

Do corset ao avatar: design, jogos e a construção da imagem feminina

Isabella Melano

Universidade do Estado de Minas Gerais
<http://lattes.cnpq.br/9406395093346412>
isabellamelano@gmail.com

João Vitor do Vale Marques

Universidade do Estado de Minas Gerais
<https://lattes.cnpq.br/9597380245967820>
jvitor.vale.marques@gmail.com

Rita Aparecida da Conceição Ribeiro

Universidade do Estado de Minas Gerais
<http://lattes.cnpq.br/5074309517644166>
rribeiroed@gmail.com

Sérgio Antônio Silva

Universidade do Estado de Minas Gerais
<http://lattes.cnpq.br/9285512367945785>
sas.sergiosilva@gmail.com

Resumo

Este artigo busca analisar o papel do design na construção da imagem feminina em dois contextos distintos: o design de moda no período entreguerras (1914–1945) e o design digital de personagens femininas em jogos contemporâneos, com foco no jogo Black Desert. No primeiro contexto, o ingresso das mulheres no mercado de trabalho e as transformações socioculturais impulsionaram a adoção de roupas mais funcionais e libertadoras, como a calça pantalon, símbolos de uma nova estética da liberdade e da emancipação feminina, amplamente difundida pelo jornalismo de moda. Já nos jogos digitais, a promessa de personalização estética esconde padrões normativos de beleza e erotização dos avatares femininos, reforçando estruturas simbólicas de controle. O estudo se propõe a fazer uma análise comparativa dessas representações, com base em autores como Bourdieu, Freire, Taylor e Turkle entre outros, demonstrando como o design – seja no vestuário ou nos ambientes virtuais – atua como linguagem que educa, normatiza e disputa sentidos sobre o corpo feminino.

Palavras-chave

Design; mulher; games; jornalismo; representação.

From Corset to Avatar: Design, Games, and the Construction of the Female Image

Abstract

This paper aims to analyze the role of design in shaping the female image across two distinct contexts: fashion design during the interwar period (1914–1945) and the digital design of female characters in contemporary video games, with a focus on the game Black Desert. In the first context, women's increasing participation in the workforce and sociocultural transformations led to the adoption of more functional and liberating clothing, such as the wide-leg trousers, which became symbols of a new aesthetic of freedom and female emancipation, widely disseminated by fashion journalism. In digital games, however, the apparent freedom of avatar customization often hides normative beauty standards and sexualized representations, reinforcing symbolic structures of control. This comparative study draws on authors such as Bourdieu, Freire, Taylor and Turkle to show how design—whether in fashion or virtual environments—acts as a language that educates, standardizes, and negotiates meanings around the female body.

Keywords

Design; women; games; journalism; representation.

1 INTRODUÇÃO

O design, compreendido como linguagem visual e simbólica, atua na construção de valores sociais, culturais e estéticos. Este artigo parte da premissa de que a representação da figura feminina no design reflete não apenas os contextos históricos e culturais de cada época, mas também os mecanismos de poder simbólico que moldam estas representações. Para tanto, realiza-se aqui uma análise comparativa entre o design de moda do período entreguerras (1914–1945) e o design digital de personagens femininas em jogos contemporâneos, com foco no game *Black Desert Online*.

Durante o período entreguerras, o design de moda feminino passou por profundas transformações motivadas, em especial, pelo ingresso das mulheres no mercado de trabalho e pela redefinição dos papéis sociais ocupados por elas. Estilistas como Coco Chanel, ao propor roupas mais funcionais e libertadoras, tornaram-se símbolos de uma nova estética da liberdade e da emancipação feminina. O jornalismo de moda, nesse cenário, atuou como mediador educativo, difundindo e consolidando essa nova imagem da mulher moderna, ativa e cidadã.

Em contraponto, os jogos digitais contemporâneos apresentam, muitas vezes, uma representação hipersexualizada da mulher, ainda que revestido de uma aparente liberdade de personalização estética. No caso de *Black Desert Online*, a customização dos avatares femininos é marcada por corpos padronizados e erotizados, reforçando padrões heteronormativos e contribuindo para a objetificação simbólica das personagens. A estética, neste caso, opera sob a lógica do consumo performativo (Han, 2017) e do male gaze (Mulvey, 1975). A análise de Laura Mulvey do cinema pode ser facilmente aplicada ao universo dos games.

O objetivo deste artigo é, portanto, refletir sobre o papel do design na construção da imagem feminina em dois momentos históricos distintos, discutindo o valor simbólico dessas representações e a permanência de estruturas de controle sobre o corpo da mulher. A metodologia adotada é qualitativa e comparativa, fundamentada em teorias do design, estudos de gênero, sociologia e cultura digital, com apoio em autores como Bourdieu, Lipovetsky, Butler, Sarkeesian e Freire.

Ao aproximar esses dois contextos – o da moda entreguerras e o dos cosméticos digitais em jogos online – pretende-se lançar luz sobre os mecanismos de representação, distinção e poder inscritos nas estéticas de gênero, bem como provocar uma reflexão crítica sobre o papel do design na perpetuação ou contestação dessas estruturas.

Na passagem para o século XXI, a proliferação da Internet e o advento da Web 2.0 ampliaram exponencialmente o alcance das comunidades virtuais. Fóruns especializados, blogs com seção de comentários, e mais tarde redes sociais como Orkut, MySpace e Facebook, agregaram milhões de pessoas em torno de interesses variados (de fandoms de cultura pop a comunidades profissionais ou ativistas). Nessa evolução, os jogos online massivos (MMOs) também se consolidaram como importantes plataformas comunitárias. Desde *Ultima Online* (1997) e *EverQuest* (1999) até fenômenos como *World of Warcraft* (2004) – que chegou a dezenas de milhões de assinantes – os jogos multijogador persistentemente online tornaram-se locus de comunidades vibrantes de jogadores. Como

observa Taylor (2006), pesquisadora pioneira em *game studies*, os jogos online criam um “subecossistema de subculturas” com sério envolvimento social, no qual jogadores “transitam nas fronteiras entre o mundo online e offline”, negociando papéis, regras e relações que frequentemente se estendem para além do jogo. Em suma, a origem das comunidades virtuais está enraizada tanto na tradição humana de buscar pertencimento quanto nas novas possibilidades técnicas de conexão mediada – e sua evolução se entrelaça com a própria história da Internet e dos videogames em rede.

2 VIDEOGAMES E AS COMUNIDADES VIRTUAIS

A noção de comunidade sempre ocupou lugar central nas ciências sociais. Clássicos como Ferdinand Tönnies, em sua distinção entre *Gemeinschaft* (comunidade) e *Gesellschaft* (sociedade), já refletiam sobre as formas de vínculo social na modernidade. No final do século XX, com o avanço das tecnologias de comunicação, o conceito de comunidade passou por uma reconfiguração no ambiente virtual. Rheingold (1993) descreve sua experiência na comunidade online The WELL nos anos 1980, mostrando que laços autênticos de amizade, suporte emocional e até ritualizações sociais (casamentos, encontros, funerais) podiam florescer mediadas por computadores. Para Rheingold (1993), aquelas interações textuais em fóruns e chats evidenciaram que pessoas “fazem quase tudo que fazem na vida real, mas deixam seus corpos para trás” no ciberespaço. Surgia a ideia de que as comunidades virtuais são extensões do sociável humano, permitindo encontros de mentes e corações independentemente da localização física.

Teóricos como Lévy (1999) e Castells (2001) veem no ciberespaço o surgimento de novas formas de agregação social. Lévy (1999) argumenta que, na cibercultura, indivíduos interconectados podem se unir em torno de interesses comuns e projetos compartilhados, formando comunidades virtuais que favorecem a inteligência coletiva. Castells (2001), por sua vez, analisa como a sociedade em rede transforma os padrões de sociabilidade, permitindo um “individualismo em rede” no qual as pessoas articulam seus vínculos comunitários de modo mais flexível e transnacional. Essas perspectivas indicam que as comunidades virtuais emergem como resposta às condições da modernidade tardia: num mundo globalizado e marcado por deslocamentos, o ciberespaço oferece um terreno fértil para reconstruir laços comunitários e identidades compartilhadas.

Importante notar que as primeiras comunidades virtuais não surgiram com as redes sociais modernas, mas remontam a tecnologias mais rudimentares da Internet. Já na década de 1970, sistemas de boletins eletrônicos (BBS) e fóruns de discussão conectavam entusiastas em redes acadêmicas. Nos anos 1980 e início dos 90, serviços como Usenet e comunidades como The WELL criaram núcleos de discussões intensas. Rheingold (1993) descreve The WELL como uma “aldeia virtual” de participantes engajados, onde se estabeleceram normas de conduta, grupos de interesse e até uma cultura própria ao longo do tempo. Em paralelo, os MUDs (Multi-User Dungeons), precursoras dos MMORPGs, permitiram que usuários imersos em jogos de fantasia textuais nos anos 1980 formassem comunidades de

jogadores – muitas vezes com forte investimento emocional e social, conforme estudado mais tarde por Turkle (1995).

2.1 Identidade Pessoal, Coletiva e Fluida no Meio Digital

Um aspecto central na vida das comunidades virtuais é o papel da identidade. Diferentemente das interações face a face, nos ambientes online a identidade pode ser construída e representada de maneiras bastante flexíveis. Os usuários se apresentam através de perfis, pseudônimos ou avatares que nem sempre correspondem integralmente à sua identidade “real” offline. Isso levou autores como Turkle (1995) e Goffman (1959) a serem amplamente citados para entender como as pessoas experimentam e negociam quem são no ciberespaço.

Turkle (1995), em sua obra *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, examinou como participantes de MUDs e outros ambientes virtuais exploravam identidades múltiplas. Turkle (1995) observou que, nesses mundos de texto, um mesmo usuário frequentemente controlava diversos personagens em paralelo, desempenhando papéis distintos em cada contexto. Ela argumenta que as experiências em ambientes virtuais levaram os indivíduos a encarar a identidade de modo pós-moderno: descentralizada e fragmentada, mais como uma colagem de personagens do que uma unidade coerente. Como ela resume, jogadores de MUD podem desenvolver uma forma de pensar em que a vida é composta de muitas janelas, e a vida real (RL) é apenas uma delas (Turkle, 1995).

Os usuários aprendem que podem ser muitos selves diferentes e que nenhum deles é menos autêntico que seu eu offline. Essa fluidez identitária, segundo Turkle (1995), permite que aspectos antes reprimidos ou inexplorados da personalidade sejam encenados e vivenciados no virtual – o que altera a própria compreensão de si mesmo. Em ambientes como MMORPGs, essa noção se manifesta claramente: um jogador pode ser, na vida física, um indivíduo tímido e anônimo, mas online adota a persona de um guerreiro heróico, um elfo carismático ou qualquer avatar que reflita desejos e aspectos de identidade de outro modo latentes.

A sociologia clássica de Goffman (1959) também ilumina o tema da identidade nas comunidades virtuais. Goffman (1959), em *The Presentation of Self in Everyday Life*, concebe a interação social como uma espécie de teatro, no qual os indivíduos encenam papéis e gerenciam as impressões que os outros têm de si. No contexto online, essa metáfora teatral ganha novos contornos. Em redes sociais, fóruns ou jogos, os usuários podem cuidadosamente editar o que mostram, escolhendo fotos, palavras ou ações de avatar para projetar uma imagem coerente com o “personagem” que desejam representar.

Ao mesmo tempo, elementos não controláveis presentes na interação face a face (expressões corporais espontâneas, entonações, reações físicas) ficam atenuados ou ausentes online. Isso confere ao indivíduo um maior controle sobre sua autoapresentação: por trás da tela, podemos “vestir máscaras” com mais facilidade e evitar sinais involuntários de desconforto, por exemplo (Goffman, 1959). Por outro lado, a dinâmica digital traz desafios à gestão da identidade: a ausência de pistas presenciais faz com que os interlocutores dependam muito do imaginário e das informações fornecidas

(que podem ser manipuladas). Além disso, como alertado por Goffman (1959) e visto online, a separação entre público e privado torna-se difusa – um conteúdo postado pode alcançar audiências imprevistas e permanecer acessível, complicando o “controle de danos” da imagem pessoal.

Nos MMORPGs, a identidade assume camadas adicionais. Há primeiramente a identidade do jogador (quem é a pessoa por trás do teclado) e a identidade do personagem (o avatar dentro do jogo, com nome, aparência e histórico próprio). Muitos jogadores se identificam fortemente com seus avatares, investindo neles traços de personalidade e construindo reputação no mundo virtual.

Estudos indicam que jogadores frequentemente usam suas identidades de avatar para se integrar em grupos: por exemplo, usam vestimentas ou símbolos adequados ao papel que desempenham (um clérigo veste trajes ritualísticos, um guerreiro exibe armaduras imponentes) para serem reconhecidos e aceitos pela comunidade no jogo (Taylor, 2006). Bessi re, Seay e Kiesler (2007) constataram que jogadores de *World of Warcraft* tendiam a projetar em seus personagens qualidades idealizadas de si mesmos – um fen meno de exploração identitária onde o avatar funciona como “eu ideal” ou experimentação de diferentes traços de identidade. Taylor (2006) e Turkle (1995) também observaram que o desenvolvimento da identidade do avatar depende fortemente da interação social: quanto mais os jogadores interagem e são reconhecidos pelos outros, mais seu avatar se torna um “ser” com identidade percebida, e não apenas uma peça de jogo. Em jogos onde a interação é limitada (por exemplo, se muitos personagens são controlados por inteligência artificial, como bots), os jogadores tendem a ver seus avatares apenas como ferramentas funcionais, e não extensões de si (Taylor, 2006).

Além da identidade individual de cada participante, grupos online desenvolvem um senso de “nós”, uma personalidade coletiva. Isso ocorre em guildas de MMORPG, por exemplo, que possuem nomes, emblemas e reputações próprias no servidor. Os membros incorporam um pertencimento (“sou membro da guilda X”) que compõe sua identidade pessoal. Jenkins (2006), apropriando o conceito de inteligência coletiva de Lévy, afirma que essas comunidades virtuais conseguem alavancar a expertise combinada de seus membros em prol de objetivos comuns. Ou seja, a identidade coletiva do grupo se fortalece   medida que colaboram, compartilham conhecimento e criam uma cultura interna.

Esse pertencimento coletivo   fluido no digital – um usuário pode simultaneamente integrar múltiplas comunidades (um mesmo jogador pode ser guild master em um jogo, moderador de um fórum de outro tema e seguidor ativo de um canal de streaming, articulando identidades coletivas diversas). A identidade digital, portanto, não é fixa:   multifacetada e negociada continuamente nas interações, permitindo grau inédito de experimentação, mas também exigindo do indivíduo habilidades de gerenciamento de impressões e papéis sociais em múltiplos contextos online.

2.2 Representações Culturais, Simbólicas e Visuais e o Pertencimento

Nas comunidades virtuais – e de modo acentuado nos MMORPGs – os participantes não são interagem via texto, mas também através de diversos símbolos, imagens e referências culturais que moldam a experiência e o sentimento de pertencimento. A representação aqui ocorre em múltiplos

níveis: na representação visual de si (por meio de avatares e perfis), na representação simbólica (uso de linguagem específica, gírias, emblemas, narrativas compartilhadas) e na representação cultural mais ampla (valores, mitologias e referências que estruturam a comunidade).

O avatar é a corporificação visual do jogador dentro do mundo virtual – seu eu digital. A forma como o avatar se apresenta (raça fictícia, gênero, vestimentas, acessórios) carrega significados simbólicos. Os jogadores muitas vezes personalizam minuciosamente a aparência de seus personagens para expressar identidade ou afiliação. Por exemplo, em comunidades de roleplay (interpretação de personagem) dentro dos jogos, é comum que os participantes adotem trajes e skins condizentes com a história e papel de seu avatar, reforçando a coerência cultural do grupo. Um estudo notou que jogadores engajados em interpretação de papéis têm maior motivação para decorar seus avatares de acordo com seus papéis, como por exemplo vestir armaduras cerimoniais se interpretam um paladino, ou roupas de baile se interpretam um bardo dançarino (Taylor, 2006).

Essa representação visual intencional facilita o reconhecimento pelos pares e aumenta a sensação de integração: ao ver um avatar trajando os símbolos de sua guilda ou um estilo associado a certo arquétipo, os demais membros prontamente o identificam como parte do grupo, reforçando o laço comunitário.

Além do avatar em si, os objetos e artefatos virtuais também têm carga simbólica. Em muitos jogos, possuir certos itens raros (uma espada lendária, um título honorífico exibido ao lado do nome) confere status dentro da comunidade. Tais itens funcionam como insígnias de conquista e acabam por sinalizar veteranaria ou habilidade, influenciando a dinâmica de respeito e hierarquia informal entre jogadores. A exibição de troféus virtuais ou badges no perfil de um participante de fórum cumpre papel semelhante. Assim, a cultura visual dos ambientes digitais – composta por avatares, itens, emotes (animações de gesto), screenshots compartilhados etc. – constrói um vocabulário simbólico pelo qual os membros se reconhecem e se sentem pertencentes.

Jenkins (2006), ao tratar de culturas de fãs, observa que a participação ativa em torno de narrativas compartilhadas gera um sentido de comunidade interpretativa, onde os membros colaboram na construção e circulação de significados culturais. Nos games, isso se revela quando jogadores discutem teorias sobre o enredo, criam fanfictions, memes ou artes baseadas no universo do jogo – práticas que reforçam um repertório simbólico comum e um sentimento de “somos todos parte disto”.

Ademais, a representação simbólica do pertencimento tende a se manifestar nos atos e rituais coletivos das comunidades online. Por exemplo, em muitos jogos ocorrem eventos organizados pelos jogadores – como cerimônias de casamento entre personagens, funerais virtuais em homenagem a jogadores falecidos na vida real, celebrações sazonais dentro do universo do jogo etc. A participação nesses rituais comunitários, repletos de símbolos (trajes especiais, encontros em locais específicos do mapa, postagens comemorativas nos fóruns), aprofunda os laços afetivos e cria uma cultura de memória coletiva. Um caso notório foi o funeral virtual realizado em *World of Warcraft* em 2006 para homenagear uma jogadora que faleceu – evento que, mesmo tendo sido tragicamente interrompido por

um ataque de rivais (gerando debates sobre ética no jogo), mostrou o quanto a comunidade atribui significado real a gestos simbólicos no espaço virtual.

Ao mesmo tempo, o meio virtual permite subverter representações: jogadores podem escolher identidades visuais distintas de sua identidade física, explorando novas expressões (homens jogando com personagens femininas, pessoas de diferentes origens étnicas adotando avatares de raças fantásticas variadas, etc.). Esse jogo de representação expande a possibilidade de empatia e experimentação cultural, mas também pode gerar conflitos (como casos de apropriação indevida ou discriminação dentro do jogo). Em resumo, as representações simbólicas e visuais funcionam como a “cola cultural” das comunidades virtuais – através delas, os membros comunicam pertencimento, compartilham significados e constroem, coletivamente, a identidade do grupo.

3 REPRESENTAÇÃO FEMININA E HIPERSEXUALIZAÇÃO NOS JOGOS DIGITAIS ASIÁTICOS

Em muitos jogos – especialmente em títulos produzidos por empresas sul-coreanas, chinesas e japonesas – as personagens femininas tendem a ser projetadas com ênfase exagerada em atributos sexuais: corpos esguios, porém voluptuosos, trajes reveladores que lembram biquínis ou lingerie, armaduras impraticavelmente reduzidas (as famosas bikini armors) e poses ou animações que acentuam a sensualidade. Essa hipersexualização das personagens femininas tem implicações simbólicas e sociais profundas, sendo ao mesmo tempo sintoma de imperativos culturais e estratégia mercadológica deliberada (Fox; Tang, 2014). Nesta seção, analisamos criticamente esse fenômeno, identificando suas causas e consequências e conectando-o às práticas de design visual desses contextos.

Estudos de gênero em jogos documentam a disparidade de representações entre personagens masculinos e femininos. Dill e Thill (2007), em uma análise sistemática de jogos populares, indicaram que cerca de 80% dos personagens jogáveis principais eram homens, e mesmo entre as protagonistas femininas, a maioria era representada de forma hipersexualizada. Enquanto heróis masculinos tendem a ser guerreiros musculosos com armaduras completas e posturas de poder, as mulheres frequentemente são exibidas com corpos idealizados – seios e quadris exagerados – e trajes sumários, expondo pernas e abdômen, muitas vezes em saltos altos impróprios para combate (Dill; Thill, 2007). Essa representação dicotômica e irreal atende, segundo Dill e Thill (2007, p. 851), aos interesses de mercado guiados pela “fantasia masculina”, reforçando o conceito do “male gaze”, proposto por Mulvey (1975), onde “a mulher é representada como objeto estético sexualizado, construída para o olhar masculino heterossexual”.

Nos MMORPGs asiáticos, essa tendência é bastante pronunciada. Jogos sul-coreanos como *Black Desert Online*, *Tera* ou *Blade & Soul* tornaram-se notórios por apresentarem classes femininas altamente sexualizadas, com guerreiras vestindo armaduras que cobrem bem menos que as dos guerreiros homens, além de personagens com feições infantilizadas, mas proporções corporais exageradas (Hjorth; Chan, 2009).

Conforme descrevem Hjorth e Chan (2009, p. 5), os MMORPGs asiáticos frequentemente adotam uma "estética exageradamente sexualizada derivada da cultura otaku e das práticas do anime/mangá", onde personagens femininas "frequentemente exibem trajes que seriam inadequados ou impraticáveis em situações de batalha realista". Discussões em fóruns oficiais, como o do *Black Desert Online*, refletem frequentemente a insatisfação de jogadores ocidentais com essa estética, questionando por que "todas as armaduras femininas parecem saídas de um hentai", reivindicando opções mais funcionais e realistas (Paul, 2018).

Essa disparidade visual não é acidental; está enraizada em conceitos estéticos e culturais. Por um lado, a influência da estética anime/mangá e da cultura pop oriental produz uma aceitação naturalizada dessa hipersexualização, especialmente dentro da comunidade otaku (Galbraith, 2009). Por outro lado, existem motivações mercadológicas claras: a sexualização vende. Shaw (2014) afirma que executivos e designers são frequentemente encorajados a reforçar clichês sexuais porque esses designs são consistentemente mais lucrativos no mercado de jogos dominado pelo público masculino.

Silva et al. (2024), ao analisar personagens de *League of Legends*, concluem que a construção hipersexualizada de personagens femininas "reforça imperativos de gênero historicamente presentes na cultura gamer, perpetuando narrativas misóginas dentro do jogo" (Silva et al., 2024, p. 110). Esse design não surge no vácuo; ele se apoia numa cultura de jogos tradicionalmente dominada por homens, em que certas expectativas sobre o papel das mulheres foram naturalizadas. Ao limitar personagens femininas a aparências padronizadas e altamente sexualizadas, os jogos restringem a representação feminina, enquanto permitem aos personagens masculinos uma ampla diversidade de corpos, idades e estilos (Consalvo; Harper, 2009).

Fatores culturais também se entrelaçam nesse fenômeno. Em contextos asiáticos, a sexualização pode ser percebida como natural dentro de certas mídias populares. Por exemplo, o fenômeno "idol" no K-pop promove jovens artistas femininas com imagens altamente estilizadas e sensuais, moldando as expectativas estéticas na mídia digital mais ampla (Epstein; Joo, 2012). Contudo, paradoxos existem: a China possui políticas rigorosas de censura que frequentemente obrigam jogos importados a reduzirem níveis de sexualização explícita (Chow, 2015). Isso sugere que, embora haja aceitação de certas representações sensuais, existe também um limite imposto culturalmente e politicamente.

Do ponto de vista mercadológico, a hipersexualização frequentemente acompanha estratégias de monetização via itens cosméticos. Muitos jogos asiáticos free-to-play oferecem roupas modestas inicialmente, mas vendem na loja virtual diversos trajes sexualizados como produtos de destaque. Shaw (2014, p. 231) explica que "a sexualização das personagens femininas não é apenas uma escolha estética; é um produto em si mesmo, projetado para atrair um mercado específico e maximizar o lucro".

As consequências sociais e culturais dessa prática são consideráveis. Estudos indicam que a exposição frequente a personagens femininas hipersexualizadas pode influenciar negativamente atitudes e percepções sobre mulheres. Fox e Tang (2014, p. 316) encontraram correlações entre jogar com personagens sexualizadas e "o aumento de crenças sexistas e atitudes hostis em jogadores

masculinos". Para jogadoras mulheres, essa predominância de avatares femininos sexualizados frequentemente gera desconforto e sentimento de alienação. De acordo com Consalvo e Harper (2009, p. 2), "jogadoras frequentemente expressam frustração com a falta de opções realistas e não sexualizadas, sentindo-se compelidas a aceitar personagens que mais parecem pin-ups do que representações reais".

Apesar disso, iniciativas recentes apontam mudanças em curso. Sob pressão crítica, desenvolvedoras começaram a introduzir designs mais diversos, como a classe "Guardian" no jogo *Black Desert Online*, lançada em 2020, oferecendo uma personagem feminina forte e mais coberta (Pearce; Artemesia, 2021). Esses exemplos apontam possíveis caminhos alternativos ao modelo predominante.

4 A FIGURA FEMININA NOS JOGOS

Com o advento dos jogos digitais, novos espaços de representação foram criados. Muitos deles reproduzem estéticas que hipersexualizam os corpos femininos. *Black Desert Online* é um exemplo de jogo que oferece ferramentas extensas de personalização visual, mas limita a representação do feminino a padrões normativos de beleza: corpos magros, busto acentuado, trajes reveladores.

Anita Sarkeesian (2013) analisa esses padrões em sua série, disponível no YouTube, *Tropes vs. Women in Video Games*, destacando como eles reforçam o olhar masculino e a objetificação das personagens. Laura Mulvey (1975) define esse mecanismo como *male gaze* – a construção da mulher como objeto visual para o prazer masculino.

A ausência mais importante é a do olhar masculino controlador dentro da cena na tela. O ponto alto do drama emocional nos filmes mais típicos de Dietrich — seus momentos supremos de significado erótico — ocorre na ausência do homem que ela ama na ficção. Há outras testemunhas, outros espectadores que a observam na tela; o olhar deles se funde com o do público, não o substitui. (MULVEY, 1975, p. 813, tradução nossa)¹

Tal estética se manifesta também em *Black Desert*, onde mesmo opções de "armaduras" femininas não oferecem proteção visual ou símbolos de poder, mas funcionam como adornos corporais pensados para agradar um olhar externo.

Byung-Chul Han (2017), em *A sociedade da transparência*, aponta que vivemos uma era marcada pela hiperexposição e pela performatividade da imagem.

A coação por exposição nos rouba, em última instância, nossa própria face; já não é possível ser sua própria face. Desse modo, a absolutização do valor expositivo se expressa como tirania da visibilidade. O

¹ The most important absence is that of the controlling male gaze within the screen scene. The high point of emotional drama in the most typical Dietrich films, her supreme moments of erotic meaning, take place in the absence of the man she loves in the fiction. There are other witnesses, other spectators watching her on the screen, their gaze is one with, not standing in for, that of the audience.

problemático não é o aumento das imagens em si, mas a coação icônica para tornar-se imagem. Tudo deve tornar-se visível; o imperativo da transparência coloca em suspeita tudo o que não se submete à visibilidade. E é nisso que está seu poder e sua violência. (HAN, 2017, p. 23)

No contexto de Black Desert, essa lógica é amplificada: os avatares femininos se tornam vitrines de um ideal estético hegemônico, em que a personalização é vendida como liberdade, mas está condicionada a formas padronizadas de beleza e sensualidade.

O sistema de cosméticos digitais do jogo reforça ainda mais essa dinâmica. Os itens estéticos funcionam como marcadores de status e pertencimento no ambiente virtual. Pierre Bourdieu (2007), ao discutir o conceito de distinção, afirma que os gostos são construídos socialmente e operam como mecanismos de exclusão simbólica. Assim, pode-se inferir que em Black Desert, o investimento em visuais personalizados e exclusivos se traduz em capital simbólico. Ou seja, os jogadores que consomem mais tendem a obter mais reconhecimento dentro da comunidade.

Assim a estética do jogo não é neutra. Ela veicula uma ideologia de consumo e de gênero que perpetua formas de controle simbólico sobre o corpo feminino. Ainda que as ferramentas de customização sejam amplas, elas são moldadas por direções de design que privilegiam uma feminilidade erotizada, alinhada ao mercado e à lógica do entretenimento visual.

Esse contraste se torna ainda mais evidente quando comparado ao vestuário feminino do período entreguerras. Se Coco Chanel foi capaz de transformar a calça pantalone em um símbolo de emancipação, rompendo com os moldes estéticos e comportamentais impostos à mulher da Belle Époque, os jogos digitais de hoje parecem retomar, sob outra roupagem, o controle do corpo feminino – agora estetizado e performático em um mercado gamificado de aparências.

Ao naturalizar o uso das calças, Chanel antecipa o que viria a se tornar uma das maiores rupturas da moda do século XX. Mais do que uma provocação, a escolha estética é política: expressa a liberdade de movimento, a igualdade de condições e o rompimento com a fragilidade feminina imposta pela sociedade.

Gabrielle (“Coco”) Chanel desempenhou um papel decisivo nesse novo aspecto da moda feminina. Ela desenhou roupas com foco no conforto, na simplicidade e na aparência elegante, utilizando de forma inovadora o tecido de malha (jersey) e formas inspiradas no vestuário masculino. Após o sucesso de seu vestido de jersey, ela criou conjuntos com cardigãs, calças estilo marinheiro (“yachting pants”), pijamas de praia e o famoso item indispensável: o vestido preto simples. Outra contribuição de Chanel para a moda foi a ideia de que bijuterias chamativas e ostensivas poderiam representar riqueza real tanto quanto joias preciosas. Como perfeita personificação do estilo garçonne e da mulher independente, Chanel criou uma nova ética do vestir e forneceu um estilo para mulheres que estavam prontas para seguir suas próprias vidas ativas. (Kyoto costume institute, 2015. p. 293, tradução nossa)²

² Gabrielle (“Coco”) Chanel played a decisive role in this new aspect of women’s fashion. She designed clothing for comfort, simplicity, and chic appearance with an innovative use of jersey material and shapes borrowed from men’s clothing. After her jersey dress caused a sensation, she designed cardigan ensembles, sailor-style “yachting pants,” beach pajamas, and the

A partir da análise do design de moda no período entreguerras e do design digital de personagens femininas em Black Desert Online, torna-se possível estabelecer um paralelo crítico entre dois contextos históricos e culturais distintos que, ainda assim, compartilham disputas simbólicas em torno da imagem da mulher.

5 DO ESPARTILHO À GARÇONNE: RUPTURAS SIMBÓLICAS NO DESIGN DE MODA

No período entreguerras, a mulher passa a ocupar espaços até então reservados aos homens, como o trabalho nas fábricas, no campo e na indústria. O vestuário feminino responde a essas transformações: as saias encurtam, os tecidos tornam-se mais resistentes e utilitários, e o corpo feminino busca liberdade de movimento.

Gabrielle Chanel, como mencionado anteriormente, tem papel fundamental nesse contexto. A estilista, ao introduzir a calça pantalone, o jersey e os cortes retos, rompe com a moda, até então, majoritariamente decorativa da Belle Époque e propõe uma nova estética da praticidade, elegância e liberdade. Como apontado no livro “Fashion History: from the 18th to the 20th Century” do Kyoto Costume Institute (2015), Chanel cria uma “nova ética do vestir”, fornecendo um estilo para mulheres que estavam prontas para seguir suas próprias vidas ativas.

As “Flappers” e o estilo Garçonne, com seus vestidos retos, cabelos curtos e atitude de rejeição aos valores tradicionais, simbolizam a independência feminina na década de 1920. A calça, nesse contexto, não é apenas uma peça de roupa: é um manifesto político.

O jornalismo de moda não apenas registra essas transformações, mas atua como agente educativo, massificando essa nova imagem da mulher. A imprensa imprime em suas páginas essa nova estética como forma de ensinar à sociedade o que significa ser mulher em tempos de transformação.

A crise econômica de 1929, no entanto, impôs uma ruptura nesse processo de libertação estética. O recuo econômico e o conservadorismo social que se seguiu frearam as inovações dos anos 1920, levando a um vestuário mais recatado, sóbrio e estruturado.

A moda, como sistema simbólico, refletiu diretamente as tensões entre emancipação e controle, entre liberdade de movimento e recuo moral. A austeridade material imposta pela crise se traduziu em roupas menos luxuosas, cortes mais retos e uso restrito de tecidos – marcando uma inflexão entre o otimismo modernista do pós-guerra e a contenção do novo cenário global.

renowned must-have item, a simple black dress. Another of Chanel’s contributions to fashion was the idea that fashionable, ostentatious costume jewelry could represent real wealth as surely as jewels. The perfect embodiment of both the garçonne style and the independent woman, Chanel created a whole new dress ethic and supplied a style for women who were ready to pursue their own active lives.

5.1 Design como educação pela aparência

O design de moda e o design de jogos compartilham uma função pedagógica: ambos constroem subjetividades por meio da aparência. Conforme argumenta Paulo Freire (2015), é preciso uma educação que promova a consciência crítica. No entanto, como lembra o próprio autor, também há o risco da massificação e da domesticação simbólica, quando os sujeitos apenas reproduzem papéis sem refletir criticamente sobre eles.

Assim, o design de moda, ao ser amplificado pelo jornalismo, se torna um veículo de aprendizado e também de construção de significados, mas é necessário analisar até que ponto ele contribuiu para a emancipação feminina e não apenas para uma adaptação ao mercado de consumo e às lógicas patriarcais?

O jornalismo, enquanto veículo cultural e de massa, transcendeu a simples documentação das tendências da moda no período entreguerras. Ele se tornou o que a autora Mizukami (1986) apresenta como mediador educativo, especialmente pensando na abordagem crítica do processo de ensino da escritora. Por meio de reportagens, fotografias e artigos, o jornalismo contribuiu para consolidar o papel da mulher como trabalhadora e cidadã, ao mesmo tempo em que moldava esses e outros novos padrões de comportamento.

“A educação está intimamente ligada à transmissão cultural. A educação, pois, deverá transmitir conhecimentos, assim como comportamentos éticos, práticas sociais, habilidades consideradas básicas para a manipulação e controle do mundo/ambiente.” (Mizukami, 1986. p. 5).

Como aponta Paulo Freire (2015), a educação é um processo dialógico, que exige reflexão e ação. Assim, ao adotar peças como as calças ou silhuetas mais práticas, as mulheres não apenas refletiram as demandas do momento, mas também redefiniram seu um novo lugar na sociedade, apropriando-se de novas identidades.

Nesse sentido, o design de moda pode ser visto como uma "educação pela aparência", capaz de comunicar mensagens poderosas sobre papéis sociais, autonomia e igualdade de gênero. No entanto, Freire nos lembra que uma verdadeira educação libertadora exige mais do que a simples adoção de novos símbolos: é necessário um processo de conscientização crítica que permita questionar os sistemas de poder que limitam a emancipação.

Nos jogos digitais, como em *Black Desert*, a customização promete liberdade, mas está inserida numa lógica de mercado e de performatividade. Trata-se, muitas vezes, de um ritual estético, que reforça uma imagem erotizada da mulher sob a lógica do prazer visual.

Se o design de moda entre guerras permitiu um deslocamento simbólico da mulher — do doméstico ao público, do frágil ao funcional —, o design de personagens femininas nos games parece, muitas vezes, restaurar um modelo ornamental e controlado do corpo.

Por outro lado, Mizukami também nos oferece, assim como Freire, ferramentas para questionar a narrativa histórica: o jornalismo foi um aliado ou um agente de controle que limitou a emancipação feminina ao enquadrá-la dentro de padrões aceitáveis para a sociedade? Essa reflexão reforça mais uma vez a necessidade de um olhar crítico sobre o papel do jornalismo como instrumento educativo.

Assim como o design de moda se constituiu em um processo de mediação cultural e disciplinamento do corpo feminino, os jogos digitais contemporâneos assumem hoje esse papel. Em vez de apenas permitir experimentações visuais, eles impõem – por meio da lógica mercadológica dos avatares – um ideal performático de feminilidade.

A promessa de liberdade estética esconde, muitas vezes, uma pedagogia visual que normatiza comportamentos, identidades e pertencimentos. Essa continuidade entre o design de moda e o design de jogos, mediados por dispositivos culturais como o jornalismo e os sistemas gamificados, evidencia que o corpo feminino segue sendo campo de disputa simbólica e política.

6 IDENTIDADE E COSMÉTICOS DIGITAIS

Nos mundos virtuais, a identidade frequentemente é expressa visualmente, sendo que a aparência do avatar atua como extensão da personalidade do jogador, manifestando preferências estéticas, ideológicas ou culturais (Consalvo; Harper, 2009). Sherry Turkle (1995) observa que, em ambientes digitais, os indivíduos experimentam com múltiplas facetas de si mesmos, projetando identidades através de seus personagens. Os itens cosméticos são ferramentas centrais dessa projeção, permitindo ao jogador construir e expressar quem ele é (ou deseja ser) no universo do jogo.

Estudos na área dos *game studies* corroboram a importância da customização visual na expressão identitária. Klasturp e Tosca (2009), em um estudo sobre o *World of Warcraft*, argumentam que a moda no jogo funciona como um veículo de narrativa pessoal e individualização:

Em *World of Warcraft*, os jogadores usam roupas para contar histórias sobre quem são ou querem ser; eles montam aparências cuidadosamente escolhidas que refletem humor, personalidade ou status social dentro da comunidade virtual (Klasturp; Tosca, 2009, p. 4, tradução nossa).

Assim, jogadores não escolhem itens cosméticos aleatoriamente; eles contam histórias por meio das roupas e acessórios de seus personagens. Um guerreiro pode optar por trajes sombrios e ornamentados para enfatizar uma persona misteriosa e veterana, enquanto outro jogador adota um conjunto divertido e colorido para expressar excentricidade ou bom humor. Essa performatividade visual equivale, na esfera virtual, ao estilo pessoal na vida real. Assim como escolhemos roupas no cotidiano para sinalizar pertencimento a certos grupos (p. ex. punks, góticos, cosplayers), jogadores compõem visuais para encenar papéis e comunicar identidades no jogo (Taylor, 2006).

Klasturp e Tosca (2009) ressaltam ainda que mesmo a customização puramente estética possui uma função social clara de comunicação. Um exemplo ocorre no MOBA *Smite*, onde apenas jogadores

com alto nível de perícia conseguem desbloquear certas skins exclusivas; nesse contexto, a aparência torna-se um indicador direto de habilidade e dedicação (Paul, 2018). Similarmente, nos MMORPGs, jogadores frequentemente definem-se por seus visuais: “sou o mago de robe branco e cajado dourado”, apontando preferências estilísticas e identitárias.

Essa relação entre aparência e identidade virtual se conecta diretamente às teorias de Goffman (1959), para quem o indivíduo “encena” sua identidade para os outros em interações sociais, gerenciando cuidadosamente as impressões que deseja causar. Conforme Goffman (1959, p. 34), “as aparências pessoais são continuamente moldadas para comunicar mensagens específicas às audiências sociais”. No ambiente virtual, os itens cosméticos facilitam essa performance contínua e flexível da identidade, permitindo diferentes “figurinos” conforme o contexto ou estado de espírito.

Um aspecto crucial é que os itens cosméticos possibilitam a expressão de identidades múltiplas e fluidas. Jogadores podem assumir diferentes aparências segundo a ocasião ou contexto, algo semelhante a trocar de roupa no mundo real para se adequar a diferentes ambientes sociais. Essa possibilidade de múltiplas apresentações do self é discutida por Belk (2013), que aponta a importância das posses digitais para a formação do “self estendido” (*extended self*):

No ambiente digital, as posses virtuais podem se tornar tão significativas quanto as físicas, e sua perda pode acarretar impacto emocional semelhante à perda de objetos materiais que integram nosso self estendido” (Belk, 2013, p. 477, tradução nossa).

Martin (2008) descreve um caso de uma jogadora de *Second Life* que, após perder seu inventário digital por um erro técnico, recuperou posteriormente os itens mas relatou sentir-se “uma sombra do que já fui” (Martin, 2008, p. 99). Esse relato demonstra como as posses virtuais, muitas delas cosméticas, tornam-se profundamente integradas à identidade pessoal dos jogadores.

Além disso, a identidade social também é mediada por cosméticos. O avatar vestido comunica não apenas “quem eu sou”, mas também identidades sociais como gênero, etnia e pertencimento a subculturas gamer. Um estudo realizado por Nedd et al. (2020) aponta que jogadores frequentemente buscam cosméticos que representem suas identidades culturais e étnicas, enfrentando dificuldades quando tais opções são escassas ou estereotipadas:

A ausência de opções cosméticas que representem adequadamente a diversidade étnica e cultural pode causar sentimentos de exclusão e implicar em custos financeiros e emocionais adicionais para jogadores minoritários que desejam se ver representados no espaço digital (Nedd et al., 2020, p. 15, tradução nossa).

Ainda no eixo da identidade social, o gênero merece destaque particular. Escolhas cosméticas frequentemente dialogam com expectativas sociais de gênero dentro do jogo. Alguns jogadores deliberadamente subvertem estereótipos através da aparência dos avatares: homens vestem seus personagens masculinos com trajes considerados femininos, mulheres adotam visuais mais andróginos

ou ameaçadores para melhor se posicionarem em ambientes competitivos (Nakamura, 2002). Nakamura (2002, p. 15) aponta que essa experimentação visual com identidades de gênero pode ser "potencialmente emancipadora", permitindo aos jogadores explorar identidades não acessíveis ou restritas na vida offline.

Por outro lado, as opções cosméticas disponíveis muitas vezes reforçam visões estereotipadas e limitadas do masculino e feminino, restringindo a plena expressão identitária. Shaw (2014, p. 88) argumenta que "os designs cosméticos frequentemente reproduzem estereótipos tradicionais de gênero, limitando a expressão individual dos jogadores que desejam representar identidades fora dessas normas".

Dito isso, os elementos cosméticos digitais são ferramentas poderosas de construção identitária nos MMORPGs, atuando tanto no nível individual (expressão do self, exploração de identidades múltiplas) quanto coletivo (identidades sociais compartilhadas, cultura gamer, gênero, etnia). Eles permitem aos jogadores "escrever" visualmente sua identidade através da aparência do avatar, oferecendo um meio interativo para afirmar "quem sou eu neste mundo virtual" (Belk, 2013; Klastруп; Tosca, 2009). Essa capacidade traz empoderamento expressivo, mas também interage com normas culturais e limitações impostas pelo próprio design do jogo, questão que será explorada com mais profundidade na discussão sobre representação feminina.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar o design de moda e o design de jogos, torna-se evidente que ambos operam como linguagens poderosas na construção de identidades. O design não é neutro. Ele educa, normatiza, representa e performa.

A mulher do período entreguerras encontrou na moda uma forma de afirmar sua presença social. Já a mulher nos jogos digitais enfrenta, ainda hoje, barreiras estéticas que limitam sua pluralidade. Ao ser disseminado e comercializado, o design de moda perde parte da aura e se torna também mais um comportamento ritualizado ao invés de uma ação consciente.

O design pode ser uma ferramenta de emancipação, mas também um mecanismo de controle simbólico. Cabe ao olhar crítico distinguir quando a estética liberta e quando aprisiona.

A análise feita ao longo deste estudo mostrou que os cosméticos digitais, principalmente nos MMORPGs, estão longe de serem apenas enfeites visuais sem maior importância. Na verdade, eles estão profundamente conectados a dinâmicas culturais, sociais e econômicas desses mundos virtuais. São, ao mesmo tempo, formas de expressão pessoal, marcadores de status e ferramentas de pertencimento. Por meio da aparência dos avatares, os jogadores comunicam quem são (ou quem desejam ser), constroem laços com grupos específicos e até moldam sua posição dentro das estruturas simbólicas do jogo.

Ficou claro que esses itens, por mais intangíveis que pareçam, ajudam a estruturar verdadeiras economias internas nos jogos. A forma como são projetados, distribuídos e valorizados define muito do que é desejável ou raro, e isso impacta diretamente a forma como os jogadores se comportam. Escassez, estética e exclusividade viram critérios que atribuem valor – não apenas financeiro, mas social. Isso impulsionou modelos de negócio inovadores (e em certos casos, polêmicos), enquanto também moldou novas formas de socialização que giram em torno do consumo estético.

Por outro lado, essa mesma lógica traz consigo responsabilidades importantes. O estudo apontou como o design de cosméticos pode reforçar ou, com sorte, desconstruir estereótipos – especialmente de gênero. A hipersexualização de personagens femininas em diversos MMORPGs, notadamente os de origem asiática, aparece como reflexo de influências cruzadas: tradições culturais, estratégias de marketing voltadas ao público masculino, e a estética influenciada por animes e idols. Sim, alguns avanços podem ser notados na direção de uma maior diversidade, mas o caminho ainda é longo. O desafio é ampliar as opções identitárias disponíveis, quebrar estigmas antigos e permitir que todos os jogadores se sintam representados – e respeitados – dentro desses espaços digitais.

O que está em jogo, no fundo, é mais do que uma roupa bonita para um personagem. Estamos falando de decisões de design que influenciam como pessoas reais vivem, se expressam e se conectam com os outros no ambiente virtual. Como apontam autores como Bourdieu (2007), Butler (2003), Jenkins (2006), Taylor (2006) e Consalvo (2009), os jogos – e todos os seus componentes simbólicos – são produtos culturais que carregam disputas de sentido, normas sociais e estruturas de poder. O design de jogos, portanto, vai muito além da programação ou do visual: ele implica escolhas éticas, políticas e culturais que reverberam para além da tela.

No fim das contas, entender criticamente os cosméticos digitais nos jogos é entender também as transformações contemporâneas nas formas de consumo, de identidade e de sociabilidade. E isso é essencial para que os mundos virtuais do futuro sejam mais justos, expressivos e acolhedores – não só para quem gasta mais, mas para quem busca se ver representado, criar, se divertir e pertencer. Que o valor desses elementos não venha apenas do mercado, mas também da liberdade de imaginar, do prazer criativo e da celebração da diversidade. Porque, afinal, jogar é também uma forma de ser no mundo.

Ao revisitar o design de moda do período entreguerras e o design digital contemporâneo, fica evidente que tanto o jornalismo quanto as plataformas de mídia – impressa ou digital – cumprem o papel ambíguo de popularizar rupturas estéticas e, ao mesmo tempo, enquadrá-las em formatos aceitáveis ao mercado e ao olhar social dominante. Assim, a luta por liberdade visual, seja nos salões de costura ou nos espaços virtuais, é também um embate político que exige vigilância crítica constante. O design, nesse sentido, permanece sendo campo onde se negociam, performam e contestam significados em torno do corpo feminino e de sua representação social.

REFERÊNCIAS

- BELK, R. W. **Extended self in a digital world**. Journal of Consumer Research, v. 40, n. 3, p. 477-500, 2013.
- BESSIÈRE, K.; SEAY, A. F.; KIESLER, S. **The Ideal Elf: Identity Exploration in World of Warcraft**. CyberPsychology & Behavior, v.10, n.4, p.530-535, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Tradução de Maria Lúcia Machado; Reinaldo Guarany. Porto Alegre: Zouk, 2007.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.
- CHOW, V. **China and video game censorship**. Journal of Asian Media Studies, v. 3, n. 2, p. 120-132, 2015.
- CONSALVO, M.; HARPER, T. **Women and Games: Technologies of the Gendered Self**. Nova York: Routledge, 2009.
- CONSALVO, M.; HARPER, T. **Women and games: Technologies of the gendered self**. Routledge, 2009.
- DILL, K. E.; THILL, K. P. **Video game characters and the socialization of gender roles**. Sex Roles, v. 57, p. 851–864, 2007.
- DRIESMANS, K.; VANDENBOSCH, L.; EGGERMONT, S. **Playing a videogame with a sexualized female character increases adolescents' rape myth acceptance and tolerance toward sexual harassment**. Games for Health Journal, v. 4, n. 4, p. 282-291, 2015.
- EPSTEIN, S.; JOO, R. M. **The Korean Wave: Korean Popular Culture in Global Context**. Londres: Palgrave Macmillan, 2012.
- FREIRE, Paulo. **Educação como Prática da Liberdade**. 35. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.
- FOX, J.; TANG, W. Y. **Sexism in online video games**. Computers in Human Behavior, v. 29, p. 314-320, 2014.
- GALBRAITH, P. W. Moe: **Exploring virtual potential in post-millennial Japan**. Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies, 2009.
- GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1959.
- HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência**. Tradução de Enio Paulo Giachini. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.
- HJORTH, L.; CHAN, D. **Gaming cultures and place in Asia-Pacific**. Londres: Routledge, 2009.
- KLAstrup, L.; TOSCA, S. **"Because it just looks cool!" Fashion as character performance: The case of WoW**. Journal of Virtual Worlds Research, v. 1, n. 3, p. 3-17, 2009.
- KYOTO COSTUME INSTITUTE. **Fashion History: from the 18th to the 20th Century**. Köln: Taschen, 2015. (Biblioteca Universalis).
- LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- MARTIN, J. **Consuming code: Use-value, exchange-value, and the role of virtual goods in Second Life**. Journal of Virtual Worlds Research, v. 1, n. 2, p. 1-21, 2008.
- MIZUKAMI, Maria da Graça Nicoletti. **Ensino: as abordagens do processo**. São Paulo: EPU, 1986. (Temas básicos da educação e ensino)

- MULVEY, Laura. **Visual Pleasure and Narrative Cinema**. *Screen*, v. 16, n. 3, p. 6–18, Autumn 1975.
- NAKAMURA, L. **Cybertypes: Race, Ethnicity, and Identity on the Internet**. Nova York: Routledge, 2002.
- NEDD, J. et al. **Race and representation in video game avatars**. *Games and Culture*, v. 15, n. 8, p. 875-895, 2020.
- PAUL, C. A. **The Toxic Meritocracy of Video Games: Why Gaming Culture is the Worst**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2018.
- RHEINGOLD, H. **The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier**. Reading, MA: Addison-Wesley, 1993.
- SARKEESIAN, Anita. **Tropes vs Women in Video Games**. *Feminist Frequency*, 2013. Disponível em: <https://feministfrequency.com/video/tropes-vs-women-in-video-games/>. Acesso em: 9 jun. 2025.
- SHAW, A. **Gaming at the Edge: Sexuality and Gender at the Margins of Gamer Culture**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2014.
- SILVA, S. et al. **Representações femininas em League of Legends**. *Revista Estudos de Gênero*, v. 10, n. 2, p. 100-115, 2024.
- TAYLOR, T. L. **Play Between Worlds: Exploring Online Game Culture**. Cambridge, MA: MIT Press, 2006.
- TURKLE, S. **Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet**. Nova York: Simon & Schuster, 1995.