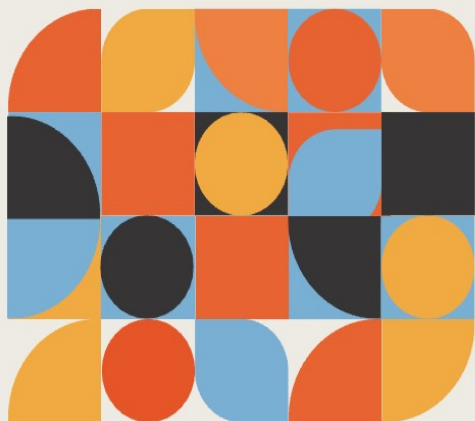




20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

REPRESENTAÇÃO x REALIDADE: A SEXUALIZAÇÃO FEMININA DE PERSONAGENS EM JOGOS ONLINE

Representation x reality: the female sexualization in characters online games

Ramos, Isabelly Tavares; Graduada; Centro Universitário Senac, isabellytavareslola@gmail.com¹
Meneses, Emerson Silva; Doutor; Centro Universitário Senac/EACH-USP, emerson.smeneses@sp.senac.br ,
emerson.meneses@usp.br²

Resumo: Esta pesquisa discute a sexualização feminina em jogos online, focando no figurino como ferramenta para tal. Investigamos as causas e consequências dessa imagem da mulher (Wolf, 1991), tanto no ambiente virtual quanto no “real”. O estudo integra uma revisão teórica feminista sobre o corpo, a sexualização e o vestuário (Dorlin, 2021; Hollander, 1996), e analisa entrevistas semiestruturadas e quantitativas com jogadoras e mulheres designers de jogos.

Palavras-chave: Design de Moda; Sexualização; Jogos *Online*.

Abstract: This research discusses the sexualization of women in online games, focusing on costume design as a tool for this. We investigate the causes and consequences of this image of women (Wolf, 1991), in both virtual and real environments. The study integrates a feminist theoretical review on the body, sexualization, and clothing (Dorlin, 2021; Hollander, 1996), and analyzes semi-structured and quantitative interviews with female gamers and female game designers.

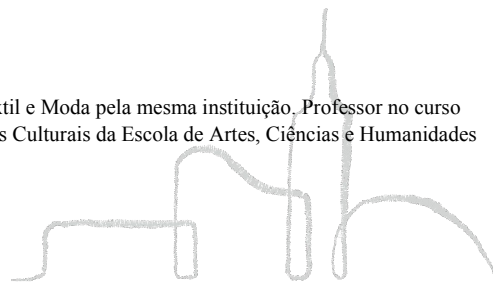
Keywords: Fashion Design; Sexualization; Online Games.

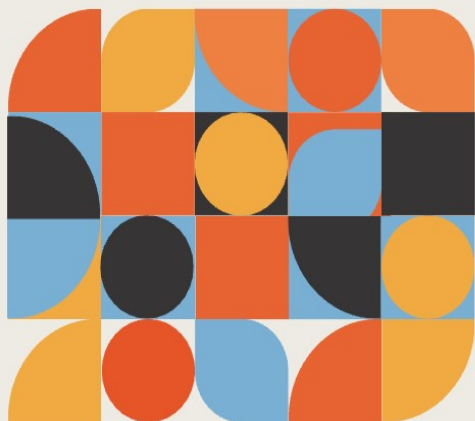
Introdução

Este artigo, originado de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), investiga a sexualização do corpo feminino pela perspectiva de uma sociedade heteronormativa e patriarcal. Por meio de pesquisa bibliográfica e entrevistas com mulheres, a análise aprofunda como esse processo histórico se manifesta em diversos âmbitos, incluindo o ambiente virtual. Elsa Dorlin (2021) em *Sexo, Gênero e Sexualidades*, destaca como a heterossexualidade oprime ao estabelecer hierarquias de gênero, subjogando a mulher. Essa visão a reduz a um instrumento de troca sexual, comparável à escravidão, onde homens (pais, maridos) a possuem. A disputa

¹ Graduada no curso de bacharelado em Design de Moda do Centro Universitário Senac.

² Doutor em Ciências no Programa de Mudança Social e Participação Política pela EACH-USP e mestre em Têxtil e Moda pela mesma instituição. Professor no curso de bacharelado em Design de Moda do Centro Universitário Senac e no Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP).





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

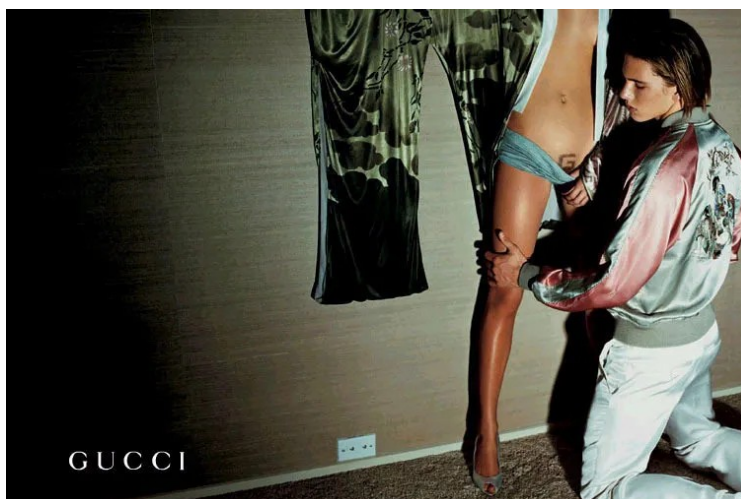
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

masculina pela mulher, vista como "presa", reforça essa objetificação, controlando sua sexualidade, fidelidade e opiniões (C.Guillaumin *apud* Dorlin, 2021).

Apesar dos avanços feministas, o "Mito da Beleza" (Wolf, 1991) surge como nova ferramenta de controle, disseminando imagens de "beleza ideal" que induzem a autoagressão feminina e impactam sua saúde mental. Esse mito substitui antigos instrumentos de opressão, como a vida doméstica ideal e a maternidade.

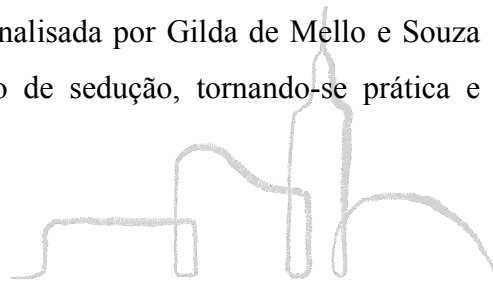
A discrepância entre o corpo real e o "ideal", presente em diversas mídias, influencia a autoimagem feminina, buscando uma atratividade estereotipada e submissa. A pornografia, reflexo da violência real, reforça essa sexualidade irreal. A falta de imagens femininas autênticas na mídia perpetua a desigualdade de gênero (Wolf, 1991). A moda, como exemplificado pelas campanhas da Gucci sob direção de Tom Ford (fig. 1), também objetifica e hipersexualiza o corpo feminino.

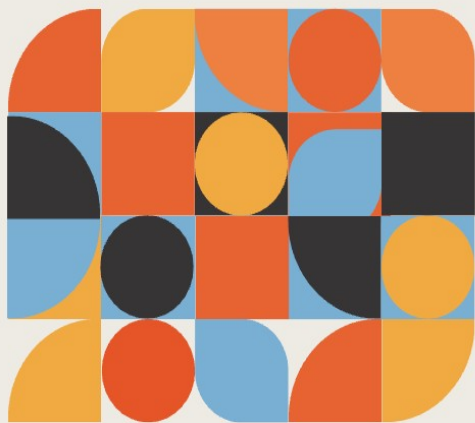
Figura 1 - A depilação íntima feita com o logo da marca Gucci ignorando a identidade da modelo. Campanha de verão, 2003.



Fonte: Divulgação. Disponível em <https://thelastfashionbible.com/2021/12/23/100-years-of-gucci-tom-ford/>. Acesso em abril de 2025.

O Mito da Beleza, aliado à pornografia e à publicidade, distorce a autoimagem feminina. O vestuário, historicamente, também reforça essa opressão. A moda do século XIX, analisada por Gilda de Mello e Souza (2001), exemplifica essa dicotomia: a roupa masculina perde a função de sedução, tornando-se prática e





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

padronizada, enquanto a feminina permanece decorativa e erótica. Essa separação de gênero reflete a visão da sociedade sobre seus papéis.

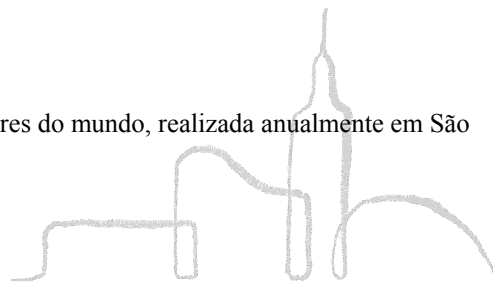
A sexualidade influencia o vestuário, que passa a indicar não só gênero, mas também identidades sexuais. A moda moderna explora fantasias eróticas, expondo o usuário e diferenciando os gêneros (Hollander, 1994). A roupa expressa o inconsciente, a personalidade e o estrato social, sustentada pelo desejo individual e coletivo, moldada pelas normas sociais de cada época.

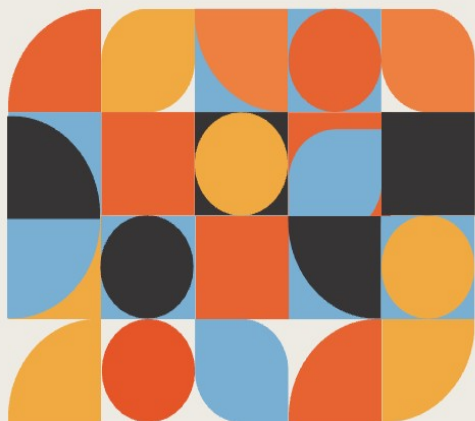
Percepções femininas sobre sexualização em jogos online: resultados de pesquisa exploratória na Brasil Game Show (BGS) 2024

Durante a Brasil Game Show (BGS) 2024³, realizamos uma pesquisa exploratória com mulheres para entender suas percepções sobre a sexualização em jogos online. Aplicamos questionários com quatro perguntas abertas, tanto em formato digital (Google Forms) quanto impresso, para facilitar as entrevistas presenciais. As perguntas focavam na vivência de assédio em jogos online e na relação entre assédio e o design do figurino utilizado pelas personagens dos jogos. Era notória a menor presença feminina no evento, e muitas mulheres acompanhavam familiares sem serem parte da comunidade *gamer* ativa. O Espaço Cosplay concentrava o maior número de mulheres, muitas delas caracterizadas como personagens masculinos, mas a imersão na performance limitou as oportunidades de entrevista. Diversas mulheres foram entrevistadas, de 13 a 40 anos, totalizando 68 respondentes, oferecendo-nos um leque variado de experiências. A maioria relatou assédio online, e as que não sofreram atribuíram isso ao afastamento ou abandono de jogos para evitar a violência virtual. Os jogos mais citados em casos de assédio foram League of Legends, Valorant e Roblox (este último, mais pelas jovens) e, por essa razão, eleitos para nossa análise.

Sobre a contribuição do figurino das personagens para a sexualização, a resposta foi unânime: sim, o figurino colabora para os assédios. Muitas entrevistadas revelaram ter abandonado personagens sexualizadas ou que atraíam assédio de jogadores masculinos.

³A Brasil Game Show (BGS) é a maior feira de games da América Latina e uma das maiores do mundo, realizada anualmente em São Paulo, Brasil.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

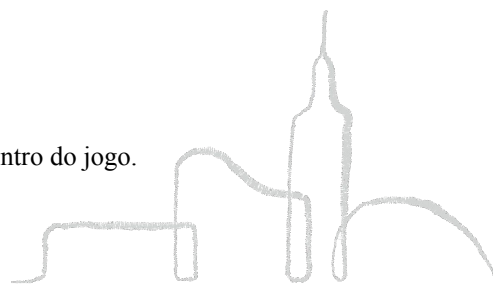
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

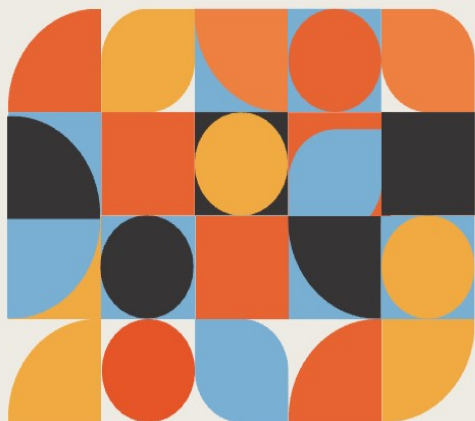
A última pergunta, sobre o que mudariam no figurino das personagens femininas, gerou as discussões mais aprofundadas. Foram apontadas a exposição exagerada dos corpos, figurinos inconsistentes com a história da personagem e o design irreal do corpo feminino como pontos a serem repensados. Algumas, contudo, defenderam que a mudança deveria ocorrer na mentalidade por trás da idealização das personagens e na dos próprios jogadores masculinos, visando diminuir a sexualização tanto das personagens quanto das mulheres na vida real.

Agora, nosso chat é presencial

Para aprofundar a perspectiva femininista sobre a sexualização em jogos, o método de pesquisa anterior foi replicado com um foco mais específico nas entrevistadas. Inicialmente foram selecionadas três jogadoras de *League of Legends*, duas coordenadoras e uma professora de graduação em Design de Games, e duas alunas do mesmo curso. Essa amostra abrange o público consumidor e os futuros profissionais da indústria. As perguntas foram personalizadas por grupo, com duas questões comuns a todas: “Sobre as avatares e *skins*⁴ das personagens femininas nos jogos online, para vocês, elas são sexualizadas? Se sim, o figurino contribuiu para isso?” e “Vocês já se sentiram sexualizadas enquanto jogavam? Já houve desconforto pelo que estavam vendo na tela?”. O formato aberto incentivou respostas detalhadas. Houve consenso entre as entrevistadas: a sexualização feminina em jogos online é um fato, mesmo que não se aplique a todas as personagens. O figurino é apontado como a principal ferramenta para essa sexualização, especialmente pela “pouca roupa” sem justificativa narrativa ou demográfica. Um exemplo citado pelas entrevistadas foi a personagem Nidalee de *League of Legends* (fig. 2), apelidada de “a pelada da lança” por duas entrevistadas devido às suas *skins* sexualizadas e estereotipadas, que contradizem sua história de uma mulher criada na selva.

⁴ *Skins* são elementos cosméticos usados para alterar a aparência visual de personagens dentro do jogo.





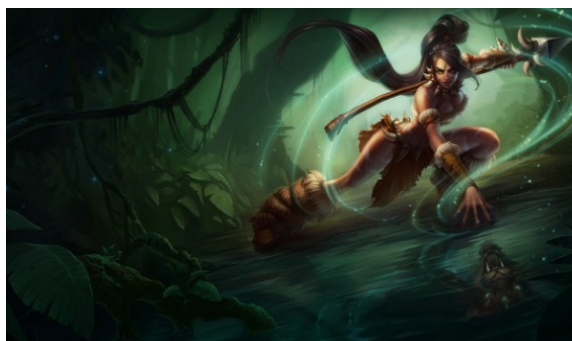
20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Figura 2 - *Skin* Clássica da Nidalee de League of Legends



Fonte: Página Oficial da Nidalee no Site de *League of Legends*. Disponível em:

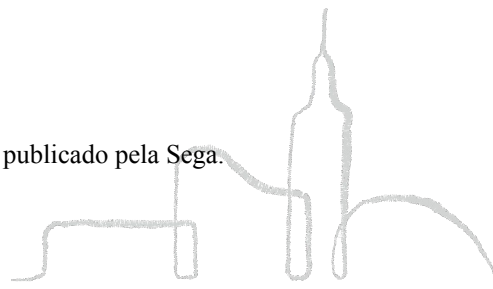
<https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/nidalee/>. Acesso em: maio de 2025.

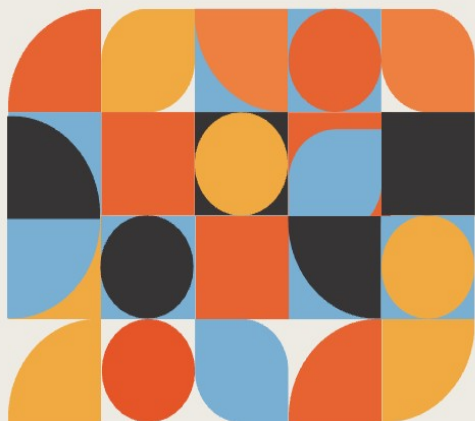
A interpretação da sexualização de um figurino varia significativamente entre os gêneros, influenciada por conhecimento da personagem, repertório cultural e referências além dos jogos. O que um vê como sexualizado, outro pode não ver. Um exemplo notável é Bayonetta⁵, personagem citada por uma das entrevistadas. Embora uma entrevistada aponte sua sexualização pelo figurino e poses, a personagem é amplamente admirada pela comunidade (incluindo homens e mulheres cisgêneros e a população LGBTQIAPN+). Para muitos, essa sexualização é proposital e beira a sátira da própria hipersexualização.

As entrevistas também revelaram um fetiche pela hipersexualização masculina, que difere da feminina. Enquanto mulheres sexualizadas são objetificadas e desvalorizadas, homens hipersexualizados são vistos como heróis, admirados por sua virilidade. Essa dinâmica reflete a visão de Anne Hollander (1994) sobre como a moda exhibe o erotismo impulsionado pelo desejo. No contexto dos jogos, a sexualização masculina é motivada tanto por desenvolvedores quanto por jogadores, expondo o desejo masculino de forma física e psicológica.

A venda de *skins*

⁵ Bayonetta é um jogo eletrônico de ação e aventura desenvolvido pela PlatinumGames e publicado pela Sega.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

A criação de *skins* em jogos como *League of Legends* visa a venda, pois a sexualização de personagens femininas nos jogos impulsiona sua popularidade e, consequentemente, as vendas, evidenciando que a sexualização feminina se traduz em lucro para as empresas (fig. 3).

Figura 3 - *Skin* Clássica da Miss Fortune com roupas que exaltam a forma e sexualizam o corpo feminino



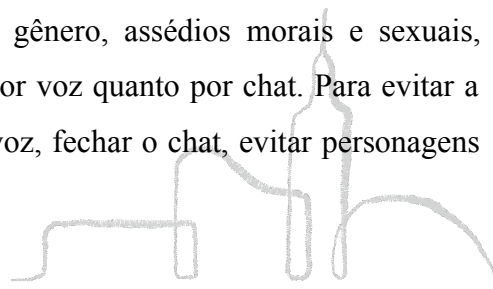
Fonte: Página Oficial da Miss Fortune no Site de *League of Legends*. Disponível em:

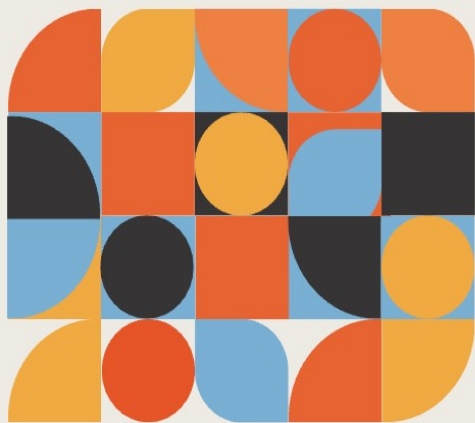
<<https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/missfortune/>>. Acesso em: maio de 2025.

Essa dinâmica reflete a análise de Naomi Wolf (1991) sobre a rentabilidade da imagem sexual em um mundo patriarcal, onde homens consomem e perpetuam tal conteúdo. Uma fala sintetiza: “No principal é: 'a gente precisa que essas personagens sejam sexy o suficiente para vender skin' quando não precisa. A gente pode só deixar o design de personagem daora.”

Essa lógica de vendas é impulsionada por um mercado focado no consumidor masculino, majoritariamente heterocisgênero. A predominância masculina na indústria de desenvolvimento de jogos reforça essa objetificação, corroborando a tese de Wolf (1991) sobre o uso de imagens femininas contra as próprias mulheres para agradar o patriarcado.

O ambiente dos games reflete o machismo do mundo real, com o assédio online sendo uma realidade constante para a maioria das entrevistadas. Relatos incluem piadas de gênero, assédios morais e sexuais, xingamentos e descrições de estupro, tanto em jogos com comunicação por voz quanto por chat. Para evitar a misoginia, as mulheres utilizam táticas como não usar comunicação por voz, fechar o chat, evitar personagens





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

ou *nicknames* femininos, jogar apenas com amigos (especialmente homens), ou simplesmente abandonar os jogos. A falta de penalidade é um fator que perpetua essas práticas, dando segurança a agressores anônimos.

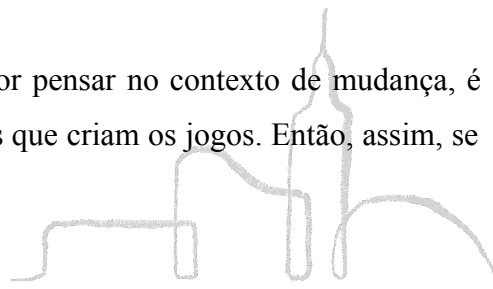
Essa realidade se alinha à visão de Elsa Dorlin (2021), que descreve o corpo feminino como um instrumento sexual a ser controlado e oprimido. Também se conecta com Naomi Wolf (1991) e o Mito da Beleza, que mina a autoestima feminina e as faz sentir que não pertencem a certos espaços, como o mundo virtual dos jogos. Uma entrevistada resume: “Você enquanto mulher fica se sentindo um objeto ali.”

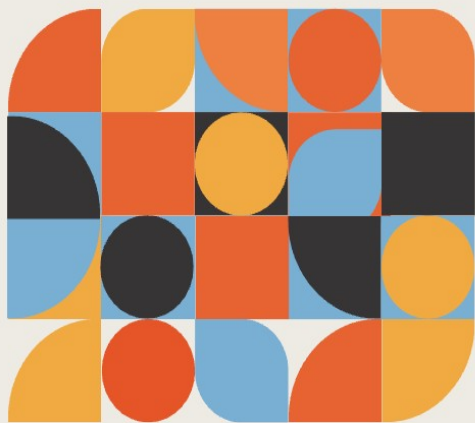
O machismo não se restringe ao ambiente virtual; salas de aula de design de games também são predominantemente masculinas, com dinâmicas de invasão de espaço e desrespeito. Contudo, há pontos positivos na academia, como o relato de uma professora que direciona as aulas para a reflexão sobre corpos, padrões de beleza e normativas de gênero. Ela exemplifica a discussão com Garrus de *Mass Effect*, um personagem elogiado por sua beleza e história, e Ashley de *Resident Evil 4*, considerada “chata” e desinteressante, apesar de se encaixar nos padrões de beleza, perpetuando estereótipos sexuais. A professora ressalta: “Como é (a matéria) design de personagem, uma das coisas mais importantes é que o personagem tenha apelo. E aí eu já entro na discussão de ‘galera, apelo, não é beleza.’ Não é porque o personagem é bonito que ele é um personagem interessante.”

O futuro dos games

O desejo de mudança foi unânime entre as entrevistadas, ecoando a crescente presença feminina no universo *gamer*, que já representa 50,9% do público (Pesquisa Game Brasil, 2025). Contudo, a participação de mulheres no desenvolvimento de games ainda é mínima. Essa transformação exige conscientização da comunidade e incentivo à presença feminina na indústria, não como modismo, mas como um compromisso genuíno com o respeito e a inclusão, abrangendo também as comunidades preta e LGBTQIAPN+. Uma entrevistada questiona: “Tá, talvez seu jogo não faça sucesso, talvez não seja relevante, por exemplo, que você não tenha todos os personagens branco ou loiro de olho azul. Mas e se eles fizerem? Não seria legal você, por exemplo, por um personagem que representa mais pessoas?”

Outra entrevistada complementa: “Porque realmente, se a gente for pensar no contexto de mudança, é algo mais social. É algo mais social, porque, querendo ou não, são pessoas que criam os jogos. Então, assim, se





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

esses homens têm essa visão da mulher, sobre a mulher...não adianta!” A verdadeira mudança virá quando a diversidade se refletir naqueles que criam os jogos.

Considerações finais

A pesquisa revela que a sexualização feminina em jogos online é uma preocupação central para as entrevistadas, que expressam desconforto e indignação. O figurino é apontado como principal vetor dessa sexualização, reduzindo a personagem à sua aparência e ignorando atributos essenciais como origem, personalidade e habilidades.

As lentes teóricas feministas foram cruciais para aprofundar a compreensão do enraizamento dessa problemática, confirmando o vestuário como ferramenta de perpetuação da sexualização na sociedade.

Espera-se que a pesquisa estimule novos estudos sobre o tema, incluindo a relação de mulheres racializadas e de mulheres trans nos jogos *online*, e, a sexualização masculina em jogos, aspecto também levantado nas entrevistas. Ao provar a viabilidade de figurinos dessexualizados que mantêm a essência da personagem, o objetivo é inspirar profissionais da Moda e áreas correlatas a desenvolver produtos sob uma ótica feminista. Além disso, busca-se incentivar a reflexão crítica no público masculino sobre suas percepções da mulher, fomentando o reconhecimento da sexualização como um problema real e catalisando a transformação nas práticas de representação visual feminina.

Referências

DORLIN, Elsa. **Sexo, Gênero e Sexualidades**: Introdução à Teoria Feminista. Tradução de Jamille Pinheiro. São Paulo: Ubu, 2021.

HOLLANDER, Anne. **O Sexo e as Roupas**: a Evolução do Traje Moderno. Tradução de Alexandre Tort, revisão técnica de Gilda Chataignier. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O Espírito das Roupas**: a Moda no Século Dezenove.- 4ª ed.- São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

WOLF, Naomi. **O Mito da Beleza**: Como as Imagens de Belezas São Usadas Contra as Mulheres. Tradução de Waldéa Barcellos.- 22ª ed.- Rio de Janeiro: Rosa dos Ventos, 1991.

