

Do tecido ao código e do código ao corpo: skins, moda e aparatos de linguagem nos jogos digitais

From Fabric to Code and from Code to Body: Skins, Fashion, and Language Apparatuses in Digital Games

Del tejido al código y del código al cuerpo: skins, moda y aparatos de lenguaje en los juegos digitales

DOI: 10.5965/259446301032026e9112

Taísa Vieira Sena

Pontifícia Universidade Católica do Paraná

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6682366416686468>. Orcid: 0000-0003-0314-9153.

Scopus: 60429807400. E-mail: taisa.sena@pucpr.br

Gláucio Henrique Matsushita Moro

Pontifícia Universidade Católica do Paraná

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3591463852878919>. Orcid: 0000-0002-7172-2153

Scopus: 57204690582. E-mail: glaucio.moro@pucpr.br

Gabriela Garcez Duarte

Pontifícia Universidade Católica do Paraná

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9478452525734470>. Orcid: 0000-0002-0359-5615

Scopus: 57224909861. E-mail: gabriela.garcez@pucpr.br



Licenciante: Revista de Ensino em Artes, Moda e Design, Florianópolis, Brasil.

Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Publicado pela Universidade do Estado de Santa Catarina

Copyright: © 2026 pelos autores.

Submetido em: 28/06/2026

Aprovado em: 24/09/2026

Publicado em: 01/10/2026

Resumo

O artigo investiga as *skins* em jogos digitais como formas contemporâneas de vestimenta mediadas por aparatos tecnológicos. Por meio de um estudo teórico-analítico, desenvolvido a partir de revisão bibliográfica interdisciplinar, articula moda, imagem técnica e cultura dos jogos para analisar como essas visualidades circulam entre materialidade e digitalidade, configurando identidades, práticas de consumo e performances. Parte-se da hipótese de que as *skins* não operam apenas como ornamentos cosméticos dos avatares, mas como aparatos de linguagem que programam modos de presença, distinção e reconhecimento nos ambientes digitais. Propõe-se, nesse contexto, o conceito de circuito amanal das *skins* para compreender o fluxo entre tecido, código, imagem e corpo, especialmente quando a vestimenta digital retorna à materialidade por meio de práticas como o *cosplay*. Conclui-se que o digital não rompe com a cultura material da moda, e sim reorganiza seus modos de produção, circulação e rematerialização.

Palavras-chave: *Skins*. Moda digital. Jogos digitais. Aparatos de linguagem. *Cosplay*.

Abstract

The article investigates skins in digital games as contemporary forms of dress mediated by technological apparatuses. Through a theoretical-analytical study developed from an interdisciplinary bibliographic review, it articulates fashion, technical image, and game culture to analyze how these visualities circulate between materiality and digitality, shaping identities, consumption practices, and performances. The study departs from the hypothesis that skins do not operate merely as cosmetic ornaments for avatars, but as language apparatuses that program modes of presence, distinction, and recognition within digital environments. In this context, the concept of the amanal circuit of skins is proposed to understand the flow between fabric, code, image, and body – particularly when digital dress returns to materiality through practices such as *cosplay*. The article concludes that the digital does not rupture with the material culture of fashion, but rather reorganizes its modes of production, circulation, and rematerialization.

Keywords: *Skins*. Digital fashion. Digital games. Language apparatuses. *Cosplay*.

Resumen

El artículo investiga las skins en los juegos digitales como formas contemporáneas de vestimenta mediadas por aparatos tecnológicos. Por medio de un estudio teórico-analítico, desarrollado a partir de una revisión bibliográfica interdisciplinaria, articula moda, imagen técnica y cultura de los juegos para analizar cómo estas visualidades circulan entre materialidad y digitalidad, configurando identidades, prácticas de consumo y performances. Se parte de la hipótesis de que las skins no operan únicamente como ornamentos cosméticos de los avatares, sino como aparatos de lenguaje que programan modos de presencia, distinción y reconocimiento en los entornos digitales. Se propone, en este contexto, el concepto de circuito amanoal de las skins para comprender el flujo entre tejido, código, imagen y cuerpo, especialmente cuando la vestimenta digital retorna a la materialidad a través de prácticas como el cosplay. Se concluye que lo digital no rompe con la cultura material de la moda, sino que reorganiza sus modos de producción, circulación y rematerialización

Palabras clave: Skin. Moda digital. Juegos digitales. Aparatos de lenguaje. Cosplay.

1 Introdução

A crescente convergência entre as indústrias da moda e dos videogames configura um fenômeno de relevância socioeconômica singular no contexto das transformações digitais contemporâneas. O desenvolvimento e a sofisticação dos ambientes virtuais imersivos, em especial o metaverso e as plataformas de jogos eletrônicos, têm impulsionado marcas de diferentes segmentos, notadamente da indústria da moda, a explorarem novas modalidades de interação com seus públicos e de criação de valor simbólico e comercial. Nesse cenário, as *skins*, indumentárias e acessórios digitais atribuídos aos avatares dos jogadores, emergem como objetos privilegiados de análise, na medida em que rearticulam práticas culturais do vestir em suportes tecnológicos inovadores, situando-se na fronteira entre tradição e inovação. Compreender essa rearticulação exige um olhar que transcenda a dimensão mercadológica e alcance as camadas simbólicas, identitárias e pedagógicas que envolvem o uso de um tipo de indumentária digital em espaços virtuais¹.

A indumentária, historicamente compreendida como um sistema de comunicação não verbal, opera como marcador de identidade,

1 Vale destacar que o artigo parte de um fenômeno que já integra o cotidiano das gerações Z e Alpha, as mesmas que hoje ocupam as salas de aula dos cursos de Design e Moda. Compreender como essas vestimentas digitais operam como sistemas de signos, distinção social e construção identitária é, portanto, uma questão que também se mostra relevante para aprimorar a formação dos estudantes em ambiente universitário, visando torná-los capazes de ler, analisar e criar para um campo que já não se limita ao espaço físico. Além disso, os autores são professores de disciplinas específicas sobre temas como Moda Digital, Games, NFTs e Metaverso; Criação de Mundos e Personagens; Narrativas Embutidas e Emergentes; e Negócios da Moda, nas quais os assuntos aqui abordados foram discutidos em sala de aula. Essas experiências docentes contribuíram para a formulação das questões discutidas neste trabalho e evidenciam possibilidades de articulação desses temas com práticas de ensino em Design e Moda.

pertencimento social e expressão cultural (Barnard, 2003). Ao migrar para os ambientes digitais, esse sistema não perde sua função estruturante, mas a reconfigura sob novas condições de produção e circulação. As *skins* dos videogames e dos ambientes de metaverso herdam, portanto, essa tradição semiótica do vestir, apresentando-a sob a mediação de aparatos tecnológicos que ampliam suas possibilidades expressivas e os contextos de sua recepção. A roupa virtual, assim como a física, comunica, distingue e renegocia subjetividades, ainda que o corpo que a sustenta seja digital e parametrizado.

A adoção do ambiente digital como espaço estratégico de atuação comercial não representa um reinício absoluto com as formas convencionais de consumo, mas sim uma reconfiguração das lógicas que orientam a produção, circulação e expressão de identidades por meio da moda. Conforme apontam Valiati e Wink Junior (2013), tanto a moda quanto os games integram o campo das indústrias criativas, caracterizadas pela geração de valor econômico a partir de ativos simbólicos e criativos. Nessa perspectiva, as colaborações estratégicas entre esses dois setores, analisadas por Gundolf, Jaouen e Gast (2018) como mecanismos de compartilhamento de recursos e ampliação de mercado, constituem práticas que reconfiguram os modos de produção e consumo da moda na contemporaneidade sem perder as características deste campo, ao mesmo tempo em que abrem novas frentes de investigação para o Design e a Moda enquanto disciplinas acadêmicas.

O aprimoramento contínuo das tecnologias digitais tem possibilitado às empresas o desenvolvimento de modelos de negócios fundamentados na experiência imersiva de marca, nos quais o ambiente virtual funciona não apenas como vitrine, mas como espaço de co-criação e engajamento afetivo com o consumidor. Nesse contexto, as *skins* não são meros adereços estéticos: devem refletir preferências identitárias dos jogadores, expressar conexões emocionais com personagens e universos ficcionais e, simultaneamente, operar como vetores de visibilidade e desejabilidade de marca. A presença de marcas de moda nos jogos é percebida positivamente pelos jogadores, que tendem a avaliá-la como estrategicamente coerente, o que contribui para o fortalecimento da reputação dessas tanto dentro quanto fora do espaço digital.

A aproximação das marcas com as gerações Z (nascidos a partir de 1997) e Alpha (nascidos a partir de 2010) por meio da oferta de itens virtuais nos jogos, evidencia uma lógica de engajamento que articula identidade, pertencimento e consumo em ambientes digitais (Gerações..., 2022). Tais gerações, caracterizadas por uma relação de naturalidade e fluência com as tecnologias digitais, constituem um público particularmente receptivo às experiências de moda mediadas por plataformas interativas. Para esses sujeitos, a distinção entre o consumo no espaço físico e no espaço virtual tende a ser cada vez menos nítida, o que impõe às marcas a necessidade de operar com consistência estética e narrativa em ambos os registros. A *skin* adquirida no ambiente do jogo pode, assim, ser compreendida como uma extensão do repertório identitário do jogador; uma forma de autorrepresentação que dialoga com as mesmas motivações que orientam as escolhas de indumentárias no cotidiano físico.

Marcas de diferentes posicionamentos de mercado, do segmento de luxo, como *Louis Vuitton*, *Dolce & Gabbana*, *Balenciaga* e *Gucci*, ao *fast fashion*, como *Zara* e *Renner*, têm adotado estratégias que direcionam o consumidor do universo virtual para o espaço físico de varejo, por meio de coleções que reproduzem as *skins* disponíveis nos jogos (Serafim, 2022). Tal movimento evidencia a porosidade entre o ambiente físico ou virtual na disseminação da moda contemporânea, e aponta para um fenômeno de rematerialização: imagens e objetos indumentários gestados no espaço digital encontram correspondência em produtos físicos, circulando entre os dois registros de forma complementar e retroalimentada. Essa dinâmica insere novos vetores e dinâmicas de difusão e ressignificação de estilos e repercute, demandando investigações teórico-metodológicas capazes de apreender um sistema, então ainda mais complexo.

É nessa direção que o *cosplay* se insere como prática cultural significativa para a compreensão do percurso das *skins* para além dos ambientes virtuais. O termo tem sido utilizado justamente para se referenciar às vestes que procuram reproduzir, por meio de indumentárias físicas confeccionadas artesanalmente ou industrialmente, personagens oriundos dos universos dos games, do cinema, das animações e das histórias em quadrinhos. Assim, o *cosplay* opera como espaço de rematerialização criativa das imagens digitais. Trata-se de uma prática que articula cultura participativa, habilidades técnicas de produção têxtil e vestuário, e

profundo engajamento com as narrativas e estéticas dos universos ficcionais de referência. O *cosplay*, portanto, não apenas prolonga a vida das *skins* para além das telas, mas as insere em novos contextos de produção de sentido, nos quais o corpo físico torna-se suporte de uma identidade aprimorada na interface entre o real e o imaginário digital.

Diante desse panorama, o presente artigo tem como objetivo analisar as *skins* em jogos digitais como formas contemporâneas de vestimenta mediadas por aparatos de linguagem, investigando como elas reorganizam práticas culturais do vestir, processos de identificação, consumo simbólico e performance visual entre o espaço digital e o corpo físico. Parte-se da hipótese de que essa circulação de imagens e objetos indumentários não se encerra no ambiente digital, mas se prolonga em processos de rematerialização, especialmente no *cosplay*, constituindo um circuito amanal entre tecido, código, imagem e corpo. Pretende-se, assim, contribuir para o debate acadêmico sobre as interseções entre moda, tecnologia e cultura digital, com ênfase nas implicações para o ensino e a pesquisa em Design e Moda.

Metodologicamente, o artigo configura-se como um estudo teórico-analítico, de abordagem qualitativa, desenvolvido a partir de revisão bibliográfica interdisciplinar nos campos da moda, da cultura material, da imagem técnica e dos estudos de jogos digitais. A análise articula contribuições sobre moda, distinção social e corpo vestido; imagem técnica, representação e aparatos de linguagem; e técnica, mediação e amanalidade. Além disso, mobiliza casos documentados de aproximação entre marcas de moda e jogos digitais, bem como práticas de rematerialização da vestimenta digital, especialmente o *cosplay*, como eixos interpretativos para compreender a circulação das *skins* entre tecido, código, imagem e corpo.

2 Vestir é programar?

A indumentária constitui um complexo sistema de comunicação não verbal disponível aos sujeitos na vida social. Vestir-se não é um ato trivial de cobertura do corpo: trata-se de uma prática cultural carregada de simbolismos diversos, por meio da qual os indivíduos negociam continuamente sua posição no espaço social, expressam afiliações

identitárias e fazem a manutenção de suas relações com o outro. Nessa perspectiva, a moda, enquanto sistema organizado de signos, práticas e valores que regula o vestir em determinados contextos históricos e culturais, constitui um campo privilegiado de investigação para as ciências humanas e sociais, na medida em que articula dimensões estéticas, econômicas, psicológicas e políticas da experiência coletiva.

A contribuição teórica de Pierre Bourdieu para a compreensão da moda como prática de distinção social e expressão cultural, é incontornável. Para o sociólogo francês, os múltiplos sistemas de símbolos que compõem o universo da moda configuram expressões culturais, isto é, manifestações de sentido e de valor atribuídas pelos grupos sociais aos objetos ao longo de suas trajetórias sociohistóricas. A moda, assim como as demais práticas culturais, suas estratégias de sociabilidade e seus mecanismos de controle, constitui um domínio no qual os indivíduos e os grupos se mantêm coesos ou se dissociam por meio da transmissão, comunhão ou diferenciação de sentidos compartilhados. O gosto, categoria central na obra bourdieusiana, não é uma disposição natural ou inata: trata-se de uma construção social que resulta do processo de socialização pelo qual os sujeitos incorporam as disposições características de seu grupo de origem, formando o que Bourdieu denomina *habitus*, sistema de esquemas práticos de percepção, apreciação e ação que orienta os comportamentos sem, contudo, determiná-los de forma mecânica.

Essa perspectiva encontra formulação precisa no texto seminal de Bourdieu e Delsaut, publicado em 1975 sob o título "O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia". Neste trabalho, os autores mobilizam dois conceitos fundamentais da sociologia bourdieusiana (no campo e capital simbólico) para elucidar o intrincado diálogo entre o poder econômico dos grupos sociais e o poder simbólico dele decorrente. Ao analisar a dinâmica de funcionamento do campo da alta costura, o texto expõe as relações entre os agentes que o integram, suas instâncias de pertencimento e suas tomadas de posição, evidenciando de que modo o gosto estético se polariza em função das posições ocupadas pelos grupos no espaço social. A moda, compreendida como prática que traduz tendências de gosto, pode e deve ser pensada como expressão de um conjunto de disposições do *habitus* construído pelo e no processo de

socialização, o que implica reconhecer que o ato de vestir é, simultaneamente, ato de posicionamento social.

A análise sociológica de Georg Simmel oferece uma perspectiva igualmente fecunda para a compreensão da moda como sistema de mediação social. Para Simmel (1988), a moda é capaz de materializar dualidades como o individual e o coletivo, bem como a imitação e a diferenciação. A moda expressa, portanto, necessidades sociais e psicológicas, oferecendo, simultaneamente, instrumentos que aproximam e distanciam os indivíduos. De um lado, a moda possibilita a coesão intragrupal por meio da partilha de códigos estéticos e práticas de consumo; e de outro, a diferenciação de estilos. Há, portanto, uma tensão constitutiva no fenômeno da moda: se, por um lado, ela oferece ao indivíduo um esquema de submissão ao comum, uma docilidade às normas de sua época, por outro, constitui uma das formas pelas quais os indivíduos salvaguardam sua intimidade e identidade diante dos semelhantes.

O seguir a moda exprime, assim, um jogo dialético entre os indivíduos e as forças socializadoras externas: a aceitação de uma regra social fornece amparo diante da variedade de opções disponíveis, movimento correspondente à aproximação de um grupo, ao *habitus* grupal, ao mesmo tempo em que reserva um espaço de projeção e expressão da individualidade, no uso particular e singularizado de um comportamento, movimento de afastamento do grupo, de afirmação do *habitus* individual.

A moda atua, portanto, sobre o campo das aparências, sobre as facetas da vida orientadas para a sociedade, completando a identidade social dos sujeitos. Não se trata de uma dimensão superficial ou meramente decorativa da existência: as escolhas indumentárias são escolhas de valor, de posicionamento, de pertencimento. No quarto de vestir, ao se escolher uma roupa, escolhe-se, sobretudo, um conjunto de valores e uma posição no espaço social. Com sua plasticidade e seus valores culturais, é o corpo, por algumas de suas partes, que se impõe à plástica da moda, e, nesse jogo enunciativo, o vestir faz ver o que a sociedade valoriza, incluindo as dimensões do gênero, da sexualidade, da classe e da etnicidade (Oliveira, 2005).

A expressão do corpo e da roupa realiza-se pelo movimento, o cinetismo, característica singular que confere à indumentária uma dimensão performativa e relacional. Entwistle (2000, p.7, tradução nossa) afirma “a moda é sobre corpos: ela é produzida, promovida e exibida através dos corpos”. As múltiplas interações entre os corpos moventes, em especial aquelas nas quais a roupa veste o corpo, ou, de forma igualmente válida, o corpo veste a roupa, instauram as presenças do eu a si mesmo, aos outros, ao mundo e às coisas que constituem tanto as visibilidades de um quanto as dos outros. O vestir é, nessa chave de leitura, um ato de instauração de presença: um modo de aparecer e de ser reconhecido no campo social. A roupa cobre o corpo e o performa, produzindo efeitos de sentido que circulam nas trocas intersubjetivas e organizam as hierarquias perceptivas da vida coletiva e em meio às diferentes normas sociais.

Para além do campo simbólico e do pertencimento social, a moda oferece ainda aos sujeitos formas de prazer e de fruição nos atos de se vestir, tanto física quanto digitalmente. O contato entre corpo e roupa constitui um amplificador de sensações do qual se podem extrair qualidades singulares de bem-estar ou mal-estar, conforto ou incômodo, advindos da peça que se veste. O próprio gosto de si mesmo e do outro é o que leva o sujeito a experimentar um conjunto de vivências sensíveis instauradas pelas interações entre seu corpo e a roupa, entre sua aparência e performance, entre sua visibilidade e sua sociabilidade, experiências que o sujeito atravessa como ordem de vivência dos sentidos e da razão, com passagens abertas do inteligível ao sensível.

É nesse horizonte teórico que se torna possível, e necessário, estender a análise do vestir para os ambientes digitais, reconhecendo nas *skins* dos videogames e das plataformas de metaverso, uma modalidade contemporânea das mesmas práticas simbólicas que estruturam a indumentária física. As *skins* não são ornamentos indiferentes ou elementos puramente decorativos dos avatares digitais: são, à semelhança das roupas no mundo físico, sistemas de signos por meio dos quais os jogadores emulam, diferenciam-se, performam e negociam suas identidades no espaço virtual. A lógica que rege a escolha de uma *skin* é estruturalmente análoga àquela que orienta a escolha de uma peça de roupa: ambas respondem a disposições do *habitus*, a lógicas de distinção e

pertencimento, a desejos de expressão individual e de reconhecimento coletivo.

Assim como o corpo físico e a roupa tomam parte nas práticas sociais e em suas ações na construção identitária do sujeito em suas performances cotidianas no mundo, o corpo digital e as *skins* desempenham papel ativo na formação identitária e exercem uma intervenção marcante nas interações sociais, tanto no âmbito individual quanto no coletivo. O avatar vestido com determinada *skin* não é um mero personagem em um ambiente lúdico: pode atuar como uma projeção do sujeito no espaço digital, uma extensão de sua subjetividade mediada por aparatos tecnológicos que ampliam e reconfiguram os modos de aparecer, de ser reconhecido ou de passar despercebido. A identidade que se expressa por meio da *skin* é tão real, em termos de seus efeitos sociais e psicológicos, quanto aquela que se expressa por meio da indumentária física.

Essa homologia estrutural entre o vestir físico e o vestir digital convida a uma reflexão de como as teorias fundamentais do campo da moda podem ser realocadas de seu contexto originário, centrado no corpo físico, na matéria têxtil e nos circuitos de produção e consumo da moda convencional, para os novos contextos de produção simbólica engendrados pelas tecnologias digitais, enquanto novas dinâmicas de difusão de gostos, estilos e *habitus* podem imergir e emergir do físico para o virtual e vice-versa.

As investigações que relacionam os domínios do corpo e da vestimenta com o da moda, em articulação com a cultura, conduzem à compreensão dos produtos, objetos e usos sociais como manifestações das mais férteis do modo pelo qual os sujeitos se posicionam no mundo e constroem seus processos de formação identitária. Modos e modas, definições de lugares, alocações de sujeitos, tudo isso se desdobra em um campo que o corpo em ação habita e ressignifica por meio do rol de comportamentos e práticas sociais que estabelece, agora também no espaço digital.

Da mesma forma que a análise do campo da alta costura revelou, na obra de Bourdieu e Delsaut (1975), os mecanismos de produção e legitimação do gosto na sociedade moderna, a análise do campo das *skins* nos

videogames pode revelar os mecanismos contemporâneos pelos quais o gosto se constitui no digital, circula e se hierarquiza.

As *skins* de marcas de luxo disponíveis em jogos como *League of Legends* ou *Fortnite* não são fenômenos isolados de estratégia mercadológica: são expressões de um campo simbólico em formação, no qual capitais econômicos e simbólicos se entrecruzam de modo a produzir novas formas de distinção social, reconhecíveis e valorizadas pelos jogadores que permeiam esses universos digitais. A presença de uma *skin* exclusiva ou de edição limitada no avatar de um jogador produz efeitos de prestígio e distinção que replicam, no espaço virtual, a dinâmica destaca por Bourdieu. Assim como um modismo que possa se difundir por emulações de *skins* ou suas partes, ou ainda, finalizar para iniciar outro ciclo de moda por meio de customizações de *skins*, por exemplo, refletindo um mecanismo dual identificado por Simmel na moda do ambiente físico.

O contato entre o avatar e a *skin*, à semelhança do contato entre corpo e roupa, é, igualmente, um amplificador de sensações e experiências identitárias. No caso do ambiente digital, as qualidades sensíveis associadas ao vestir físico, conforto, incômodo, prazer estético, encontram correlatos funcionais na melhora de performance atribuída a certas *skins*, na satisfação estética produzida pela coerência entre a identidade do jogador e a aparência de seu avatar, ou ainda na sensação de pertencimento a determinadas comunidades de jogadores que compartilham referências visuais e estéticas comuns. O gosto de si mesmo e do outro, que Oliveira (2005) identifica como motor das vivências sensíveis instauradas pela inter-relação entre corpo e roupa, opera também no universo digital, mediado pelos aparatos tecnológicos que constituem o suporte do vestir contemporâneo.

Compreender as *skins* como uma forma de vestir é, portanto, reconhecer a continuidade profunda entre as práticas culturais do vestir que atravessam a história humana e suas reconfigurações nas plataformas digitais contemporâneas. Não se trata de uma ruptura, mas de uma extensão, mediada pela tecnologia, das mesmas dinâmicas simbólicas, identitárias e relacionais que já faziam moda do campo da moda, estimulando a relação dos sujeitos com a indumentária. Vestir, seja no espaço físico ou no digital, é um ato de expressão e de negociação identitária: é, em última instância,

uma forma de programar a própria presença no mundo, e é precisamente essa analogia que o título desta seção busca evocar. O código da roupa e o código do programa digital convergem, no espaço das *skins*, para produzir novas formas de subjetividade e de sociabilidade que o campo do ensino em Design e Moda é instado a compreender, analisar e incorporar em suas práticas pedagógicas e investigativas.

3 Aparatos de linguagem e construção do visível

Compreender as *skins* como formas contemporâneas de vestimenta digital exige deslocar a análise da roupa enquanto objeto isolado para o conjunto de mediações que tornam essa roupa visível, operável e socialmente significativa nos ambientes digitais. Não se trata apenas de perguntar o que a *skin* representa, e sim de compreender como ela aparece, por quais sistemas técnicos se torna perceptível, de que modo é colocada em circulação e quais regimes de reconhecimento passa a organizar. Nesse sentido, as *skins* devem ser pensadas no interior de aparatos de linguagem: sistemas técnicos, culturais e estéticos que condicionam simultaneamente a produção, a circulação e a percepção das imagens.

O aparato, aqui, não é entendido como um dispositivo técnico isolado, reduzido à máquina, ao software ou à tela. Trata-se antes de um sistema de mediações que articula tecnologias, códigos, interfaces, práticas sociais, valores culturais e formas de percepção. Um aparato organiza modos de ver e de fazer ver. Ele não apenas transmite imagens previamente existentes, mas participa ativamente de sua constituição, definindo as condições pelas quais algo pode aparecer como imagem, como objeto de desejo, como identidade e como presença social. Assim, a imagem não é tomada como reflexo imediato de uma realidade exterior, mas como resultado de uma cadeia de operações materiais, simbólicas e técnicas.

Essa perspectiva aproxima-se da reflexão de Flusser (2002) sobre as imagens técnicas, compreendidas como imagens produzidas por aparelhos programados. Para o autor, as imagens técnicas não são simples registros do mundo, mas superfícies produzidas por operações codificadas, cuja aparente transparência oculta a complexidade dos programas que as tornam possíveis. A imagem técnica parece oferecer acesso imediato ao visível, mas é, na verdade, resultado de uma série de mediações que

envolvem cálculo, programação, interface e operação. No caso dos jogos digitais, essa condição torna-se ainda mais evidente: as imagens não apenas representam algo, mas respondem a comandos, deslocam-se, atualizam-se em tempo real e integram sistemas de regras que orientam ações e experiências, entradas e saídas, intenções e diretrizes (*inputs*), imagem e produtos finais (*outputs*).

As *skins* pertencem plenamente a esse regime das imagens técnicas. Elas existem como arquivos, modelos, texturas, códigos visuais e instruções de renderização que, ao serem processadas pelo jogo, tornam-se aparências vestíveis para os corpos-avatar. Sua existência não é puramente visual nem puramente material: é informacional, operacional e performativa. A *skin* só se realiza como imagem quando acionada por um sistema técnico e incorporada a um avatar em movimento; ela também se realiza como linguagem quando é vista, reconhecida e interpretada no interior de uma comunidade de jogadores. Desse modo, a *skin* não pode ser compreendida apenas como ornamento cosmético, mas como uma forma de programação da presença.

Essa dimensão programática aproxima as *skins* daquilo que Manovich (2001) identifica como traço fundamental das novas mídias: sua constituição por meio de códigos digitais, modularidade, variabilidade e automação. Diferentemente da roupa física, cuja materialidade se organiza a partir do tecido, do corte, da costura e do contato direto com o corpo, a *skin* se organiza a partir de bancos de dados, motores gráficos, parâmetros visuais e sistemas de interação. Entretanto, essa diferença não elimina a continuidade simbólica com a moda. Ao contrário, desloca o vestir para um novo regime técnico, no qual a aparência é composta, atualizada e performada por meio de códigos. Vestir, nesse contexto, passa a significar também selecionar, ativar e exibir uma configuração visual programada.

O jogo digital, portanto, não é apenas o suporte onde a *skin* aparece. Ele é o aparato que define as condições de visibilidade da *skin*. É o jogo que determina o que pode ser vestido, como essa vestimenta se move, em que contextos será percebida, quais efeitos visuais poderá produzir e procura prever possíveis tipos de distinção a partir dela. A interface, por sua vez, organiza a relação entre jogador, avatar e imagem, convertendo escolhas estéticas em formas de presença no espaço lúdico. O jogador não veste

diretamente a *skin* como veste uma roupa física; ele a seleciona por menus, inventários, lojas digitais, sistemas de recompensa ou compra. O gesto do vestir passa, assim, pela mediação de comandos, telas, regras de acesso e economias internas ao jogo, aproximando-se de outras práticas de consumo mediadas por interfaces digitais, como a compra de roupas em lojas virtuais.

É nesse ponto que a noção de aparato de linguagem se torna produtiva para o campo da moda. A *skin* não apenas cobre um corpo digital: ela produz uma legibilidade para esse corpo. Ela torna o avatar reconhecível como pertencente a determinado universo estético, a uma comunidade, a uma narrativa, a uma marca ou a uma posição de consumo. Como toda linguagem, ela depende de códigos compartilhados. Uma *skin* rara, uma colaboração com uma marca de luxo, uma aparência associada a determinado evento ou temporada, ou ainda uma configuração visual vinculada a uma comunidade específica, só adquire valor porque circula em um campo no qual esses signos são reconhecidos e hierarquizados.

Nesse sentido, a *skin* opera como imagem e como enunciado visual. Ela comunica sem necessariamente recorrer à palavra. Sua força está na capacidade de fazer ver uma identidade, um gosto, uma afiliação ou uma distinção. Essa operação aproxima-se da concepção de Hall (1997), para quem a representação não é apenas reflexo de sentidos previamente dados, mas processo ativo de produção de significados. As *skins* representam não porque espelham diretamente o jogador, mas porque participam da construção social de sua identidade no ambiente digital. Elas oferecem ao sujeito um repertório visual por meio do qual sua presença pode ser performada, percebida e interpretada pelos outros.

A relação entre *skin* e avatar, portanto, não deve ser pensada como uma simples sobreposição entre roupa e corpo digital. O corpo-avatar é ele próprio resultado de um aparato técnico e imagético. Ele não preexiste plenamente à sua aparência, pois sua existência social no jogo depende do modo como se torna visível. A *skin* singulariza esse corpo, convertendo uma presença genérica ou padronizada em uma presença socialmente legível. Ela dá forma à aparição do jogador no espaço digital e participa da construção de sua performance. Assim como a vestimenta física possibilita

negociar modos de aparecer no mundo social, a *skin* renegocia modos de aparecer no mundo programado do jogo.

Essa construção do visível também envolve relações de identidade, consumo e distinção. A visibilidade não é neutra: ela é estruturada por acessos, valores, raridades, marcas, temporalidades e formas de circulação. Algumas *skins* são gratuitas, outras são pagas; algumas são amplamente disponíveis, outras dependem de eventos específicos, temporadas encerradas, colaborações exclusivas ou investimentos financeiros elevados. O aparato técnico do jogo, nesse sentido, articula-se a um aparato econômico e simbólico. Ele não apenas permite ver, mas define quem pode acessar determinadas formas de aparência e quais aparências serão percebidas como desejáveis, raras ou prestigiosas. A reflexão de Benjamin (1987) sobre a reproduzibilidade técnica permite tensionar esse ponto. Se a modernidade técnica deslocou a obra de arte de seu regime aurático tradicional, os ambientes digitais parecem produzir formas paradoxais de raridade e distinção dentro de sistemas amplamente reproduzíveis. A *skin* é tecnicamente copiável, mas economicamente controlada; é imagem digital, mas pode ser artificialmente escassa; circula em massa, mas pode operar como signo de exclusividade. Assim, a lógica da moda encontra no jogo digital um novo território de atualização: a distinção não depende mais apenas da posse material de um objeto, mas da visibilidade programada de uma aparência em um ambiente compartilhado.

Por isso, a *skin* deve ser compreendida como imagem operacional. Ela não é apenas contemplada, ela é usada. Ela acompanha deslocamentos, combates, danças, gestos, poses, transmissões ao vivo, capturas de tela e compartilhamentos em redes sociais. Sua visualidade é inseparável da ação. A *skin* existe em movimento, em performance, em circulação. Nesse ponto, ela se aproxima das linguagens audiovisuais e videográficas, nas quais a imagem não é somente superfície fixa, mas acontecimento temporal, relacional e performativo. Como aponta Moro (2024) ao discutir a linguagem do vídeo, a imagem técnica contemporânea deve ser compreendida em suas manifestações, isto é, em seus modos de aparecer, circular, afetar e produzir presença.

Essa perspectiva permite compreender a passagem da moda para os jogos não como simples digitalização da roupa, mas como reorganização dos próprios modos de vestir. O vestir digital é mediado por aparatos que transformam a roupa em imagem técnica, a aparência em interface e a identidade em performance visual programada. Ao mesmo tempo, essa mediação não elimina o corpo; ela o desloca. O corpo físico permanece implicado no gesto de escolha, no desejo de reconhecimento, no consumo, na identificação com o avatar e, posteriormente, nas práticas de rematerialização, como o *cosplay*. O corpo não desaparece diante do código: ele retorna por meio dele.

Dessa forma, os aparatos de linguagem dos jogos digitais instauram novas condições para a construção do visível. Eles fazem da *skin* uma vestimenta expandida, situada entre a moda, a imagem técnica, a interface e a performance. A *skin* veste o avatar, mas também programa uma presença, organiza uma leitura social e inscreve o jogador em circuitos simbólicos de pertencimento, distinção e desejo. É a partir dessa compreensão que se pode avançar para a análise do vestir no jogo, não como gesto secundário ou meramente estético, mas como prática central de constituição da identidade visual nos ambientes digitais.

4 Vestir no jogo: imagem, interface e presença

A crescente penetração das marcas de moda nos ambientes digitais imersivos configura um dos fenômenos mais significativos da convergência contemporânea entre cultura, tecnologia e consumo. O universo dos videogames e das plataformas de metaverso deixou de ser percebido pela indústria da moda como um espaço periférico ou de nicho, passando a ser reconhecido como um território estratégico de alto potencial para a construção de marca, o engajamento de novas audiências e a experimentação de modelos inovadores de relação com o consumidor. Essa reorientação estratégica não é fortuita: ela responde a transformações profundas nos padrões de consumo e de sociabilidade das gerações que cresceram imersas em tecnologias digitais como os games e para as quais a fronteira entre o mundo físico e o virtual está cada vez mais ofuscada. Para as gerações Z e Alpha, o avatar que habita o espaço do jogo não é um personagem externo ao sujeito: é uma extensão de sua

subjetividade, um alter ego digital por meio do qual se projetam desejos, valores e afiliações identitárias e as quais encontram, no espaço físico, afinidades estéticas em suas escolhas de indumentárias no cotidiano. É precisamente nessa homologia entre o vestir físico e o vestir digital que reside o fundamento da estratégia das marcas de moda ao investirem na criação e comercialização de *skins* para os avatares dos jogadores.

Do ponto de vista técnico, as *skins* configuram roupas virtuais que recobrem os avatares nos ambientes digitais de jogo, podendo englobar, a depender do gênero e da mecânica do jogo em questão, desde vestuário e acessórios até elementos de caracterização de equipamentos, como as *skins* para armas presentes nos jogos de tiro em primeira pessoa (Camacho, 2022). Em diálogo com Pereira *et al.* (2024), é possível distinguir, no interior dos ambientes de jogo, bens digitais voltados à obtenção de vantagens competitivas, usualmente associados à lógica *pay to win*, e bens de natureza estética, que modificam a aparência dos personagens sem interferir diretamente em seu desempenho técnico. O presente artigo parte dessa distinção, mas desloca a análise para a dimensão simbólica das *skins*, articulando-a aos aparatos de linguagem e ao conceito de circuito amaneirado. As *skins* cosméticas integram essa segunda categoria, e é precisamente sua dimensão estética e expressiva, desvinculada de qualquer funcionalidade instrumental, que as aproxima das lógicas de consumo de moda no espaço físico. Elas são adquiridas não pela função prática, mas por sua dimensão estética e simbólica: pelo que comunicam sobre o gosto, a identidade e o posicionamento social de quem as escolhe. Assim, as *skins* constituem o elo central dessa nova possibilidade econômica para as marcas de Design e Moda, então fomentada especialmente pelo capital simbólico tal qual uma indumentária. São itens digitais, que englobam vestuário, acessórios e elementos de personalização visual, disponibilizados pelas marcas para uso dos avatares dentro dos jogos.

Essa distinção é fundamental para compreender sua dimensão simbólica: ao não influírem no desempenho técnico do jogador, as *skins* revelam que sua função primordial não é instrumental, mas expressiva. Elas existem para exercer mais as funções estética e simbólica, comunicando gostos, posições e identidades no espaço social do jogo, revelando, no ambiente

digital, algumas das lógicas que estimulam o consumo de moda no mundo físico.

A aquisição de *skins* desempenha um papel significativo na constituição da expressão do jogador dentro do ambiente do jogo, uma vez que auxilia na criação e externalização de uma identidade digital. Esse processo encontra respaldo na perspectiva teórica de Miller (2013), segundo a qual os objetos materiais e por extensão, os objetos digitais funcionam como representações simbólicas dos sujeitos que os possuem e utilizam, operando como mediadores da construção e da comunicação identitária. As *skins*, à semelhança das roupas no mundo físico, são mobilizadas com fins de personalização, tanto dos avatares no espaço virtual quanto dos consumidores que, por meio desses avatares, se expressam e se posicionam socialmente. O consumo de *skins* é, portanto, um consumo simbólico: não se compra apenas um item com base na função prática, mas um conjunto de significados, de afiliações e de distinções que circulam no campo social do jogo e para além dele.

O conceito de consumo simbólico, articulado ao universo dos jogos on-line e de seus avatares (Denegri Knott; Molesworth, 2012), permite compreender de que modo as práticas de aquisição de *skins* se inserem em dinâmicas mais amplas de construção de sentido e de afirmação identitária. No consumo simbólico, o valor dos bens não reside primariamente em suas propriedades funcionais práticas ou materiais, mas nos significados socialmente partilhados que lhes são atribuídos, significados que os tornam instrumentos de diferenciação, pertencimento e expressão do self. Nesse registro, a *skin* adquirida por um jogador não é apenas uma alteração visual de seu avatar: é uma declaração pública de gosto, de afiliação a determinadas comunidades de jogadores, de familiaridade com referências estéticas específicas e, em muitos casos, de poder aquisitivo, dado que as *skins* de marcas de luxo ou de edições limitadas implicam investimentos financeiros consideráveis. O espaço do jogo torna-se, assim, um campo social no sentido bourdieusiano: um espaço estruturado por posições e disposições, no qual capitais simbólicos e econômicos se convertem e se hierarquizam segundo lógicas próprias.

A dimensão econômica desse fenômeno é igualmente relevante para sua compreensão. Pesquisa conduzida pela Sociedade Brasileira de Varejo e

Consumo (SBVC) em parceria com a PiniOn revelou que 30% da geração Z já se encontra inserida no metaverso, 64% são adeptos dos jogos on-line e 54% adquirem *skins* com regularidade para seus avatares, com gasto médio mensal na faixa de R\$ 500,00, indicadores que evidenciam o potencial econômico desse novo universo virtual como campo promissor para marcas e empresas (Nuru, 2022). Esses dados ganham ainda maior expressividade quando cotejados com os resultados de pesquisa realizada pela Newzoo em 2023, com uma amostra de 74.295 respondentes distribuídos por 36 países. O estudo revelou que 79% da população mundial interage, de alguma forma, com jogos digitais, com destaque para a geração Alpha (94%), a geração Z (90%) e os *millennials* (82%). Ademais, 87% dos jogadores relatam ter adquirido conteúdos dentro dos jogos, e 47% declaram estar mais propensos a comprar de uma marca que esteja em destaque em seu jogo favorito – dado que evidencia a eficácia das colaborações entre marcas, plataformas e *streamers* como estratégia de influência sobre as decisões de consumo (Newzoo, 2023). Diante desse cenário, marcas de diferentes posicionamentos de mercado, do mercado de luxo, como Gucci, Louis Vuitton, Burberry, Balenciaga e Ralph Lauren, ao fast fashion, como Nike e Renner, ingressaram no espaço digital, criando lojas virtuais, promovendo desfiles de moda em ambientes imersivos e comercializando itens de suas coleções em formato de *skin* para os avatares dos jogadores (Barbosa, 2022). Essas iniciativas permitem que os usuários do metaverso experimentem produtos e estilos de formas exclusivas, enquanto ampliam o alcance das marcas para além dos canais convencionais de distribuição e comunicação. A entrada das marcas de luxo nesse espaço é particularmente significativa do ponto de vista simbólico: ao transporem para o ambiente digital os códigos estéticos e os valores de exclusividade que definem seu posicionamento no ambiente físico, essas marcas contribuem para a reprodução, no espaço virtual, das hierarquias de gosto e distinção social que estruturam o campo da moda.

A *skin*, como vestimenta digital, participa da constituição do corpo no ambiente do jogo, passando a operar não apenas em dimensão estética, mas também identitária e relacional. A *skin* singulariza o corpo-avatar, convertendo uma aparência inicialmente padronizada em um corpo posicionado, reconhecível e dotado de uma identidade visual que comunica ao coletivo do jogo quem é aquele sujeito, com quais grupos se

identifica e quais valores difunde. Nesse sentido, a *skin* funciona como uma interface — no sentido técnico e cultural do termo, entre o jogador e o espaço social do jogo: é por meio dela que o sujeito se torna visível e legível para os outros jogadores, que sua presença adquire consistência e que sua performance identitária se realiza. A presença do jogador no espaço do jogo é, fundamentalmente, uma presença visual, e a *skin* é o dispositivo por meio do qual essa presença se constitui e se comunica.

Essa dimensão de interface das *skins* implica reconhecer que elas não existem como objetos autônomos, mas dependem da interação para existir como imagem e como experiência. A *skin* só se realiza plenamente quando em movimento, quando o avatar que a veste interage com o ambiente e com os outros avatares, quando é vista e reconhecida pelos demais jogadores, quando produz efeitos de sentido que circulam no espaço social do jogo. Há, aqui, uma analogia precisa com a indumentária física: a roupa também não existe plenamente enquanto objeto isolado no armário, ela se realiza quando veste o corpo, quando este corpo se move e se relaciona com outros corpos, quando os códigos estéticos que ela veicula são reconhecidos e interpretados no campo social, ainda que em ambientes regidos por normas contemporâneas, lúdicas ou fantásticas. Essa situação reafirma o observado por Entwistle (2000) sobre a moda como um campo de abrangência social para além de mero resultado industrial - roupa, corpo e sujeito são percebidos como uma totalidade. O vestir, seja físico ou digital, é um ato social, relacional e performativo, que pressupõe a presença de quem veste e sua existência perante os outros como condição de sua efetivação.

A estratégia adotada por diversas marcas de lançar simultaneamente coleções de *skins* nos jogos e coleções físicas correspondentes no varejo convencional, de modo que os jogadores possam adquirir e usar roupas idênticas às *skins* de seus avatares, é particularmente reveladora dessa continuidade entre o vestir físico e o vestir digital (Serafim, 2022). Essa estratégia não apenas explora a fidelidade dos jogadores às marcas presentes em seus jogos favoritos, mas produz um circuito simbólico no qual a identidade aprimorada no espaço virtual encontra materialização no espaço físico, e vice-versa. O jogador que veste, no cotidiano físico, a mesma roupa que seu avatar usa no espaço do jogo realiza uma manutenção de suas identidades digital e física, afirmando uma

subjetividade que transita fluidamente entre os dois registros. A moda torna-se, nesse movimento, o dispositivo privilegiado de articulação entre o eu físico e o eu digital, entre a presença corporal no mundo material e a presença imagética no mundo virtual.

Compreender a *skin* como vestimenta digital que constitui o corpo no ambiente do jogo é, portanto, reconhecer que o vestir contemporâneo não se limita ao espaço físico, mas se estende ao espaço digital como um de seus domínios constitutivos. A análise dessa extensão, de suas lógicas simbólicas, de suas implicações identitárias e de suas conexões com as práticas pedagógicas e investigativas do campo do ensino em Design e Moda — é o que as seções subsequentes deste artigo se propõem a desenvolver, tomando como fio condutor a trajetória das *skins* desde sua criação e circulação nos ambientes digitais até sua rematerialização nas práticas de *cosplay*.

5 Do têxtil ao código e do código ao corpo

A emergência das *skins* como objetos de consumo nos ambientes digitais de jogo representa um momento singular na história da indumentária: a roupa passa a existir, em muitos casos, primeiramente como código, isto é, como conjunto de instruções visuais processadas por uma máquina e renderizadas em uma interface digital, antes de retornar, eventualmente, à condição de artefato têxtil. Essa mudança não rompe com a história da moda, mas evidencia a permanência das práticas culturais do vestir sob novas condições técnicas.

Nesse percurso, a *skin* pode ser compreendida como vestimenta técnica e imagética, situada entre o desenho, o código, a interface e o corpo. Ela parte de referências materiais e estilísticas da moda, transforma-se em imagem operável no ambiente do jogo e pode retornar ao corpo físico por meio de práticas como o *cosplay*. Esse movimento constitui o que propomos chamar de circuito amanal das *skins*: um fluxo não linear entre tecido, código, imagem e corpo, no qual o vestir se realiza por mediações técnicas, interfaces, comandos, sistemas de renderização e regimes de reconhecimento visual.

A noção de amaterialidade, em diálogo com Álvaro Vieira Pinto, permite compreender a técnica para além da ação manual direta sobre a matéria, considerando formas mediadas de operação em que o sujeito age por meio de aparelhos, comandos e sistemas (Vieira Pinto, 2005). No caso das *skins*, o vestir não se realiza inicialmente pelo contato entre corpo e tecido, mas por mediações técnicas de seleção, programação, renderização e reconhecimento visual. Trata-se, portanto, de um vestir mediado por aparatos. A amaterialidade, nesse sentido, não indica ausência de corpo ou de técnica, mas o deslocamento do gesto de vestir para sistemas programados que mediam a relação entre sujeito, imagem e materialidade.

Assim, o digital não elimina a cultura material da moda, mas reorganiza seus modos de produção, circulação e reaparição. Ao passar pelo *cosplay*, a *skin* deixa de ser apenas imagem técnica e retorna como indumentária confeccionada, reinterpretada e performada no corpo físico. Em diálogo com a noção de amaterialidade de Vieira Pinto (2005) e com a compreensão da imagem como construção simbólica, tecnológica e cultural em Moro (2016), esse circuito evidencia que a moda digital não substitui a materialidade do vestir e sim a desloca, expande e reinscreve em novos regimes de visibilidade.

A evolução tecnológica impôs ao setor da moda a necessidade crescente de integrar projetos alinhados com as demandas da moda digital e das novas tecnologias, e as grandes marcas foram as primeiras a reconhecer e explorar o potencial simbólico e mercadológico das *skins* como vetores de extensão de suas identidades corporativas para o espaço virtual. Um dos casos mais emblemáticos dessa convergência é a colaboração estabelecida, em 2019, entre a maison Louis Vuitton e a empresa de jogos Riot Games, por ocasião do campeonato mundial do jogo *League of Legends*. A parceria resultou no desenvolvimento de *skins* para personagens do jogo e na criação de uma maleta exclusiva para o troféu do campeonato, assinada pelo então diretor criativo da marca, Nicolas Ghesquière (LolSports Staff, 2019; Redação Vogue, 2019). Essa colaboração insere-se em uma narrativa ficcional do próprio jogo, na qual cinco personagens (Qiyana, Senna, Akali, Ekko e Yasuo) integram um grupo musical denominado *True Damage*, na qual a Louis Vuitton participou da criação de apenas duas *skins* da coleção, destinadas às personagens Qiyana e Senna.

A primeira *skin*, para a personagem Qiyana, foi lançada em 10 de novembro de 2019, mesmo dia da final do campeonato mundial, e ficou disponível para aquisição até 25 de novembro daquele ano (Redação Vogue, 2019). A segunda, para a personagem Senna, foi disponibilizada em 6 de fevereiro de 2020, podendo ser adquirida mediante troca por cem pontos de prestígio, obtidos com dinheiro real na loja do jogo (Favis, 2020). Em entrevista ao jornal The Washington Post, o diretor de arte da Riot Games observou que a personagem Senna se porta com senso de dignidade e prestígio, qualidades que, em sua avaliação, se alinham naturalmente à identidade da marca Louis Vuitton.

Essa observação é reveladora, pois evidencia que a escolha dos personagens para receberem as *skins* de marca não foi aleatória, mas responde a critérios de coerência identitária e simbólica que orientam as estratégias de posicionamento de marcas de luxo no espaço físico. A *skin* de luxo deve vestir um avatar que encarne os valores da marca, assim como a roupa de luxo deve vestir um corpo que comunique, pela postura, pelo contexto e pela performance, ou seja, pelo *habitus* que legitima e é legitimado por esse tipo de consumo.

Contudo, para além do luxo e seguindo o percurso do código digital para o corpo físico, a prática do *cosplay* oferece uma chave importante para compreender a rematerialização das *skins*. Diferentemente das estratégias de exclusividade associadas às marcas de luxo, o *cosplay* desloca a circulação da vestimenta digital para práticas participativas, nas quais repertórios visuais dos jogos são reinterpretados por sujeitos e comunidades por meio da confecção, adaptação e performance de figurinos. O *cosplay*, no qual os praticantes constroem figurinos próprios com materiais disponíveis ao grande público - como tecidos, malhas, espumas, resinas, entre outros - incorpora o momento de rematerialização das *skins*: é o ponto do circuito amanal em que o código digital retorna ao corpo físico, revestindo-o com estética e identidade de um personagem existente, primariamente, como imagem em movimento em uma tela. Essa rematerialização não é uma simples cópia ou reprodução mecânica da *skin* digital: é uma interpretação criativa, mediada pelas habilidades técnicas do *cosplayer* (sujeito que veste o *cosplay*), pelas possibilidades e limitações dos materiais disponíveis e pelas escolhas estéticas que singularizam cada

figurino produzido, tal qual as indumentárias subculturais eram criadas pelos próprios usuários.

O *cosplay* mobiliza, portanto, um conjunto amplo de saberes técnicos, artesanais, projetuais e performativos e atua como um vetor de disseminação de moda típico do chamado “de baixo para cima” - do nicho para o mercado, embora esteja se utilizando de referências oriundas de um mercado tecnológico. O *cosplayer* que reproduz uma *skin* de *League of Legends*, por exemplo, realiza uma tradução intersemiótica: transfere signos visuais de um objeto digital para materiais têxteis e tridimensionais, produzindo um artefato que é, simultaneamente, uma homenagem ao personagem original e uma expressão de competências técnicas e indumentária voltada à performance identitária no espaço social das convenções e eventos desse elemento de cultura pop referenciado.

Neste artigo, o *cosplay* não é tomado como estudo de caso empírico isolado, mas como uma prática cultural que permite interpretar a passagem da vestimenta digital para sua reconstrução material. Sua relevância está em evidenciar como imagens originalmente programadas para corpos-avatares podem ser traduzidas em processos de modelagem, escolha de materiais, montagem, acabamento e performance corporal. É neste movimento, do têxtil ao código e do código ao corpo, que o circuito amaneirado se completa e revela sua natureza cíclica e generativa.

As marcas de moda que criam *skins* para videogames partem de referências têxteis e estéticas construídas no espaço físico para produzir objetos digitais; esses objetos digitais circulam nos ambientes de jogo e nas comunidades de jogadores, acumulando capital simbólico e afetivo; e parte desse capital simbólico retorna ao corpo físico por meio do *cosplay*, que rematerializa as imagens digitais em artefatos têxteis e performáticos. Esse circuito não é linear nem unidirecional: em cada etapa, os objetos que circulam, sejam *skins* digitais, sejam figurinos de *cosplay*, são transformados, reinterpretados e ressignificados pelos sujeitos que os produzem, consomem e performam. A tradição indumentária e a inovação tecnológica não se opõem nesse circuito: elas se alimentam mutuamente, produzindo formas inéditas de vestir e de se fazer presente no mundo.

6 Conclusão

A análise desenvolvida neste artigo permitiu compreender as *skins* em jogos digitais como formas contemporâneas de vestimenta mediadas por aparatos de linguagem. A partir de um estudo teórico-analítico, sustentado por revisão bibliográfica interdisciplinar, argumentou-se que essas visualidades não rompem com a cultura material da moda, mas reorganizam seus modos de produção, circulação, reconhecimento e rematerialização. Nesse percurso, as *skins* evidenciam a continuidade das práticas culturais do vestir em ambientes digitais, ao mesmo tempo em que deslocam o gesto de vestir para sistemas programados, interfaces e formas de presença visual.

Por um lado, a presença das *skins* nos jogos digitais amplia as possibilidades de atuação das marcas de moda, que passam a explorar ambientes virtuais como espaços de visibilidade, consumo e construção simbólica. Por outro, práticas como o *cosplay* evidenciam que essa circulação não permanece restrita às estratégias comerciais das marcas, pois pode ser reinterpretada por sujeitos e comunidades em processos de confecção, adaptação e performance. Desse modo, a *skin* circula entre mercado, imagem técnica e cultura participativa, articulando distinção, pertencimento e expressão identitária sem se limitar a uma oposição simples entre consumo e autonomia.

Algo que demonstra que os avanços tecnológicos não competem com o campo da Moda, mas o sustentam e permitem uma continuidade renegociada de seus meios simbólicos e de produção. Os aparatos de linguagem, apesar de programáveis e, portanto, condicionantes em suas limitações tecnológicas, acabam por fazer parte de um jogo mais amplo e anterior: o da experiência física e da cultura material, bem como da ainda necessária busca ontológica dos sujeitos por negociar a identidade com o meio.

Talvez tais considerações estejam já englobadas na complexidade do próprio termo "*skin*", que significa "pele" em inglês. A amaterialidade pode ser compreendida como um processo relacional em que, diante de uma necessidade, os sujeitos mobilizam aquilo que está à mão (materiais, técnicas, imagens, códigos e interfaces) e transformam esses elementos em

Do tecido ao código e do código ao corpo:
skins, moda e aparatos de linguagem nos
jogos digitais

Taísa Vieira Sena
Gláucio Henrique Matsushita Moro
Gabriela Garcez Duarte

linguagem e ferramentas de criação. E essa ferramenta circula. A vestimenta é necessidade, e também é circulação. Sua metáfora digital carrega consigo todas essas características de uso e consumo. A vestimenta que leva o nome de pele traz, em si, a ideia do quanto a roupa, quando intencionalmente adornada, carrega simbolismos diversos e complexos que a tornam indumentária. Algo que indica que o campo da Moda é suficientemente consolidado e rico em cultura material e capital simbólico para permear dispositivos tecnológicos antes inimaginados em sua história, reafirmando que *skins* não representam uma ruptura com o vestir, mas uma nova etapa de sua contínua ressignificação².

² Correção gramatical realizada por:
Marcelo Machado Martins,
Bacharelem Letras, habilitado como
Tradutor e Intérprete Português/Inglês,
Licenciado em Letras Português/Inglês
pela UNIP (1992). Lattes:
<http://lattes.cnpq.br/9084914012461108>, E-mail:
machadomartins@yahoo.com.br

Declaração de conflito de Interesses

Os autores declaram não ter conhecimento de conflitos de interesses financeiros ou relacionamentos pessoais que possam ter influenciado o trabalho relatado neste artigo.

Declaração de Contribuição dos Autores e Colaboradores (CRediT - Contributor Roles Taxonomy)

Concepção do trabalho: Taísa Vieira Sena e Gláucio Henrique Matsushita Moro

Metodologia: Taísa Vieira Sena e Gláucio Henrique Matsushita Moro

Validação: Taísa Vieira Sena, Gláucio Henrique Matsushita Moro e Gabriela Garcez Duarte

Redação – Rascunho Original: Taísa Vieira Sena e Gláucio Henrique Matsushita Moro

Redação – Revisão e Edição: Taísa Vieira Sena, Gláucio Henrique Matsushita Moro e Gabriela Garcez Duarte redigiram, revisaram e aprovaram o documento final.

Declaração de Uso de Inteligência Artificial

Durante a preparação deste trabalho, os autores utilizaram ChatGpt com a finalidade de verificar a gramática e auxiliar na tradução dos resumos. Após o uso dessa ferramenta/serviço, os autores revisaram, e editaram o conteúdo conforme necessário, assumindo total responsabilidade pelo conteúdo do artigo publicado.

Material suplementar

Todos os dados necessários para reproduzir os resultados estão contidos no próprio artigo.

Agradecimentos

Não Aplicável.

Referências

ANDÒ, Romana et al. Understanding fashion consumption in the networked society: a multidisciplinary approach. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON FASHION COMMUNICATION: BETWEEN TRADITION AND FUTURE DIGITAL DEVELOPMENTS, 2019. *Proceedings* [...]. Cham: Springer, 2019. p. 3–8.

BARBOSA, Andressa. Conheça 10 marcas que já atuam no metaverso. **Forbes**, São Paulo, 8 jan. 2022. Disponível em: <https://tinyurl.com/4xzhsy97>. Acesso em: 2 jul. 2026.

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BOURDIEU, Pierre; DELSAUT, Yvette. O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia. In: BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença**: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. São Paulo: Zouk, [1975] 2002.

CAMACHO, Karla. O que é skins? **Proddigital Pop**, [S. l.], 3 out. 2022. Disponível em: <https://tinyurl.com/afn9amts>. Acesso em: 10 fev. 2026.

DENEGRI KNOTT, Janice; MOLESWORTH, Mike. Introduction to digital virtual consumption. In: DENEGRI KNOTT, Janice; MOLESWORTH, Mike (ed.). **Digital virtual consumption**. New York: Routledge, 2012. p. 1–8.

ENTWISTLE, Joanne. **The fashioned body: fashion, dress and modern social theory**. Cambridge: Polity Press, 2000.

FAVIS, Elise. League of Legends hero Senna gets a Louis Vuitton makeover. **The Washington Post**, 6 fev. 2020. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/video-games/2020/02/06/league-legends-hero-senna-gets-louis-vuitton-makeover/>. Acesso em: 10 fev. 2026.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Annablume, 2002.

GERAÇÕES Alpha e Z e o consumo de moda digital. **Meio & Mensagem**, São Paulo, 2022. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br>. Acesso em: 24 jun. 2025.

GUNDOLF, Katherine; JAOUEN, Annabelle; GAST, Johanna. Motives for strategic alliances in cultural and creative industries. **Creativity and Innovation Management**, v. 27, n. 2, p. 148–160, 2018.

HALL, Stuart. The work of representation. In: HALL, Stuart (org.). **Representation**: cultural representations and signifying practices. London: Sage, 1997.

LOLESPORTS STAFF. Louis Vuitton joins Worlds 2019. *League of Legends*, 23 set. 2019. Disponível em: <https://nexus.leagueoflegends.com/en-us/2019/09/louis-vuitton-joins-worlds-2019/>. Acesso em: 20 set. 2026.

MANOVICH, Lev. *The language of new media*. Cambridge: MIT Press, 2001.

MILLER, Daniel. *Trecos, troços e coisas*: estudos antropológicos sobre a cultura material. São Paulo: Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2013.

MORO, Gláucio H. M. Manifestações do vídeo: linguagem e teatralidade. *EntreLetras*, Araguaína, v. 15, n. 2, p. 200-214, 2024. DOI: <https://doi.org/10.70860/ufnt.entreletras.e18881>.

MORO, Gláucio Henrique Matsushita. *Pictograma e pictografia*: objeto, representação e conceito. 2016. Tese (Doutorado em Tecnologia) — Programa de Pós-Graduação em Tecnologia, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2016.

NEWZOO. *How consumers engage with video games today*: Newzoo's Global Gamer Study 2023. Amsterdam: Newzoo, 2023. Disponível em: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/global-gamer-study-free-report-2023>.

NURU, Carin. 30% dos jovens da “geração Z” estão imersos no metaverso, diz estudo. *InvestNews*, São Paulo, 1 jun. 2022. Finanças. Disponível em: <https://tinyurl.com/3j3vjtud>. Acesso em: 10 set. 2023.

OLIVEIRA, A. C. de. Espaços-tempos (pós-) modernos ou na moda, os modos. In: GINSBURG, J.; BARBOSA, A. M. (org.). *O pós-modernismo*. São Paulo: Perspectiva, 2005. p. 513.

PEREIRA, Talita Cristina Coelho; PÉPECE, Olga Maria Coutinho; SILVA, Lair Barroso Arraes Rocha; SENRA, Karin Borges. Moda e jogos eletrônicos imersivos: um estudo sobre o consumo de *skins*. *Projética*, Londrina, v. 15, n. 2, p. 1-39, set. 2024. DOI: <https://doi.org/10.5433/2236-2207.2024.v15.n2.50005>. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/50005>. Acesso em: 19 set. 2025.

REDAÇÃO VOGUE. Louis Vuitton cria skins para personagens da True Damage, banda virtual do League of Legends. *Vogue Brasil*, 30 out. 2019. Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2019/10/louis-vuitton-cria-skins-para-personagens-da-true-damage-banda-virtual-do-league-legends.gh.html>. Acesso em: 19 set. 2025.

SERAFIM, Luiza. Moda no metaverso: marcas levam *skins* para as lojas físicas. *Vogue Brasil*, São Paulo, 2022. Disponível em: <https://vogue.globo.com>. Acesso em: 25 jun. 2025.

SIMMEL, Georg. *Sobre la aventura*: ensayos filosóficos. Barcelona: Ediciones Península, 1988.

Do tecido ao código e do código ao corpo:
skins, moda e aparatos de linguagem nos
jogos digitais

Taísa Vieira Sena
Gláucio Henrique Matsushita Moro
Gabriela Garcez Duarte

VALIATI, Leandro; WINK JUNIOR, Marcos Vinício. Economia criativa: reflexões sobre o campo no Brasil. **Economia & Tecnologia**, Curitiba, v. 9, n. 4, p. 5-18, 2013.

VIEIRA PINTO, Álvaro. **O conceito de tecnologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005. 2 v.