

DOSSIÊ
As Representações Femininas nos Jogos Digitais

João Henrique Couto Scotto

O dossiê temático desta revista tem como objetivo não apenas catalogar um conjunto de pesquisas com afinidades comuns, mas também apresentar algumas possibilidades de investigação, como forma de direcionar temas que os participantes desta revista percebem como importantes para o seu tempo.
Neste momento de criação da nossa revista, eu atuo como o responsável pela parte editorial, até que os futuros colaboradores possam amadurecer suas experiências e, com isso, ter um poder de decisão conjunta nesse processo. Vale ressaltar que o tema foi apresentado e debatido anteriormente com todos os participantes do projeto e, até o momento, não houve qualquer crítica ao que projetei como o primeiro dossiê da nossa revista.
Ah, mas se você não leu o título eu gostaria de lembrar que o nosso tema se trata das **Representações Femininas nos Jogos Digitais,** afinal de contas, vocês perceberão que a maioria dos participantes da revista, seja na parte editorial como nas produções dos nossos artigos, são mulheres!
Tenho consciência de que o debate sobre gênero é muito mais amplo e que o próprio gênero feminino não se resume a uma condição biológica ou uma estrutura estritamente binária — o tradicional masculino e feminino. Há uma pluralidade viva neste conceito, e a abertura deste dossiê pretende justamente aprofundar essas relações. Neste momento, nosso foco é analisar como a mulher — dentro de suas diversas concepções e vivências — participa ativamente do consumo, da produção, das narrativas e das representações na indústria dos jogos digitais.

A Mulher e a Indústria de jogos

Conforme já abordado lá no nosso editorial, esta revista tem como missão produzir diversas formas de conhecimento a partir do processo de análise dos jogos digitais dentro das mais variadas formas de metodologias existentes. E por isso, o jogo digital de mercado é o principal foco deste processo.
Entendemos os jogos digitais de mercado como produtos da Indústria Cultural, e por isso, possuem, dentro da sua produção, uma intenção mercadológica, ou seja, a busca pelo lucro. E não me entenda mal, mas não podemos esperar que um jogo digital contenha uma intencionalidade primária voltada ao conhecimento ou ao desenvolvimento da moralidade humana,

da Indústria Cultural correspondem a um interesse do mercado e, por isso, são uma extensão do mesmo.

Mas como a mulher está situada neste mercado todo? É difícil entender a participação das mulheres num público global, pois a própria indústria dos games caminha de formas diferentes no mundo. Antes disso, é importante lembrá-los que os dados apresentados a seguir pertencem a pesquisas do próprio mercado, por isso, as discussões acerca do que é o gênero mulher, foram condicionadas ao entendimento simples de que são "opostas" aos homens, uma concepção simplista da construção de gênero na sociedade capitalista, desta forma, mantenhamos nosso foco nesta ideia de "Mulher" apresentada, mesmo sabendo que o debate sobre é muito mais amplo.

Eu gostaria de começar apresentando a participação das mulheres no mercado dos jogos digitais do Brasil, mesmo que este mercado não tenha uma parcela significativa do mercado mundial. Segundo os dados da Newzoo (2026) a América Latina corresponde a 11% dos jogadores e 7% do consumo mundial, números modestos em comparação com as demais regiões do planeta, onde ficamos à frente apenas do continente africano.

Desta forma, buscamos os números das mulheres e sua participação na produção e no consumo de jogos digitais a partir de duas pesquisas distintas: a primeira da ABRAGAMES no relatório de 2023 e a da

muito menos uma busca emancipatória do Ser Humano. Claro que, os jogos

Pesquisa Games Brasil de 2026.

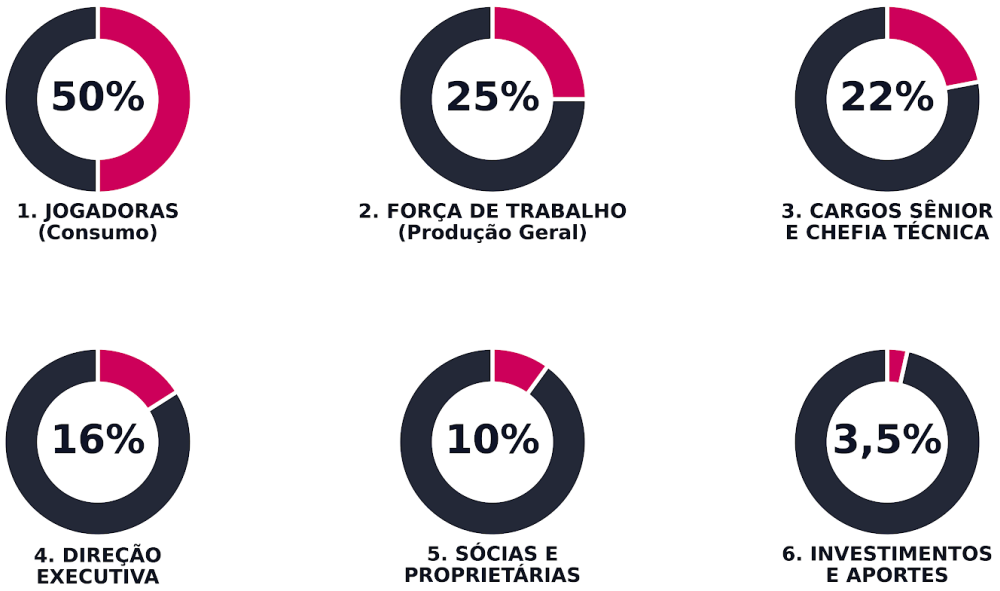
Segundo a pesquisa realizada pela ABRAGAMES (2023), as mulheres ocupam 24,4% das vagas de emprego no setor de jogos digitais brasileiro. Focando na setorização, a participação feminina na área de arte e design ganha maior destaque, com 31% de ocupação dos postos de trabalho. Não possuímos números globais, porém, nos EUA (um dos maiores mercados do mundo), a ocupação dos postos de trabalho por mulheres representa 24%, segundo o relatório State of the Game Industry (2026), elaborado pela GDC (conferência de desenvolvedores de games dos EUA). Os homens representam mais de 74% da ocupação das vagas de trabalho no Brasil e 64% nos EUA.

Além da participação feminina nos postos de trabalho, também podemos observar a presença de mulheres na liderança executiva ou na participação como societárias ou proprietárias de empresas do ramo. No contexto brasileiro, o relatório da ABRAGAMES de 2023 expõe que 14,3% dos sócios e fundadores são mulheres, enquanto os números globais podem ser encontrados em relatórios produzidos pela Women in Games, nos quais percebemos que os níveis de propriedade e sociedade são ocupados por cerca de 10% de mulheres. Ao abordar os níveis de liderança corporativa, o número sobe para 16%. A

mentos em empresas de propriedade puramente feminina, não ultrapassam os 5%.

partir dos relatórios da Women in Games, também podemos perceber que os aportes financeiros, como investi-

GRÁFICO 1 - AS MULHERES NA INDÚSTRIA DOS GAMES



Descrição do gráfico: Participação feminina na indústria global dos games
Fonte: Autoria Própria (2026).

É interessante observar o gráfico e entender que a participação das mulheres nos cargos de decisão é muito menor do que sua participação como consumidoras. Segundo a Pesquisa Games Brasil (2026), as brasileiras representam 52,8% dos consumidores de jogos digitais no país, sendo que sua plataforma preferida são os smartphones. Neste meio, que também é a maior plataforma de uso para os jogos, as mulheres representam 66% do mercado consumidor. Já os homens se destacam no mercado consumidor de jogos de outras plataformas, como computadores e consoles. Nesses meios, eles representam números próximos a 60%. Quando abordamos os números mundiais, temos mais dificuldade porque uma das maiores pesquisadoras de mercado, a Newzoo, não publica estes dados em sua versão livre. Porém, segundo a Women in Games (2026), esse número de jogadoras não é menor do que 50% na Europa e nos EUA. Ou seja, podemos observar que as mulheres são maioria quando falamos em jogadoras; porém, como produtoras e detentoras do capital, essa participação se torna muito menor.

A História da Mulher e a Mulher na História

Agora que situamos a mulher no mercado consumidor e produtor de jogos digitais, é importante debatermos como as mulheres são representadas nesses jogos. Neste momento, gostaria de lembrar mais uma vez que esse é o objetivo do nosso dossiê e espero que as produções a seguir possam "evocar" uma necessidade de maior representatividade das mulheres dentro deste mercado ou, melhor dizendo, apontar as contradições existentes, transformando a alienação promovida pela indústria dos jogos em fonte de conhecimento histórico.

É interessante lembrar que a história das mulheres surgiu a partir de demandas nascidas no movimento feminista e que, entre as décadas de 1970 e 1980, ganhou mais espaço acadêmico. A partir daí, passou a existir uma série de debates entre pós-estruturalistas e materialistas que não cabe aprofundar neste espaço, mas que contribuíram ainda mais para a expansão do campo da história das mulheres.

Agora, historiadoras e historiadores, leitoras e leitores, poderemos perceber a seguir o quão importante é essa abordagem da mulher na História ou da História das mulheres. Vivemos em um ambiente com muitas questões: afinal, você sabe exatamente o que é "mulher" e/ou o gênero feminino? A mulher não seria uma construção social baseada em um modelo de organização social e econômica, surgido a partir das diferenças biológicas? Ou, como Joan Scott nos lançou em sua obra A *Fantasia da História Feminista*, de que a mulher poderia ser um gênero baseado em uma "tentativa histórica e culturalmente específica de resolver o dilema da diferença sexual, de atribuir significados fixos para aquilo que, em última análise, não pode ser fixado" (Scott, 2024, p. 20).

Enfim, talvez possamos usar como ponto de consenso neste momento as demandas existentes para uma História das Mulheres que consiga transformar os conhecimentos produzidos em força política voltada à prática e à busca da emancipação feminina. E que os desafios existentes para esta prática, como debates sobre etnia, sexualidade, raça, entre tantos outros, possam ter seu espaço de construção desenvolvido aqui, observando atentamente como a indústria representa as mulheres dentro da sua falta de representatividade.

Uma boa leitura!

Referências

CARDOSO, Marcos Vinícius; GUSMÃO, Cláudio Braune; HARRIS, Jonathan J. (org.). **2023 Brazilian Gaming Industry Survey**. São Paulo: ABRAGAMES / ApexBrasil, 2023.

ELDERKIN, Beth; BALL, Cheryl. **2026 State of the Game Industry**. San Francisco: Game Developers Conference (GDC) / Informa Tech, 2026.

ISAAMAN, Marie-Claire. **The Drop-Off**: Women in Games from Players to Power and Capital – Funding and Investment Data Gaps in the Games Industry. London: Women in Games, 2026.

ISAAMAN, Marie-Claire; TOLAINI-SAGE, Sharon. **Building a Fair Playing Field**. London: Women in Games / ISFE, 2022.

NEWZOO. **2025 Global Games Market Report**: Free Version. Amsterdam: Newzoo, 2025.

SCOTT, Joan Wallach. **A Fantasia da História Feminista**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2024.

SCOTT, Joan Wallach. História das mulheres. *In*: BURKE, Peter (org.). **A Escrita da História**: novas perspectivas. São Paulo: Editora UNESP, 1992. p. 63-95.