



## A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM FEMININA NOS JOGOS DIGITAIS E SEUS REFLEXOS NA AUTOIMAGEM DAS JOGADORAS

Ana Carolina Felix Macedo, Anna Clara Alves Carvalho de Oliveira,  
Yasmin Martins de Sousa

Thiago Schumacher Barcelos, Rita de Cássia Moreno Barbosa

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo - Campus Guarulhos

### Resumo

O ambiente digital é amplamente utilizado e, nesse cenário, os jogos digitais exercem influência relevante sobre comportamentos e percepções sociais. Entre as mídias digitais, eles se destacam pela rápida expansão e pela forte presença entre o público jovem, revelando transformações cruciais nos hábitos contemporâneos de consumo cultural. Entretanto, a persistência de ideais sexistas, que limitam e estereotipam a imagem da mulher, constitui um problema significativo, pois favorece a internalização de padrões de gênero e afeta a autoimagem de jogadoras. Diante disso, esta pesquisa propõe investigar a construção de personagens femininas nos jogos digitais, buscando identificar a presença desses ideais e compreender seus efeitos na autoimagem das jogadoras. Para isso, foram combinadas revisão bibliográfica, análise documental e aplicação de questionário online, direcionado a jogadoras entre 15 e 20 anos. Até o momento, os resultados têm indicado que personagens femininas são frequentemente percebidas como sexualizadas e estereotipadas, além da recorrência de arquétipos como “objeto de desejo”, “donzela em perigo” e “*femme fatale*”. Ademais, a maioria das participantes relatou ter suas habilidades questionadas e não se sentir confortável utilizando o chat de voz em jogos online. Como etapa futura, pretende-se realizar entrevistas com voluntárias, a fim de aprofundar a compreensão sobre suas experiências e os impactos dessas representações na autoestima e na autoimagem.

**Palavras-chave:** Representação feminina. Jogos digitais. Autoimagem. Estereótipos de gênero.



## 1. Introdução

Os jogos digitais consolidaram-se como uma das principais formas de entretenimento da atualidade, sendo consumidos por cerca de 82,8% da população brasileira (PESQUISA GAME BRASIL, 2025) e ocupando um espaço significativo na cultura contemporânea. Sua presença no cotidiano faz com que suas construções simbólicas influenciem percepções, comportamentos e valores, sobretudo entre jovens (LIRA ET AL., 2017), o que reforça a importância de analisar criticamente seus conteúdos, especialmente quanto à representação de grupos sociais.

Apesar dos avanços no design de jogos, a representação feminina ainda apresenta limitações associadas a padrões históricos e culturais. Em muitos títulos, personagens femininas são retratadas de forma estereotipada, sexualizada ou em papéis secundários (BRISTOT; POZZEBON; FRIGO, 2017), muitas vezes sob uma lógica androcêntrica relacionada ao *male gaze* (olhar masculino). Essas representações não apenas refletem construções sociais, mas também podem contribuir para sua manutenção, influenciando a forma como o feminino é percebido socialmente (ROSSI, 2017).

Considerando os jogos como parte da expressão cultural e social (SARMET; PILATI, 2016), a recorrência desses padrões pode contribuir tanto para a reprodução quanto para a contestação de desigualdades históricas. Dessa forma, torna-se relevante investigar se e como a representação feminina nos jogos se relaciona com a percepção que as jogadoras têm de si mesmas e com sua autoimagem.

Assim, este estudo tem como principal objetivo analisar a influência da representação feminina nos jogos digitais sobre a autoimagem das jogadoras, investigando como elementos visuais e narrativos podem contribuir para a manutenção ou problematização de estereótipos de gênero. Especificamente, busca-se identificar padrões recorrentes na representação de personagens femininas nos jogos digitais, analisar como esses padrões se relacionam com construções socioculturais de gênero, compreender de que forma tais representações podem influenciar a percepção que as jogadoras têm de si mesmas e relacionar os elementos visuais e narrativos dos jogos à construção da autoimagem.



## **2. Materiais e Métodos**

### **2.a Pesquisa bibliográfica**

#### **2.a.a Jogos digitais**

A influência dos jogos digitais sobre o comportamento e as percepções sociais pode ser compreendida a partir do General Learning Model (GLM), conforme discutido por Sarment e Pilati (2016). O modelo propõe que a interação contínua com conteúdos midiáticos pode afetar processos cognitivos, emocionais e comportamentais, contribuindo para a formação de atitudes e expectativas sociais.

No Brasil, o público feminino representa uma parcela significativa dos jogadores, correspondendo a 53,2% da amostragem da Pesquisa Game Brasil (2025). Apesar disso, as mulheres ainda enfrentam desafios nesse ambiente, como a persistência de estereótipos, a sub-representação e situações de assédio (GASOTO; VAZ, 2018). Além disso, muitos jogos ainda são estruturados a partir de perspectivas androcêntricas, nas quais personagens femininas são frequentemente objetificadas ou associadas a papéis secundários.

#### **2.a.b Influência da representação feminina na autoimagem**

A autoimagem pode ser entendida como a percepção que o indivíduo constrói sobre si mesmo, considerando aspectos físicos, emocionais e comportamentais (ROSENBERG, 1965). Trata-se de uma construção influenciada tanto pelas experiências individuais quanto pelas interações com o meio e por diferentes referências culturais.

Nesse sentido, as mídias digitais desempenham papel relevante na formação dessa percepção. Em ambientes como os jogos digitais, nos quais a visualidade é central, a repetição de padrões estéticos idealizados pode contribuir para comparações sociais e sentimentos de inadequação (LINO, 2022). Dessa forma, a representação feminina pode influenciar não apenas a percepção sobre as personagens, mas também os referenciais utilizados pelas jogadoras para compreender a si mesmas. A ausência de



representações femininas diversas e realistas tende a limitar as possibilidades de identificação, podendo impactar a construção da autoimagem.

## **2.a.c Personagens femininas nos jogos digitais**

As personagens femininas nos jogos digitais são frequentemente construídas a partir de arquétipos recorrentes na cultura midiática, que podem limitar sua complexidade e reforçar padrões de gênero. Entre eles, destacam-se a personagem construída como “objeto de desejo”, voltada ao olhar masculino e marcada pela ênfase na aparência e na sexualização; a *femme fatale*, associada à sedução e à manipulação; a donzela em perigo, caracterizada pela passividade e dependência da ação masculina; a mediadora ou cuidadora, relacionada ao cuidado e às relações interpessoais; e a bruxa má, que representa a mulher poderosa de forma negativa ou ameaçadora.

Um dos padrões mais recorrentes é o da personagem como “objeto de desejo”, presente em personagens como Ivy Valentine, de *Soulcalibur*, e Tifa Lockhart, de *Final Fantasy VII*. Nessas representações, o design feminino costuma priorizar atributos estéticos e o apelo sexual voltados ao olhar masculino. A repetição desses arquétipos pode limitar a diversidade de corpos e personalidades femininas e reduzir as possibilidades de identificação das jogadoras ao apresentar padrões frequentemente idealizados e padronizados.

## **2.b Questionário de opinião**

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário online, elaborado no Google Forms. O instrumento contou majoritariamente com questões fechadas, sendo 22 no total, utilizando diferentes formatos de resposta, como alternativas de escolha e opções relacionadas à frequência ou percepção das participantes. As perguntas foram organizadas de forma progressiva, iniciando pela relação das participantes com os jogos digitais e avançando para questões sobre personagens femininas, representatividade, experiências em jogos online e possíveis impactos dessas representações na autoimagem. Foi divulgado entre jogadoras com idades entre 15 e 22 anos, sendo as participantes, em sua maioria, estudantes do Instituto Federal de São



Paulo, Campus Guarulhos, sendo assim, os resultados obtidos representam predominantemente esse contexto específico, não sendo possível generalizá-los para todas as jogadoras. Apesar dessa limitação, a amostra possibilita identificar percepções e experiências relacionadas ao problema investigado, com perguntas sobre jogos preferidos, personagens escolhidas por diferentes aspectos como importantes, representação feminina, etc.

## **2.c Entrevista**

A partir dos resultados do questionário, as participantes voluntárias poderão participar de entrevistas em grupo focal após o processo de permissão para utilização de respostas. Serão realizados de dois a quatro encontros, com duração estimada de 30 minutos cada, conduzidos a partir de um roteiro semiestruturado. As questões abordarão experiências de jogo, percepções sobre personagens femininas, situações de desconforto ou identificação e possíveis impactos dessas representações na autoimagem e na autoestima das jogadoras. A participação será voluntária, não sendo uma nova seleção de participantes além da manifestação de interesse em participar dessa etapa da pesquisa, e irá se concentrar em expandir as respostas já obtidas pelo questionário.

## **2.d Pesquisa documental**

Para a realização da análise documental, foram selecionados quatro jogos digitais publicados nos últimos dez anos, com base no cruzamento de três conjuntos de dados: os jogos mais jogados da Steam em 2025, os títulos identificados com a tag “Protagonista Feminina” na plataforma e os jogos mencionados no questionário aplicado.

Inicialmente, foram priorizados os títulos com interseção entre as três listas, por reunirem popularidade, representatividade e reconhecimento pelas jogadoras. Também foram incluídos dois jogos complementares, citados pelas participantes do questionário: um título de alta popularidade, no qual a representação feminina não constitui o foco central, e outro reconhecido por sua abordagem narrativa voltada à experiência feminina, ainda que menos difundido.



Para cada jogo selecionado, foram analisados o design das personagens, seus papéis narrativos, suas mecânicas e seus materiais de divulgação. A análise possui caráter qualitativo e foi orientada pelos conceitos abordados na pesquisa bibliográfica, como objetificação, estereótipos de gênero, arquétipos femininos e internalização.

A seleção final dos jogos organizou-se da seguinte forma: por interseção direta entre as três listas, *It Takes Two* e *Hollow Knight: Silksong*; por destaque na narrativa feminina, *Gris*; e, por alta popularidade, *Overwatch*.

### 3. Resultados e Discussões

Devido à limitação de espaço, são apresentados apenas os resultados mais relevantes, obtidos a partir da integração entre as respostas do questionário, a análise dos jogos e os conceitos discutidos na revisão bibliográfica.

O questionário contou com 31 participantes, com hábitos diversos de consumo de jogos, predominando o uso de plataformas mobile e gêneros como RPG, simulação e *puzzle*. De modo geral, os resultados indicam uma percepção recorrente de personagens femininas como sexualizadas e estereotipadas, além da presença de arquétipos como “objeto de desejo”, “donzela em perigo” e *femme fatale*. Entretanto, essas percepções não se apresentam de forma homogênea, evidenciando que a representação feminina também pode ser interpretada de maneiras distintas pelas jogadoras. Além disso, parte significativa das participantes relatou já ter vivenciado ou presenciado situações de discriminação em jogos online, destacando o questionamento constante de suas habilidades e o desconforto no uso do chat de voz.

Na análise documental, observou-se um avanço em relação a jogos mais antigos, embora ainda persistam tensões na construção das personagens femininas. Em *It Takes Two*, a representação de May apresenta contradições: ao mesmo tempo em que rompe com determinados estereótipos ao apresentá-la como independente e bem-sucedida, também reforça a associação do feminino ao cuidado emocional, evidenciada pela maior cobrança sobre sua atuação como mãe. Já *Hollow Knight: Silksong* apresenta uma protagonista autônoma e não sexualizada, embora seu potencial de identificação seja relativizado pelo distanciamento estético em relação à experiência humana. Em *Gris*, a



representação feminina se afasta de padrões tradicionais ao priorizar a subjetividade e a experiência emocional, oferecendo uma construção mais introspectiva e outras possibilidades de identificação. Por fim, *Overwatch* se destaca pela diversidade de personagens femininas, que ocupam múltiplos papéis e apresentam diferentes construções corporais, narrativas e visuais, diluindo a presença de determinados arquétipos sem necessariamente eliminá-los.

A relação entre os resultados do questionário e a análise documental evidencia que a presença de personagens femininas não é suficiente, por si só, para garantir uma representação diversa ou positiva. A forma como essas personagens são construídas, visual e narrativamente, interfere nas possibilidades de identificação oferecidas às jogadoras. Assim, embora os resultados não permitam estabelecer uma relação direta e universal entre a representação nos jogos e a autoimagem, indicam que a repetição de determinados padrões pode contribuir para a construção de referências sobre o corpo, os comportamentos e os papéis socialmente associados ao feminino.

## 4. Considerações Finais

Diante dos resultados obtidos, conclui-se que as personagens femininas nos jogos digitais podem contribuir para a forma como as jogadoras percebem o feminino e constroem referências relacionadas à identidade e à autoimagem. Essa relação, entretanto, não ocorre de maneira uniforme, pois depende tanto das características das representações quanto das experiências e interpretações individuais das jogadoras.

Apesar dos avanços, como narrativas mais complexas e maior diversidade de personagens, ainda persistem limitações e contradições na representação feminina. Muitos jogos continuam reproduzindo perspectivas androcêntricas e estereótipos de gênero, limitando as possibilidades de identificação oferecidas às jogadoras.

Dessa forma, a pesquisa evidencia a importância de analisar não apenas a presença de mulheres nos jogos, mas também como elas são construídas visual e narrativamente. A ampliação de personagens com diferentes corpos, personalidades e experiências pode contribuir para representações mais diversas e complexas do feminino.



## 5. Referências

ALVES, Camille et al. *Percepção do grau de sexualização no design de personagens femininas em jogos contemporâneos*. Design, Arte e Tecnologia (DATJournal), v.9, n.1, p. 15, 2024. Disponível em: <https://datjournal.anhembibr/dat/article/view/783/590>. Acesso em: 25 nov. 2025.

BRISTOT, Paula Casagrande; POZZEBON, Eliane; FRIGO, Luciana Bolan. *A Representatividade das Mulheres nos Games*. XVI SBGames, 2017. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2017/papers/CulturaFull/175394.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2025.

BLIZZARD ENTERTAINMENT. *Overwatch*. Irvine: Blizzard Entertainment, 2016. Jogo eletrônico.

GASOTO, Aline Chancaré Garcia; VAZ, Telma Romilda Duarte. *A MULHER GAMER: uma análise da presença das mulheres nos jogos virtuais*. Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN), v. 2, n. 1, 6 dez. 2018. Disponível em: [https://periodicos.ufms.br/index.php/EIGEDIN/article/viewFile/7116/pdf\\_23](https://periodicos.ufms.br/index.php/EIGEDIN/article/viewFile/7116/pdf_23). Acesso em: 25 de nov. 2025.

HAZELIGHT STUDIOS. *It Takes Two*. Estocolmo: Electronic Arts, 2021. Jogo eletrônico.

LINO, Gustavo Camarço. *Estereótipos e representações de gênero em jogos eletrônicos: um debate sobre saúde mental e discriminação*. Centro Universitário de Brasília (Uniceub), 2022. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/prefix/16094>. Acesso em: 25 nov. 2025.

LIRA, Arian Galhardi et al. *Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras*. Jornal Brasileiro de Psiquiatria, v. 66, n. 3, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0047-2085000000166>. Acesso em: 25 nov. 2025.

NOMADA STUDIO. *Gris*. Barcelona: Devolver Digital, 2018. Jogo eletrônico.

OLIVEIRA, Luara Cassiana et al. *A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NOS PADRÕES DE BELEZA E SEU IMPACTO NA AUTOESTIMA DAS MULHERES*. Revista Científica Eletrônica de Ciências Aplicadas da FAIT, v.9 n 2, outubro, 2024. Disponível em:



<https://revista.fait.edu.br/cloud/artigos/2024/10/20241029215903-0122.pdf>. Acesso em: 25 de nov. 2025.

PESQUISA GAME BRASIL. *Pesquisa Game Brasil 2025: panorama e hábitos de consumo de jogos no Brasil*. São Paulo: Sioux Group; Go Gamers; ESPM; Blend New Research, 2025.

PROJECT SOUL. *Soulcalibur*. Tokyo: Namco, 1998. Jogo eletrônico (Dreamcast).

ROSENBERG, Morris. *Society and the Adolescent Self-Image*. Princeton: Princeton University Press, 1965.

ROSSI, Túlio Cunha. *Feminilidade e suas imagens em mídias digitais: Questões para pensar gênero e visualidade no século XXI*. Tempo Social, v. 29, n. 1, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/0103-2070.ts.2017.103981>. Acesso em: 25 nov. 2025.

SARMET, Mauricio Miranda; PILATI, Ronaldo. *Efeito dos jogos digitais no comportamento: análise do General Learning Model*. Temas em Psicologia, v. 24, n. 1, 2016. Disponível em: <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/tp/v24n1/v24n1a02.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2025.

TEAM CHERRY. *Hollow Knight: Silksong*. Adelaide: Team Cherry, 2025. Jogo eletrônico.

SQUARESOFT. *Final Fantasy VII*. Tokyo: Square Co., 1997. Jogo eletrônico (PlayStation).