

Representação feminina e *skins* nos *games*: uma análise crítica da campanha *Mulheres no Game KaBum!*

Lorena Borges

Universidade Federal de Alagoas, Faculdade de Letras, Programa de Pós-Graduação em Linguística e Literatura, Maceió, AL, Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4402-1359>

Vanessa Borges

Universidade Federal de Alagoas, Faculdade de Letras, Programa de Pós-Graduação em Linguística e Literatura, Maceió, AL, Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0201-2200>

Resumo

Este artigo investiga os embates discursivos em torno da representação feminina nos jogos eletrônicos, tomando como objeto de análise a campanha publicitária *Mulheres no Game KaBum! A [r]evolução das skins*. O estudo busca compreender como a campanha opera uma deslegitimação das representações hegemonizadas de gênero e quais discursos são indexicalizados nas reações discursivas de interactantes contrários a essa proposta. A pesquisa se fundamenta na Análise do Discurso Crítica especialmente em sua vertente feminista, e na noção de tecnologia de gênero, mobilizando as categorias analíticas interdiscursividade e construção discursiva da legitimação. Os resultados demonstram que a campanha articula um discurso de valorização da diversidade, promovendo a ressignificação da figura feminina nos games, mas também desencadeia reações que reafirmam discursos conservadores, lgbtofóbicos e excludentes. Conclui-se que a representação das mulheres nos jogos eletrônicos continua sendo um espaço de disputa simbólica, no qual diferentes vozes e projetos de sociedade se confrontam, evidenciando a natureza política e ideológica das práticas discursivas no ambiente digital.

Palavras-chave

skins femininas; representação feminina; tecnologias de gênero; jogos digitais; (des)legitimação discursiva; análise do discurso crítica

1 Introdução

A presença feminina no universo dos jogos digitais tem crescido significativamente nos últimos anos e isso tem promovido reflexões importantes sobre as questões de gênero nesse espaço. Frequentemente encarados como atividades masculinas (Agosto, 2004), os games foram, por décadas, um domínio dos homens, responsáveis pela maior fatia do mercado consumidor e da força de trabalho nas empresas desenvolvedoras de jogos. Aqui no Brasil, essa lógica começou a mudar a partir de 2016, quando as mulheres superaram, pela primeira vez, os homens em público consumidor de jogos, representando 52,6% do mercado (Pesquisa Game Brasil, 2016). Desde então, elas se mantêm na dianteira e, em 2024, eram 50,9% dos consumidores (Pesquisa Game Brasil, 2024). A presença das mulheres também vem crescendo entre os criadores de jogos: em 2014, elas correspondiam a 15% da força de trabalho nas desenvolvedoras (Fleury *et al.*, 2014); em 2022, esse número já havia subido para 29,8% (Fortim, 2022).

Esse crescimento na quantidade de jogadoras e de criadoras de jogos tem influenciado a representação das mulheres nos jogos digitais. Conforme Provenzo (1991) explica, no início da história do videogame, as personagens femininas raramente tinham um papéis ativos, sendo hipersexualizadas ou frequentemente retratadas como vítimas ou prêmios a serem conquistados. Mais recentemente, já é possível encontrar jogos que buscam propiciar uma maior identificação do público feminino com as mulheres representadas, colocando estas no papel de protagonistas e possibilitando a seleção de *skins*¹ que refletem diversidade corporal e identitária. Entretanto, essas mudanças não ocorrem sem reação contrária e essa ainda é uma temática que gera muita discussão entre os indivíduos que (inter)agem nesse universo.

É para essa disputa que o presente trabalho pretende olhar, buscando investigar quais discursos são indexicalizados nos embates em torno da representação feminina dos jogos eletrônicos. Para tanto, analisaremos a trajetória textual da campanha *Mulheres no Game KaBum! A [R]evolução das Skins* no Youtube (Kabum, 2024b). Divulgado em 13 de março de 2024, o vídeo em questão faz parte de um projeto da KaBum! (Kabum, 2024a), empresa de comércio eletrônico de tecnologia que professa apoiar e incentivar as mulheres a atuarem mais no universo dos jogos. Com aproximadamente 200 mil visualizações e mais de 5 mil

¹ Expressão utilizada no cenário dos jogos eletrônicos para se referir às peles de um avatar. “[...] são designs que possuem modelagens e temas específicos, compostos basicamente de customizações estéticas, efeitos gráficos e até mesmo nas falas (*quotes*) pré-estabelecidas de um personagem/campeão. Elas são normalmente percebidas como adereços para diferenciar a experiência no jogo” (Amaral Filho; Macedo, 2015, p. 234).

comentários², esse material constitui um *corpus* relevante para examinar as dinâmicas de (des)legitimação e os conflitos discursivos que permeiam a representação de gênero nesse espaço.

A análise desenvolvida aqui fundamenta-se no aporte teórico-metodológico disponibilizado pela Análise de Discurso Crítica (Chouliaraki; Fairclough, 1999; Fairclough, 2001, 2003; 2010; Resende; Ramalho, 2011), principalmente em sua vertente feminista (Lazar, 2005; 2007). Complementarmente, mobilizaremos a noção de “tecnologia de gênero” (Lauretis, 2019) para compreender como esse aparato sociossemiótico produz e regula subjetividades em diferentes contextos. Para alcançarmos os objetivos traçados, utilizaremos as seguintes categorias de análise: interdiscursividade (Fairclough, 2003) e construção discursiva da legitimação (van Leeuwen, 2008).

Este artigo está organizado em quatro seções. Na primeira, apresentamos o referencial teórico que sustenta nossa pesquisa, juntamente com as categorias selecionadas para a análise dos dados. Na segunda seção, discutimos a representação das mulheres nos jogos digitais. Na terceira, realizamos uma análise do vídeo e das reações sociodiscursivas a ele, explorando a construção discursiva da legitimação e os conflitos discursivos relacionados à representação feminina nos jogos eletrônicos. Por fim, na quarta seção, abordamos como os discursos no ambiente digital contribuem para reforçar visões desiguais e discriminatórias na sociedade.

2 Discursos, gêneros e poder em uma perspectiva crítica feminista

Parte irredutível da vida social, o discurso é compreendido, a partir da perspectiva da Análise do Discurso Crítica (ADC), como o uso social da linguagem, um modo de ação historicamente situado, capaz de modificar a sociedade na mesma medida em que é modificado por ela (Chouliaraki; Fairclough, 1999; Fairclough, 2003). Essa percepção dialética da relação entre linguagem e sociedade assume que a linguagem está presente em todos os níveis da vida social, desde os mais fixos, as estruturas sociais, em que ela ocorre como um sistema semiótico, até os mais flexíveis, os eventos sociais, em que ela se materializa como textos. Entre esses dois extremos, temos o domínio das práticas sociais, entidades mediadoras nas quais a linguagem se manifesta como discurso.

As práticas sociais, conforme Chouliaraki e Fairclough (1999, p. 21) explicam, são “[...] modos habituais, vinculados a momentos e lugares específicos, nos quais as pessoas aplicam

² Última atualização: 5 fev. 2025.

recursos (material ou simbólico) para atuarem juntas no mundo”. Nessa lógica, o discurso é apenas um dos momentos das práticas, que também são compostas pelas atividades materiais, fenômenos mentais (crenças, valores, desejos, etc.) e relações sociais. A relação entre todos esses momentos é dialética, de modo que cada um deles internaliza os outros sem, entretanto, se reduzir a eles. Ao se articular aos outros momentos de uma prática específica, o discurso se estabelece como uma prática que não apenas representa o mundo, mas também o constitui e constrói em significado (Fairclough, 2001).

Essa noção de práticas sociais da ADC nos permite compreender que as (inter)ações se estabelecem na vida social não podem ser assumidas como uma mera decisão do indivíduo, mas são consequências das negociações que estabelecemos com o mundo e com as outras pessoas e da maneira como essas dimensões (o mundo e os outros) nos afeta, motivo pelo qual as práticas sociais não apenas orientam como são orientadas por dinâmicas de relações de poder. O poder, aqui, deve ser entendido a partir da noção de *hegemonia* (Gramsci, 1971), modo particular de conceituar o poder e a luta pelo poder que traz embutida em si uma estabilidade instável que pode ser alterada por meio dos embates sociais, de modo que o poder está o tempo todo sendo disputado; uma das maneiras como essa disputa é travada é por meio dos discursos.

Nessa disputa pelo poder, a ideologia exerce um papel essencial. Entendida como representações de aspectos do mundo que podem ser utilizadas para estabilizar e manter relações de poder, dominação e exploração (Fairclough, 2003), as ideologias são mobilizadas para instaurar o abuso de poder, favorecendo algumas poucas pessoas em detrimento da maioria. Enquanto sentidos que representam aspectos do mundo, as ideologias produzem efeitos discursivos que se realizam em processos e contextos estruturados socialmente, buscando garantir a adesão social a discursos particulares.

Sendo uma estabilidade instável, o poder também pode ser contestado. Nesse sentido, os discursos são agenciados para construir diferentes possibilidades de realidade, projetando transformações e mudanças de acordo com as perspectivas particulares dos diferentes atores sociais. Isso ocorre porque mudança social e mudança discursiva caminham juntas, pois ainda que a primeira não se resuma à segunda, ela deixa traços nos textos, que podem ser mapeados por meio de análises textuais e discursivas (Fairclough, 2001).

Uma vez que propomos um estudo com foco na representação feminina, torna-se imprescindível articular o arcabouço proposto pela ADC a uma perspectiva feminista que questione criticamente como as relações de gênero são produzidas, naturalizadas e

contestadas discursivamente. Para tanto, recorreremos à Análise de Discurso Crítica Feminista (ADCF), que propõe a análise discursiva como uma prática necessariamente comprometida com a transformação das relações desiguais de gênero (Lazar, 2005, 2007). Com isso em mente, a ADCF não se limita apenas a descrever as assimetrias, mas é ela mesma uma forma de “resistência analítica” (van Dijk, 2001) que, ao tornar visíveis os mecanismos linguístico-discursivos que constroem e sustentam a dominação masculina, “[...] contribui para as lutas de contestação e mudança” (Lazar, 2005, p. 6).

O gênero, nessa perspectiva, não deve ser assumido como uma essência ou um atributo biológico, mas como produto de uma complexa tecnologia social, constituída por um conjunto de aparatos que incluem instituições, epistemologias, práticas e discursos. Essa “[...] tecnologia do gênero”, conceito formulado por Lauretis (2019, p. 121), produz, regula e normaliza o que se entende por feminino e masculino em diferentes contextos, de modo que o gênero “[...] é tanto construção sociocultural quanto aparato semiótico, um sistema de representação que atribui significado [...] a indivíduos inseridos na sociedade” (Lauretis, 2019, p. 126). Nas sociedades ocidentalizadas contemporâneas, as diferentes mídias – dentre elas os jogos eletrônicos – possuem um papel de destaque dentre as tecnologias de gênero, uma vez que não apenas refletem ideias preexistentes sobre masculino e feminino, mas operam ativamente na produção e reprodução das mesmas. Nesse contexto, as representações femininas tornam-se um espaço privilegiado onde podemos observar esse aparato em ação, reiterando certos ideais de feminilidade e naturalizando-os como se fossem a única alternativa possível.

Entretanto, conforme postula Foucault (1995), não existe poder sem resistência, o que torna o embate contra as representações hegemônicas de feminilidade uma dinâmica constitutiva do próprio campo discursivo. Isso ocorre porque as subjetividades não estão predefinidas, mas são decorrentes de uma construção histórica e política que está sendo constantemente negociada. Daí a necessidade de se fomentar outros modos de subjetivação, capazes de incitar meninas e jovens a rejeitarem ativamente as sujeições patriarcais, intervindo na ordem estabelecida, contestando verdades naturalizadas e criando novas possibilidades de existência (Rago, 2019). A campanha analisada e as reações que ela provoca podem ser lidas como a materialização desse embate na arena discursiva: de um lado, uma tentativa explícita de intervir na forma como os gêneros hegemônicos são configurados em nossa sociedade, propondo novas formas de subjetivação feminina; de outro, reações discursivas que buscam reforçar os modelos hegemônicos, rejeitando outras possibilidades identitárias como ilegítimas.

Para investigar como as questões de gênero, poder, dominância e iniquidade são ativados, iterados, legitimados ou contestados por meio de textos (van Dijk, 2001), não basta uma descrição dos elementos linguísticos presentes no texto; a analista de discurso crítica precisa assumir a tarefa de explicar como eles figuram na interação social e, especialmente, na estrutura social. Para tanto, torna-se necessário buscar categorias de análise que proporcionem essa inter-relação entre texto, discurso e contexto social. No âmbito da presente investigação, selecionamos a interdiscursividade (Fairclough, 2003), que será investigada por meio da análise da construção discursiva da legitimação (van Leeuwen, 2008) e das reações sociodiscursivas (Gomes, 2022; Gomes; Carvalho, 2020; El-Dine; Carvalho; Gomes, 2021; Ribeiro; Garcia; Gomes, 2022).

A interdiscursividade, conforme Fairclough (2003) explica, remete ao entrecruzamento das esferas da atividade humana, pois “[...] é uma questão de como um tipo de discurso é constituído através da combinação de elementos de ordens de discurso” (Fairclough, 2001, p. 152). Assim, o estudo da interdiscursividade busca identificar quais discursos são articulados em um texto, a maneira como isso ocorre e como as ordens do discurso são desarticuladas e rearticuladas ao longo das lutas hegemônicas. Isso porque, de acordo com Fairclough (2003), as lutas hegemônicas implicam disputas pela legitimação e pela universalização de uma representação particular de mundo.

A construção discursiva da legitimação, conforme van Leeuwen (2008) esclarece, remete às maneiras como os indivíduos mobilizam diferentes estratégias discursivas para (des)legitimar os sentidos produzidos nas relações sociais, estabelecendo uma intrincada conexão entre as práticas sociais e os discursos que as (des)legitimam. Envolve, assim, uma tentativa de persuasão dos interlocutores por meio de movimentos discursivos que buscam validar os pontos de vista de grupos específicos – ao mesmo tempo em que invalidam os pontos de vista de outros grupos –, garantindo a obtenção e a manutenção do poder.

De acordo com van Leeuwen (2008), a legitimação pode ser materializada textualmente de quatro maneiras distintas: (i) por autorização: quando a legitimação ocorre pela referência a algum tipo de autoridade, seja ela pessoal ou impessoal, especializada ou por modelo de comportamento, de tradição ou por conformidade; (ii) por racionalização: quando a legitimação está ancorada nos objetivos e usos da ação social institucionalizada ou no conhecimento acumulado, dotando-os de validade cognitiva; (iii) por avaliação moral: quando a legitimação é construída em torno de um sistema de valores morais socialmente estabelecido, podendo ser realizada por meio de avaliação, abstração ou analogia; (iv) por mitopoiesis,

quando a legitimação se ancora em narrativas que recompensam ações legítimas e punem ações ilegítimas.

3 As mulheres e o universo dos *games*

A presença feminina no universo dos *games* é um dos fatores centrais que influenciam a forma como as mulheres são representadas nos jogos eletrônicos. No entanto, essa questão vai além da participação das *gamers* como consumidoras. Envolve também a presença das mulheres no mercado de trabalho da indústria dos *games*, um setor historicamente dominado por homens. Os dados da *International Game Developers Association* (IGDA, 2005) revelam que, em 2005, apenas 11,5% dos profissionais da indústria de *games* eram mulheres, enquanto os homens dominavam os cargos, sobretudo nas áreas de criação e desenvolvimento. Essa desigualdade estrutural influenciou diretamente a forma como as personagens femininas foram concebidas ao longo dos anos, limitando sua representatividade nos jogos e reforçando estereótipos de gênero. Com o passar do tempo, a presença feminina nesse setor começou a crescer, acompanhando a transformação do perfil dos consumidores. De acordo com a Pesquisa Game Brasil (2024), as mulheres passaram a representar 50,9% do público *gamer*, consolidando-se como uma parcela significativa do mercado. Além disso, na área de desenvolvimento de jogos, a participação feminina aumentou para 29,8% em 2022 (Fortim, 2022), indicando uma ampliação do espaço das mulheres na indústria.

Apesar desse avanço numérico, ainda há uma forte resistência em transformar as representações de gênero dentro dos jogos. A predominância histórica masculina entre os criadores e o público consumidor perpetuou uma lógica de construção de personagens em que mulheres continuam sendo retratadas de forma estereotipada, com pouca agência narrativa e atributos frequentemente baseados na objetificação. Esse cenário demonstra que, mesmo com maior participação feminina na indústria e no consumo de *games*, as mudanças na forma como os gêneros são representados nos jogos ainda ocorrem de maneira lenta e enfrentam desafios estruturais.

Além da baixa participação das mulheres no desenvolvimento de *games*, a predominância masculina, quando consideramos a junção entre criadores e jogadores, também influencia a forma como os personagens são construídos. Fortim (2008) aponta que o público consumidor de jogos eletrônicos foi, durante muitas décadas, majoritariamente masculino, o que contribui para a reprodução de estereótipos na criação de personagens. Como destacado

por Bulley (2005), as figuras femininas nos jogos costumam ser representadas como frágeis e dóceis, enquanto os personagens masculinos são associados à força e à vingança. Esses estereótipos refletem construções sociais de gênero, baseadas em concepções ideológicas e culturais.

De modo geral, a construção de personagens femininas tem sido moldada por um imaginário pautado na objetificação, no qual essas figuras são frequentemente representadas como vítimas ou recompensas a serem conquistadas, afastando as jogadoras da possibilidade de se identificarem com essas personagens e incentivando-as a jogar com *skins* masculinas (Graner-Ray, 2003). Além disso, essas representações costumam reforçar expectativas ao retratar mulheres com pouca roupa, corpos hipersexualizados e características psicológicas superficiais, perpetuando concepções machistas que reforçam as desigualdades sociais entre os diferentes gêneros. Desse modo, ainda que a presença feminina tenha crescido no universo dos jogos, as *skins* femininas ainda são marcadas por estereótipos e disputas simbólicas, reiterando as estruturas de poder que configuram a nossa sociedade.

4 Embates discursivos sobre a representação feminina nos games

A materialidade discursiva analisada aqui envolve dois conjuntos de textos que ilustram o embate discursivo inerente à tecnologia do gênero (Lauretis, 2019): de um lado, a tentativa subverter e ressignificar as representações hegemônicas, ampliando e diversificando os processos de subjetivação; de outro, a reação conservadora que busca manter as representações legitimadas por essa tecnologia. Para investigar esse conflito, primeiro analisaremos os sentidos colocados em circulação no vídeo da campanha *Mulheres no Game KaBum! A [R]evolução das Skins*, publicado na plataforma do YouTube em 13 de março de 2024 (Kabum, 2024b). Em um segundo momento, analisaremos as reações sociodiscursivas negativas de alguns interactantes que deixaram comentários no vídeo. Os comentários analisados foram selecionados de acordo com os seguintes critérios: (i) expressam discordância em relação ao texto multimodal do vídeo; (ii) articulam argumentos complexos, que mobilizam estratégias de legitimação (van Leeuwen, 2008), para justificar a violência de gênero que reiteram; e, por fim, (iii) contam com um número significativo de curtidas, ou seja, os discursos indexicalizados ressoam e encontram adesão em uma parcela significativa da audiência, demonstrando a força dos mecanismos de manutenção das normas hegemônicas. Esse embate materializa-se especificamente no YouTube, plataforma digital que funciona como

um dos principais aparatos tecnológicos de produção e circulação de significados da contemporaneidade. Essa escolha não é aleatória: o YouTube constitui-se, ele próprio, como uma tecnologia social que amplifica, registra e possibilita a análise dessas disputadas discursivas. Dessa forma, buscamos investigar os embates discursivos acerca da representação das mulheres no ambiente dos jogos eletrônicos e os processos de (des)legitimação que são mobilizados.

4.1 Construindo outras possibilidades de representação

O vídeo *Mulheres no Game KaBum! A [R]evolução das Skins* foi publicado na rede social YouTube em 13 de março de 2024 (Kabum, 2024b), tendo alcançado mais de 196 mil visualizações, recebido mais de 900 curtidas e gerado mais de cinco mil comentários. Trata-se de um material que integra uma campanha maior intitulada *Mulheres no game*, lançada pela empresa de comércio eletrônico KaBum! em oito de março do mesmo ano (Kabum, 2024a). O vídeo possui cerca de quatro minutos de duração e traz profissionais mulheres que atuam em diferentes áreas do universo dos jogos digitais – jogadoras, *streamers*, empresárias, desenvolvedoras de jogos, ilustradoras, *cosplayers* – falando sobre como as personagens femininas são representadas nos *games* e construindo, coletivamente, a *skin* de uma personagem com a qual elas se identifiquem.

Enquanto texto multimodal, o vídeo configura seus sentidos a partir de uma inter-relação entre imagens, texto linguístico e sons. Para a presente análise, daremos preferência para os sentidos configurados por meio dos aspectos linguísticos, mobilizando os aspectos visuais apenas quando, a nosso ver, estes se fizerem necessários para a compreensão dos sentidos produzidos. Para facilitar a discussão apresentada adiante, apresentamos a transcrição do vídeo (Kabum, 2024b):

- 1) **Paula** - “Meu nome é Paula e eu sou *streamer*.”;
- 2) **Nicole** - “Meu nome é Nicole Merhy. Eu sou mais conhecida como ‘Cherrygumms’, fui jogadora profissional e hoje sou empresária *gamer*.”;
- 3) **Camila** - “Eu sou Camila, mais conhecida como “cAmmy”. Sou jogadora profissional.”
- 4) **Tanaka** - “Meu nome é Tanaka e eu sou *cosplayer* profissional. Iata.”;
- 5) **Emanuely** - “Meu nome é Emanuely, vulgo ‘afronauta’, e eu sou desenvolvedora de *games*.”;

- 6) **Carolina** - “Meu nome é Carolina, eu sou ilustradora e meu foco principal [é] nessa área de Concept Art.”;
- 7) **Mediadora** - “Eu sou Lucilene, sou facilitadora e estou aqui reunida com essas mulheres para levantar uma discussão sobre o papel da mulher no universo *gamer*. Como é ser mulher nesse ambiente tão masculinizado?”;
- 8) **Paula** - “Cara, eu acho [que] o universo *gamer* é o reflexo do mundo como ele é, é bem machista.”;
- 9) **Nicole** - “Oh, já passei por várias situações, né, ‘porque você tá jogando?’, ‘vai lavar uma louça’. Então, isso acontece bastante.”;
- 10) **Camila** - “Eu acho que a maior dificuldade de fazer uma carreira no universo *gamer*, principalmente sendo uma mulher, é que você tem que ser uma multitarefa.”;
- 11) **Paula** - “Até um tempo atrás nem tinha personagem feminino, inclusive, no CS, por exemplo.”;
- 12) **Carolina** - “Houveram [sic] situações em que eu me senti desrespeitada também. Eu não escolhi ver aquilo, e quando eu vi o conteúdo era uma foto da pessoa sem roupa. Me senti ferida, invadida.”;
- 13) **Tanaka** - “Alguns homens acham que podem tocar nos *cosplayers*, né. Não toquem nas personagens, não toquem nas mulheres.”;
- 14) **Mediadora** - “Essa imagem te representa de alguma maneira?”;
- 15) **Paula** - “Não, nem um pouco.”;
- 16) **Emanuely** - “Não, não me representa.”;
- 17) **Paula** - “É até desconfortável de ficar vendo, não me sinto muito bem, não.”;
- 18) **Nicole** - “É uma cultura, eu diria, da hipersexualização da mulher que por muitos anos foi tida como certa, né?”;
- 19) **Carolina** - “Eu sou jogadora também e jogo com personagem com pouca roupa, eu não gosto de personagem sexualizada.”;
- 20) **Emanuely** - “Esse estereótipo, né, de mulheres... com pouca roupa pra agradar um certo público, que é o masculino e exatamente porque foi feito por outros homens, né?”;
- 21) **Camila** - “Vamo comentar também o tamanho, né... das... das coisas que aparecem, então não, eu não me sinto representada.”;
- 22) **Mediadora** - “Como seria essa personagem que te representa de verdade?”;
- 23) **Paula** - “Primeiro ela teria roupa, né, pra começar...”;
- 24) **Tanaka** - “Jogo de cintura, tem que ser poderosa.”;

- 25) **Emanuelly** - “Ela seria uma personagem negra ou indígena, com anatomias mais reais.”
- 26) **Nicole** - “Eu acho que iria em uma personagem muito mais realista pro jogo.”;
- 27) **Paula** - “Uma personagem um pouco mais divertida e ao mesmo tempo séria.”;
- 28) **Camila** - “Que vai atrás dos objetivos, inteligente.”;
- 29) **Emanuelly** - “Nada é uma regra no comportamento das pessoas, mas eu acho que o erro maior tá em cair... em recorrer a estereótipos para montar o seu personagem.”;
- 30) **Carolina** - “Eu acho muito importante escutar essas mulheres e transformar esses pedidos todos em realidade.”;
- 31) **Mediadora** - “Nós ouvimos essas mulheres e juntas escolhemos mudar o jogo.”;
- 32) **Paula** - “É isso! Uma mulher real, com corpo real, bem vestida...”;
- 33) **Tanaka** - “Estética, o corpo parecido com o meu... arrasou.”;
- 34) **Nicole** - “Aí sim! Lindo, humano, né, verdadeiro.”;
- 35) **Emanuelly** - “Me representa muito, inclusive o desenho tá parecido comigo.”;
- 36) **Camila** - “É desse tipo de personagem que a gente precisa.”;
- 37) **Paula** - “Perfeito!”;
- 38) **Mediadora** - “Entendemos que tipo de personagem as representam, refletimos sobre o papel delas no universo *gamer* e, pelos traços e olhar de uma ilustradora mulher, conseguimos traduzir em imagem o que está no coração de cada uma.”.

Na análise do presente vídeo, buscaremos elucidar os mecanismos mobilizados pelo texto em questão para deslegitimar os discursos hegemonizados de gênero que circulam no universo dos jogos digitais. Essa tentativa de deslegitimação por parte do vídeo fica explícita na descrição do mesmo (Figura 1), que fala em desafio de mudar o jogo ao construir uma nova personagem.

Figura 1 - Descrição do vídeo no YouTube

196.255 visualizações 13 de mar. de 2024 #KaBuM #MulheresNoGame
Unimos um squad feminino, com Gamers, Streamers, Cosplayer, Ilustradora, Empresária e mais, para um desafio: mudar o jogo ao construir uma nova personagem, que realmente as representem.

E aí, bora mudar o jogo com a gente?
www.kabum.com.br/mulheresnogame

#MulheresNoGame #KaBuM #RevolucaoDasSkins

Fonte: Kabum (2024b).

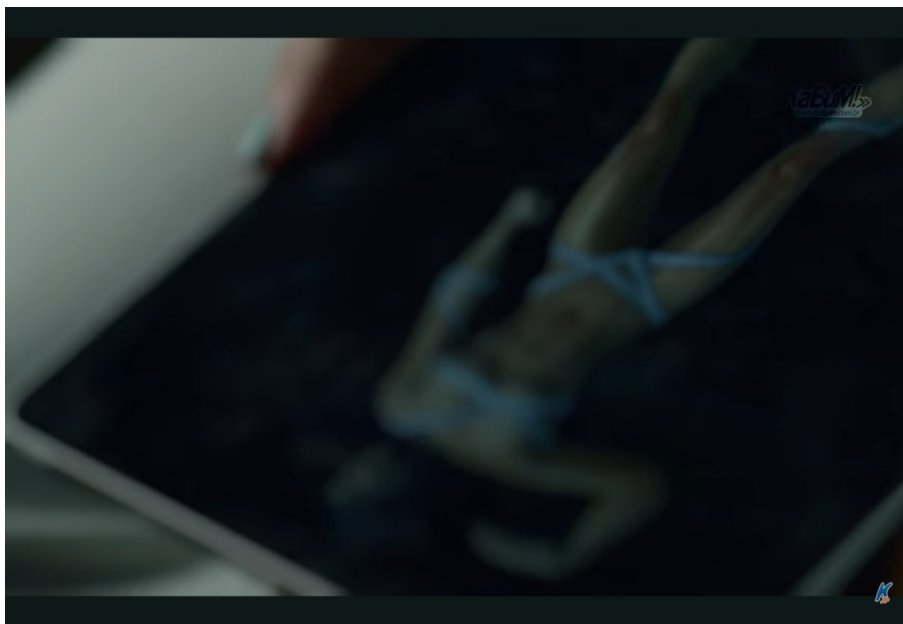
Descrição da Figura 1: A imagem mostra um post com 196.255 visualizações, publicado em 13 de março de 2024. O texto descreve a união de um *squad* feminino composto por *gamers*, *streamers*, *cosplayers*, ilustradora, empresária e outras, para um desafio de criar uma nova personagem que as represente. O post convida à participação no desafio com a frase “E aí bora mudar o jogo com a gente?”. O link do site é seguido de hashtags como #Kabum, #MulheresNoGame e #RevolucaoDasSkins.

Conforme é possível perceber na transcrição do vídeo (Kabum, 2024b), ele inicia com uma breve apresentação das mulheres convidadas pela KaBuM! para esse desafio, situando-as, especialmente, em termos profissionais (um a seis): *streamer*, jogadora profissional, empresária *gamer*, *cosplayer*, desenvolvedora de jogos e ilustradora. Ainda que esse primeiro movimento possa nos remeter para a construção de uma legitimação por autorização, como veremos mais adiante, aqui, o movimento é contrário: pessoalizar as participantes, de modo que as múltiplas experiências vivenciadas por elas possam contribuir para a deslegitimação dos discursos hegemônicos.

Em sete, a facilitadora coloca a primeira questão às participantes: *Como é ser mulher nesse ambiente tão masculinizado?* A própria pergunta já posiciona a campanha da empresa em relação ao universo dos jogos digitais, reforçando a ideia de que ele é um ambiente majoritariamente masculino. Nesse momento, as participantes configuram discursivamente o universo dos jogos como machista, um espaço em que elas são constantemente invisibilizadas, deslegitimadas e desautorizadas, bem como violentadas simbolicamente ou sexualmente.

Em 14, a mediadora mostra uma imagem às participantes e pergunta a elas se aquela imagem as representa de alguma maneira. Ainda que a imagem apareça no vídeo fora de foco (Figura 2), ela permite que os interactantes percebam que se trata da representação de uma mulher usando faixas finas para cobrir apenas os seios e a vulva.

Figura 2 - Screenshot de frame do vídeo



Fonte: Kabum (2024b).

Descrição da Figura 2: Imagem levemente desfocada de uma mulher posando, usando faixas finas que cobrem apenas os seios, a região genital e partes do braço e da perna.

Em resposta à mediadora, as participantes indicam o desconforto com a imagem, com a pouca roupa e com a hipersexualização da personagem, com o tamanho das coisas que aparecem. Na percepção delas, essa imagem é feita por homens e para homens, pois agrada apenas ao público masculino, produzindo um distanciamento em relação ao público feminino. O movimento de deslegitimação, aqui, é realizado em torno da valorização de processos mentais e relacionais como “ela não me representa”, “é desconfortável ficar vendo e não me sinto muito bem, não”, ou seja, “eu não sou assim e me sinto desconfortável em ser representada dessa maneira”.

Em 22, a mediadora questiona como seria uma personagem que representasse essas mulheres de verdade. Nas respostas das participantes, elas reforçam o incômodo que elas sentem com a falta de roupas das personagens, com a delicadeza exagerada, com a falta de representatividade étnico-racial e com as proporções anatômicas que não correspondem à realidade da maior parte das mulheres. Para elas, uma personagem que as represente deveria ser, ao mesmo tempo, divertida e séria, inteligente e determinada, poderosa. Ao se posicionarem dessa maneira, elas se contrapõem aos discursos hegemonzados de gênero que ancoram as personagens femininas representadas nos jogos digitais e, mesmo que não tenham consciência desse processo, aderem aos discursos feministas que criticam a objetificação e a hipersexualização dos corpos femininos em diversas práticas sociais.

Por fim, em 31, a mediadora apresenta às participantes a materialização da *skin* que as representaria (Figura 3). A mulher representada na imagem é avaliada como um corpo real, bem vestida, humana, verdadeira. O texto final da mediadora, em 38, explica que a personagem foi ilustrada por uma mulher e buscou traduzir o que está no coração de cada uma das mulheres que participaram do vídeo.

Figura 3 - *Skin* feminina proposta no vídeo



Fonte: Kabum (2024a).

Descrição da Figura 3: Personagem feminina negra posando em um fundo colorido, com predominância de cores azuis, amarelo e rosa. Ela possui cabelo longo castanho com mechas coloridas, azuis e amarelas. Está vestindo um macacão cinza com detalhes pretos que cobre todo o corpo, além de luvas pretas, jaqueta e tênis nas cores branca, azul e laranja. Completa o visual com uma pochete cinza com detalhes laranjas.

Como é possível perceber, a tentativa de deslegitimação dos discursos hegemônicos, aqui, se pauta em três movimentos discursivos principais: (i) o reconhecimento de que o universo dos jogos digitais envolve práticas sociais masculinizadas e machistas que interferem nas representações das personagens femininas dos jogos; (ii) a escuta ativa das violências simbólicas e sexuais que as mulheres vivenciam nesses espaços com o intuito de propor uma

representação feminina alternativa; (iii) construção material dessa alternativa com a valorização da percepção das mulheres ouvidas acerca da forma como elas poderiam se sentir mais representadas.

4.2 Combatendo outras formas de representação

Conforme apontado anteriormente, o vídeo em questão (Kabum, 2024b) recebeu mais de cinco mil comentários no YouTube. Enquanto muitas dessas reações sociodiscursivas se engajaram positivamente com a questão abordada no vídeo, outras se engajaram negativamente, mobilizando diferentes argumentos para se contrapor à forma como a representação das mulheres no universo dos jogos foi apresentada. Aqui, focaremos nossa atenção nesse segundo grupo de comentários, buscando elucidar os discursos que os interactantes mobilizam para legitimar seus posicionamentos:

Interact1³: Sinceramente, sou mulher, sou jogadora e não me senti representada por essa personagem de jeito nenhum. Não quero uma mulher empoderada que faz tudo por conta própria. Quero uma personagem sensível, que tenha um romance de verdade, com um HOMEM (pois não a mais uma representação de uma garota mais feminina), já deu de lésbica nos jogos não? Toda personagem feminina principal é do mesmo jeito (ou melhor, a maioria é lésbica). Aparência? Não é algo importante, dizem “mulher não deve ligar para a aparência” mas dão piti por conta do corpo de uma personagem que não existe. O que importa é a atitude dela e jeito “eu resolvo tudo sozinha” e no final se pega com outra mulher já cansou. (1,9 mil curtidas) (Kabum, 2024b).

O engajamento negativo da Interact1 é legitimado, inicialmente, por meio da autoridade pessoal, quando ela destaca “sou mulher” para, logo em seguida, desmerecer a representação feminina proposta dizendo que não se sentiu representada por ela. Em seu ponto de vista, a interactante entende que uma *skin* mais próxima da realidade representa uma mulher “empoderada que faz tudo por conta própria”, algo que ela não deseja, pois prefere “uma personagem sensível, que tenha um romance de verdade, com um HOMEM”. Essa contraposição de aspectos – empoderada x sensível, homossexual x heterossexual – reforça os discursos machistas que objetificam a mulher, como se ela tivesse que ser desejada por um homem ou se relacionar com um para ter um papel no jogo/mundo.

³ De modo a preservar a fidelidade dos comentários, eles foram transcritos exatamente como publicados pelos interactantes do vídeo, sem quaisquer ajustes de grafia ou linguístico-textuais.

Outro modo de legitimação mobilizada pela interactante é a avaliação moral, quando ela se refere ao debate em torno da representação feminina nos jogos digitais como “piti”, negativando a (inter)ação apresentada no vídeo. Conforme apontamos anteriormente, a avaliação moral está vinculada a discursos específicos de valor moral que nem sempre ficam explicitados no texto, o que é uma forma de interditar a discussão sobre os mesmos. No caso em questão, temos, novamente, a reiteração dos discursos machistas que invalidam as representações que as mulheres fazem de si mesmas, reforçando a ideia que são objetos a serem representados pelos homens e não sujeitos.

É importante destacar que em nenhum momento as participantes do vídeo propõem a criação de uma personagem que representará todas as mulheres; elas apenas constroem a *skin* de uma personagem que fuja dos estereótipos encontrados nos jogos digitais e que, ao fazer isso, crie identificação com um número maior de jogadoras. A orientação sexual da personagem construída não é um tópico de discussão entre as mulheres que participam do vídeo, tampouco o seu empoderamento, conforme pudemos perceber na seção anterior. Entretanto, para a interactante, essas são as temáticas atreladas à personagem representada por essas mulheres, de modo que ela (a interactante) indexicaliza, em seu comentário, não apenas discursos machistas, mas também lgbtfóbicos, uma vez que quanto mais a personagem se afasta das representações masculinistas do corpo feminino, mais distante também ela estaria da normatividade cisheterossexual hegemônica:

Interact2: É muito engraçado que quando a anitta ou as streamers “gamers” estão em público sem roupa, as minas aplaudem dizendo que é empoderamento e a frase “meu corpo, minhas regras” mas quando é uma personagem feita com modelo real, as minas vem dizendo que irreal, sexualização, falta de representação, mas fazer o quê, essa doença que é feminismo na cabeça dessas empoderadas que cria todas essas hipocrisia e fazendo elas acharem que tem razão ainda. (367 curtidas) (Kabum, 2024b).

No Interact2, o engajamento negativo é legitimado por meio da avaliação moral. Para tanto, temos, primeiramente, o uso da analogia, quando as mulheres que decidem expor o corpo em público, como a cantora Anitta ou as *gamers*, são comparadas às personagens femininas que são representadas majoritariamente por homens nos jogos. Para o interactante, se a atitude das mulheres reais é considerada uma forma de empoderamento, por que a mesma lógica não poderia ser aplicada às personagens?

A segunda forma é a de avaliação moral que aparece no comentário, quando o interactante representa o feminismo de forma negativa, nomeando-o como uma doença e

atribui ao ativismo a culpa pelo incômodo que as mulheres possuem em relação às representações hipersexualizadas das personagens femininas nos jogos. É importante destacar que, em nenhum momento, as mulheres que participam do vídeo se designam ou são designadas pelo texto como feministas. Linguisticamente, a elas são atribuídos aspectos profissionais. Ainda assim, o interactante faz a leitura de que a proposta da campanha é consequência da “doença” que é o feminismo, responsável por aquilo que ele nomeia de “hipocrisia”.

Nesse sentido, o interactante indexicaliza discursos machistas que não reconhecem o direito de as mulheres se representarem como quiserem e que acreditam que a mulher expor o seu corpo é algo semelhante a um homem expor o corpo de uma mulher. Se o primeiro pode, por que não o segundo? Certamente, esse mesmo homem não acharia hipocrisia ou incoerência expor o próprio corpo de acordo com seus parâmetros, desejos e vontades e, ainda assim, defender o direito de não ver o seu corpo sendo exposto ou hipersexualizado por outros homens. Além da indexicalização dos discursos machistas, o comentário em questão também indexicaliza discursos misóginos de violência contra a mulher, argumentando que elas têm que aceitar a hipersexualização – violência simbólica que, muitas vezes, se desdobra em violência sexual, conforme apontaram os relatos das mulheres que aparecem no vídeo – imposta pelos homens:

Interact3: Eu, como mulher, tenho lugar de fala... Se eu quiser ver mulher feia e/ou fora do peso, vou olhar no espelho. Na tela, seja em games, séries ou filmes, eu quero ver mulher bonita, com corpo perfeito usando roupas lindas. Sabem porquê? Porque A BELEZA IMPORTA! O belo é o que faz nossas vidas ficarem melhores... Quem não se sentir “representada” pelo belo, que vá tratar seu problema PESSOAL fazendo terapia, e não estragando a vida dos outros querendo contaminar o mundo do entretenimento com suas frustrações. Eu busco o belo, e o que me representa é a BELEZA em tudo. Quem precisa destruir a beleza para se sentir “representada”, tem sérios problemas psicológicos. (879 curtidas) (Kabum, 2024b).

Assim como ocorre em Interact1, no Interact3 o engajamento negativo é legitimado por meio de um argumento de autoridade pessoal, quando a interactante indica que, como mulher, ela possui lugar de fala. A partir daí, ela faz uma avaliação moral da *skin* feminina construída pela campanha, avaliando-a como feia e fora do peso e reiterando que o belo e a beleza – corpo perfeito e roupas lindas – faz nossas vidas ficarem melhores. Por fim, a interactante avalia as mulheres que querem propor outras representações para as

personagens femininas dos jogos digitais como pessoas com “problemas psicológicos”, uma vez que elas precisam destruir a beleza para se sentirem representadas.

Como é possível observar, o comentário em questão indexicaliza os estereótipos de beleza feminina estabelecidos pelos discursos machistas, que determinam que o corpo da mulher deve ser perfeito e magro para ser apreciado. Qualquer posicionamento contrário a essa perspectiva é imediatamente negativizado – nesse caso, patologizado –, como se apenas uma pessoa mentalmente adoecida fosse capaz de querer ser representada por uma personagem fora dos padrões.

De modo geral, as três reações analisadas aqui falham em reconhecer que outras possibilidades de representação feminina nos jogos digitais sejam possíveis. Não se trata apenas de criticar a campanha proposta pela KaBuM! (Kabum, 2024a), mas de impedir qualquer tentativa de mudança na tecnologia de gênero vigente, invalidando qualquer outra forma de representação que não seja aquela que já está dada; a busca pela universalização de uma única representação. Elas demonstram que a representação feminina nos jogos não é um mero detalhe estético, mas um campo de batalha político onde se decide que subjetividades são inteligíveis e válidas socialmente. A violência das respostas é proporcional à ameaça que a campanha representa: ela não propõe apenas uma nova *skin*, mas um novo regime de visualidade e existência para mulheres no universo dos jogos, desafiando as bases de poder patriarcal que estrutura a indústria e a cultura *gamer*. A análise evidencia que a disputa pela representação é, em última instância, uma disputa pelo poder de definir o que significa ser mulher.

5 Considerações finais

Os resultados desta pesquisa demonstram que a representação das mulheres nos jogos é muito mais do que uma mera questão estética; é um espaço de disputa discursiva onde se negociam sentidos sobre os gêneros, onde as identidades são legitimadas ou deslegitimadas e onde os contornos do que significa ser uma mulher são incansavelmente desenhados e contestados. Assim, ainda que a campanha seja uma ação de marketing com uma intenção comercial, ela também pode ser lida como uma tentativa de intervenção no campo discursivo da tecnologia do gênero (Lauretis, 2019). Ao dar espaço para que as mulheres do universo *gamer* critiquem a hipersexualização hegemônica e proponham uma representação feminina alternativa, a iniciativa desestabiliza a naturalização dos corpos femininos como objetos do

desejo masculino. Nesse sentido, os três movimentos discursivos identificados na campanha – reconhecimento do machismo estrutural, escuta das violências vivenciadas e materialização de outras representações – configuram uma resistência que produz efeitos visíveis em seus interlocutores.

As reações negativas analisadas, indexalizando discursos machistas, lgbtofóbicos e misóginos, não foram meras opiniões contrárias, mas sim estratégias de legitimação mobilizadas para reafirmar e proteger os delineamentos hegemônicos pela tecnologia de gênero. Através de argumentos de autorização e, sobretudo, de avaliação moral, os interactantes buscaram deslegitimar qualquer possibilidade de representação que fuja aos estereótipos dominantes. O ódio reverberado nessas reações é indicador claro do sucesso da campanha em tocar em uma ferida aberta: ela não criticou apenas uma *skin*; ela questionou toda uma estrutura de poder que define e delinea o lugar reservado às mulheres nos jogos digitais.

A partir do exposto, concluímos que a representação feminina nos jogos eletrônicos permanece um campo de intensa batalha discursiva. A luta por *skins* mais diversas e realistas é, na verdade, a luta por modos de subjetivação femininos mais plurais (Rago, 2019). É a disputa pelo direito de existir, no universo simbólico dos games, de múltiplas formas de ser mulher, fora dos estreitos limites da objetificação e da hipersexualização. Pesquisas como esta reforçam a importância de se adotar uma perspectiva crítica e comprometida com a transformação social, capaz de desnaturalizar as representações hegemônicas e de iluminar os mecanismos discursivos que sustentam as desigualdades de gênero. O caminho para uma indústria de games verdadeiramente inclusiva passa, necessariamente, pelo reconhecimento de que o gênero é uma tecnologia e, como tal, pode e deve ser constantemente reprogramada para contemplar a diversidade humana.

Referências

AGOSTO, D. Girls and gaming: a summary of the research with implications for practice. **Teacher Librarian**, Maryland, v. 31, n. 3, p. 8, 2004.

AMARAL FILHO, O.; MACEDO, T. Dos rios à tela de cristal líquido: o retorno do mito e a arquitetura da cultura convergente em League of Legends. **Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, v. 17, n. 2, p. 231-247, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/fem.2015.172.10>. Acesso: 12 jan. 2025.

BULLEY A. L. **Female exclusion from videogames**. Ithaca: Ithaca College, 2005.

CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. **Discourse in late modernity**: rethinking critical discourse analysis. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999.

EL-DINE, I. P. Z.; CARVALHO, A. B.; GOMES, M. C. As (des)construções de identidades de gênero na página do facebook “Orgulho de ser hétero”: sob uma abordagem crítica do discurso. **Revista Investigações**, Recife, v. 34, n. 2, p. 1-25, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.51359/2175-294x.2021.247493>. Acesso: 12 jan. 2025.

FAIRCLOUGH, N. **Analysing discourse**: textual analysis for social research. Londres: Routledge, 2003.

FAIRCLOUGH, N. **Critical discourse analysis**. Londres: Longman, 2010.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: UNB, 2001.

FLEURY, A.; NAKANO, D.; SAKUDA, L. O.; CORDEIRO, J. H. D. (coord.). **I Censo da indústria brasileira de jogos digitais**: com vocabulário técnico sobre a IBJD. São Paulo: GEDIGames, 2014.

FORTIM, I. Mulheres e games: uma revisão do tema. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE JOGOS E ENTRETENIMENTO DIGITAL, 7., 2008. **Anais [...]**. [S. l: s. n.], 2008.

FORTIM, I. (org.) **Pesquisa da indústria brasileira de games 2022**. São Paulo: ABRAGAMES: 2022.

FOUCAULT, M. O sujeito e o poder. In: DREYFUS, H. L.; RABINOW, P. (org.). **Michel Foucault**: uma trajetória filosófica para além do estruturalismo e da hermenêutica. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995. p. 231-249.

GOMES, M. C. Estudo das reações sociodiscursivas verbais em ambientes de interação virtual. In: RESENDE, V. M.; ARAÚJO, C. L.; REGIS, J. F. (org.). **Discurso, política e direitos**: por uma análise de discurso comprometida. Brasília: Ed. UnB, 2022.

GOMES, M. C.; CARVALHO, A. B. “Não podem ser negras e gordas”: analisando a violência verbal em reações sociodiscursivas produzidas por leitores/as em contextos jornalísticos digitais brasileiros. **Revista Estudos Linguísticos**, Belo Horizonte, v. 28, n. 4, p. 1667-1695, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.17851/2237-2083.28.4.1667-1695>. Acesso: 12 jan. 2025.

GRAMSCI, A. **La costruzione del partito comunista**: 1923-1926. Turim: Einaudi, 1971.

GRANER-RAY, S. **Gender-inclusive game design**. Hingham: Charles River Media, 2003.

INTERNATIONAL GAME DEVELOPERS ASSOCIATION (IGDA). **Developer Satisfaction Survey 2005**. Sacramento, CA: IGDA, 2005.

KABUM. Mulheres no game. **Site Kabum**, São Paulo, 8 mar. 2024a.

KABUM. **Mulheres no Game KaBuM!** A [R]evolução das Skins. São Paulo: Kabum, 13 mar. 2024b. 1 vídeo (4min8s). Publicado pelo canal Kabum na plataforma YouTube.

LAURETIS, T. A tecnologia de gênero. In: HOLLANDA, H. B. (org.). **Pensamento feminista: conceitos fundamentais**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019. p. 121-155.

LAZAR, M. (org.) **Feminist critical discourse analysis**. Gender, power and ideology in discourse. New York: Palgrave Macmillan, 2005.

LAZAR, M. Feminist critical discourse analysis: articulating a feminist discourse praxis. **Critical Discourse Studies**, London, v. 4, n. 2, p. 141-164, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/17405900701464816>. Acesso: 12 jan. 2025.

PESQUISA GAME BRASIL. **Pesquisa Game Brasil 2016**. São Paulo: Go Gamers; Blend New Research; ESPM, 2016.

PESQUISA GAME BRASIL. **11ª edição da Pesquisa Game Brasil: perfil dos gamers brasileiros**. São Paulo: SX Group; Go Gamers; Blend New Research; ESPM, 2024.

PROVENZO, E. **Video kids: making sense of Nintendo**. Cambridge: Harvard University Press, 1991.

RAGO, M. “Estar na hora do mundo”: subjetividade e política em Foucault e nos feminismos. **Interface**, Botucatu, v. 23, p. 1-11, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/Interface.180515>. Acesso: 12 jan. 2025.

RESENDE, V.; RAMALHO, V. **Análise de discurso (para a) crítica: o texto como material de pesquisa**. Campinas: Pontes, 2011.

RIBEIRO, S.; GARCIA, C.; GOMES, M. C. Reações sociodiscursivas verbais e estilos: homofobia no discurso de um político e engajamento crítico em comentários. In: LIMA, B. A. F.; GOMES, M. C. A. (org.). **Estilos e discursos: uma contribuição para os estudos da linguagem**. Campinas: Pontes, 2022.

VAN DIJK, Teun. Critical Discourse Analysis. In.: SCHIFFRIN, Deborah; TANNEN, Deborah; HAMILTON, Heidi (Orgs.). **Handbook of Discourse Analysis**. Oxford: Blackwell, 2001. p. 352-371.

VAN LEEUWEN, T. **Discourse and practice: new tools for critical discourse analysis**. Oxford: Oxford University Press, 2008.

Female representation and skins in games: a critical analysis of the *Mulheres no Game KaBuM!* Campaign

Abstract

This article investigates the discursive clashes surrounding the representation of women in video games, analyzing the advertising campaign *Mulheres no Game KaBuM! A [r]evolução das skins*. The study aims to understand how the campaign delegitimizes hegemonic gender representations and which discourses are indexed in the discursive reactions of interactants opposing this stance. The research is based on Critical Discourse Analysis, particularly its feminist strand, and employs the concept of technology of gender, mobilizing the analytical categories of interdiscursivity and discursive construction of legitimation. The results demonstrate that the campaign articulates a discourse of valuing diversity, promoting the re-signification of the female figure in games, but also triggers reactions that reaffirm conservative, lgbtq-phobic, and exclusionary discourses. It is concluded that the representation of women in video games continues to be a space of symbolic struggle, where different voices and societal projects confront each other, highlighting the political and ideological nature of discursive practices in the digital environment.

Keywords

female skins; female representation; technologies of gender; digital games; (de)legitimation of discourse; critical discourse analysis

Declaração de disponibilidade de dados

O conjunto de dados que dá suporte aos resultados deste estudo pode ser solicitada às autoras (ver autoria para correspondência).

Declaração de autoria e responsabilidade

Concepção e elaboração do estudo: Lorena Borges, Vanessa Borges
Coleta de dados: Vanessa Borges
Análise e interpretação de dados: Lorena Borges, Vanessa Borges
Redação: Lorena Borges, Vanessa Borges
Revisão crítica do manuscrito: Lorena Borges, Vanessa Borges

Autoria para correspondência

Lorena Borges
lorena.borges@fale.ufal.br

Como citar

BORGES, Lorena; BORGES, Vanessa. Representação feminina e skins nos games: uma análise crítica da campanha Mulheres no Game KaBum! Porto Alegre, n. 58, e-146613, 2026. DOI: <https://doi.org/10.19132/1807-8583.58.146613>

Recebido: 26/03/2025

Aceito: 01/09/2025

Copyright (c) 2026 Lorena Borges, Vanessa Borges. Creative Commons License. Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. Os Direitos Autorais dos artigos publicados neste periódico pertencem aos autores, e os direitos da primeira publicação são garantidos à revista. Por serem publicados em uma revista de acesso livre, os artigos são de uso gratuito, com atribuições próprias, em atividades educacionais e não-comerciais.

