

Personagens e Estereótipos: estudo sobre representação visual de personagens com base em estereótipos

Leonardo Baptista Lopes

Universidade do Vale do Itajaí, Pós-Graduação em Propaganda e Marketing, Brasil

Resumo

Este trabalho aborda o desenvolvimento de personagens para videogames com base em estereótipos de seu público-alvo como ação estratégica de marketing. O objetivo da pesquisa é descobrir os estereótipos associados aos mais variados traços físicos e compará-los às características dos personagens que serviram de inspiração na seleção desses traços físicos. O trabalho mostra também a pesquisa de campo, com seu questionário para identificação dos estereótipos de diferentes cortes de cabelo, sua aplicação e análise dos resultados obtidos, evidenciando a existência de estereótipos relativos a esses cortes de cabelo e também a viabilidade de uso deste questionário para obtenção dos mesmos.

Palavras-chave: Personagens, Videogame, Estereótipo, Representação visual, Marketing.

Contato com o autor:

leolopes.design@gmail.com¹

1. Justificativa

Recentemente, a indústria de jogos para computador vem sendo apontada como uma das maiores indústrias do entretenimento mundial. Mesmo com a recente crise econômica, essa indústria bateu seu recorde: chegou à marca **US\$21 bi** em vendas em 2008, representando um crescimento de 19% em relação a 2007. Vale frisar que estes números não incluem as vendas de jogos e acessórios para a plataforma PC, ou seja, ignoram uma enorme porção das vendas, o que tornaria esse número ainda maior.

Este crescimento da indústria de videogames tem seus reflexos também no Brasil, onde os incentivos ao desenvolvimento vêm aumentando. Esse aumento tem causado o surgimento de diversas empresas do setor, bem como de cursos de formação superior em design e programação para jogos, dada a crescente necessidade de profissionais preparados para pesquisar e desenvolver personagens e enredos.

A geração de uma ferramenta ou técnica de pesquisa que proporcione a esse profissional a possibilidade de conhecer os estereótipos associados a determinadas características físicas poderá dar-lhe o poder de decidir se sua criação seguirá o estereótipo,

claramente reconhecível, ou se transgredirá o estereótipo em nome da diferenciação e inovação. O profissional poderá dispor de informações precisas a respeito de traços básicos da personalidade do personagem, do porte e pose, movimento e até mesmo da voz.

O autor acredita que a representação visual de personagens feita com base em estereótipos seja extremamente importante para suprir as lacunas de enredo e o baixo ou rápido desenvolvimento das histórias. Em jogos cujo enredo é quase cinematográfico, como os da série Metal Gear Solid, não há necessidade premente de se evidenciar a personalidade dos personagens através da aparência, pois há margem para o desenvolvimento da história, mas em jogos em que o enredo fica em segundo plano ou é pouco desenvolvido, o jogador não tem indícios nem, muitas vezes, tempo para entender a personalidade de cada personagem, e então, representá-los visualmente de modo que, com um olhar, o jogador possa ter uma leitura completa de sua personalidade, é um recurso indispensável para facilitar a compreensão da posição do jogador na história, saber quem são seus aliados e inimigos, de que forma os mesmos podem ajudar (concedendo itens mágicos, vendendo munição, dando conselhos, batendo em inimigos) ou se opor (criando barreiras, atirando, lançando bolas de fogo contra o protagonista, atacando-o rapidamente com lâminas). Essa compreensão não é importante apenas para entender a história, mas se agrega a diversos outros fatores para formar a jogabilidade do jogo.

A produção atual de jogos já se vale de um “código” de características visuais através das quais os artistas transmitem ao jogador a personalidade e até a jogabilidade dos personagens. “Um inimigo que seja mais rápido e ágil do que os demais, por exemplo, pode ser esguio e ter membros compridos, enquanto um outro, mais resistente, pode ter uma aparência, truculenta e ser maior do que os demais. Este tipo de divisão visual evidencia certos padrões que todos os inimigos encontrados nos games seguem. Tais padrões evoluíram de maneira natural, como um consenso entre os artistas, guiados pelas mesmas diretrizes” [BOBANY 2008].

Esse mencionado “código” do qual se valem os artistas na produção de personagens faz parte de seu imaginário. A função desta pesquisa é ajudar a descobrir se o imaginário dos jogadores e do público em geral corresponde ao imaginário dos designers. É

¹ Website: <http://www.leo-lopes.com>

descobrir se o código dos designers é capaz de transmitir de forma precisa as mensagens aos jogadores.

2. Definição de conceitos

Cabe, para esclarecimento do decorrer dos trabalhos, a definição de alguns conceitos básicos:

2.1 Estereótipo

Na Psicologia Social, estereótipos são as “crenças sobre características pessoais que atribuímos a indivíduos ou grupos” [RODRIGUES et al. 2007]. Normalmente a palavra estereótipo é carregada de significados negativos, relacionados à segregação e ao prejuízo social, calcada em preconceitos. De fato, como dizem Rodrigues et al. [2006] e Johnson [1997], os estereótipos são a base cognitiva do preconceito. Apesar de tanto o preconceito quanto o estereótipo não serem absolutamente fenômenos negativos, suas implicações mais comuns são negativas e esses conceitos são então comumente vistos como negativos.

Há, porém, definições mais genéricas, como as do Dicionário Aurélio [1999], em que estereótipo pode ser definido como “lugar-comum”, “chavão”, “clichê”. Ou seja, exalta-se o caráter repetitivo do estereótipo, a generalização a quem os membros de determinado grupo recorrem para descrever pessoas, conceitos, objetos, profissões, produtos, etc. É uma imagem rígida, fixa (do grego *stereos* = fixo, rígido + *typos* = marca, signo, traço, símbolo).

É importante ressaltar o que diz Johnson [1997] ao apresentar o lado benéfico do estereótipo, sua razão social de ser: o estereótipo é uma ferramenta da qual fazem uso as pessoas quando entram em situações de desconforto social, como quando encontram grupos de indivíduos desconhecidos. Faz-se necessária alguma base para saber o que esperar desses indivíduos e o que eles podem esperar dessas pessoas. Sem estereótipos, esse tipo de situação seria muito mais difícil de lidar.

Como se pode notar, o principal uso do conceito de estereótipo ocorre no contexto social, na opinião de pessoas a respeito de outras pessoas. Apesar disso, os mecanismos responsáveis pela criação de estereótipos, como a generalização e a rotulação, podem atuar na formação de estereótipos relativos a outros seres, sejam pessoas, animais ou até mesmo seres inanimados e conceitos.

Para este trabalho, entende-se estereótipo como sendo “Imagem mental consolidada”, ou seja, as ideias evocadas como características permanentes de determinados conceitos. Aqui se pretende utilizar o conceito de estereótipo de forma mais ampla, e não restrita à imagem pré-concebida de grupos humanos. Poder-se-ia aplicar o conceito a objetos, animais, marcas, etc., sem restrições.

2.2 Consciência e Imaginário Coletivos

Consciência Coletiva e Imaginário Coletivo são dois conceitos diferentes, mas muito afins. Por Consciência Coletiva entende-se o que disse Émile Durkheim [1999]: “Conjunto das crenças e dos sentimentos comuns à média dos membros de uma mesma sociedade que forma um sistema determinado com vida própria”. Este conceito é explicado também por Johnson [1997], que ressalta o caráter moral e normativo da consciência coletiva, responsável por classificar as ações individuais como morais ou amorais segundo o sistema de crenças da coletividade. O Imaginário Coletivo, por sua vez, parece um conceito mais adequado a este estudo. De acordo com o que diz Juremir Machado da Silva [2003] em sua obra “As Tecnologias do Imaginário”, o imaginário é um **reservatório/motor**: reservatório das imagens, sentimentos, lembranças, experiências, visões do real, leituras da vida do grupo que o possui, no qual se armazena o modo de ser, de agir, de ver e de sentir o mundo real. Também é motor, pois molda as atitudes dos imaginantes com relação ao mundo que imaginam. O imaginário é uma distorção daquilo que é vivido, é um “modo de ver” relativo, de algo que de outra forma seria absoluto. E esse imaginário, culturalmente partilhado, é ditador do modo de ser de um indivíduo ou de seu grupo.

Como reservatório, o imaginário é a fonte de onde bebem os designers na criação de personagens (que o usam então como motor). Ao serem concretizados, esses personagens passam gradualmente a fazer parte do imaginário como representação típica daquilo que foram criados para representar.

É sempre mais fácil que o personagem se consolide como imagem daquilo que representa se a relação entre ele e o que representa for mais forte e lógica, mais evidente, mas a força da repetição pode tornar coerente até mesmo aquilo sem relação nenhuma com o que representa.

Talvez isso possa explicar a adoção de personagens japoneses como estereótipos coerentes na sociedade ocidental. O imaginário ocidental se moldou pela influência do imaginário japonês posto em concretude. Considerando os conceitos de consciência coletiva como o conjunto das crenças e sentimentos comuns à população, e o imaginário como reservatório dos modos de pensar e agir desta mesma população, nota-se claramente a relação do estereótipo como elemento constituinte de ambos, podendo ambos ser considerados o conjuntos de estereótipos em determinada sociedade.

Uma consideração que se faz a respeito dos conceitos de consciência e imaginário é a de que os estereótipos que os compõem não são absolutos entre todos os membros de uma mesma sociedade e muito menos entre todas elas. Considera-se, no entanto, que

certos traços, como expressões faciais, a cor do sangue, do céu, das plantas, a luz e a escuridão são arquetípicos, fazendo parte da constituição mental da maioria dos seres humanos e, portanto, mais fortemente estabelecidos do que alguns estereótipos de origem cultural.

3. Pesquisa de campo

Como forma de testar as hipóteses e desenvolver uma ferramenta para extração dos estereótipos, foi realizada uma pesquisa de campo. A realização desta pesquisa se deu pela aplicação de 31 questionários para a identificação de estereótipos relativos às dimensões de “Voz”, “Movimento” e “Personalidade” relacionados a 20 diferentes cortes de cabelo **masculinos**. A amostra estudada abrange pessoas com idade preferencialmente dentro da faixa entre 13 e 25 anos e com diferentes níveis de familiaridade com videogames e RPG.

Esperava-se que, com a pesquisa, fôssemos capazes de identificar estereótipos relacionados aos cabelos estudados. Não apenas isso, a preocupação em identificar esses estereótipos reflete a preocupação em confirmar se o questionário funciona como forma de identificação de estereótipos, bem como ferramenta de avaliação de compatibilidade entre os requisitos de criação de determinado personagem e a sua representação visual, verificando então se a concepção do personagem exprime aquilo que deveria ser expresso segundo o seu *briefing*.

Espera-se também que se confirme a hipótese de que diferentes partes de um corpo, no caso, os cabelos, possam ser avaliados estereotipicamente. Há a consciência, porém, de que as combinações de elementos visuais que, isolados, sejam estereotipados de forma igual, resulte em um estereótipo completamente diferente, pois é praticamente impossível prever o resultado da combinação como um todo.

Também há a consciência de que os cabelos, apesar de serem muito representativos, sejam apenas uma pequena parte se comparados aos movimentos, gestos, expressões faciais, etc., mas que, apesar disso, o estudo destas mesmas características é extremamente complexo e não cabe a um trabalho deste tamanho.

3.1 Questionário

O questionário segue uma estrutura que se repete para cada cabelo estudado. No topo esquerdo de cada página é apresentado o desenho de um dos cortes de cabelo sobre um modelo de cabeça que se repete em todos os cortes (para minimizar o impacto das diferenças entre um desenho e outro). No restante da página, o questionário apresenta duas técnicas de coletas de dados: as **escalas de diferencial semântico** e as **palavras-chave**.

3.1.1 Considerações sobre os desenhos

Cada corte de cabelo a ser estudado foi representado visualmente por um desenho em preto-e-branco sobre um modelo de cabeça único para todos os cabelos.

Os desenhos foram feitos a partir de cabelos de personagens existentes. Esses personagens foram obtidos de jogos que obedecessem a dois critérios básicos: ser muito popular (de preferência figurando em listas dos maiores jogos de todos os tempos) e possuir grande número de personagens com estilos bastante diferentes.

A confecção dos desenhos foi realizada com o intuito maior de minimizar o impacto de outros elementos formais do corpo humano sobre a opinião dos indivíduos estudados, dando ênfase maior ao corte de cabelo. Para isso, os desenhos foram feitos em preto e branco, retirando-se qualquer influência que a cor (um dos elementos visuais mais significantes para o observador) pudesse exercer sobre a opinião dos indivíduos.

Também se optou por utilizar um formato de cabeça e pescoço masculinos que fosse o menos extremo possível (nem gordo, nem magro, nem masculino demais, nem efeminado demais). O rosto também foi ignorado, deixando-se as cabeças vazias de expressão facial, sem boca, olhos ou sobrancelhas, pois a expressão facial é também um dos elementos visuais mais marcantes para o observador humano.

O ângulo do desenho foi um meio perfil, para que pudesse mostrar, com um único desenho, mais características de cada corte de cabelo.

3.1.2 Escalas de diferencial semântico

As escalas de diferencial semântico consistem uma técnica de coleta de dados em que o indivíduo respondente deve marcar, em uma escala que vai de um conceito extremo a outro, um valor que corresponda à sua opinião sobre o objeto estudado, no caso, os cabelos. A seguir, um exemplo desse tipo de escala, na qual o respondente considera que, em termos de “índole”, o objeto estudado tem nota 6, equivalente a “bom +2”:

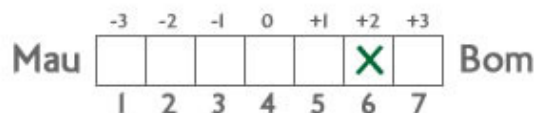


Figura 1: Exemplo de escala de diferencial semântico com valor atribuído

Neste estudo, foram estudadas então três dimensões da construção de um personagem: a Voz, o Movimento e a Personalidade, pelas quais foram classificados os conceitos a se estudar com as escalas. A definição destes conceitos foi feita a partir de *brainstorming*. Após isso, foram estudados, utilizando dicionários e

dicionários de sinônimos/antônimos, palavras mais adequadas para compor pares de antônimos, procurando evitar-se ao máximo a contaminação das palavras por outros conceitos. Reconhecem-se, no entanto, as dificuldades na criação desses pares e também o risco da não compreensão dos conceitos por parte dos indivíduos respondentes.

Para evitar ao máximo a possibilidade de equívoco dos respondentes ao responder as escalas, procurou-se padronizá-las. Todo par de conceitos cujos extremos representassem níveis mínimos e máximos em escalas de intensidade foi montado de forma que o conceito de menor intensidade correspondesse ao menor valor, e o de maior intensidade correspondesse ao maior valor.

Por exemplo, em uma escala de “Rapidez”, o adjetivo “lento” é de menor intensidade, e seu extremo é o número um, enquanto o adjetivo “rápido” é de maior intensidade, e seu extremo é o sete. Da mesma forma, em uma escala de “Sociabilidade”, o adjetivo “antissocial” é de menor valor e “sociável” é de maior.

Por sua vez, julgamentos de valor (como a escala Mau/Bom) tinham o adjetivo de valor negativo no menor extremo, e o positivo no maior extremo (“mau” correspondendo a um, e “bom” correspondendo a sete). Desta forma, evita-se que o respondente, por falta de atenção, dê um valor de alta intensidade a uma escala, por pré-julgar que o adjetivo de maior intensidade estaria no extremo maior da escala, o que resultaria em uma resposta totalmente oposta à verdadeira opinião do respondente.

3.1.3 Tratamento estatístico das escalas de diferencial semântico

As respostas às escalas de diferencial semântico foram tratadas da seguinte forma:

- Para cada escala, foi feita a média aritmética dos valores de todos os questionários (utilizando a escala de 1 a 7, e não de -3 a +3);
- Foram considerados nos cálculos de média os valores marcados como 4, pois a neutralidade, neste caso, não representa necessariamente uma falta de opinião, e sim uma opinião declarada de que o objeto de estudo é realmente neutro;
- Foi calculado também o desvio padrão desses resultados;
- Foram selecionados, dentre as médias resultantes das escalas, os valores considerados mais extremos e estatisticamente válidos. Foram desconsiderados, portanto, valores de média próximos ao 4 “neutro” (até 0,8 pontos para mais ou para menos) e valores com desvio padrão maior que 2 (pois isso caracteriza uma amostra muito heterogênea e, portanto, sem estereótipo claro);

- Os valores que representem estereótipos claros foram subtraídos de 4, para se obter o resultado relativo ao valor neutro. Por exemplo, uma média de 5,4 numa escala “mau/bom” representa o valor “bom +1,4” (equivalente a “mau -1,4”), enquanto uma média de 2,8 representa o valor “mau +1,2” (equivalente a “bom -1,2”);
- Esses mesmos valores representativos foram demonstrados em gráficos de barras horizontais, para comparação visual entre os diferentes estereótipos de um mesmo cabelo.

3.1.4 Palavras-chave

O respondente tem a oportunidade de, para cada cabelo, atribuir uma palavra ou expressão que represente o conceito que o último evoca no primeiro. Assim sendo, após responder às escalas de determinado cabelo, o respondente é abordado pela pergunta: **“Para você, qual é a palavra que melhor descreveria essa pessoa?”**. O respondente então tem liberdade para definir o conceito do personagem da forma mais sucinta possível, podendo até furtar-se a responder em caso de indecisão, pois é um tipo de pergunta que, exigindo certa dedicação devido ao grau de abstração requerido para a resposta, pode causar cansaço no respondente e, por conseguinte, maus resultados.

3.1.5 Tratamento de dados das palavras-chave

O estudo das palavras-chave é uma tarefa bastante complexa, dificilmente podendo ser feita via tratamento estatístico sem um extenso trabalho de interpretação anterior.

Por isso, para este estudo, a análise das palavras-chave foi feita com um caráter menos formal e exato, de forma interpretativa. Com o auxílio de dicionários, foram identificadas palavras que pudessem formar grupos conceituais, seja por repetição da mesma palavra (mais preciso), semelhança de significados/sinônimos (preciso), conceitos afins (menos preciso) e conceitos afins a um conceito maior (o “Paladino”, por exemplo, que pode ser bom, guerreiro, lutador, obstinado, justo, etc.) (ainda menos preciso).

Confrontadas com as análises das escalas de diferencial semântico, as análises das palavras-chave poderiam vir a confirmá-las, complementá-las ou até mesmo negá-las (caso supostamente raro, mas possível, até mesmo considerando a omissão de alguns respondentes a essa pergunta).

3.2 Análise dos resultados

Os questionários foram enviados via *Internet* para aproximadamente 50 indivíduos, dos quais 31 responderam dentro do prazo pedido. Os questionários foram enviados aos poucos, tendo seu envio iniciado

em 15 de fevereiro de 2009 e tendo sido o último questionário recebido no dia 6 de março de 2009. Com os questionários aplicados e as respostas colhidas, fez-se então o tratamento dos dados para análise de todos os cortes de cabelo pesquisados. Cabe aqui mostrar um exemplo de análise realizada, a seguir.

3.2.1 Exemplo de análise de resultados

O exemplo aqui mostrado é particularmente interessante pela quase perfeita correspondência entre a personalidade do personagem inspirador e os resultados da pesquisa.

O corte foi retirado do personagem Barret Wallace, da série Final Fantasy (introduzido em 1995 pela Squaresoft com o lançamento de Final Fantasy VII). Barret é o líder de uma organização rebelde pró-ecológica, que utiliza da luta armada em prol de sua causa. É um personagem que, apesar de bom, tem uma personalidade extremamente irritada, rebelde e violenta, pontuada por xingamentos e explosões de violência acompanhada de gritos e tiros.

Os resultados da escala, como se pode ver na **Figura 4** refletem muito bem essa personalidade. Demonstram altos valores de rebeldia e impulsividade, além de muita malandragem e antipatia. Em menor escala, há a maldade e a tendência à solidão (esta última coincidentemente também presente em Barret Wallace). Há ainda outras características presentes em guerreiros másculos, como a rapidez dos movimentos e a voz grave, potente e rouca.

As palavras-chave mostraram resultados bastante homogêneos: Punk rebelde (cinco citações à palavra “punk” e cinco a “rebelde” ou “rebeldia”) e violência (violento, encrenqueiro, intimidação, combatente).

Com esta análise, os conceitos-chave associados a este corte de cabelo são, então, “Punk”, “Rebeldia” e “Violência”.

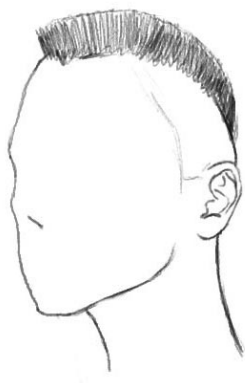


Figura 2: Desenho submetido à análise



Figura 3: Barret Wallace

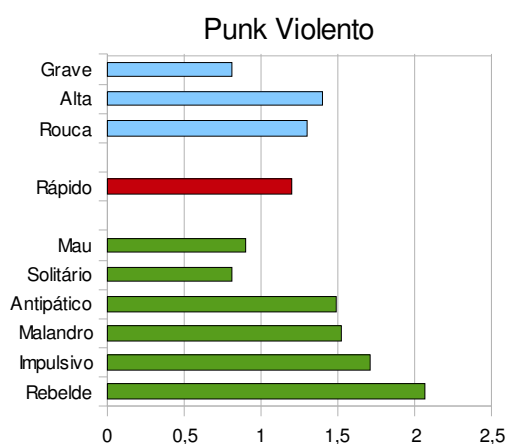


Figura 4: Punk Violento - estereótipos

3. Conclusão

Esta pesquisa, cujo objetivo principal era descobrir estereótipos associados aos mais diversos traços físicos de um personagem, pode ser considerada bem sucedida. Se por um lado ela não pôde ter sido realizada em plenitude, estudando-se os diferentes elementos como corpos e barbas, foi capaz de traçar com clareza alguns dos estereótipos da população estudada em relação a diferentes cortes de cabelo.

A análise combinada dos resultados das escalas de diferencial semântico e da pesquisa de palavras-chave foi de crucial importância para um entendimento mais completo dos estereótipos traçados. Enquanto as escalas foram capazes de mostrar características mais básicas dos estereótipos, as palavras-chave tiveram o poder de complementá-los com conceitos mais fechados, que englobam inclusive características não contempladas pelas escalas.

O receio anterior à aplicação dos questionários, de que nenhum estereótipo claro fosse encontrado, ficando todos os resultados das escalas situados homogênea ou heterogeneamente no valor neutro, o número quatro, felizmente não foi correspondido. Para

a grande maioria dos cortes de cabelo, claros estereótipos foram relacionados, mostrando que, não somente existem esses estereótipos, mas que a ferramenta também é capaz de identificá-los. Considerando que também, em grande parte dos casos, os conceitos intrínsecos das palavras-chave condiziam e se complementavam muito bem com os resultados das escalas, pode-se realmente dizer que os estereótipos eram bem definidos.

Outra constatação interessante é a de que um bom número das análises mostrou concordância dos resultados da pesquisa com a personalidade ou estilo de jogo dos personagens de onde foi extraída a inspiração para o desenho dos cabelos. Isso pode mostrar, de certa forma, competência dos designers em produzir desenhos fiéis às propriedades planejadas para os personagens.

É possível notar também outra característica dos estereótipos obtidos: o estudo feito se utilizou de 17 diferente escalas, mas poucos cabelos mostraram estereótipos claros em mais de seis delas. Muitas das escalas sequer demonstraram qualquer estereótipo em qualquer um dos cabelos.

Dentre os aspectos que podem ter influenciado de forma negativa (ou indeterminada) a precisão dos resultados, estão os seguintes:

- formato básico da cabeça, que, apesar de não ser nenhum dos tipos extremos (gordo demais, magro demais) pode ter influência sobre alguns estereótipos, principalmente aqueles mais ligados aos aspectos físicos, como os movimentos (imagina-se que, ao pesquisar todos os mesmos cabelos sobre uma cabeça básica diversa da aqui utilizada, os resultados poderiam ser diferentes). Por exemplo, nenhum dos cabelos teve uma avaliação negativa com relação aos movimentos (lento, trôpego e inapto), provavelmente porque o tipo físico evidente pelo formato da cabeça e pescoço não tivesse sido um tipo físico que pareça ter restrição de movimentos, como um personagem gordo demais;
- alguns respondentes afirmaram não ter certeza se se tratavam de homens ou mulheres em alguns dos cabelos, o que pode fazer grande diferença. Felizmente, foram poucos os respondentes que alegaram essa dúvida e mesmo com isso, houve grande quantidade de resultados relativamente homogêneos; certos respondentes podem ter sido influenciados por gostos pessoais em relação aos cabelos, respondendo com características positivas àqueles aos quais têm mais afeição e vice versa, e isso é confirmado pelo fenômeno do enfoque cognitivo, que determina a “tendência que temos a atribuir características

positivas às pessoas de quem gostamos ou admiramos, e negativas àquelas de quem não gostamos” [RODRIGUES et al. 2007];

- se o respondente tem um conceito muito fechado sobre determinado cabelo, ou seja, um estereótipo bastante específico, provavelmente as respostas das escalas serão dadas segundo as características que o respondente vê como inerentes ao estereótipo específico. Caso ele não reconheça um conceito tão fechado para determinado cabelo, provavelmente suas respostas levarão mais em consideração as sensações mais arquetípicas que a visão deste cabelo evoca;
- houve clara tendência a se atribuírem características positivas aos cabelos. Imagina-se que isso se deva ao fato de que os respondentes não se sintam à vontade para mal-julgar pessoas apenas com base em seus cabelos, principalmente quando eles são muito convencionais.

Como é possível perceber, há diversas influências sobre as respostas que, se alteradas, poderiam mudar muito os resultados. Por isso o rosto feito foi o mais “neutro” possível, procurando avaliar apenas a influência do cabelo. O ideal talvez seja utilizar o formulário para avaliação de variações de um personagem **completo**, procurando identificar as influências das variações deste mesmo personagem nos resultados. É impossível, no entanto, evitar a influência do fenômeno social do enfoque cognitivo e, na verdade, ele é o que explica a grande coerência encontrada entre os resultados da pesquisa, principalmente no que se refere à relação entre as escalas e as palavras-chave.

Em último caso, o formulário é útil se for medida a diferença entre os estereótipos de um cabelo e outro. Se essa diferença se mantém, mesmo com a alteração de outros elementos como corpo, expressão e roupa, a análise é válida. Ou seja, se vários personagens com várias diferenças entre si, mas que mantenham um mesmo corte de cabelo, sejam avaliados de forma que os estereótipos sejam muito similares, pode-se evidenciar uma grande influência do corte de cabelo na avaliação estereotípica do personagem.

Como foi dito, a avaliação isolada de diferentes componentes de um personagem pode mostrar, por exemplo, barbas cujos estereótipos sejam equivalentes a de determinado cabelo e, por sua vez, similares aos estereótipos de determinado corpo. Porém, não é possível saber se a combinação destes três elementos resultará em um personagem completo que seja estereotipado da mesma forma que suas partes constituintes, embora seja muito provável que seja.

Como estudos futuros, sugere-se a extensão desta pesquisa, fazendo-se análise similar de outros cortes de cabelo, de barbas e tipos físicos. Também é possível

fazer um estudo detalhado dos estilos de vestimenta, de forma que se crie um banco de dados de partes constituintes e que se possa buscar nele as partes mais adequadas à criação de determinados personagens. Este banco de dados também poderia incluir partes femininas, uma vez que o presente estudo contemplou apenas cabelos masculinos.

Outro estudo mais rápido e prático de ser realizado é a criação de desenhos de personagens completos a partir de características pré-determinadas. Esses personagens completos seriam desenhados com cabelo e/ou barba, corpo, vestimenta, postura e expressão facial e ficaria contida na descrição também a voz do personagem.

Tendo sido estes personagens feitos, seriam postos sob avaliação pela utilização dos questionários, para identificar se seus estereótipos correspondem às descrições previamente feitas. Isso validaria o questionário como método de avaliação e validação das criações, garantindo ao artista que suas criações são capazes de comunicar o que foi intencionado.

Agradecimentos

À mestra **Lilian Carla Muneiro**, pela orientação na elaboração deste trabalho e me impediu de entrar em uma gigantesca pesquisa de onde talvez eu não conseguisse sair.

Ao mestre **Maurício da Silveira Piccini** da PUCRS, pela dedicação em orientar um desconhecido em seu método de coleta.

A **meus familiares próximos** pelo apoio constante e incondicional.

E a **todos** que dedicaram tempo de suas vidas a responder um longo questionário de 21 páginas.

Referências

- BOBANY, ARTHUR, 2008. Videogame Arte. Teresópolis, RJ: Novas Idéias.
- RODRIGUES, AROLDO, ASSMAR, EVELINE M. L., JABLONSKI, BERNARDO, 2007. Psicologia social. 25. ed. Petrópolis, RJ: Vozes.
- JOHNSON, ALLAN G, 1997. Dicionário de Sociologia: guia prático da linguagem sociológica. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- FERREIRA, AURÉLIO BUARQUE DE HOLANDA, 1999. Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa. 3. ed. Totalmente revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- DURKHEIM, ÉMILE, 1999. Da Divisão do Trabalho Social. [tradução Eduardo Brandão]. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes.