mudança significativa, mas que transmite a essência da personagem, Cammy White, como uma verdadeira lutadora.

O trabalho ainda está em andamento através de um projeto de pesquisa, sendo assim, ainda propõe-se analisar outros jogos e personagens, entrevistar desenvolvedores de figurinos, fundamentar a relação da moda com a cultura gamer, geek e pop através das vestimentas e, por fim, elaborar os novos figurinos em 3D.



Referências

- AMORIM, W. G.; BOLDT, R. S. **Moda virtual**: aceleração no processo de transformação digital devido à pandemia de COVID-19. Colóquio internacional de design. [S.I.] 2020.
- BLEND, ESPM E SIOUX. Pesquisa Game Brasil 2016. Disponível em: <<https://www.pesquisagamebrasil.com.br/#!pesquisa-2016/i7cep>>. Acesso em: 04/05/2024.
- CRUZ, N. P. **Ensaio sobre a importância dos figurinos em jogos digitais**. Juiz de Fora, 2017.
- FLICK, U. Introdução a pesquisa qualitativa. 3. ed, Porto Alegre: Artmed, 2009. 408 p.
- GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed, São Paulo: Atlas, 2008. 101 p.
- LOPES, F. N.; LUCAS, I. B. R.; FARIAS, S. N. Virtual fashion: Análise da coleção da Balenciaga e Fortnite. **Revista Crises**, Caruaru, v. 2, n. 1, p. 66 - 78, Abril/2022.
- LOURENÇO, A. C. S.; ARTEMENKO, N. P.; BARGAGLIA, A. P. **A objetificação feminina na publicidade: uma discussão sob a ótica dos estereótipos**. In: XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Vila Velha - ES – 22 a 24/05/2014. SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. Regras do Jogo: fundamentos do design de jogos vol.1. Editora Blucher, 2012.
- OLIVEIRA, J. R.; NERY, M. S.; SOUZA, A. G. **Agulha, tesouras, linhas e tecidos virtuais**: A moda nos jogos digitais. SBGames. Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital, Porto Alegre, p. 239 - 248, 2014.
- REIS, L. J. de A.; CAVICHIOLLI, F. R. **Dos Single aos Multiplayers**: A História dos Jogos Digitais. LICERE - Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer, Belo Horizonte, v. 17, n. 2, p. 312–350, 2014. DOI: 10.35699/1981-3171.2014.858.
- S. FRAGOSO. Imersão em games narrativos. Galáxia (São Paulo, Online), n. 28, páginas 58-69, dezembro de 2014.
- SANTOS, P. B. L. **O mercado da moda e a nova realidade do mundo virtual: As skins e os designs de moda**. 2023. 70 p. Dissertação (Mestrado em Design de Moda) - Faculdade de Artes e Letras, Universidade Beira Interior, Covilhã, 2023.
- SCHUBART, R., E GJELSVIK, A. Femme fatalities: Representations of strong women in the media. **Nordiskt Informations center for**. 2004.
- SKOWRONSKI, M.; BUSCHING, R.; KRAHÉ, B. **The effects of sexualized video game characters and character personalization on women's self-objectification and body satisfaction**. In: Journal of Experimental Social Psychology, Volume 92, 2021, 104051. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2020.104051>.

