



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS III
CENTRO DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

JENNIFER THAÍS FÉLIX DA SILVA

**ESTEREÓTIPOS NOS JOGOS ELETRÔNICOS:
A REPRESENTAÇÃO DAS MULHERES NAS SKINS EM *LEAGUE OF LEGENDS*
(2009-2022)**

GUARABIRA
2022

JENNIFER THAÍS FÉLIX DA SILVA

**ESTEREÓTIPOS NOS JOGOS ELETRÔNICOS:
A REPRESENTAÇÃO DAS MULHERES NAS SKINS EM *LEAGUE OF LEGENDS*
(2009-2022)**

Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia)
apresentado ao Curso de Licenciatura em
História da Universidade Estadual da Paraíba,
como requisito parcial à obtenção do título de
graduado em História.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Adriano Ferreira de Lima

GUARABIRA
2022

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S586e Silva, Jennifer Thais Félix da.
Estereótipos nos jogos eletrônicos [manuscrito] : a representação das mulheres nas skins em League of Legends (2009-2022) / Jennifer Thais Félix da Silva. - 2022.
41 p. : il. colorida.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em História) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Humanidades, 2022.

"Orientação : Prof. Dr. Carlos Adriano Ferreira de Lima ,
Coordenação do Curso de História - CH."

1. Jogo. 2. League of Legends. 3. Representação. 4.
Estereótipos de gênero. I. Título

21. ed. CDD 793

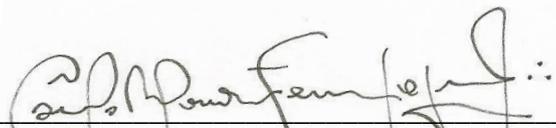
JENNIFER THAÍS FÉLIX DA SILVA

**ESTEREÓTIPOS NOS JOGOS ELETRÔNICOS:
A REPRESENTAÇÃO DAS MULHERES NAS SKINS EM *LEAGUE OF LEGENDS*
(2009-2022)**

Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia)
apresentado ao curso de Licenciatura em
História da Universidade Estadual da Paraíba,
como requisito parcial à obtenção do título de
graduado em História.

Aprovada em: 20/07/2022.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Carlos Adriano Ferreira de Lima (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof^a. Dr^a . Alômia Abrantes da Silva
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dr^a Susel Oliveira da Rosa
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

**ESTEREÓTIPOS NOS JOGOS ELETRÔNICOS:
A REPRESENTAÇÃO DAS MULHERES NAS SKINS EM *LEAGUE OF LEGENDS*
(2009-2022)**

JENNIFER THAÍS FÉLIX DA SILVA

RESUMO

Este artigo tem objetivo de analisar as personagens do jogo *League of Legends* 2009-2022. *League of Legends* é um jogo *on-line* e competitivo que traz elementos RPG (interpretação de papéis) em que duas equipes de campeões se enfrentam em campos de batalhas e modos de jogo (mapa). Inicialmente contextualizando as noções de jogo com base em MENDES (2006), HUIZINGA (2000) e MCGONIGAL (2012) e de representação feminina na sociedade de acordo com o pensamento de WOLF (1992), BUTHER (2003), LOURO (1997), BEAUVOIR (2009) e era digital com SANTAELLA (2010). E por fim, a análise das personagens levando em consideração as imagens dos personagens que são vendidas para os jogadores e não jogadores. Assim, como as funções ou lugar de cada campeão no jogo também influencia na disseminação de estereótipos de gênero nas *skins* desses personagens. As noções de estereótipos de gênero estão aqui fundadas de acordo com LOURO (1997) e KRÜGER (2004) que descrevem os estereótipos como sendo construídos historicamente e socialmente pelo indivíduo e ligado pelo coletivo. Ou seja, o estereótipo de gênero está ligado no imaginário pelo senso comum.

Palavras-chave: Jogo, *League of Legends*, representação, estereótipos de gênero.

**STEREOTYPES IN ELECTRONIC GAMES:
THE REPRESENTATION OF WOMEN IN SKINS IN LEAGUE OF LEGENDS (2009-
2022)**

JENNIFER THAÍS FÉLIX DA SILVA

ABSTRACT

This article aims to analyze the characters in the game *League of Legends* 2009-2022. *League of Legends* is a competitive online game that features RPG (role-playing) elements in which two teams of champions face each other on battlefields and game modes (map). Initially contextualizing the notions of game based on MENDES (2006), HUIZINGA (2000) and MCGONIGAL (2012) and of female representation in society according to the thought of WOLF (1992), BUTHER (2003), LOURO (1997), BEAUVOIR (2009) and digital age with SANTAELLA (2010). And finally, the analysis of the characters taking into consideration the images of the characters that are sold to players and non-players. So, as the roles or place of each champion in the game also influences the dissemination of gender stereotypes in the skins of these characters. The notions of gender stereotypes are here founded according to LOURO (1997) and KRÜGER (2004) who describe stereotypes as being historically and socially constructed by the individual and bound by the collective. That is, the gender stereotype is bound in the imaginary by common sense.

Keywords: Game, *League of Legends*, representation, gender stereotypes.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – Summoner's Rift	9
FIGURA 2 – Ahri	24
FIGURA 3 – Akali	25
FIGURA 4 – Kayle e Morgana	26
FIGURA 5 – Lux	28
FIGURA 6 – Miss Fortune	30
FIGURA 7 – Evelynn	31
FIGURA 8 – Jinx	32
FIGURA 9 – Swain	34
FIGURA 10 – Lucian	35

SUMÁRIO

- 1 INTRODUÇÃO
- 2 JOGOS ON-LINES: *LEAGUE OF LEGENDS*
- 3 A REPRESENTAÇÃO DA MULHER: *LEAGUE OF LEGENDS*
- 3.1 ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DAS PERSONAGENS
- 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS
- 5 REFERÊNCIAS

1 INTRODUÇÃO

Muito se tem discutido sobre mulheres, recentemente, no âmbito cultural e tecnológico também entra os jogos eletrônicos que por sua vez cresce de forma gigantesca. O crescimento e desenvolvimento da tecnologia relacionadas ao entretenimento se dá boa parte por causa dos *games* pois, a produção dos jogos está ligada a pesquisa tecnológica avançada levando os *games* a ter grande relevância cultural. A profunda concentração faz o *game* ser atrativo para os jogadores e por isso o design de um *game* imita os padrões físicos e virtuais da realidade.

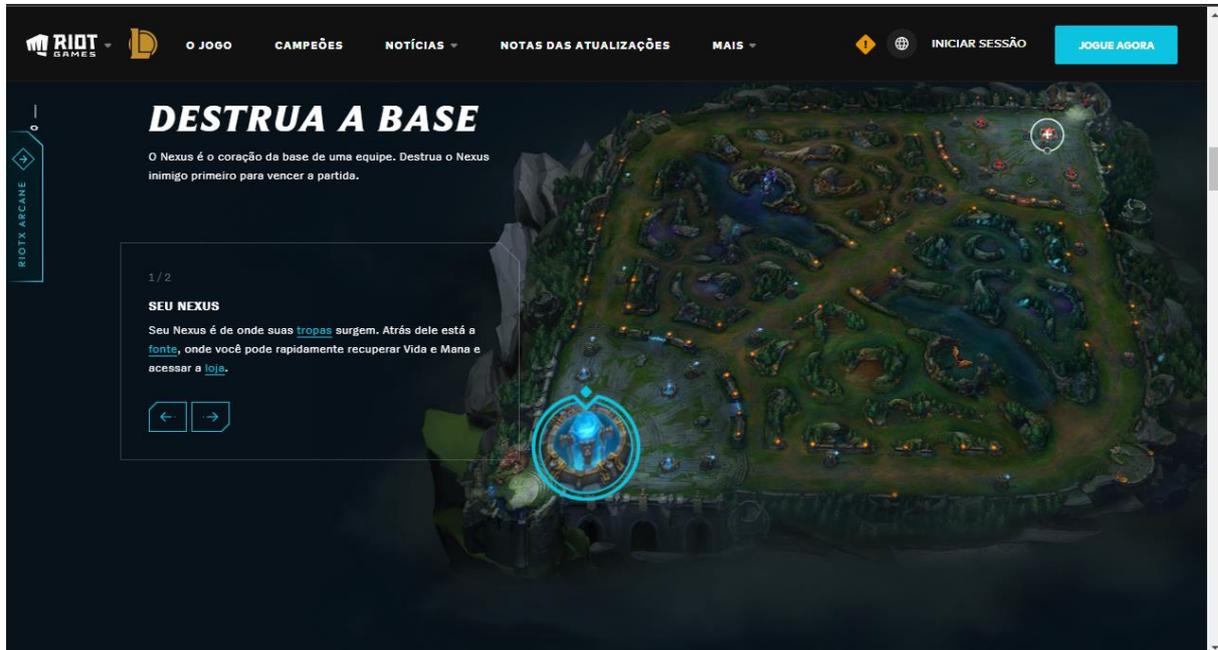
O objetivo deste artigo é analisar o jogo *on-line League of Legends* que no endereço eletrônico do jogo diz que está sempre em atualização¹, ou seja, o jogo e os personagens são reformulados e corrigidos, mas que exibe um padrão quando se trata de mulheres. *League of Legends* se baseia em estratégias em grupo e solo. Summoner's Rift (um dos modos de jogo) é onde o jogador iniciante pode dar seus primeiros passos. Além de ter o Guia do novo jogador onde se encontra o básico sobre os campeões e como controlá-los, as rotas, as tropas, inibidores, o nexus, os itens e a selva. Dentre os modos de jogo existem quatro: Summoner's Rift (mais famoso mapa), Twisted Treeline (segundo maior mapa), Howling Abyss (menor mapa) e Modos rotativos (modos de jogo aleatórios).

Para compreender melhor o contexto em que se insere a representação das mulheres faz-se necessário uma sucinta descrição do jogo. O nexus é a base, cada grupo possui seu nexus e o objetivo é destruir o nexus do inimigo. Contudo, no seu nexus é onde suas tropas surgem e também onde recupera sua vida no jogo. Além disso, também é lá que se localiza a loja em que se adquire os itens para seu campeão. No caminho para a base inimiga contêm estruturas defensivas que são as torres e os inibidores. Cada rota tem três torres e um inibidor e cada inibidor é protegido por uma torre. E o nexus é protegido por duas torres. A equipe precisa acessar uma das rotas para chegar no nexus inimigo. Assim, as tropas são responsáveis por impedir que sua campeã tome danos. A selva está localizada entre as rotas. Existem cinco rotas: rota superior, selva, rota do meio, rota inferior e o suporte. Cada campeã se adapta melhor a uma dessas rotas (assassino, lutador, mago, suporte, tanque e atirador). Cada campeã é composta por cinco habilidades diferentes e únicas: uma Passiva, três Básicas e uma *Ultimate*. Passiva: está disponível logo no início do jogo e permanece assim; Básicas: podem ser

¹ Notas de atualizações. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/news/tags/patch-notes/> acesso em: 29 Jun. 2022.

evoluídas durante a partida e custa Mana (ou MP, custo por usar determinada habilidade durante a partida) e requer um tempo de recarga; *Ultimate*: está disponível apenas a partir do nível 6 e são consideradas poderosas e decisivas no jogo. É possível também personalizar sua campeã com as *skins*², de acordo com sua maior identificação, com o personagem, com sua história etc.

Figura 1: Summoner's Rift



Fonte: Screenshot da autora (dezembro, 2021).

Em 2019, a equipe russa Vaevictis eSports³ é uma equipe totalmente composta por mulheres e foi a primeira a disputar um campeonato da Riot. Durante a partida, os jogadores da equipe adversária tomaram a decisão de banir (ou seja, impedir que elas joguem com determinados personagens durante a partida) os personagens que são suportes reforçando a ideia de que as mulheres apenas jogam como suporte por serem mais fáceis de jogar. Andrea M. L. Medrado e Adler A. M. Mendes abordam o tema em “O Silêncio Não é a Melhor Arma: Misoginia E Violência Contra as Mulheres no *Game League Of Legends*” em que discutem o silenciamento e práticas sexistas na indústria *gamer*. Jéssica Nascimento também problematiza o assunto em seu trabalho de conclusão de curso Estereótipos Femininos nos Jogos Eletrônicos Online: Um estudo sobre representações de gênero em *League of Legends* a respeito das representações e estereótipos de gênero em *League of Legends* que são alguns dos trabalhos que existem relacionados ao tema.

² Palavra do inglês que significa “pele”, que no mundo *gamer* significa o visual do personagem (sua vestimenta) e que em *League of Legends* cada uma contém habilidades específicas.

³ Torcedores.com. Disponível em: <https://www.torcedores.com/noticias/2019/02/equipe-e-acusada-de-machismo-durante-competicao-de-league-of-legends> acesso em: 29 Jun. 2022.

Segundo a matéria na Uol⁴, a inserção das mulheres não é uma falta de interesse pelo público e sim uma falta de investimento. A primeira mulher a está inscrita no campeonato de *League of Legends* foi no ano de 2021 e ainda não podia jogar. Por isso, nossa proposta é analisar os jogos numa perspectiva relativa à ideia de mulher na sociedade e como isso afeta a construção das *skins* nos jogos. Segundo Wolf (1992) que apesar de não trabalhar com *games* descreve que as mulheres imitam o que lhes são passados como inspiração nas revistas e nas telas, principalmente, por inspirações reais. Com isto, para as mulheres a beleza é uma “obrigação”. Já para os homens, eles lutam por uma mulher bela e sua beleza está ligada à sua fertilidade. Mesmo que o ambiente dos jogos sejam fantasia ele é baseado no mundo real.

Para Judith Butler (2003), a representação serve como processo político que busca a legitimidade das mulheres como sujeitos políticos. Também a representação distorceria ou revelaria uma linguagem exposta como verdadeira sobre as mulheres. Para a teoria feminista, a linguagem e seu desenvolvimento são necessários para representar as mulheres completa e adequadamente. Não basta apenas questionar como as mulheres podem se fazer representar. Buscamos meios de nos identificar seja na aparência ou na personalidade. Por isso, como as representações da mulher tem todo um impacto cultural e um público principal para ser atraído. Contudo,

[..]entende-se que o conceito de gênero é constituído pelas relações sociais que estabelecem os papéis sociais destinados aos homens e mulheres nas sociedades, definidos a partir de uma relação binária de gênero. Tais representações são construídas historicamente, socialmente e culturalmente em um contexto e tempo determinados. (PEREIRA; ABREU, 2018, p.695)

Com isso, *splash arts* são as imagens produzidas pelos designers oficiais de *League of Legends* onde se ilustram as Campeãs em diferentes poses que são usadas para atrair o público. As personagens femininas são constituídas para serem “musas perfeitas” que dificilmente seriam encontradas no mundo real sem ser criadas digitalmente. Essas transformações corporais das personagens ocorrem através das atualizações das mulheres reais contemporâneas. O modelo de mulher e de beleza construído pela sociedade segundo Wolf (1992) é um modo de limitar e movimentar todo um capital. Segundo COSTA,

[...]o marketing é conceituado de várias formas e todas bem próximas tendo como foco o consumo e a troca de acordo com as necessidades do consumidor, princípio fundamental para se compreender como formar um produto, saber antecipadamente as possibilidades de aceitação e compreender como ter trocas vantajosas entre os envolvidos. (COSTA, 2017, p. 19)

⁴ Mulheres no e-sports, a contínua luta por aceitação. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/ultimas-noticias/enm/2021/08/28/mulheres-no-e-sports-a-continua-luta-por-aceitacao.htm> acesso em: 29 Jun. 2022.

Para Santaella (2009) quanto mais as mídias se multiplicam mais aumenta a interação entre elas e essa interação aumenta a repetição e as referências mútuas. Isso gera o que a autora chama de hibridização, ou seja, uma mistura de textos e discursos. A erotização ou o ato de erotizar-se, para Wolf, é o fato de o corpo feminino ser reconstituído sem nenhuma intenção de parece natural apenas para representar um erotismo ligado ao que ela chama de “pornografia da beleza”. “As definições tanto de "beleza" quanto de "sexualidade" mudam constantemente de forma a servir à ordem social, e a ligação entre as duas é uma invenção recente.” (WOLF, 1992, p. 199)

De acordo com Beauvoir em seu livro *O Segundo Sexo* ao questionar Engels acerca da sua definição de mulher e de família em “a origem da família” a mulher é apenas uma força reprodutora, um objeto erótico. O erotismo é uma experiência em que a generalidade é sempre recuperada por uma individualidade. Além disso, Engels traça a história da mulher sem se preocupar em explicar as singularidades da opressão da mulher. Contudo, Judith Butler, ao citar Simone Beauvoir que sugere que gênero é uma construção, mas não quer dizer que o “ser” mulher seja necessariamente uma fêmea. Então, o discurso cultural é baseado nas estruturas binárias. O ser mulher proposto por Beauvoir, argumenta Butler é um processo sem origem e sem fim.

De acordo com Naomi Wolf (1992), o que conhecemos como “mito da beleza” como ela trata, tomou forma com o início das industrializações e com a submissão das mulheres a uma domesticidade formada com o surgimento e evolução do capitalismo. Desde a Revolução Industrial, a mulher Ocidental e de classe média vem sendo controlada por restrições e estereótipos. Concordo com Wolf quando diz que tanto as definições de beleza quanto de sexualidade mudam para servir a uma ordem social. A beleza ou está bela é sexual e político. Se exige perfeição nas mulheres quando ser perfeito é uma construção social não-natural. “[..]imersa em conceitos de beleza, ela é um escuro filão de ódio a nós mesmas, obsessões com o físico, pânico de envelhecer e pavor de perder o controle” (WOLF, 1992, p. 12). Além disso, Butler também descreve como política e representação são polêmicos pois eles legitimam o lugar das mulheres.

Louro (1997) apresenta que o significado de gênero não aparece no dicionário Aurélio, mas que existem muitos significados direcionados para esta palavra. Para a autora, as palavras tem história e o conceito de gênero que ela apresenta está diretamente ligado a história do movimento feminista contemporâneo. Através do campo social que se constroem as relações desiguais entre os sujeitos. E as justificativas dessas desigualdades são moldadas nos arranjos

sociais, na história e nas formas de representação. O conceito passa a ser usado referindo-se as mulheres e aos homens tentando evitar afirmações estereotipadas a respeito destes. Esse conceito passa a exigir que se pense de modo plural valorizando que as representações sobre homens e mulheres são diversos. Seguindo a forma de pensamento de Guacira Lopes Louro em seu livro *Gênero, sexualidade e educação* ao pesquisar o significado de estereótipo/estereotipar no Aurélio digital⁵ significa basicamente clichê, lugar comum, reproduzir fielmente, tornar fixo, inalterável. Então os estereótipos de gênero são inevitavelmente construídos historicamente no nosso imaginário?

Krüger (2004) no capítulo 1 do livro *Estereótipos, preconceitos e discriminação: Perspectivas teóricas e metodológicas* define por estereótipo social como crença coletiva compartilhada por algum atributo seja ele característica ou traço psicológico, moral ou físico atribuído a um grupo humano, formado mediante aos critérios de idade, sexo, inteligência, moralidade, estado civil, escolaridade, formação política e filiação religiosa. Com isso, os estereótipos de gênero, representação e mulher são construídos socialmente e historicamente. Como Beauvoir conclui a primeira parte do seu livro não há o que justifique a mulher ser atribuída a posição de inferioridade.

Assim, esse trabalho tem como proposta analisar os jogos eletrônicos a partir do crescimento da internet de acordo com o pensamento de MENDES (2006), HUIZINGA (2000) e MCGONIGAL (2012) entendem sobre jogo. E noções de representação e estereótipos com WOLF (1992) BUTHER (2003), LOURO (1997) e BEAUVOIR (2009) buscando analisar o contexto das personagens. Contudo, como são as representações das mulheres nos jogos? O trabalho está dividido em uma breve apresentação sobre os jogos eletrônicos, levando em consideração o surgimento dos jogos e a entrada das mulheres no meio. Em um segundo momento, a representação das mulheres na história e como isso refletiu no audiovisual. Por fim, a análise das *skins* clássicas das mulheres em comparação com a dos homens e como essas imagens são vendidas para os jogadores.

2 JOGOS ON-LINES: *LEAGUE OF LEGENDS*

⁵ Aplicativo mobile desenvolvido pela PSD Educação que traz conteúdo da 5ª ed. do Dicionário Aurélio da língua portuguesa.

A partir do momento que há a evolução das tecnologias e conseqüentemente dos jogos eletrônicos os produtores sentem a necessidade de aperfeiçoar a imagens mais próxima do “real” (MENDES, 2006). O personagem se torna objeto de desejo no âmbito individual e coletivo. Na primeira geração dos jogos (1974) possuíam microprocessadores 8 bits. Nos primeiros anos, o videogame sofreu com a falta de capacidade de gerar gráficos realistas. E tinha pouco a oferecer do ponto de vista de linguagem gráfica. Na segunda metade da década de 1980, o barateamento dos chips de memória e a melhora na arquitetura digital dos computadores permitiu uma sofisticação no processamento que abriu novos horizontes para os designers de jogos. Com o surgimento dos videogames de 16 bits foi possível ter cenários, melhorar a contextualização, a representação gráfica e exploração de novas linguagens. Na segunda geração (1982) deu início a inserção de personagens com características e personalidades figurativas. A linguagem bidimensional com cenários pintados, movimentação e personagens era fácil de se obter nos videogames neste momento. A linguagem gráfica começa a caminhar para uma representação mais realista baseada dos desenhos animados.

Na geração dos 32 bits a linguagem usada até então que era infantilizada e artificial é trocada pela linguagem hipermediada se aproximando a linguagem usada pelos canais de TV. Os processadores de 32 bits vieram acompanhados de chips de processamentos vetorial para cálculos de gráficos 3D e CD-ROM que permitia uma memória disponível para os gráficos e processamentos mais modernos. No início da década de 1990, os videogames com gráficos tridimensionais começam a fazer sucesso e nessa época o Sega Saturn e Sony Playstation são lançados. O pixel invisível e a natureza hipermediática do videogame também possibilitaram a remediação de outra mídia importante do século vinte: a televisão.

A quarta geração (1991) permitiu avatares maiores e com maior complexidade que na época foi revolucionário. E o aumento na capacidade gráfica em HD e jogos desenvolvidos em ambientes 3D se deu na sétima geração (início dos anos 2000). Por conta de todo esse avanço permitiu que fosse possível a aparição de personagens complexos e com características visuais únicas que acabou fazendo o/a jogador/a se envolverse emocionalmente e buscando identificação (COUTO; AQUINO; FARIAS, 2018).

Nos meios audiovisuais, como por exemplo, nos jogos eletrônicos ou videogame sejam eles para consoles, para PC ou dispositivos móveis (ou mobiles). O RPG⁶ se desenvolve inicialmente no imaginário e tudo nele pode ser criado. O primeiro RPG para LESNIESKI

O RPG role playing game é em sua tradução literal um jogo de interpretação de papéis, ele surge na década de 70 nos EUA se espalhando rapidamente por

⁶ Sigla em inglês para Role Playing Game que significa jogo de interpretação de papéis.

entre os grupos de jovens daquele país, em geral ele se desenvolve com a participação de um grupo de 4 ou 5 pessoas, podendo sem problemas envolver a interação de um número maior de indivíduos. (LESNIESKI, 2008, p.2)

O MMORPG⁷ assim como o RPG também proporciona a criação do personagem e interação com outros jogadores, mas com um diferencial, o jogo precisa ser instalado em um computador, conectado à rede e a um servidor (o servidor de um jogo em questão). Dois jogos foram os percussores para o MMORPG se popularizar “Meridian 59 lançado em 1996 e Ultima Online responsável por popularizar o gênero na internet”. (LESNIESKI, 2008, p.6)

MOBA⁸ é um tipo de jogo que se difundiu e movimentou as finanças no mundo *gamer* e é caracterizado pelas partidas entre 20 a 45 minutos na qual os jogadores se dividem em dois times que disputam entre si. Partidas curtas como é o caso de *League of Legends* que o objetivo é destruir o *nexus* (o coração) da base inimiga, ou seja, definir a melhor estratégia entre seu grupo e chegar na base do seu adversário primeiro. Ou partidas longas como é o caso dos campeonatos.

Com o crescimento da *internet*, a indústria dos jogos eletrônicos movimentou todo um mercado financeiro. Segundo *PwC Brasil*⁹ em 2016 foi gasto com *games* US\$644 milhões no Brasil. Em 2021, a expectativa é que atinja US\$1,4 bilhão, com crescimento médio de 17% ao ano. E a estimativa é que 59% do valor estimado para 2021 venha dos jogos *mobile* (jogos para celular). E em 2022, os *games* é um dos segmentos que lidera os gastos para o ano.

Contudo, “essa efetividade das vendas também se consolida por meios de campanhas publicitárias orientadas para públicos específicos, de revistas especializadas e, principalmente, da Internet” (MENDES, 2006, p. 48). Nesse sentido, o *marketing* nos jogos faz parte de um conjunto de artifícios estratégicos de “técnicas de memorização” que visam aumentar o consumo. No caso da Riot Games, trabalha com o *free to play* (jogo gratuito) e “[...]embora seja gratuito, traz consigo os benefícios de pós compra que o próprio jogo oferece, que são produtos que não influenciam nos resultados das partidas, mas atraem seu consumo por diversificar a sua estética” (COSTA, 2017, p.38). Apesar do jogo ser gratuito há elementos nele que podem ser comprados, como é o exemplo das *skins* personalizadas. Dylan Jadeja (Presidente da Riot Games)

⁷ Sigla em inglês para Massive Multiplayer Online Role-Playing Game que significa jogo on-line para multidões.

⁸ Sigla em inglês para Multiplayer online battle arena que significa Arena Online de Batalha de Multijogadores.

⁹ PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda é uma Network de firmas independentes. E&M no Brasil deve movimentar U\$ 53 bilhões em 2022. Disponível em: <<https://www.pwc.com.br/pt/outlook-18.html>> acesso em: 29 Jun. 2022.

Oferecemos uma série de campeões em uma rotação gratuita, então vários serão de graça. Esses campeões se alternam a cada duas semanas. Alguns jogadores usam os campeões grátis como parte do seu repertório em um jogo. Outros compram os que eles gostam mais. E eles gastam a nossa moeda digital no jogo chamada Riot Points. Outro item importante que vendemos no jogo são as skins. As skins são os uniformes.¹⁰

Ainda segundo COSTA, a compra de itens e *skins* no jogo é diretamente influenciada pelos fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Fatores culturais – o desejo por determinadas coisas advinda das influências que a sociedade constrói; fatores sociais – influência da família e grupo do qual faz parte; fatores pessoais – influência através da imagem que desperta o desejo de consumo para realização própria e fatores psicológicos – saber a quem o produto vai atrair.

Além disso, no Brasil se tornou um polo importante para os mercados dos *games* existindo várias feiras, eventos e campeonatos sendo o mais conhecido a Brasil Game Show (BGS)¹¹. E *League of Legends* é o campeonato brasileiro que mais atrai multidões. Em relação as premiações, até 2016, a premiação Mundial era fornecida pela Riot Games, mas a partir de 2017, a própria base dos jogadores contribui aumentando o valor da premiação final através da compra de Passes Mundial¹².

Segundo Santaella (2010) graças a era digital é possível esse tipo de comunicação, todo e qualquer tipo de signo pode ser recebido, estocado, tratado e difundido via computador ou dispositivos eletrônicos. Assim, a partir dessa telecomunicação somos conectados. A popularização dos jogos digitais como conhecemos hoje se consolidou após os anos 2000. Assim, o uso de estereótipos na representação ajudou os jogos a se popularizar. “Além disso, os jogos eletrônicos são considerados artefatos nada inocentes” (MENDES, 2006, p. 10). Eles sempre educam para algo, seja algo positivo ou negativo. Segundo Mendes (2006) os jogos eletrônicos são compostos por três características: são uma atividade lúdica, tem regras pré-determinadas e é objeto para se jogar.

De acordo com Jane McGonigal (2012) é preciso reconhecer os jogos enquanto ferramenta que une as pessoas com um mesmo propósito (que aqui se trata de jogar determinado jogo). A realidade (*off-line*) se torna uma obrigação, somos obrigados a trabalhar, a fazer as

¹⁰ LEAGUE of Legends: A Origem. Direção e produção Leslie Iwerks. Netflix. S.I.: Media Rights Capital; IWERKS&CO, 2019. 1h17m, son., col. Exibida pela Netflix. Acesso em: 29 Jun. 2022.

¹¹ Brasil Game Show. Disponível em <https://www.brasilgameshow.com.br/>. Acesso em: 29 Jun. 2022.

¹² E-SporTV. Disponível em <https://sportv.globo.com/site/e-sportv/noticia/league-of-legends-como-funciona-o-cenario-competitivo-do-jogo.ghtml> acesso em: 29 Jun. 2022.

tarefas domésticas, a fazer coisas que não nos dão satisfação. E é aí que entra os jogos fazendo que nosso tempo *on-line* seja gratificante e nos deixe felizes.

Ainda segundo a autora, os jogos são culturalmente mal interpretados por nós, mas eles têm o poder de nos deixar mais sociáveis e felizes por que escolhemos está lá e somos recompensados assim que cumprimos os objetivos que eles nos propõem. Diferentemente da realidade o jogo pode ajudar a corrigir problemas *off-line* como coloca a autora: “Nos jogos atuais de computador e videogames, há, cada vez mais, o trabalho em equipe, enfatiza a colaboração, a cooperação e as contribuições para um grupo maior” (MCGONIGAL, 2012, p.39). Assim, não se pode pensar o *on-line* e o *off-line* separadamente.

O jogo está relacionado ao prazer. Para Mendes (2006) os jogos possuem uma transmissão de habilidades sejam elas motoras, cognitivas, psíquicas ou outras que precisam ser entendidas e assimiladas por quem joga. Assim, fazendo os jogos eletrônicos um campo estratégico complexo. A linguagem serve para montar as histórias e a narrativa, além de elaborar os personagens e educar de alguma forma. O título dos jogos possui um tipo de linguagem. E a linguagem está relacionada aos procedimentos de memorização. Ainda de acordo com o autor, os jogos ensinam para alguma coisa então os jogos educam para o consumo, para violência e para questões de gênero.

Brandon Beck e Marc Merrill co-fundadores da Riot Games contam no documentário *League of Legends: A Origem* que os jogos que mais jogavam quando se conheceram: *Counter-Strike*, *StarCraft*, *World of Warcraft* e o favorito deles era *DOTA* (*mod* personalizado para *Warcraft 3*). Brandon e Marc gostaram do conceito de *DOTA* mesmo que houvessem vários problemas no *mod*¹³. Criar um jogo no qual as pessoas possam se sentir tão felizes que poderiam passar horas jogando. E assim, os co-fundadores decidiram criar a Riot Games, em 2006, na região oeste de Los Angeles.

Jonathan Mccaffrey (Enginnering): “O verdadeiro problema é fazer um jogo que seja divertido. Que todas essas pessoas que amam *DOTA*, *Warcraft*, jogos de estratégia e jogos *hardcore* vão querer jogá-lo”. Assim,

O jogo era sobre personagens. Nos basicamente vasculhamos a cultura pop e fizemos painéis como uma arte incrível e coisas que capturavam arquétipos poderosos da história, de contos populares e de fábulas. Escolhemos os que achávamos serem os mais convincentes e adicionamos nosso toque de fantasia pop para trazê-los a vida e mostra uma face deles que os jogadores nunca viram antes. Eles vão ser tatuados, durões e meio que renegados então precisávamos fazer 40 campeões em um ano e meio. E nos certificamos de

¹³ Termo usado para designar alteração em algum jogo e fazê-lo operar de forma diferente do original.

cobrir um elenco amplo para que qualquer jogador que entrasse pensasse: “incrível, quero jogar com ele” e depois divertir-se. Era o objetivo.¹⁴

Segundo uma pesquisa feita pela CNN Brasil¹⁵ 47% do público *gamer* no Brasil são mulheres. Além disso, o fundador da BGS¹⁶, Marcelo Tavares, destaca o crescimento do público feminino nos *gamers* no Brasil. E ainda é um número cresce cada vez mais e que tende a continuar. “Assim como a prensa manual no século XIV e a fotografia no século XIX exerceram impacto revolucionário no desenvolvimento das sociedades e culturas modernas, hoje estamos no meio de uma revolução nas mídias” (SANTAELLA, 2003, pág.64). Ainda hoje, como traços de toda uma cultura de desconstrução das mulheres elas ainda são retratadas de forma objetificada em propagandas, filmes, seriados, animes, HQ’s e em jogos.

3 A REPRESENTAÇÃO DA MULHER: *LEAGUE OF LEGENDS*

Na década de 1980, o foco era os jogos familiares. Mais tarde, em 1990, o público alvo se torna meninos de treze a vinte cinco anos. E somente na metade da década de 1990, a indústria dos jogos passa a se interessar pelo público feminino passando a pensar meios incorporar a “temática feminina”. Assim, surgindo o *Pink Games*, “[...]contudo, nessa operação, essas acabaram colocando as mulheres em posições objetificadas e sexistas”. (GOULART; HENNIGEN, 2014, p. 224-225)

O *Pink Games* reforçou os estereótipos nos jogos. Com isso, desenvolvedores e desenvolvedoras se uniram e criaram *Girls Games Movement*¹⁷ (1990-2000) que foi responsável pela crítica a misoginia e a objetificação sexual. Além de dar menos ênfase a feminilidade e reunir pesquisadores e militantes de movimentos feministas para construção desses jogos. “Uma cultura misógina conseguiu fazer com que as mulheres odeiem o que os misóginos odeiam” (WOLF, 1992, p.198).

¹⁴ LEAGUE of Legends: A Origem. Direção e produção Leslie Iwerks. Netflix. S.I.: Media Rights Capital; IWERKS&CO, 2019. 1h17m, son., col. Exibida pela Netflix. Acesso em: 18 jan. 2022.

¹⁵ Brasil tem mais de 67 milhões de gamers, diz pesquisa; 47% são mulheres. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/2020/08/10/brasil-tem-mais-de-67-milhoes-de-gamers-diz-pesquisa-47-sao-mulheres>> Acesso em: 29 Jun. 2022.

¹⁶ Brasil Game Show. Disponível em: <https://www.brasilgameshow.com.br/> acesso em: 29 Jun. 2022.

¹⁷ Significa Movimento de jogos para garotas.

Já na história das mulheres, para Wolf, o mito da beleza é um reflexo social existente de a Revolução Industrial pois à medida que as mulheres se libertam da domesticidade o mito agora assume essa tarefa de controle social. Além de se tornar algo como uma reação a segunda onda do feminismo para controlar as mulheres que aparentemente o feminismo teria deixado incontroláveis. A partir do momento em que a mulher passa a ter seus direitos regulamentados e sua voz ouvida criou-se novas formas reprimir essas mulheres com base na aparência. A revolução sexual proporcionou a descoberta da sexualidade e os direitos do controle da reprodução deram a mulher Ocidental o domínio do próprio corpo.

A autora ainda compara a beleza ao padrão ouro porque é determinado pela política e consiste em manter intacto o domínio masculino. “Ao atribuir valor as mulheres numa hierarquia vertical, de acordo com um padrão físico imposto culturalmente, expressa relações de poder em que as mulheres precisam competir de forma antinatural por recursos dos quais os homens se apropriaram”. (WOLF, 1992, p.15)

Não só as mulheres são falsamente representadas como há uma inadequação de toda estrutura da representação. Gênero e sexualidade quando não problematizadas tende a subordinar a noção de gênero à identidade e levar a pensar que uma pessoa é um gênero e o é em virtude do seu sexo. Gênero é performativo e um feito construída pelas expressões tidas como seus resultados. O gênero é a estilização repetida do corpo, um conjunto de atos repetidos no interior de uma estrutura reguladora altamente rígida, a qual se cristaliza no tempo para produzir a aparência de uma substância, de uma classe natural de ser. (BUTLER, 2003, p. 59)

Na literatura, HQs e jogos, nas personagens costuma dar importância ao gênero narrativo em que se destaca o melodrama. Assim, o gênero foi responsável pelo surgimento e estabelecimento de um gênero narrativo feminino. Isso propiciou que as mulheres fossem representadas como heroínas-vítimas que são punidas na trama e aguardam seu herói-masculino para salva-las para ter seu desfecho final, ou seja, seu feliz para sempre que seria o casamento.

Segundo ODININO (2015) as personagens femininas no audiovisual se tornaram um símbolo do movimento social feminino como é o caso da imagem do desenho animado *As meninas Super-Poderosas* (1998) que é um dos marcos das mudanças na imagem remetida as noções de infância.

A centralidade que a imagem adquire nesse cenário merece uma atenção mais minuciosa tanto em relação ao seu impacto subjetivo, no plano individual, quanto pela sua complexidade imagética que lhe garante o papel de ordenadora e configuradora de imaginários, no plano social. (ODININO, 2015, p. 70)

As histórias em quadrinhos norte-americanas consolidam na imagem da Mulher-Maravilha (William Moulton Marston, 1941) uma personagem que se assemelha ao masculino e que pode fazer tudo aquilo que antes apenas o homem, o masculino poderia fazer. Após a Segunda Guerra houve um processo de produção em larga escala tanto de animações quanto de quadrinhos. Já em 1940, teve a expansão televisiva.

No Japão, os quadrinhos ou *mangás* japoneses já estavam em num lugar destaque seguido pelos *animês*. A linguagem característica japonesa dos *mangás* fez com que houvesse uma expansão dessas mídias em sua cultura. Mas apenas em 1960 que a produção japonesa se inseriu definitivamente no cenário das animações com sua linguagem e formato próprio. Assim, as mídias audiovisuais que vieram depois dessas foram de certo modo influenciados pelos Estados Unidos e Japão.

As questões sobre o ideal feminino ganham destaque com a explosão massiva midiática, com a separação dos mundos femininos e masculinos. Assim, a construção social do feminino e masculino aqui vão diferenciar os quadrinhos, desenhos e jogos consumidos por esses sujeitos. “A representatividade que o matrimônio desempenha nestas histórias expressa-se na transformação correspondente à mudança brusca em relação ao papel social da protagonista: de filha a esposa” (ODININO, 2015, p. 84).

Os movimentos feministas incitam novas transformação na imagem na mulher, a *super-mulher* em que há uma maior participação na sociedade, na vida pública e faz com que gere influencias na representação. A construção da super-heroína, na maior parte do tempo está ligada à 1) aos valores da sociedade, princípios religiosos e relações familiares; 2) a busca por um possível pretendente e 3) cuidados com a aparência para atrair um pretendente. “Em linhas gerais, podemos defini-la como forte, bela, jovem, bonita, independente, amiga e ainda sonha viver feliz para sempre ao lado de um parceiro masculino”. (ODININO 2015, p.95)

Em 1939, com a II Guerra Mundial enquanto os homens eram recrutados para guerra é hora de a mulher assumir os postos de trabalhos deixados pelos homens. Assim, a mulher deixa de ser apenas aquela que cuida da casa e dos filhos e vai também trabalhar fora de casa. Com isso, se torna necessário o surgimento das super-heroínas. De acordo com NOGUEIRA (2015, p. 118) “entre os anos de 1950-70 os quadrinhos incorporam imagens idealizadas da mulher, que são na verdade representações de desenhos, fetiches e mesmo do moralismo machista dos desenhistas e escritores norte-americanos”.

No pós-Guerra a imagem forte e independente da *Mulher Maravilha* (1941) começou a ser substituída pela supervalorização de seus atributos físicos. Com isso, as super-heroínas

precisam de aprovação de um homem além de seus corpos servirem como objeto de desejo para eles.

Nas palavras de LUYTEN (2015, p.161-162) nas revistas e no cinema entre as décadas de 1970-80 se caracterizam a aparição das mulheres como heroínas, mas apesar de mostrar a revolução social que acontecia entre as mulheres a forma em que era abordada eram masculinos. “Dos “primórdios” dos jogos eletrônicos (meados de 1970) até 1996, tal montagem dava importância aos personagens centrais masculinos: o heroísmo era expresso apenas por figuras machistas, viris e com músculos hipertrofiados” (MENDES, 2006, p.112). Assim, o personagem masculino em sua maioria ainda é apresentado de forma forte vestido com armaduras que cobre todo o corpo ou sua vestimenta que evidencia sua superioridade ou até mesmo a pose reforça essa ideia.

Contudo, a representação feminina não condiz com as “mulheres reais” elas sempre chegam até nós com uma visão masculina “[..] a mulher sempre esteve presente enquanto modelo idealizado de beleza, de um lado, e modelo idealizado de existência, reforçando estereótipos ou mantendo de status quo na sociedade” (LUYTEN, 2015, p.159).

Em 2013, notícia publicada pelo site Techtudo¹⁸ em que o Governo do Irã proíbe personagens de *League of Legends* de serem utilizadas por roupas muito “chamativas e reveladoras”. O Governo do Irã apenas “deixou” ser usada as *skins* femininas que tivessem seu corpo todo coberto. Entre as personagens banidas estão Ahri, Lux, Miss Fortune, Morgana, Evelynn, entre outras 31 personagens.

Letícia Rodrigues e Marinês Ribeiro dos Santos, em 2014, em sua pesquisa aponta que dos 117 personagens analisados em até janeiro daquele ano 80% das personagens são apresentados na figura humana em comparação com 50% dos personagens masculinos. 65% das personagens apresentam alguma nudez e/ou roupas justas. Em 2022 até o mês de junho, o jogo contava com 160 personagens. Enquanto as campeãs são representadas de forma tradicional e estereotipada geralmente de pele clara, de cabelos longos e roupas sexy e provocativas.

O canal no YouTube *What It Looks Like*¹⁹ postou um vídeo de popularidade/comparação das campeãs entre 2016-2020. Esse vídeo leva em consideração pesquisas na ferramenta de

¹⁸ League of Legends: personagens femininas são proibidas em campeonato no Irã. Disponível em <<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2013/08/league-legends-personagens-femininas-sao-proibidas-em-campeonato-no-ira.html>> acesso em: 29 Jun. 2022.

¹⁹ WHAT it looks like. Top 10 Most Sexual Female Comoarison (2016-2020) – League of Legends. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UTDVA8eddx&t=7s>. Acesso em: 29 Jun. 2022.

pesquisa Google com o nome de cada campeã e palavras-chave com teor sexual. Além disso, o vídeo possui restrição de idade apenas para maiores de 16 anos. As 3 campeãs que foram mais pesquisadas durante o período de 2016-2020 são respectivamente 1º Riven com 2.585 pesquisas por mês; 2º Ahri com 2.540 pesquisas por mês e 3º Evelynn com 1.082 pesquisas. Algumas campeãs que serão analisadas a seguir também estão na lista de pesquisadas: Jinx fica em 5º lugar com 762, Morgana em 6º com 593, em 10º Lux com 351, em 15º Kayle com 184, Miss Fortune em 19º com 76 e 21º Akali com 72 pesquisas mensais. Isso nos mostra o quanto essas Campeãs despertam de alguma forma o desejo do consumidor em querer ver mais daquelas personagens que considera perfeita.

Assim, ZAMPROGNE (2015, p.268) “são antes uma construção coletiva um processo de construção de uma representação baseada em uma rede de significados relacionados a valores e práticas sociais”. As marcas sociais e culturais colocadas para definir “mulher” são impregnadas na estruturação da personagem feminina (MENDES, 2006). As atualizações em torno do personagem servem para continuar a capturar os jogadores. A linguagem é fundamental para o desenvolvimento da representação e as relações patriarcais existentes na sociedade fazem com que a aparência seja uma parte importante dessa representação. Toda a estrutura dessa representação é inadequada por isso a mulher é o outro. Entretanto, todo esse fato está ligado as relações de poder fazendo as mulheres serem negadas historicamente recebendo papel de coadjuvante.

3.1 ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DAS PERSONAGENS

Na História, as mulheres sempre foram vistas sob o olhar masculino. Assim, “o universo de representações é inseparável da prática social” (ZAMPROGNE, 2015, p. 259). Os elementos presentes nos jogos eletrônicos estão ligados diretamente a cultura em que estão inseridos. Homens e mulheres não são apenas construídos através de repressão ou censura, mas também nos gestos, modos de ser, estar, falar, agir. Os homens considerados diferentes são representados pelo outro (são discriminados ou subordinados). As masculinidades se constroem nas relações com outras masculinidades.

Parafraseando Naomi Wolf (1992) o mito da beleza é consequência da necessidade de uma cultura, da economia e de uma estrutura de poder para criar algo contra as mulheres. Continua dizendo que o mito não é algo que tenha haver com as mulheres, e sim com os homens,

com as “instituições masculinas”. Afim de fazer mulheres escravas da beleza. A economia depende da insegurança das mulheres em relação ao seu próprio corpo fazendo com que a circulação de imagens de mulheres perfeitas possa censurar e limitar, tornando o feminismo um vilão. Para Arantes (2016) o gênero enquanto identidade não é um conceito universal e sim um reflexo da cultura de cada tempo.

Estereótipos nos personagens nos jogos, permite quase em todos os casos sejam conhecidos por seu poder e atributos físicos, como peitorais, por exemplo. Enquanto os femininos são frágeis com seios fartos, cintura fina, juventude e beleza. Afinal o gênero se produz nas e pelas relações de poder.

Entretanto, não se pode negar o caráter sexual dos corpos, pois, o gênero se constitui a partir de construções sociais e históricas produzidas e reproduzidas sobre essas características biológicas. Portanto, ao se falar em gênero, está se referindo ao que é socialmente atribuído ao sexo feminino e masculino em determinada sociedade e momento histórico. (NASCIMENTO, 2016, p. 38)

Meneses e Araújo (2011) o corpo não é apenas aspectos biológicos, mas também estão ligados aos aspectos culturais e sociais. A partir da linguagem o conceito e ideia de beleza é construído. Em nossa sociedade o conceito de corpo e beleza está ligado a formas de controle. Com isso em vista, a beleza e a representação que os personagens recebem é fruto da construção de uma sociedade machista e misógina que agrada o jogador (o homem, o sexo masculino). Como traz Wolf (1992)

[...]indústrias poderosas — a das dietas, que gera 33 bilhões de dólares por ano, a dos cosméticos, 20 bilhões de dólares, a da cirurgia plástica estética, 300 milhões de dólares e a da pornografia com seus sete bilhões de dólares — surgiram a partir do capital gerado por ansiedades inconscientes e conseguem por sua vez, através da sua influência sobre a cultura de massa, usar, estimular e reforçar a alucinação numa espiral econômica ascendente. (WOLF, 1992, p. 21)

A grande questão nas formas que essas feminilidades nos são impostas é que os videogames foram por muito tempo produtos exclusivamente masculinos. E como já foi mostrado anteriormente, as mulheres estão tomando conta do mercado de *gamers*. Assim, a

Grande parte do preconceito existente na ideia naturalizada de que videogames são uma mídia para “homens” ou “meninos” vêm da construção histórica das áreas associadas à tecnologia e à ciência como “interesses masculinos”, áreas estas correlatas aos jogos digitais e com as quais ainda são facilmente associados. (RODRIGUES, SANTOS, 2014, p. 3)

A base para o enredo nos jogos “está presente algum saber é constituído em um campo de conhecimento” (MENDES, 2006, p.76). A narrativa presente nos jogos, segundo Mendes, ocorre de duas formas: na programação dos jogos, mas também na narrativa que os próprios jogadores desenvolvem ao jogar. “As fantasias narradas nos jogos não são simplesmente

compreendidas pelos jogadores. Elas são vividas e significadas em processos narrativos que transformam os jogadores em personagens” (Ibidem, 2006, p. 96).

A representação feminina nesse tipo de mídia visa chamar a atenção pelo visual através da construção da imagem corporal do personagem. Assim, nessa perspectiva é importante problematizar as relações de poder estando em vista o corpo da mulher como *marketing*. A cultura as exclui buscando uma “beleza” a ser seguida. Usando a beleza como forma de viver no automático e a naturalização dessas relações de poder dentro do aspecto cultural. Com isso, “[...] fica difícil determinar quem produz e quem é produzido pela cultura” (MENDES, 2006, p.69).

De acordo com ZAMPROGNE (2015) mesmo que as personagens sejam anacrônicas e pertencerem a uma representação temporal, é possível que esse mesmo personagem seja reformulado ao longo do tempo. Ou seja, não só há influência momentânea, mas também quando é reformulado para se adequar aos novos jogadores. “Dessa forma, a mulher representada pelo imaginário popular esteve marcada pela dicotomia da esposa virtuosa e dócil, em posição direta ao estrategema da amante lasciva, que domina, envergonha e maltrata os homens” (ZAMPROGNE, 2015, p.265).

As personagens analisadas a seguir são Ahri, Akali, Morgana e Kayle, Lux, Miss Fortune, Evelynn e Jinx respectivamente. E dois personagens Swain e Lucian. As personagens exibidas estão com suas *skins* clássicas, ou seja, *skins* sem nenhum recurso especial comprado através da própria loja do jogo. Ahri é uma das personagens não-humana seu nome vem do coreano e significa gracioso. A figura 2, Ahri é uma raposa de nove caudas e foi inicialmente inspirada na *Kumiho*²⁰ da mitologia coreana. *Kumiho* é a raposa de nove caudas na cultura coreana e acredita-se que a raposa se transforma em uma bela mulher enfeitiçando os homens para mata-los. Ahri, no jogo tem sua função mago e usa de sua beleza para atrair suas presas.

²⁰ Kumiho a raposa de nove caudas tinha o poder de se transformar em uma bela mulher para atrair e matar suas vítimas. Disponível em <https://artbook.br.leagueoflegends.com/pt_BR/volume-one#chapter/champions/section/ahri> acesso em: 29 Jun. 2022.

Figura 2: Ahri



Fonte: Riot Games (end. elet.), 2022²¹

E cada campeão possui cinco habilidades que podem ser usadas no jogo durante a partida e da Ahri são: *Graciosidade Vastaya*: é uma habilidade passiva e ela permite que Ahri ganhe um bônus ao atingir seu alvo duas vezes em um período curto de tempo; *Orbe da ilusão*: Ativa - lança e recupera sua orbe o que gera dano no oponente na ida e na volta, Passiva – os acertos fazem com que a orbe cure a Ahri; *Fogo da raposa*: lança três orbes e os inimigos atingidos sofrem múltiplos danos; *Encanto*: ela envia um beijo que dá dano mágico paralisando o inimigo com o encanto fazendo com que ele ande na direção dela parando qualquer habilidade que ele esteja usando e *Ímpeto espiritual*: Ahri se move em curta distância disparando três orbes de energia nos inimigos próximos. Essas habilidades que são divididas entre uma Passiva (que fica disponível durante a partida), três Básicas e uma Ultimate.

Oliveira (2014) acerca utilizarem traços de animais na construção de personagens femininas: “A inserção de orelhas de animais e de certas vestimentas e acessórios em personagens femininas é uma estratégia comum entre os desenhistas de quadrinhos e produtores de filmes pornográficos” (OLIVEIRA, 2014, p. 213).

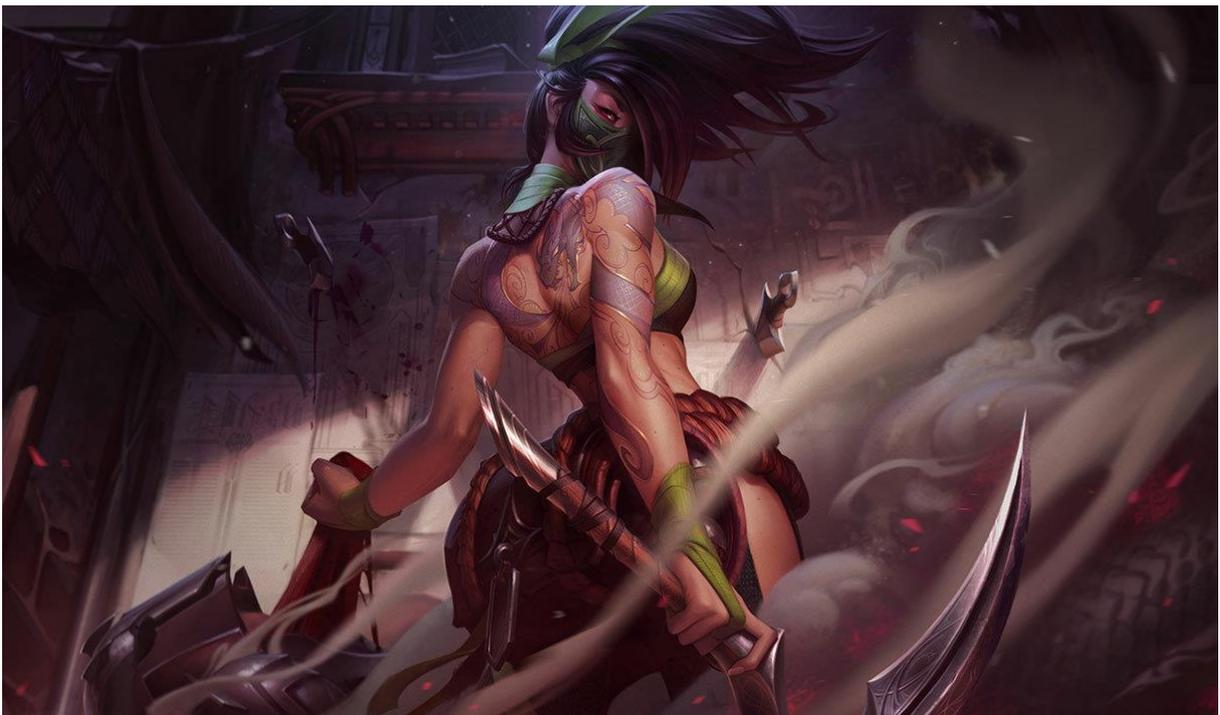
Com base na figura 2, Ahri, a raposa com suas nove caudas, as orelhas, as garras, as marcas no rosto e os olhos amarelos. Sua roupa vermelha e branca que traz uma sensação de

²¹ A origem de Ahri. Disponível em: <https://artbook.br.leagueoflegends.com/pt_BR/volume-one#chapter/champions/section/ahri> acesso em: 29 Jun. 2022.

perigo e ao mesmo tempo chama a atenção. Ela faz emergir a ideia do fetiche em torno da mulher com roupa ou acessório de animais citado anteriormente.

Em *League of Legends*, cada campeão possui habilidades e funções específicas dentro do jogo. As habilidades são chamadas de *skills* dos campeões referentes a vozes e efeitos sonoros. Já as funções são assassino, lutador, mago, suporte, tanque e atirador. As funções que são designadas as personagens femininas geralmente são mago, suporte, atirador. O atirador é um campeão vulnerável, tem função de proteger os aliados e coletar os recursos. Os suportes com as magias e curas os protegem os demais companheiros (NASCIMENTO, 2016).

Figura 3: Akali



Fonte: Riot Games (end. elet.), 2022²²

Akali vem do japonês e se pronuncia “Akari” que significa luz sendo o oposto da história de Akali no jogo especificamente. Suas ferramentas são Kunai e Kama (ferramenta japonesa de cultivo de arroz, especificamente sendo de Okinawa). Akali (figura 3) é uma lutadora precoce e desobediente uma “assassina sem mestre”. Conhecida como “a assassina renegada” e treinada para ser uma assassina aprendendo tudo que sabe com seu mestre Shen mas se comprometeu em defender Ionia dos inimigos se tornando a assassina sem mestre.

Suas habilidades são: *Marca do assassino*: Quando Akali causa dano em campeões com suas habilidades o próximo ataque básico dela causa dano adicional, além dela ganhar alcance;

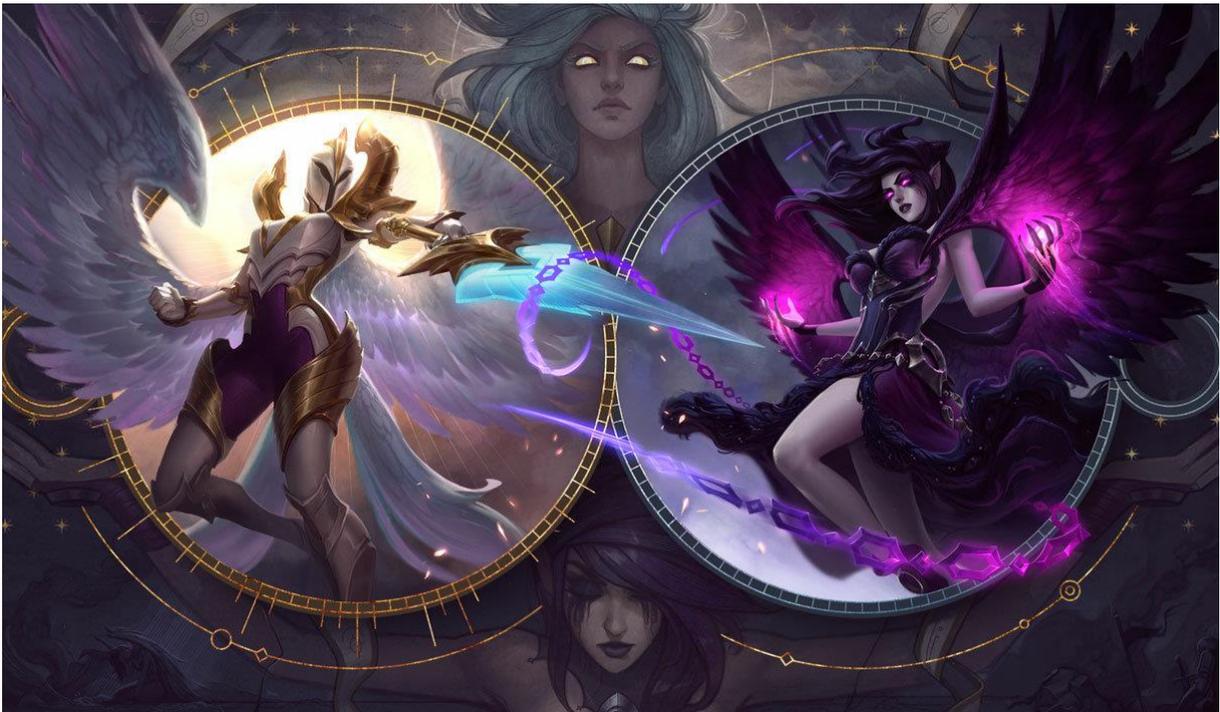
²² Campeões, Akali. Disponível em: <<https://br.leagueoflegends.com/pt/game-info/champions/Akali/>> acesso em: 29 Jun. 2022.

Golpe dos cinco pontos: Ela atira várias Kunais no inimigo e pode se curar atingindo os inimigos, e eles sofrerão lentidão no processo; *Proteção do crepúsculo*: Ela solta uma bomba de fumaça tornando-se totalmente obscurecida em meio a ela; *Investida Shuriken*: Ela salta para trás e atira uma Shuriken no alvo, os inimigos atingidos irão ficar marcados, a habilidade pode ser conjurada novamente, então ela avança até o alvo causando mais dano e *Execução Perfeita*: Ela tem 2 avanços, no primeiro ela salta sobre os inimigos causando um leve atordoamento, já no segundo ela executa o alvo baseando-se na sua vida perdida.

Akali exibe seu olhar matador, segurando sua arma (que se assemelha há uma foice) em uma mão e na outra uma pessoa que acaba de assassinar. Sua pose de costas evidência sua tatuagem de dragão que vai das costas até um dos braços. Sua roupa é composta por uma máscara que cobre o rosto, uma espécie de saia e sutiã.

A Ahri e a Akali estão em poses que evidenciam suas curvas, principalmente, seus seios e cintura fina. Além de ter o corpo magro e pernas longas, assim, “[...] é curioso pensar que as heroínas de um jogo, mesmo em posição central na narrativa, precisam se enquadrar em padrões femininos para cativar, inclusive, a parcela masculina do público consumidor” (NASCIMENTO, 2016, p. 21).

Figura 4: Kayle e Morgana



Fonte: Riot Games (end. elet.), 2022²³

²³ Campeões, Morgana. Disponível em: <<https://br.leagueoflegends.com/pt/game-info/champions/Morgana/>> acesso em: 30 Jun. 2022.

Na figura 4 temos Morgana, a caída e Kayle, a justa. O nome "Morgana" faz referência a uma personagem das Crônicas da Espada do Rei Arthur. Trata-se de Morgana Le Frey, também conhecida como "Morgana das Fadas", irmã e amante de Arthur, em algumas versões. Já Kayle vem do latim e significa céu. Morgana possui o *femme fatale* ela seria o mal e a Kayle o bem. A pose delas evidencia a cintura e os seios, apesar da Kayle está toda coberta sua armadura também evidencia suas curvas. Além disso, as *skins* disponíveis da Kayle ela se apresenta com boa parte de seu corpo coberto ou toda coberta.

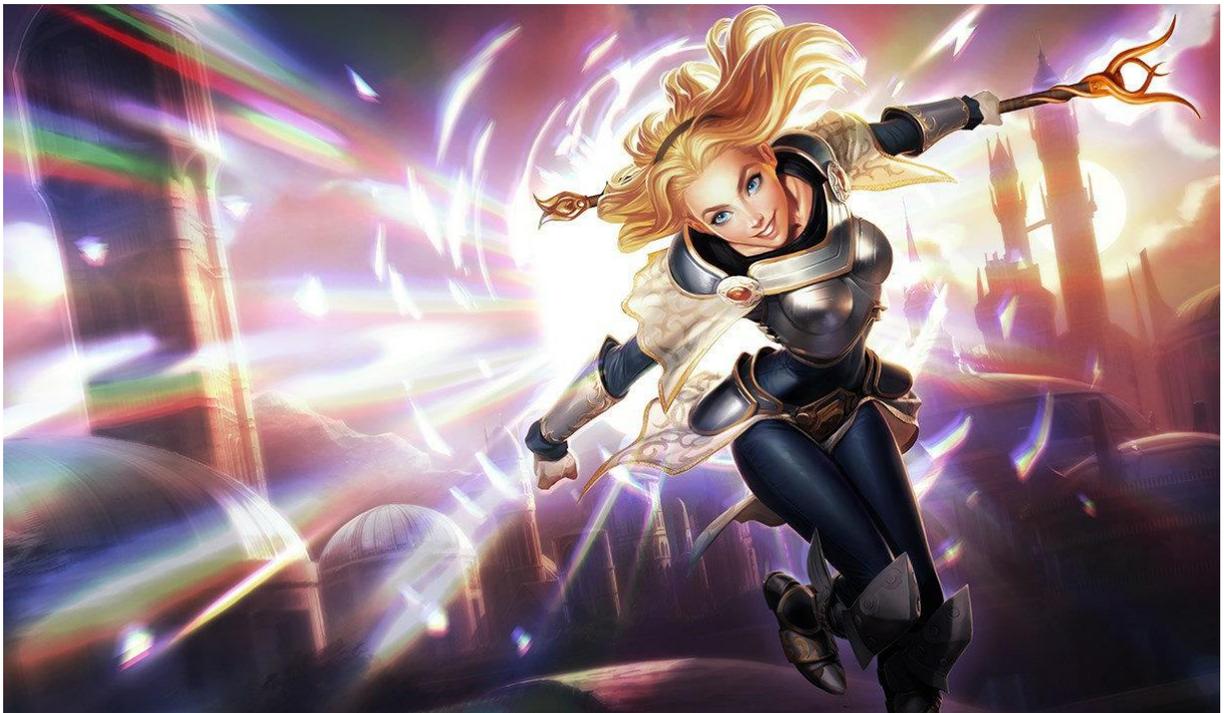
Morgana com a função mago e as habilidades: *Sifão da Alma*: Morgana se cura conforme causa dano nos inimigos, sejam campeões, tropas ou monstros grandes; *Ligação das Trevas*: Morgana lança uma rajada de fogo estelar, causando dano mágico e enraizando o primeiro inimigo atingido por um determinado período de tempo; *Sombra Atormentada*: Morgana incendeia o chão por um determinado período de tempo, causando dano aos inimigos que se mantiverem sob a área afetada. Os inimigos sofrem dano ao longo do tempo, que vai aumentando conforme as vidas vão ficando baixas; *Escudo Negro*: Morgana pode conceder um escudo tanto a ela quanto a um campeão aliado. O escudo, além de absorver dano mágico, absorve efeitos de desarme até que se quebre e *Grilhões da Alma*: Morgana se acorrenta a campeões inimigos que estiverem próximos, ganhando velocidade de movimento e reduzindo a movimentação dos afetados pelas correntes. Assim que as correntes se quebram, os inimigos sofrem dano mágico adicional e ficam atordoados por um certo período de tempo. Morgana, recusa a abandonar seu povo e vive nas sombras. “Enquanto Kayle abraçou sua nova vocação, criando uma ordem judicial para impor as leis, Morgana rejeitou seus dons... até a noite em que seu assentamento foi invadido”²⁴. As duas irmãs nasceram do Aspecto da Justiça.

Kayle tem o poder celestial e erradica os culpados do mundo. Kayle é tipo lutadora e suas habilidades são: *Ascensão Divina*: Kayle passa por quatro formas antes de atingir o seu status divino Zelosa (nível 1): Kayle acumula Velocidade de Ataque. Mas, quando chegar ao máximo de acúmulos, Kayle ficará exaltada e receberá Velocidade de Movimento extra quando caminha em direção de inimigos. *Flamejante* (nível 6): ao ficar exaltada, seus ataques básicos disparam uma magia flamejante que atinge vários alvos inimigos próximos, causando Dano Mágico adicional. *Erguida* (nível 11): Kayle aumenta o alcance de seus ataques básicos. *Transcendente* (nível 16): a campeã atinge sua forma final e se torna permanentemente exaltada.

²⁴ Biografia da Morgana. Disponível em https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champion/morgana/ acesso em: 30 Jun. 2022.

Seus ataques flamejantes causam Dano Verdadeiro; *Explosão Radiante*: Kayle invoca uma espada celestial que atravessa os alvos em linha reta, causando dano e reduzindo a Velocidade de Movimento e as Resistências dos alvos atingidos em um breve período; *Bênção Celestial*: Kayle concede cura e Velocidade de Movimento através do fogo abençoado para si mesma e ao aliado mais próximo; *Lâmina de Fogo Estelar*: Passivo: os ataques básicos de Kayle causam dano adicional, sendo escalados com Poder de Habilidade ou Dano de Ataque. Ativo: o próximo ataque básico será feito à longa distância, causando dano adicional proporcional a vida perdida do alvo. Após ficar na forma Flamejante, essa habilidade começará a causar dano em área e *Sentença Divina*: Kayle se torna imune a qualquer tipo de ataque inimigo e evoca as espadas dos antigos Aspectos da Justiça para causar uma vasta explosão em área, causando Dano Mágico nos inimigos próximos.

Figura 5: Lux



Fonte: Riot Games (end. elet.), 2022²⁵

Lux vem do latim e significa luz. Lux foi criada por Shurelia²⁶ e redesenhada baseada em um desenho feito por Katie DeSousa²⁷. Lux (figura 5), a dama da luz. Tem o poder de dobrar a luz e o usa para proteger seu povo. Função mago e habilidades: *Iluminação*: Sempre que Lux causar dano a um inimigo com um uma de suas habilidades, ele será marcado com iluminação

²⁵ Campeões, Lux. Disponível em: <<https://br.leagueoflegends.com/pt/game-info/champions/Lux/>> acesso em: 30 Jun. 2022.

²⁶ Miyuki Shurelia Mitsuhashi, Game Designer de League of Legends.

²⁷ Concept Artist da Riot Games e agora Game Direct Phoenix Labs.

por 6 segundos; *Ligação da Luz*: Ativo - Lux dispara uma esfera de luz em linha reta, prendendo os primeiros dois inimigos atingidos por 2 segundos e causando dano mágico; *Barreira Prismática*: Ativo - Lux aplica um escudo em si mesma, e lança seu cetro em linha reta, protegendo todos os campeões aliados no caminho por 3 segundos. O cetro então retorna à Lux, acumulando o escudo em todos os campeões aliados no caminho e em si mesma; *Singularidade Lucente*: Ativo - Lux atira uma anomalia de luz retorcida em uma área, que causa lentidão em inimigos próximos e concede visão da área. Após 5 segundos, ou se ativado novamente, a singularidade detona, causando dano mágico aos inimigos na área afetada e *Centelha Final*: Centelha Final aciona a habilidade passiva de Lux e renova a duração da Iluminação.

Lux se apresenta na imagem com o corpo completamente coberto, mas nota-se que sua armadura evidência seus seios e sua cintura fina, seus cabelos, sua pele branca e seus olhos azuis também é responsável para reforçar as questões de gênero. “Todavia, não são apenas os componentes visuais que denotam estereótipos de gênero em League. As funções dos(as) campeões(ãs) e suas histórias no jogo seguem pela mesma lógica” (NASCIMENTO, 2016, p. 58). Tanto o visual quanto sua função dentro do jogo tratam as personagens como suporte ou mago (que seria habilidades de cura e proteção) que são classificados como papéis direcionados para mulheres jogarem.

Em inglês, Miss Fortune tem a mesma pronúncia de Misfortune, que significa azar, desgraça, infortúnio, desastre. Miss Fortune (figura 6) é uma caçadora de recompensas. Seu nome verdadeiro é Sarah, filha de uma renomada forjadora de armas de fogo legendária. Tornou-se caçadora de recompensas ao perder a mãe. Eduardo Gonzalez (artista conceitual) “Miss Fortune com certeza é sexy, mas certamente não é nenhuma dama em perigo. Suas armas são a fonte do seu poder, por isso elas são grandes e exageradas para enfatizar isso”²⁸. Assim, Medrado e Mendes (2020)

A sedução é uma das “obrigações” culturais que a mulher “precisa aprender”. Logo, a sedução passa a ser uma ferramenta para a construção da mulher que é uma femme fatale (vilãs utilizam muito essa característica para conseguir fazer “maldades”); super-heroínas, que a utilizam para ganhar mais destaque entre os leitores homens; ou se manifesta na figura da mulher que vai ser resgatada nas histórias, que também usa da sedução inocente e indefesa. (MEDRADO; MENDES, 2020, p. 152)

²⁸ A arte de League of Legends. Disponível em <https://artbook.br.leagueoflegends.com/pt_BR/volume-one#chapter/champions/section/miss-fortune> acesso em: 30 Jun. 2022.

Figura 6: Miss Fortune



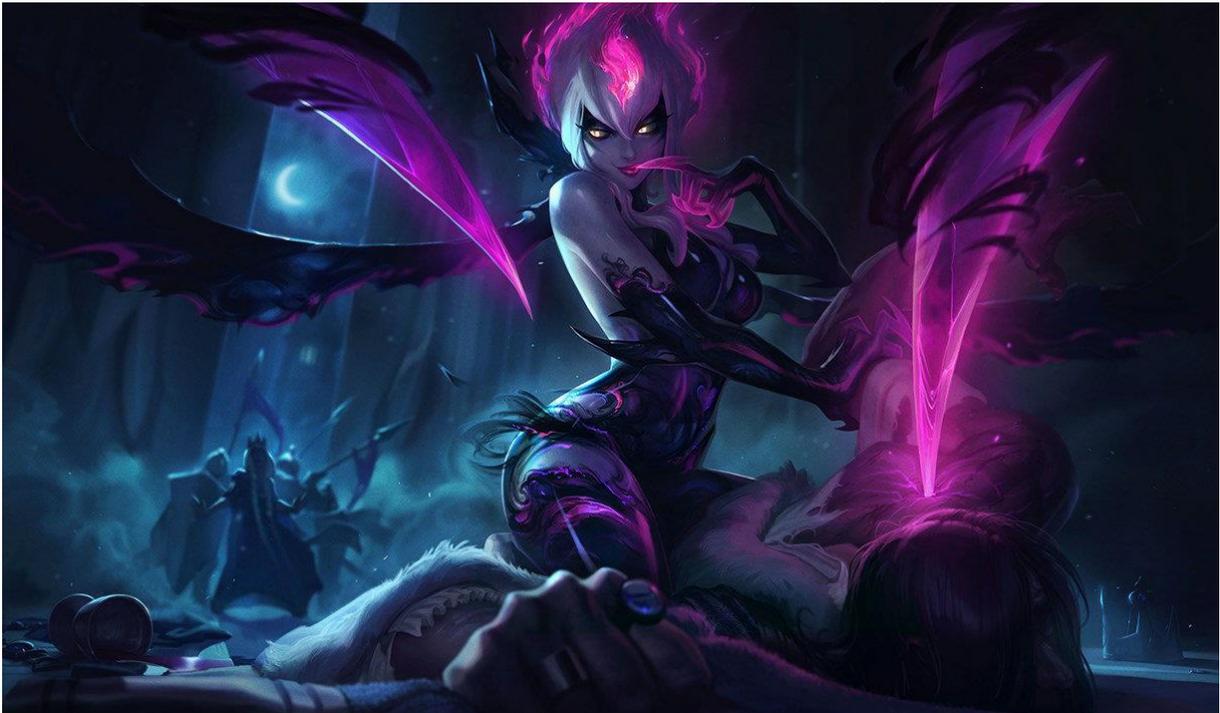
Fonte: Riot Games (end. elet.), 2022²⁹

Função: atirador e habilidades: *Batida do Amor*: Miss Fortune dá bônus por danos físicos sempre que atinge um novo alvo. Dá metade desse dano a *minions*; *Dois por Um*: Miss Fortune dispara uma bala que faz ricochete contra um inimigo, causando dano físico a dois alvos; *Desfilando*: Passivo - Depois de não receber dano direto por 5 segundos, Miss Fortune recebe 25% de velocidade. Mais 5 segundos sem sofrer dano significa um aumento deste bônus, Ativo - Ativa todo o bônus da habilidade e dá também ataque de velocidade por 4 segundos. Ativar a passiva reduz o *cooldown* desta habilidade em 2 segundos; *Chuva de Disparos*: Miss Fortune dispara uma chuva de balas para uma zona dando dano mágico e deixando todos os inimigos lentos durante 2 segundos e *Metendo Bala*: Miss Fortune dispara hordas de balas durante 3 segundos.

Miss Fortune é uma mulher sexy apenas de olhar a imagem ela passa essa sensação. Sua roupa é uma calça, uma blusa que mostra a barriga que mais parece um sutiã e um chapéu pirata. Seu estilo de roupa que aparenta a moda Lolita gótica. Além das suas duas armas.

²⁹ Campeões, Miss Fortune. Disponível em: <<https://br.leagueoflegends.com/pt/game-info/champions/MissFortune/>> acesso em: 30 Jun. 2022.

Figura 7: Evelynn



Fonte: Riot Games (end. elet.), 2022³⁰

Evelynn (Figura 7) é um demônio que assume a forma humana para atrair homens e mulheres para seu *abraço da agonia* e assim, se alimenta da dor e sofrimento de suas vítimas. Evelynn possui a característica *femme fatale* que é usada bastante em vilãs como descrita anteriormente. Essa característica faz com que a personagem se torne mais atrativa para os olhos masculinos. Na imagem Evelynn com sua vítima e passa uma sensualidade se divertindo com o sofrimento que ele possivelmente sente. Ela não possui exatamente uma roupa e sim algo que a cobre e esse algo parece ser da mesma composição suas asas.

Função assassino e habilidades: *Sombra Demoníaca*: essa habilidade é ativada quando Evelynn fica fora da batalha por certo tempo, então, a campeã é envolvida pelo véu obscuro, caso ela esteja com pouca vida, uma regeneração muito maior será acionada e concede "Camuflagem", uma característica capaz de deixá-la invisível que só ficará visível a uma curta distância de inimigos, sentinelas de grupo e torres; *Espinho de Ódio*: essa habilidade da campeã é dividida em dois passos. Na primeira conjuração, Evelynn dá uma chicotada "amorosa" e atinge a primeira unidade a frente, dando um certo dano mágico e intensificando os próximos 3 ataques básicos ou habilidades; já na segunda, o invocador pode apertar a tecla da *skill* mais 3 vezes, fazendo com que Evelynn dispare rajadas de espinhos no inimigo mais próximo;

³⁰ Campeões, Evelynn. Disponível em: <<https://br.leagueoflegends.com/pt/game-info/champions/Evelynn/>> acesso em: 30 Jun. 2022.

Fascinação: ela lança uma maldição em um campeão ou monstro inimigo (ao fazer isso, ela revela sua própria localização). Quando Evelynn atacar o alvo demarcado, causará uma lentidão descomunal; também receberá a mana que gastou de volta. Caso a marca do coração complete o ciclo de 2.5 segundos, ao expurgá-la, o adversário atingido será encantado. Contra monstros, essa habilidade causará muito dano mágico — campeões, não. Evelynn pode usá-la estando com a Sombra Demoníaca ativada; *Chicotada:* Evelynn açoita o inimigo com suas vinhas, causando dano baseado na vida máxima do alvo, também aplica efeitos de contato. Após o ataque, a campeã ganha um bônus de velocidade de movimento considerável. Caso a Evelynn transforme-se com a Sombra Demoníaca, a habilidade é fortalecida e o tempo de recarga zerado e *Última Carícia:* ela libera uma habilidade obscura dentro de si, tornado inatingível por alguns instantes e dizima todos à sua frente (ângulo de 180°), causando enorme dano mágico. Após o ataque, Evelynn foge, dando um grande salto para trás. É uma técnica assassina, por isso causa muito mais a inimigos com menos de 30% de vida.

Figura 8: Jinx



Fonte: Riot Games (end. elet.), 2022³¹

Jinx (Figura 8) conhecida como “o gatilho desenfreado” que ama armas perigosas e explosivos e também desafios. O nome Jinx é de origem inglesa e significa azaração. Katie Sousa (artista): “Eu imaginava uma garota com o estado emocional super louco e

³¹ Campeões, Jinx. Disponível em: <<https://br.leagueoflegends.com/pt/game-info/champions/Jinx/>> acesso em: 30 Jun. 2022.

desequilibrado. Eu precisava transmitir sua natureza caprichosa no conceito artístico, por isso fiz uma série de retratos em vez de tentar misturar tudo em uma imagem só”³². A Jinx se apresenta com um corpo extremamente magro, a pele bem branca, sua roupa se parece com um biquíni com um short, meia e coturno. Seu estilo se assemelha ao *punk*, e assim, como ele a personagem remete a isso com sua atitude, as tatuagens e suas armas e balas. “As roupas, os sapatos, os estilos de penteados são meticulosamente apresentados para compor cada heroína” (SILVA, 2015, p.218).

Função atirador e habilidades: *Anime-se!*: Passiva - Se Jinx causar dano a um campeão, torre ou inibidor e esse alvo for morto ou destruído em 3 segundos, Jinx recebe um bônus enorme na velocidade de movimento (175%) e um bônus de 15% na velocidade de ataque durante 6 segundos; *Trocando!*: Jinx conta com duas armas para modificar o seus ataques básicos: a "Pow-Pow", sua metralhadora, e a "Fishbones", seu lança-mísseis. Ao ativar o "Trocando!", Jinx troca de arma e pode escolher entre uma das duas para o combate. Se optar pela "Pow-Pow", ela ganha Velocidade de Ataque, optando pela "Fishbones", ela ganha alcance e passa a disparar mísseis, que conseqüentemente diminuem a mana de Jinx; *Zap!*: Jinx usa "Zapper", sua pistola de choques, para disparar um projétil que causa dano ao primeiro inimigo atingido, reduzindo a sua velocidade e o revelando caso ele esteja fora do seu campo de visão ou dentro de uma moita; *Mordidinha Flamejante!*: Jinx arremessa uma fileira de cinco granadas-armadilha que explodem após cinco segundos, deixando o inimigo em chamas. Os campeões inimigos que caminharem sobre as "Mordidinhas Flamejantes" ficam enraizados no local e *Super Mega Míssil da Morte!*: Jinx dispara um super míssil que acumula dano ao longo do seu trajeto pelo mapa e explode ao colidir com um campeão inimigo, causando dano a ele e a inimigos ao seu redor, com base em sua Vida removida³³.

Todas as personagens analisadas tem destaque suas cinturas e estão numa perspectiva na qual remete ao Contra Plongé uma linguagem audiovisual quando se quer dá uma superioridade no personagem e ênfase. E aqui usado para dar superioridade ou evidenciar alguns dos aspectos e atributos da personagens. Beleza e juventude são requisitos fundamentais para as *campeãs* e por esse fator nenhuma das personagens analisadas mostra o corpo diferente do padrão.

³² A arte de League of Legends. Disponível em <https://artbook.br.leagueoflegends.com/pt_BR/volume-one#chapter/champions/section/jinx> acesso em: 30 Jun. 2022.

³³ Disponível em: <https://sportv.globo.com/site/e-sportv/lol/noticia/jinx-no-league-of-legends-veja-habilidades-e-confira-dicas-de-dudstheboy-sobre-campea.ghtml> acesso em: 30 Jun. 2022.

Figura 9: Swain



Fonte: Riot Games (end. elet.), 2022³⁴

As mulheres em *League of Legends* nunca se mostram velhas como a Figura 9 com o Swain. Como coloca Wolf (1992, p. 17) “O envelhecimento na mulher é "feio" porque as mulheres adquirem poder com o passar do tempo e porque os elos entre as gerações de mulheres devem sempre ser rompidos”. E o Lucian (figura 10) é um dos poucos personagens negros existentes no jogo. Os personagens masculinos construídos especificamente para garotas/mulheres:

Por outro lado, os heróis nos mangás para garotas são, geralmente, representados de forma androginamente linda. As personagens masculinas são decorativas: belos e alvos do amor incondicional das protagonistas. Quanto a aparência física, distinguem-se pelas roupas e pela estatura mais elevada do que as heroínas. (SILVA, 2015, p.219)

³⁴ Campeões, Swain. Disponível em: <<https://br.leagueoflegends.com/pt/game-info/champions/Swain/>> acesso em: 30 Jun. 2022.

Figura 10: Lucian



Fonte: Riot Games (end. elet.), 2022³⁵

League of Legends estreou com 40 campeões e dois modos de jogo *Summoner's Rift* (5vs5) e *Twisted Treeline* (3vs3). E no momento, *League of Legends*, conta com mais de 160 campeões e novos personagens são lançados. Cada personagem pode ser modificado através da compra de *skins* personalizada com as Riot Points (dinheiro virtual próprio do jogo). Em relação ao *marketing*, a Riot Games além de diversas *skins* para personalização da/o personagem que houve maior identificação, também outras mercadorias virtuais lançadas por eles como vídeos promocionais, músicas, contos sobre os personagens, eventos e recentemente seriado contando a história de alguns personagens. COUTO; AQUINO; FARIAS (2018) sobre a compra de personagens

Se a conexão entre usuário e avatar não é satisfatória, a customização - ainda que em caráter ornamental - gera desconforto no jogador, fazendo assim com que ele preferencialmente opte por controlar personagens que estejam de acordo com as suas predileções, resultando em maior agrado e vínculo entre o corpo virtual e o jogador. (COUTO; AQUINO; FARIAS, 2018, p. 108)

Segundo NASCIMENTO (2016) uma das razões para as personagens ainda ser representada dessa forma é o fato de o preconceito de gênero existir indústria o que contribui para ausência de desenvolvedoras. Logo, essa ausência permite que as personagens sejam idealizadas de uma ótica hipersexualizada ou frágil. Além disso, ainda segundo a autora, em

³⁵ Campeões, Lucian. Disponível em: <<https://br.leagueoflegends.com/pt/game-info/champions/Lucian/>> acesso em: 30 Jun. 2022.

2014, nos Estados Unidos, desenvolvedoras de jogos foram ameaçadas de morte e insultadas na internet, desqualificadas profissionalmente, o episódio conhecido como *GateGame*³⁶.

Na maioria dos casos a indústria *gamer* desvaloriza a presença feminina no mercado como jogadoras que jogam frequentemente. E assim, existindo casos de assédios. Além disso, muitos jogadores associam o fato das mulheres se interessarem por jogos para atrair a atenção masculina (ARANTES, 2016).

Contudo estas intervenções se mostram tímidas perante a cultura estabelecida na comunidade *gamer* e na indústria de jogos que ainda desvalorizam a presença feminina como público potencial, algumas vezes mostrando-se inclusive avessa à produção de jogos com protagonistas mulheres. (RODRIGUES; SANTOS, 2014, pág.14)

No entanto, segundo Wolf (1992, p. 22) “A cultura contemporânea dirige a atenção para as metáforas da Donzela de Ferro enquanto censura o rosto e o corpo das mulheres de verdade”. Ou seja, são expostas as mulheres através de imagens, propagandas, revistas um referencial de “beleza irreal” que se acaba consumindo e crendo que apenas o irreal é belo e mulheres “normais” não são bonitas. Assim, criando mulheres inseguras que vão gerar o mercado financeiro. “O corpo é um dos objetos de apreensão e construção da identidade, da autoestima e da própria aceitação” (ZAMPROGNE, 2015, p.268). A cultura contemporânea, baseada na Donzela de Ferro de Wolf, censura o corpo das mulheres reais.

A partir do momento que o corpo e o sexo não são mais objeto de reprodução e sim meios de poder isso se torna algo “perverso”. Assim, questões sobre sexualidade, nudez e erotismo são aprendidos pela sociedade. Então o erotismo e a pornografia estão relacionados. NASCIMENTO (2016, p. 56) traz em seu trabalho uma pesquisa que mostra a diferença entre os personagens masculinos e femininos em relação a sensualidade, nudez ou hipersexualização: Em relação à etnia, as campeãs - exceto as de tons de pele exóticos e irreais (azul, roxo, vermelho etc.) - são majoritariamente caucasianas (em torno de 75%).

Tanto os quadrinhos quanto os jogos eletrônicos estão relacionadas com a sociedade, eles servem para descrever as características existentes. Com isso, essas histórias também trazem seus preconceitos e seus estereótipos. Contudo, “nem mesmo o protagonismo das mulheres está isento da dominação masculina” (OLIVEIRA; REBLIN, 2014, p.47).

Contudo, “o corpo representado é desejado por homens e, conseqüentemente, as mulheres reais também, querem ser desejadas” (OLIVEIRA; REBLIN, 2014, p. 48). Mas essa representação não dá conta das complexidades e subjetividades femininas. Outra questão a ser

³⁶ Mais informações sobre o assunto em: <https://epoca.globo.com/vida/noticia/2014/11/bgamer-gateb-e-guerra-contra-mulheres-nos-videojogos.html> acesso em: 30 Jun. 2022.

tratada é o fato erótico em que as personagens são retratadas e o grande problema não é a sexualidade ou a forma erótica, mas sim, quando a personagem se resume a ser sensual, erótica, e objeto de desejo.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

“Um jogo eletrônico é imaginado e montado como tal pelas relações construídas em torno dele, pelas problematizações levantadas sobre seus usos, pelas maneiras de consumi-lo e pelas formas de elaborá-lo como artefato de entretenimento” (MENDES, 2006, p. 33). Contudo, a medida em que a sociedade se transforma os meios de representação são questionados e a naturalização dos lugares das mulheres. Assim, com o surgimento do *Pink Games* que foi a tentativa de inclusão das mulheres nos jogos, mas apenas deu mais ênfase a inferiorização. E logo depois o *Girls Games Movement* que foi responsável por tentar desmistificar o estereótipo reforçado pelo *Pink Games*.

No caso de *League of Legends*, além das *splash arts* (que são as imagens dos campeões como são vendidas) também há funções denominadas femininas, “para mulher jogar” como é o caso da função maga e suporte. “Não só em *League of Legends*, mas na comunidade gamer em geral, jogadoras são constantemente associadas à função de suporte, responsabilizando-se por proteger e cuidar de seus aliados, mantendo-se longe do confronto direto e não participando ativamente de abates” (ARANTES, 2016, p. 40). Apesar da Riot está começando a mudar esse cenário de a figura feminina enquanto personagem ou jogadora ser relacionado a função de suporte mas ainda é um processo lento.

Nessa perspectiva, se as mulheres são metade das pessoas que jogam deveriam ser representadas como são: diversas e diferentes. Como exemplo disso temos *Overwatch* que é um jogo desenvolvido pela empresa *Blizzard*³⁷ lançado em 2016 para PC, PlayStation 4 e Xbox One. Personagens femininas como Mei que é uma mulher gorda é um meio de resistência em meio a uma imensidão de corpos magros e malhados. Logo em uma sociedade em que ser gordo é como um crime como aponta a ZAMPROGNE (2015, p. 277).

Já em *League of Legends*, uma personagem que não se apresenta de forma sexualizada na sua *splash art* principal (nem nas suas *skins* disponíveis para compra) é Taliyah. A roupa

³⁷ Blizzard Entertainment é uma empresa de jogos Americana responsável por jogos como *World of Warcraft*, *Overwatch* e *Diablo IV*.

dela cobre todo corpo, as poses não são apelativas, apenas a função dela que é maga e como foi exposto no decorrer desse artigo é uma função relacionada a mulher ou para mulher jogar. O jogo conta com mais de 160 personagens jogáveis e só alguns personagens tentam ainda que com exceções se desprender desse padrão.

Essas personagens que abrangem essa diversidade e tentam dar possibilidades de mudança da sociedade. Como questões de naturalização do lugar das mulheres comuns como “o mito da beleza” de Naomi Wolf. Dar possibilidades para mulheres serem o que quiserem sem criar ansiedades e distúrbios alimentares em buscar de ser um “ser perfeito” e essa idealização do que é ser mulher.

Assim, outro fator que o mercado *gamer* ainda traz certos preconceitos em relação as mulheres serem minoria no mercado em comparação com os homens. E ainda, as desenvolvedoras sofrem assédio e são desqualificadas como no caso *GateGame* (2014) caso em que mulheres desenvolvedoras de jogos ou não são ameaçadas de morte de forma anônima nos EUA. A falta de representação de mulheres e para mulheres faz com que tenhamos que desconstruir tal estereótipo construído bem antes dos *Pink Games* e sendo estimulado com ele.

Entretanto, os conceitos de beleza existentes fazem com que se crie ódio a nós mesmas gerando inseguranças, medos, obsessões e as preocupações com o físico e medo de envelhecer. Ainda de acordo com ela, a sociedade reformula as noções de beleza. Nem questões biológicas, sociais ou históricas são suficientes ou validas para inferiorizar a mulher. Assim,

As mulheres são excluídas da cultura masculina. A cultura estereotipa as mulheres para que se adequem ao mito nivelando o que é feminino em beleza-sem-inteligência ou inteligência-sem-beleza. É permitido às mulheres uma mente ou um corpo, mas não os dois ao mesmo tempo. (WOLF, 1992, p. 78)

Assim, como foi exposto o jogo também deveria servir para nos deixar felizes, para auxiliar na vida cotidiana e com isso nos representar. É fato de que os jogos e as representações dependem e são construídas a molde de nossa sociedade. A partir do momento que desconstruímos estereótipos na sociedade estamos mais perto de fazer com os jogos representem as mulheres respeitando as diversidades, mas apesar de existir inúmeros trabalho criticando a forma que a Riot Games e outras demais empresas representam as mulheres, ainda assim, existe descaso diante a situação. No segundo trimestre de 2022 a Riot Games vai apoiar a criação de torneios femininos³⁸. Após mais de 10 anos de criação do jogo e o cenário competitivo existe desde 2011, a empresa quer incentivar as mulheres a competir por dívida a

³⁸ MGG (Millenium.gg). Disponível em: <https://br.millenium.gg/noticias/8735.html> acesso em: 30 Jun. 2022.

elas apenas agora. Os jogos ensinam para alguma coisa e que nesse caso estão apenas compartilhando um mesmo padrão. Assim, porque não usar os jogos para ensinar sobre questões de gênero e sobre representação.

5 REFERÊNCIAS

XVI Encontro Regional de História. Tempos de transição. Ponta Grossa: PR, 2018. [...] **Anais**. Ponta Grossa: PR, 2018. TOQUATO, Ana Laura Matos. MULHERES IRREAIS: UM ESTUDO EM GÊNERO SOBRE A REPRESENTAÇÃO GRÁFICA FEMININA NOS JOGOS LEAGUE OF LEGENDS E DEFENSE OF THE ANCIENTS 2. Disponível em: <<http://www.encontro2018.pr.anpuh.org/arquivo/downloadpublic?q=YToyOntzOjY6InBhemFtcyI7czozNDoiYToxOntzOjEwOiJRRF9BUiFVSVZPIjtzOjM6IjMwNiI7fSI7czoxOiJoljtzOjMyOiJhNjQwNGlyNjEyMjhmYTgwMTBlMGNhZjNmOWZjNjFmYyI7fQ%3D%3D>> Acesso em: 18 jan. 2022.

Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH • São Paulo, julho 2011. **Anais[...]** São Paulo: ANPUH, 2011. ARAÚJO, Edna Maria Nóbrega; MENESES, Joedna Reis de. **HISTÓRIAS DO CORPO E DO FEMININO NO BRASIL DO TEMPO PRESENTE**. Disponível em: <http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1300676386_ARQUIVO_corpoeofeminino.pdf> Acesso em: 18 jan. 2022.

ARANTES, Maria Luiza Petranski. Sexismo nos campos de justiça: O posicionamento de marca interferindo na jogabilidade de League of Legends. Universidade Federal do Paraná: Curitiba, 2016. Disponível em: <<https://www.acervodigital.ufpr.br/handle/1884/45179>> acesso em: 18 jan. 2022.

BUTLER, Judith. Problemas de gênero: Sujeitos do sexo/gênero/desejo In: Feminismo e subversão da identidade. Tradução, Renato Aguiar. – Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. p.15-60.

CÉ, Otavia Alves. Elas para eles e elas para elas: Diferenças e semelhanças na representação de personagens femininas nos mangás shonen e shojo. In: BRAGA JR, Amaro Xavier; DA SILVA, Vália Fernandes (Orgs). **Representações do feminino nas histórias em quadrinhos**. Maceió: EDUFAL, 2015. P. 209-229.

Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Guarapuava, 2008. **Anais[...]** Guarapuava: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2008. LESNIESKI, Marlon Sandro. **A Evolução dos Jogos Online: Do RPG ao MMORPG**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2008/resumos/R10-0192-1.pdf>> Acesso em: 18 jan. 2022.

COUTO, Heitor Dias. AQUINO, Ana Carolina Generoso de. FARIAS, Bruno Serviliano Santos. A representação do corpo em jogos digitais. Disponível em:

<<http://www.educacaografica.inf.br/artigos/a-representacao-do-corpo-em-jogos-digitais-the-representation-of-the-body-in-digital-games>> Acesso em: 18 jan. 2022.

COSTA, David Victor da Silva. Consumo de jogos digitais: O marketing no free to play League of Legends. Universidade federal da Paraíba – UFPB, João Pessoa, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/4514?locale=pt_BR> acesso em: 18 jan. 2022.

DE BEAUVOIR, Simone. O segundo sexo. tradução Sérgio Milliet. - 2.ed. - Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

GOULART, Lucas Aguiar; HENNIGEN, Inês. Condições e possibilidades de uma tecnopolítica de gênero/sexualidade. Revista Estudos Feministas, Florianópolis, 2014, p. 215-236. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2014000100012/26808>> acesso em: 18 jan. 2022.

HUIZINGA, Johan. Natureza e significado do jogo como fenômeno cultural. *Homo Ludens*. 4º ed. Reimpressão. Editora Perspectiva S.A.: São Paulo. 2000. Pág. 5-23.

KRÜGER, Helmut. Cognição, estereótipos e preconceitos sociais. In: LIMA, Marcus Eugênio Oliveira; PEREIRA, Marcos Emanuel (Orgs). **Estereótipos, preconceito e discriminação: perspectivas teóricas e metodológicas**. EDUFBA, 2004. P. 23-40.

LEAGUE of Legends: A Origem. Direção e produção Leslie Iwerks. Netflix. S.I.: Media Rights Capital; IWERKS&CO, 2019. 1h17m, son., col. Exibida pela Netflix. Acesso em: 18 jan. 2022.

LOPES, Leticia. [GAMES] #MyGameMyName: level up para as mulheres no cenário gamer!. Delirium Nerd. Disponível em: <<http://deliriumnerd.com/2018/02/15/mygamemynome-level-up-mulheres/>>. Acesso em: 18 jan. 2022.

LOURO, Guacira Lopes. Gênero, sexualidade e educação. Petrópolis: vozes, 1997. Pág. 14-36.

LUZ, A. R. **Linguagens Gráficas em Videogame**. 2009. 167 p. Dissertação (Mestrado em Design e Arquitetura) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

LUYTEN, Sonia M. Bibe. A produção e retratação da mulher nos quadrinhos Ocidentais e no Mangá: Romantismo e Erotismo. In: BRAGA JR, Amaro Xavier; DA SILVA, Vália Fernandes (Orgs). **Representações do feminino nas histórias em quadrinhos**. Maceió: EDUFAL, 2015. P. 159-169.

MCGONIGAL, Jane. A realidade em jogo. Tradução Eduardo Rieche -. Rio de Janeiro: BestSeller, 2012.

MEDRADO, Andrea Meyer Landulpho; MENDES, Adler Ariel Moreno. O Silêncio Não é a Melhor Arma: Misoginia E Violência Contra as Mulheres no Game League Of Legends.

Animus – Revista Interamericana de Comunicação Midiática, 2020. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/40329>> acesso: 18 jan. 2022.

MENDES, Claudio Lúcio. Jogos eletrônicos: Diversão, poder e subjetivação. Campinas, SP: Papirus, 2006.

NASCIMENTO, Jéssica. Estereótipos Femininos nos Jogos Eletrônicos Online: Um estudo sobre representações de gênero em League of Legends. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/28032/1/Estere%C3%B3tipos%20femininos%20nos%20jogos%20eletr%C3%B4nicos%20online.pdf> acesso em: 18 jan. 2022.

NOGUEIRA, Natânia Aparecida da Silva. II Guerra Mundial e as “super-mulheres”: O surgimento das super-heroínas nos Estados Unidos de 1940. In: BRAGA JR, Amaro Xavier; DA SILVA, Vália Fernandes (Orgs). **Representações do feminino nas histórias em quadrinhos**. Maceió: EDUFAL, 2015. P. 101-121.

ODININO, Juliane Di Paula Queiroz. Princesas, heroínas ou super-poderosas? Agência e representação das personagens femininas infantis dos quadrinhos ao desenho animado. In: BRAGA JR, Amaro Xavier; DA SILVA, Vália Fernandes (Orgs). **Representações do feminino nas histórias em quadrinhos**. Maceió: EDUFAL, 2015. P. 69-98.

OLIVEIRA, Kathlen Luana; REBLIN, Iuri Andréas. Mulher Maravilha, Velta e Penitência: Protagonismo feminino, sexualidade e religiosidade nas histórias em quadrinhos. In: BRAGA JR, Amaro X (Org). **Questões de Sexualidade nas Histórias em Quadrinhos**. Maceió: EDUFAL, 2014. P. 35-59.

RODRIGUES, Letícia; SANTOS, Marinês Ribeiro dos. **Um estudo em representações gráficas nos jogos eletrônicos na perspectiva das relações de gênero: os tipos de feminilidade em League of Legends**. 2014. Disponível em: http://www.necso.ufrj.br/vi_esocite_br-tecsoc/gts/1439831607_ARQUIVO_Artigo_Feminilidades_LeagueofLegends.pdf. Acesso em: 18 jan. 2022.

RIOT GAMES. **League Of Legends: Guia do Novo Jogador**. Disponível em: <<http://gameinfo.br.leagueoflegends.com/pt/game-info/get-started/new-player-guide/>>. Acesso em: 18 jan. 2022.

SANTAELLA, Lucia. Uma visão heterotópica das mídias digitais. In: *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. 4º ed. 2010. SP: Paulus. 2003. P. 61-72.

SANTAELLA, Lucia. O paroxismo da auto-referencialidade nos games In: *Mapa do jogo: a diversidade cultural dos games*. (2009). P. 51-66.

SARMETO, Daniel Henrique; SILVA, Luciano Henrique Ferreira da. Quadrinhos Eróticos ou Pornográficos? Questão de cultura, Temática e Representação. In: BRAGA JR, Amaro X (Org). **Questões de Sexualidade nas Histórias em Quadrinhos**. Maceió: EDUFAL, 2014. P. 275-290.

WOLF, Naomi. O mito da beleza: como as imagens da beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

ZAMPROGNE, Luciana. Como estranhos podem encontrar o paraíso: Contra-Discursos, Ideologia e Representações do Feminino na Sociedade Contemporânea. *In*: BRAGA JR, Amaro Xavier; DA SILVA, Vália Fernandes (Orgs). **Representações do feminino nas histórias em quadrinhos**. Maceió: EDUFAL, 2015. P. 259-290.