

FIGURINOS FEMININOS NOS JOGOS DIGITAIS: *UM OLHAR SOBRE MORTAL*

KOMBAT grandesite.com.br

Female costumes in digital games: a look at Mortal Kombat

Montes, Fillipe de Souza; Bel.; Universidade Federal de Juiz de Fora,
fillipe.smontes@gmail.com¹

Morgado, Débora Pinguello; Dra.; Universidade Federal de Juiz de Fora,
deborapmorgado@ufjf.br²

Grupo de Pesquisa em História e Cultura de Moda

Resumo: Este trabalho tem como objetivo analisar as relações entre as tecnologias de produção de jogos digitais e a representação de personagens femininas nos jogos e seus figurinos. Toma como estudo de caso a franquia *Mortal Kombat*, em que as personagens foram amplamente sexualizadas durante várias edições do jogo, relacionando tal fenômeno seus jogadores e o contexto geral em que esse público se insere.

Palavras chave: Videogames; representação feminina; *Mortal Kombat*.

Abstract: This work aims to analyze the relationships between digital game production technologies and the representation of female characters in games and their costumes. It takes as a case study the *Mortal Kombat* franchise, in which the characters were widely sexualized during several editions of the game, relating this phenomenon with its players and the general context in which this public is inserted.

Keywords: Videogames; female representation; *Mortal Kombat*.

Introdução

Este trabalho expande uma discussão que foi iniciada no Trabalho de Conclusão de Curso de Fillipe de Souza Montes, orientado pela coautora deste artigo. A partir da proposta de reelaboração de um figurino feminino para o jogo *Tactis Ogre: Let Us Cling Together*, e ao pesquisarmos sobre tecnologias de criação de figurino e representação de figurinos femininos em jogos digitais, notamos que, para além da sexualização do vestuário feminino já bastante conhecida nesse tipo de mídia, havia outro movimento mais recente de adequação dos figurinos de personagens femininas às pautas que podem ser elencadas como feministas, criando figurinos

¹Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), na linha de pesquisa Arte, Moda: História e Cultura. Bacharel em Artes e Design e em Moda também pela UFJF.

² Professora do Bacharelado em Moda da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Doutora em História pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Mestre em História e Bacharela em Moda pela Universidade Estadual de Maringá (UEM).

menos sexualizados e mais coerentes com um universo de lutas, em que a roupa não deve atrapalhar os movimentos e nem expor demais o corpo. Isso foi especialmente observado na franquia *Mortal Kombat*, e foi um disparador para que buscássemos uma maior compreensão de como isso se deu, se é um fenômeno comum a outros jogos do mesmo gênero, qual a relação disso com o público jogador e quais seriam as influências dos avanços tecnológicos sobre esse fenômeno.

Desse modo, são objetivos do artigo: realizar um levantamento imagético dos figurinos das personagens femininas de *Mortal Kombat*: Kitana, Mileena e Sonya Blade, consideradas por muitos fãs as personagens mais populares da franquia (MACALOSSI, 2021); observar e analisar as mudanças nos figurinos no decorrer dos anos, buscando compreender qual a relação das transformações sociais e tecnológicas sobre essas alterações; investigar se tal mudança é observada em outros jogos de luta e quais são os impactos dessas transformações pelo público consumidor. Os objetivos atendem às inquietações que proporcionaram este estudo, sendo elas o incômodo acerca de como as personagens femininas são representadas em muitos videogames e a necessidade de abordar e de compreender de que modo os jogos podem se tornar mais igualitários e menos sexistas na representação de homens e mulheres.

A metodologia envolve a análise de imagens retiradas do jogo ao longo de suas várias edições, considerando a significativa mudança quanto à forma de expor o corpo feminino observada nas últimas versões da franquia. As imagens serão pensadas junto a um referencial teórico que aborda o feminismo e a representação de mulheres em discursos e imagens midiáticas, como Silva (2023), Boff (2014) e Friedberg (1994). O artigo também foi produzido a partir de consultas a bibliografias que tratam das tecnologias e do desenvolvimento do mercado de jogos como Harper (2014), Castronova (2003) e outros. Além disso, consultamos os sites oficiais das versões dos jogos e os sites e redes sociais que reúnem os fãs da franquia para a extração de imagens e informações sobre o videogame selecionado.

Jogos de luta e performatividade

Jogos de luta, ou *fighting games*, são jogos competitivos de um contra um, e neles dois oponentes se enfrentam com o objetivo de vencer, derrotando o seu adversário. A cultura dos jogos de luta se estabeleceu no decorrer dos anos 1990, fortalecendo-se a partir do

advento da internet e da possibilidade de se jogar *online* contra oponentes de outras localidades (HARPER, 2014). O aspecto social desse gênero de jogos, que é responsável por criar uma cultura própria do jogo e que é compartilhada pela comunidade jogadora, apesar de se ampliar com a internet, já existia de forma independente a ela, conforme indica Harper (2014). Antes de irem para o plano *online*, os jogadores se reuniam em espaços físicos compartilhados e lá performavam uma identidade jogadora ao manipularem o controle realizando movimentos, gestos e falas que eram vistos e ouvidos pelos demais presentes.

A performatividade do jogador observada *off-line* ou *online*, mas especialmente nesse segundo espaço, possui sempre uma conexão muito forte com o personagem escolhido para ser uma representação sua dentro do jogo. Em cada jogo de luta há sempre uma lista de personagens que vai se expandindo ou se alterando conforme os novos lançamentos de uma franquia, e cada jogador escolhe um personagem considerando o seu nível de poder, estilo físico e de luta e sua personalidade. A noção de uma performatividade jogadora, ou seja, a escolha de um personagem e o que se faz com ele dentro do jogo, é mais do que uma mera manipulação de um boneco virtual, pois é por meio do personagem que um jogador passa a ser reconhecido por suas atividades em jogo, feitas através do que podemos chamar de avatar.

Para Castronova (2003), o avatar seria essa representação do “eu” físico do jogador em um mundo sintético, não se limitando apenas à imagem física do personagem, mas a todo o seu modo de agir dentro daquela realidade. É por isso que, com os avanços tecnológicos que permitem cada vez mais uma configuração bastante realista das personagens, as formas mais simples, bidimensionais e pouco detalhadas de se representar um personagem vão caindo em desuso, pois não é atrativo para os jogadores que precisam se ver de alguma forma dentro do jogo. Isso corrobora a ideia de Harper (2014) de que o espaço em que o jogo ocorre é também um espaço para uma performance da identidade, algo que o autor extrai das teorias de performance de gênero de Judith Butler.

Para os jogadores habituais de *fighting games*, é comum, por exemplo, a ideia de provocação, ou seja, provocar o outro oponente de modo a desestabilizá-lo dentro do jogo, e em vários jogos existe até mesmo essa função da provocação. No entanto, os jogadores que a fazem buscam meios alternativos de provocar, utilizando funções das personagens que não foram desenhadas com esse propósito, criando então para si uma identidade própria a partir de usos inesperados dos movimentos possíveis. No caso dos jogadores *hardcore* (HARPER,

2014), que jogam competitivamente em eventos, essas atitudes chamam a atenção do público, criando uma legião de fãs ou *haters*, que atrai visualização e, por consequência, patrocinadores. Observamos, desse modo, que as relações de sociabilidade próprias do capitalismo se projetam dentro dos jogos, fazendo desse universo uma forma de espelho da nossa sociedade, ainda que com regras e mecânicas próprias, mas não em descompasso com as vivências exteriores.

Esses aspectos demonstram a necessidade de produção de uma verossimilhança desse mundo de lutas em um espaço digital em relação ao mundo real, ainda que um distanciamento entre ambos seja desejável, afinal, os jogos devem trazer certo encantamento e fantasia que expandam as possibilidades de ação que temos no mundo real, mas fazendo isso de modo crível (LEHDONVIRTA, 2010; LASTOWKA, 2009). A expansão das ações humanas no universo sintético dos jogos pode envolver personagens com poderes mágicos, habilidades físicas ampliadas ou novas, resistência a danos, força física potente e outros. Apesar de essas serem ações sobre humanas, fazem parte de um imaginário coletivo desenvolvido historicamente e culturalmente, sendo, desse modo, extensão dos nossos desejos e imaginação. Nos jogos de luta, todos os poderes mencionados podem ser utilizados no design e no controle dos personagens como meio de produzir uma ação violenta de combate.

A violência é permitida, aceita e desejada dentro de um jogo considerando as regras que foram estabelecidas ali, da mesma forma que ocorre em esportes violentos, como o boxe. Ainda que haja personagens mais fracos que outros, parte-se da premissa que ambos os lutadores/jogadores estão igualmente colocados e em comum acordo com as regras do jogo. Não há, desse modo, um ferimento da ética que rege a sociedade fora do jogo – em que a violência é aceita em diversas situações –, pelo contrário, ela está plenamente incorporada ao universo de fantasia dessas lutas virtuais. Evidencia-se, assim, que um jogo, apesar de expandir alguns limites do mundo real, nunca irá se distanciar tanto dele no que diz respeito às questões éticas do convívio social. Desse modo, os jogos e os personagens incorporarão tanto esses acordos sociais quanto os preconceitos que ainda são amplamente aceitos em nossa sociedade, como aqueles que atingem as mulheres, especialmente por se tratarem de jogos feitos de homens e para homens, majoritariamente.

***Mortal Kombat* e os figurinos femininos na franquia**

Mortal Kombat é uma franquia de jogos de luta com violência explícita que teve seu início em 1992 e que irá lançar, em setembro de 2023, o seu 14º jogo, o *Mortal Kombat 1*. No trailer do jogo, a violência extrema é potencializada pelo realismo gráfico que o jogo entrega, o que é bem diferente das primeiras versões lançadas pela franquia ainda nos anos 1990 e mesmo nos anos 2000. Desde os primeiros jogos, observa-se que os figurinos das personagens femininas atendem a um padrão de mulher bonita e sensual, o que se verifica pelo desenho do corpo magro e com curvas realçadas, e pelo figurino que evidencia partes como o busto grande, pernas e glúteos torneados e cintura fina. As personagens femininas, ao serem inseridas em jogos de luta, passam a ocupar um lugar desenhado para um público masculino, além de exercerem uma atividade, a luta, que é culturalmente relacionada à virilidade. Desse modo, opera-se uma objetificação do corpo feminino, ou seja, torna-o objeto de desejo, a fim de que sua presença seja aceita e bem vinda nesse universo masculino.

Esse é o mesmo tipo de representação feminina observada em outra mídia que envolve lutas: as histórias em quadrinho, HQs, de super-heróis. O que há em comum entre os videogames e as HQs é justamente o desenvolvimento de um produto que está inserido em uma indústria cultural controlada por homens, em uma sociedade, como indica Boff (2014), centrada no falo e que diz ao público masculino, ao objetificar as mulheres nessas histórias, que não são eles o objeto. A mulher como objeto de prazer para o olhar dos homens é algo banalizado em nossa cultura e que é propagado não somente nessas mídias centradas no público masculino, mas se espraia por toda a gama de produtos midiáticos e publicitários que compõe a indústria cultural.

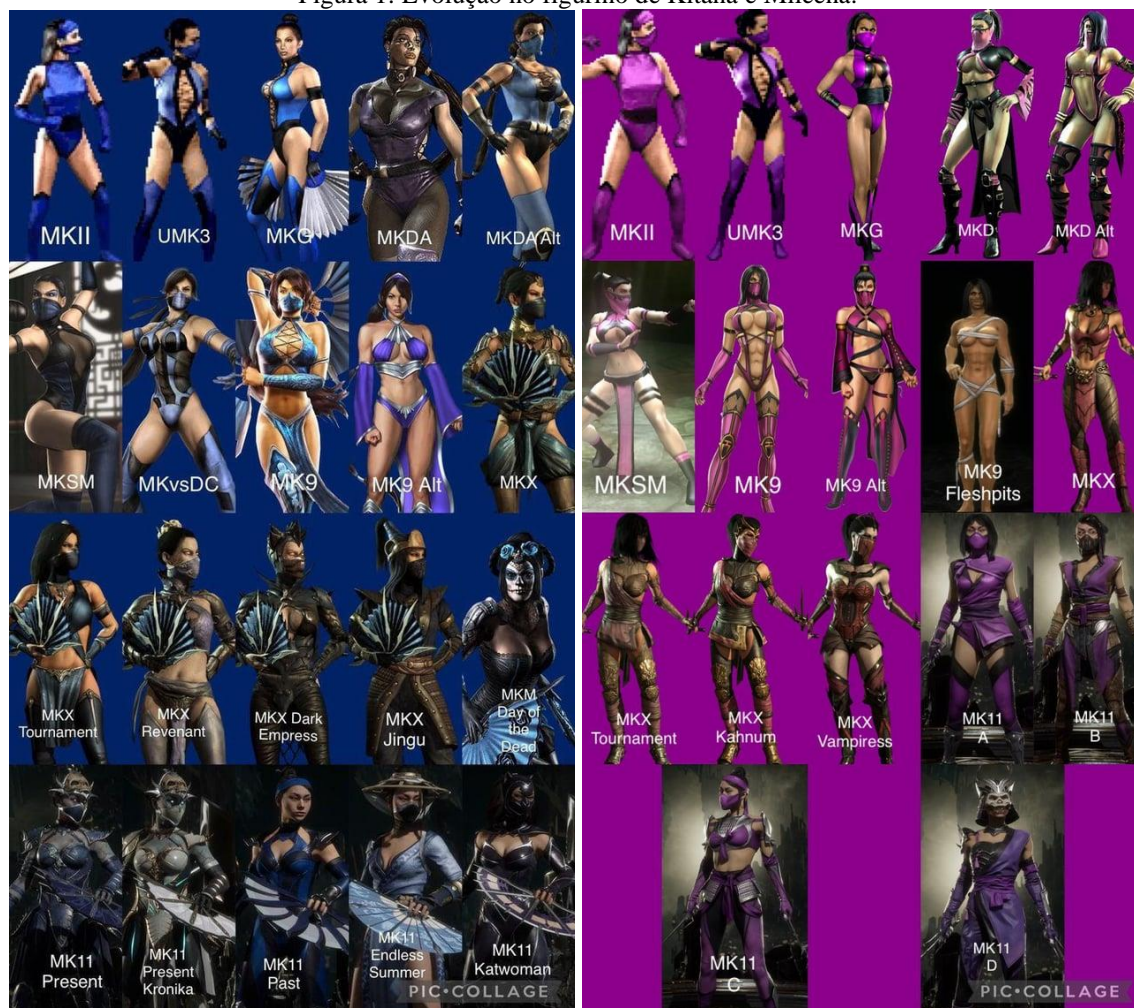
É importante salientar, nesse ponto, o papel das mídias e da indústria cultural que são centradas em difundir, por meio do entretenimento, estilos de vida diversos que resultam na venda de produtos. Não é possível dissociar a indústria cultural dos anseios do capitalismo (MORIN, 2002) e, considerando esse aspecto, é importante compreender quais os postos ocupados pelas mulheres dentro desse sistema. Friedberg (1994) descreve como as mulheres das classes médias passam a ocupar os espaços públicos a partir do final dos oitocentos, o que acontece por uma necessidade de expansão dos mercados que posicionou as mulheres como as responsáveis pelo consumo, destinando a elas todo o tipo de mercadoria. As mulheres passam a sair às compras nas lojas de departamento. É no século XIX que o vestuário

feminino se complexifica enquanto o masculino é simplificado, pois o homem se constitui como o provedor que vai ao trabalho e que se concentra nas coisas consideradas importantes, enquanto as mulheres cuidam dos afazeres tidos como menos relevantes e mesmo frívolos, estando entre eles as compras. O corpo feminino, nesse contexto, passa a ser um alvo crescente – o que é até hoje – das indicações de consumo. Ser bela e sensual, dentro de determinados padrões, tanto atende à necessidade de expansão de mercados e venda de mercadorias quanto a um olhar masculino que se projeta no mundo como dominador (FEDERICI, 2019).

Federici (2019) compreende, a partir dessa discussão, que a opressão e objetificação feminina vivenciada nos mais diversos espaços é intrínseca ao capitalismo, tanto por fazer das mulheres as responsáveis pelo consumo quanto por posicioná-las no lugar das cuidadoras, realizando o serviço que precede todo o trabalho público dos homens. O sexo é considerado pela autora como um desses serviços de cuidado, e estar bela e sensual faz parte das atividades de agrado aos homens. Quando as mulheres de classe média, em meados do século XX, passam a ocupar postos de trabalho que antes eram apenas masculinos, foi necessário reforçar os padrões de feminilidade nessas mulheres a fim de se manter o distanciamento das posições sociais entre homens e mulheres. Ou seja, cria-se uma aceitação da mulher nos espaços da masculinidade desde que isso não interfira na hierarquia de gênero socialmente estabelecida. É nesse sentido que também, nos jogos de luta, que reproduzem as dinâmicas capitalistas de nossa sociedade, as personagens femininas serão amplamente sexualizadas.

Mostramos, na Figura 1, a evolução no figurino das personagens Kitana e Mileena que são irmãs e que apareceram pela primeira vez em *Mortal Kombat II*, de 1993. Na imagem, os figurinos vão até o jogo *Mortal Kombat 11*, de 2019.

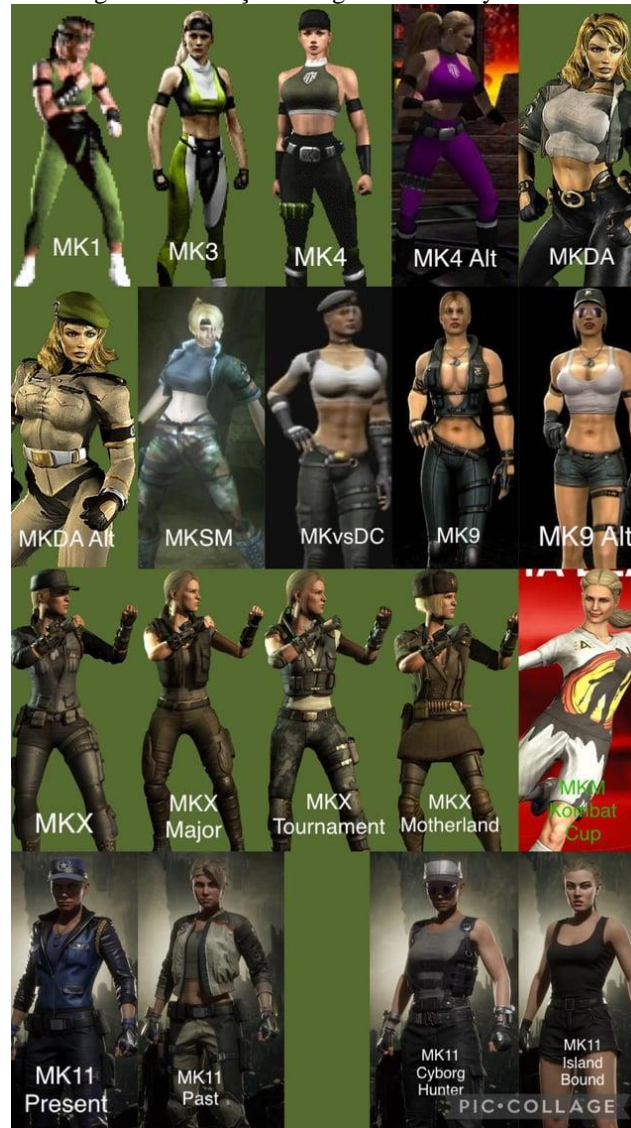
Figura 1: Evolução no figurino de Kitana e Mileena.



Fonte: https://www.reddit.com/r/MortalKombat/comments/15j5szh/kitana_evolution/, 2020.

Ao ver a evolução do figurino das duas personagens, o que podemos notar é que, até *Mortal Kombat X*, de 2015, os figurinos foram bastante sexualizados, ainda que nos primeiros jogos isso não ficasse tão evidente devido aos gráficos pouco realistas e mais pixelados. No jogo de 1993, o *collant* que Kitana e Mileena usam remetem à cultura esportiva dos anos 1980 e início de 1990, em que as mulheres passaram a exibir mais os seus corpos no contexto de popularização dos exercícios físicos, como a ginástica (TEIXEIRA; KOSA, 2019). Esse mesmo estilo de vestuário é visto na personagem feminina mais antiga de *Mortal Kombat*, Sonya Blade, presente na franquia desde o primeiro jogo, lançado em 1992. Na Figura 2, mostramos a evolução de seu figurino. A imagem também contempla o tempo decorrido até *Mortal Kombat 11*, de 2019.

Figura 2: Evolução no figurino de Sonya Blade.

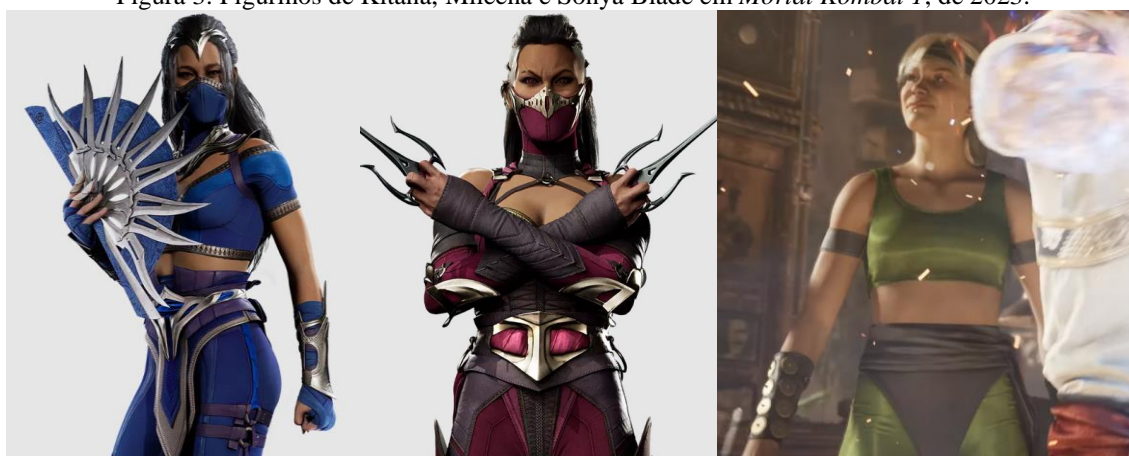


Fonte: https://www.reddit.com/r/MortalKombat/comments/q08amb/evolution_of_sonya_blade/, 2021

O primeiro figurino das três personagens mencionadas, ainda que contenham um apelo sexual do corpo, estão integrados com uma noção de moda esportiva que dialoga com o universo de lutas do jogo. A partir de *Mortal Kombat 3*, de 1995, o figurino das personagens, principalmente o de Mileena, vai ficando menor e com recortes que mostram mais o corpo, especialmente os seios, que vão ficando também mais volumosos. Mileena, inclusive, apareceu em uma edição de 2004 da revista *Playboy*, destinada ao público masculino, e é a personagem com maior apelo sexual do jogo (UOL JOGOS, 2004). O auge da sexualização para as três personagens está em *Mortal Kombat 9*, de 2011. Já a partir de *Mortal Kombat X*,

de 2015, os figurinos dessas personagens e das demais personagens femininas da franquia passam a estar mais cobertos. Essa tendência continua, pois nos anúncios do novo *Mortal Kombat* a ser lançado as combatentes foram representadas com figurinos mais adequados para uma luta, o que já acontecia no figurino dos personagens masculinos da franquia. Vemos esses novos figurinos na Figura 3.

Figura 3: Figurinos de Kitana, Mileena e Sonya Blade em *Mortal Kombat 1*, de 2023.



Fonte: <https://psxbrasil.com.br/veja-os-perfis-dos-personagens-de-mortal-kombat-1-kombat-kast-retorna-em-6-de-julho/>, 2023.

Notamos que a partir de 2015 até o atual momento *Mortal Kombat* vem se preocupando em representar suas personagens femininas de modo menos sexualizado e mais voltado para um universo de lutas. Se no final dos anos 1990 e nos anos 2000, com maior disponibilidade de recursos tecnológicos e gráficos, a franquia optou por realçar os atributos sexuais, como as nádegas e os seios – que eram inclusive focalizados de baixo, em cenas em que balançavam sensualmente –, agora, no novo jogo, a tecnologia é utilizada para criar vestuários com bastante verossimilhança às roupas que utilizamos. Ainda que com elementos e acessórios mais cinematográficos, verifica-se que há um empenho na representação dos materiais têxteis e das modelagens das roupas. Percebe-se, nas roupas de Kitana e Mileena, o uso de uma malha de alta gramatura e que demanda recortes nas partes de curva do corpo para acomodar com conforto as saliências e as reentrâncias corporais. Já em Sonya Blade é evidente o uso de uma malha bastante elástica e brilhosa, que confere conforto e movimento. O figurino de Sonya faz uma releitura de seu figurino original de 1992, mas agora, além dos aspectos tecnológicos que o tornam muito semelhantes a uma roupa real, a parte de trás da

calcinha que se sobrepõe à calça está mais larga. Em sua primeira aparição, a calcinha era um modelo fio dental, e mesmo que estivesse sobre uma calça *legging*, servia como uma realçadora das curvas dos glúteos.

Acerca da nova estética adotada nos figurinos femininos de *Mortal Kombat*, o diretor de arte da franquia, Steve Baron, comentou, em 2019, que:

Nosso design está ficando mais maduro e respeitoso. Você não vai a uma luta vestindo um biquíni. Você não quer mostrar muita pele. Eu acho que é sobre isso que o jogo trata. Você estará indo lutar por sua vida e não estará usando pouca roupa. Eu tenho certeza que isso vai desapontar alguns fãs. Nós não temos lutas em roupas de banho e eu penso que assim está bom. Mesmo as pessoas estando desapontadas eu não me arrependo em fazer essa mudança de forma alguma. (HALL, 2019, tradução nossa)

A fala de Baron indica que a franquia estava ciente do apelo sexual de suas personagens, e disse saber que a mudança – na ocasião da fala, no lançamento de *Mortal Kombat 11*, de 2019 – desapontaria alguns fãs. O diretor de arte também fala sobre maturidade e respeito, o que sugere que, de fato, as mulheres não eram tratadas em seus jogos de modo semelhante aos homens, como combatentes dignas de respeito. A partir do que comentou Steve Baron e das constatações das mudanças nos figurinos das personagens selecionadas neste artigo, será importante buscar os motivos pelos quais essas transformações foram impulsionadas.

Feminismo, mercado e os figurinos femininos de *Mortal Kombat*

As figuras apresentadas anteriormente indicam para nós as mudanças que os fãs de *Mortal Kombat* assistiram nos figurinos das personagens femininas. Podemos separar as alterações nos figurinos em três momentos: o primeiro está no início dos anos 1990 com certa sexualização, mas com pouca capacidade gráfica de criar corpos mais realistas e sensuais; o segundo se encontra nos anos 2000 até o início da década de 2010, em que as tecnologias de representação já permitiam um desenho mais nítido do corpo e do figurino, explorando-se então, por esses meios, a sexualização das personagens; por fim, o terceiro, está a partir de 2015, sendo melhor definido em 2019, em que os figurinos se tornam mais apropriados para as lutas, os corpos são mais escondidos e com proporções mais reais, ainda que dentro de um certo padrão de beleza e magreza.

Separar esses três tempos ajuda a pensar na temporalidade e nos eventos que marcam esses momentos e que incidem sobre as alterações nos figurinos. Os anos 1990 e 2000 são marcados, no ocidente, por uma onda pós-feminista, como indica Silva (2023). “No discurso do pós-feminismo, as mulheres já alcançaram a igualdade, especialmente a econômica, entendimento que propiciou a popularização do conceito como jargão no léxico do pós-feminismo.” (SILVA, 2023, p. 147). Uma vez que, no cenário pós-feminista, as mulheres já teriam alcançado a igualdade de gênero, não seria necessário lutar por mais nada. Falar de feminismo e militar sobre as mais diversas opressões sofridas pelas mulheres, naquele contexto, tornou-se sinônimo de ser “feia” e “mal amada” (RAGO, 1996). Não à toa se criou a imagem da feminista que “não se cuida”, e essa falta de cuidado estaria refletida em um corpo gordo, com pelos, unhas sem pintar, cabelos desalinhados entre outros estereótipos.

Esse discurso pós-feminista tem seu ponto de partida na expansão do neoliberalismo pelo mundo, que individualiza problemas coletivos. Pulverizaram-se, assim, as lutas das mulheres, que foram reduzidas a problemas de ordem pessoal. Isso fortaleceu muito uma indústria centrada na produção do eu, que para as mulheres esteve e ainda está voltada aos cuidados da estética do corpo, por vezes disfarçados e misturados com os cuidados de saúde. Ao olharmos as produções midiáticas dos anos 1990 e 2000 não será difícil encontrarmos mulheres belas e com poucas roupas nos mais diversos meios, sem muita restrição de faixa etária, como nos programas televisivos, na música, nas revistas, filmes e também nos jogos. Naquele momento, a noção de empoderamento feminino por meio de uma suposta aceitação e valorização do próprio corpo começa a tomar forma. O problema é que essa aceitação se dá apenas dentro de um tipo específico de corpo e beleza (SILVA, 2023).

É possível compreender, desse modo, como os figurinos das personagens femininas em *Mortal Kombat* estavam em compatibilidade com essa onda neoliberal e pós-feminista, que blindavam os desenvolvedores do jogo e os jogadores homens de qualquer tipo de crítica de cunho feminista sobre as personagens e suas representações. Já o momento em que os figurinos começam a mudar na franquia coincide com o período em que, com a força das redes sociais, mulheres passam a se organizar e reivindicar mais as pautas que tratam da sexualização e objetificação do corpo feminino. É certo que essas discussões e reflexões não passaram despercebidos pelos mercados, que rapidamente se apropriaram desses discursos e

passaram a fazer coro com algumas pautas feministas, porém dentro de um viés liberal e, portanto, bastante limitado e mesmo contrarrevolucionário (SILVA, 2023).

Outro acontecimento relevante e sintomático das transformações que estavam ocorrendo e que pressionaram os desenvolvedores de jogos a repensar o design de figurinos de suas personagens femininas foi o que aconteceu ao jogador de *Street Fighter 5* apelidado de Fuudo. Durante a Evolution Championship Series, a EVO, que é o mais importante torneio de *fighting games* do mundo, de 2016, que ocorreu em Las Vegas e estava sendo televisionada pelo canal esportivo americano ESPN, Fuudo chegou às oitavas de final nas lutas com sua personagem Mika. Desde o início do torneio o jogador estava utilizando o figurino principal de Mika, composto por um *collant* que deixa glúteos e seios em bastante evidencia, mas, ao chegar nas oitavas de final, de acordo com entrevista concedida por outro jogador que teria presenciado o caso, a ESPN pediu para que o figurino de Mika fosse alterado, pois estaria mostrando muito corpo na televisão (EVENT HUBS, 2016). Essa troca de figurino por Fuudo, à época, gerou bastante debate entre os fãs na rede social *Twitter*. Na Figura 4, o figurino de Mika em *Street Fighter 5*.

Figura 4: Figurino de Mika banido pela ESPN.



Fonte: <https://www.gameblast.com.br/2015/11/street-fighter-v-peticao-rainbow-mika.html>, 2015.

Consideramos relevante apresentar esse caso, pois essa cobrança por parte de uma emissora de televisão coincide temporalmente com as transformações dos figurinos em *Mortal Kombat*. Na última versão de *Street Fighter*, o sexto jogo, lançado em 2023, as personagens femininas aparecem com roupas que cobrem mais o corpo, ainda que continuem

um pouco mais sexualizadas que as de *Mortal Kombat*. O ano de 2015 – momento de lançamento de *Mortal Kombat X* –, conforme indicado por Silva (2023) em suas pesquisas junto à produção acadêmica feminista brasileira, foi o ano considerado por várias estudiosas como o momento em que emerge uma terceira onda feminista no país. Silva (2023) também identificou que o ano de 2016, no Brasil, foi o ano da palavra “empoderamento”, que foi o verbete mais procurado na versão *online* do dicionário Aurélio. Apesar de mencionarmos dados que competem ao contexto brasileiro, o que estava acontecendo no Brasil naquele momento respondia às movimentações nos campos políticos progressistas que ocorriam em boa parte do mundo e que também se divulgavam por meio da cooptação das pautas pela publicidade.

Ainda que com um deslocamento das pautas de mulheres para interesses de mercado pouco interessados em transformações estruturais, conforme as mais variadas esferas do mercado foram assimilando discursos dessa nova onda feminista, algumas transformações precisaram ocorrer para que as empresas, entre as quais as desenvolvedoras de jogos, continuassem a vender produtos rentáveis, ampliando o seu público. Na última década assistimos a uma crescente participação feminina como jogadoras, mesmo nos jogos de luta. De acordo com a Pesquisa Gamer Brasil, feita em 2021, as mulheres correspondem a 51,5% do público gamer, um número grande que também é visto em outras partes do mundo (FABIANO, 2023). Não podemos desconsiderar, desse modo, o peso que a inclusão desse público tem no design dos personagens de jogos, tampouco devemos acreditar que as transformações analisadas, que retratam o corpo feminino de forma mais positiva, são irreversíveis, uma vez que a ética que permeia o universo dos jogos é também a ética capitalista que segue o jogo dos mercados.

Considerações Finais

A relação que os jogadores de um jogo estabelecem com os personagens, projetando uma identidade sua dentro de um universo com uma cultura específica, demanda pensar na relevância da representação de um personagem e o impacto que isso tem não apenas no jogo, mas fora dele, permeando nossas relações sociais. Compreendemos que, sendo os jogos uma extensão possível de nosso mundo, eles não estão imunes à reprodução de preconceitos diversos que nos permeiam,

pelo contrário, a maioria ainda se baseia em diversos padrões, preconceitos e estereótipos para elaborar o design de seus personagens.

Ao observarmos e analisarmos brevemente, a partir de uma perspectiva do feminismo, os figurinos de Kitana, Mileena e Sonya Blade ao longo do tempo, notamos como *Mortal Kombat* sempre esteve alinhado ao status dominante de seu tempo, considerando-se o público ao qual se destinava. É somente com uma maior inserção das mulheres em seu público jogador, bem como com a ampliação de discursos de uma terceira onda feminista, bastante veiculada por meio de uma perspectiva liberal, que *Mortal Kombat* irá se preocupar em redefinir os figurinos de suas personagens. É certo que, comparando os figurinos anteriores aos novos, notamos uma diferença positiva e que impacta de uma melhor forma a relação entre homens e mulheres dentro e fora do jogo. No entanto, como mencionamos antes, essas transformações não são irreversíveis, pois *Mortal Kombat* é um produto dentro de uma indústria cultural, guiada pelas tendências de mercado. Assim, é factível pensar que, considerando-se ainda a relação de subordinação da mulher dentro da estrutura capitalista, basta que uma nova onda antifeminista, que já existe, torne-se mais popular e capaz de movimentar mercados para que as representações de mulheres em jogos e outras mídias voltem a serem objetos de sexualização.

Referências

BOFF, Ediliane de Oliveira. **De Maria a Madalena:** representações femininas nas histórias em quadrinhos. 2014. Tese de Doutorado. Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2014.

CASTRONOVA, E. **Theory of the Avatar.** Munique: CESifo, 2003.

EVENT HUBS. **Mika too sexy for ESPN? Fuudo forced to change character costume for EVO finals.** 19 jul. 2016. Disponível em: <<https://www.eventhubs.com/news/2016/jul/19/mika-too-sexy-espn-fuudo-forced-change-character-costume-evo-finals/>>. Acesso em: 10 set. 2023.

FABIANO, Mariana. **Mundo dos games também é feminino.** Educa Diversidade Unesp. 2023. Disponível em: <<https://educadiversidade.unesp.br/mundo-dos-games-tambem-e-feminino/>>. Acesso em: 10 set. 2023.

FEDERICI, Silvia. **O ponto zero da revolução:** trabalho doméstico, reprodução e luta feminista. São Paulo: Elefante, 2019.

FRIEDBERG, Anne. **Window shopping**: cinema and the postmodern. Los Angeles: University of California Press, 1994.

ela@grandesite.com.br

HALL, Charlie. **Mortal Kombat's fatalities start with stick figures drawn by Ed Boon**. Polygon. 6 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.polygon.com/2019/3/6/18252200/mortalkombat11scorpionfatalityedboon>>. Acesso em: 10 set. 2023.

HARPER, T. **The culture of digital fighting games**: performance and practice. Nova York: Routledge Taylor & Francis Group, 2014.

LASTOWKA, Greg. Rules of Play. **Sage Journals**. 20 ago. 2009. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1555412009343573>>. Acesso em: 10 set. 2023.

LEHDONVIRTA. Vili. Virtual worlds don't exist: Questioning the dichotomous approach in MMO studies. **Game Studies**, v. 10, n. 1, abr. 2010.

MACALOSSI, J. Mortal Kombat: conheça todas as mulheres da franquia. **The Enemy**, 12 set. de 2021. Disponível em: <<https://www.theenemy.com.br/playstation/mortal-kombat-conheca-todas-as-mulheres-da-franquia>>. Acesso em: 03 set. 2023.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

RAGO, Margareth. Adeus ao feminismo? Feminismo e (pós) modernidade no Brasil. **Cadernos AEL**, Campinas, n. 3/4, pp. 11-43, 1995/1996.

SILVA, Thayane Pilar Martins da. **Somos empoderadas?** A trajetória do termo empoderamento e diálogos sobre pós-feminismo, femvertising de beleza e feminismo de mercadoria. 2023. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, MG, 2023.

TEIXEIRA, Débora Pires; KOSA, Karolina Cabral. O culto ao corpo e a publicidade de moda na década de 1980. **Achiote Revista Eletrônica de Moda**. Campinas, v. 7, n. 2, pp. 25-38, dez./2019. Disponível em: <<file:///C:/Users/debor/Downloads/7282-Texto%20do%20Artigo-21690-1-10-20191231.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2023.

UOL JOGOS. **Garotas de "Mortal Kombat" e "Larry" vão para a Playboy**. 30 set. 2004. Disponível em: <<https://jogos.uol.com.br/ultnot/multi/ult530u2504.jhtm>>. Acesso em: 10 set. 2023.