

## UMA NOVA VISÃO DO PROFISSIONAL DE MODA NO DESENVOLVIMENTO DE JOGOS DIGITAIS.

*A new vision of the fashion professional in the development of digital games.*

Santos, Gabriela de Medeiros; Graduanda; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, gabimsantos15@gmail.com

Rocha, João Gomes da; Mestrado; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, Joviolonista@hotmail.com

**Resumo:** O avanço das tecnologias reflete em diferentes áreas do conhecimento, entre elas está a moda e os jogos digitais. Mesmo que indústrias diferentes, o estudo demonstra a relação entre estas áreas, sendo pela necessidade de conhecimentos ou usufruir de sua tecnologia; o principal objetivo é demonstrar como designers de moda podem contribuir na produção de jogos e visualizar uma nova oportunidade de trabalho em uma indústria em ascensão como a indústria de jogos digitais.

**Palavras chave:** Moda; Games; Figurino.

**Abstract:** The advancement of technologies is reflected in different areas of knowledge, including fashion and digital games. Even though they are different industries, the study demonstrates the relationship between these areas, whether due to the need for knowledge or to take advantage of their technology; the main objective is to demonstrate how fashion designers can contribute to the production of games and visualize a new job opportunity in a growing industry such as the digital games industry.

**Keywords:** Fashion; Games; Costume.

### Introdução

A moda seguiu a história desde os tempos remotos, começou como uma forma de proteção contra as mudanças de temperaturas e à medida que a civilização evoluiu, seus significados modificaram-se, tornando-se hoje um dos meios de transmitir indicadores sociais ou políticos (Cruz, 2017). Assim como a moda, os jogos digitais saíram de um simples passatempo infantil e virou uma nova febre entre jovens e adultos (Reis e Cavichioli, 2014, p. 312), chegando ao ponto de terem profissionais que trabalham oficialmente com essa área, como *pro-players* e *streamers*.

Essas áreas possuem suas próprias peculiaridades, público alvo e técnicas, entretanto, se for analisado, a moda é essencial na produção dos figurinos de personagens e para a moda, os softwares utilizados para criação em 3D é uma nova técnica em procurar para produção mais efetiva de roupas. E por meio de uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo, demonstra a relação possível de trabalho entre ambas as

indústrias.

Para isto, o estudo irá abordar o que é os jogos digitais, do avanço da tecnologia de gráficos, a utilização de softwares de jogos para composições de coleções, exploração dos figurinos dos personagens por grandes empresas de moda, os problemas de sexualização do vestuário feminino nos jogos. Além disso, destacamos sobre os profissionais que se relacionam com os jogos, os *softwares* de criação de vestuários em 3D e como esses mercados podem atender novos *design* de moda que estão se formando.

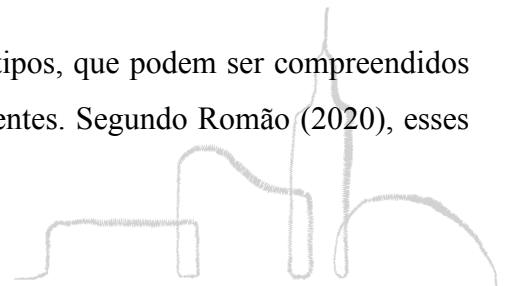
### Moda X Games

Utilizado como meio de lazer ou diversão, os jogos digitais atualmente se tornam mais populares entre os indivíduos, influenciado pelos seus gráficos, enredo ou figurino. Segundo Reis e Cavichioli (2014), os jogos ou games conhecidos pela comunidade, possuem seus diferentes gêneros e por isso, atraem desde o público infantil ao adulto. Segundo dados apresentados pela *Global Games Market Report* (2021), o mercado de jogos possui uma expectativa de aumento em até 7,2% a mais em renda financeira que nos anos anteriores, chegando a faturar mais de R\$200 bilhões até o ano de 2024. Contudo, **como seria a relação da moda ou do design de moda na construção dos jogos digitais?** Para isso, é necessário ter em evidência o que a moda representa na nossa sociedade.

A roupa pode ser uma utilização para proteção, mas também, segundo Oliveira et.al (2014), com o avanço das civilizações, ela se tornou um modo de diferenciação, seja ele político, social, pessoal; sendo responsável pela identificação de um grupo ou de algum indivíduo que faça parte de um, assim, não perdendo sua personalidade. Da mesma forma que um indivíduo no mundo real possui sua personalidade que pode ser expressa por uma forma de se vestir, um personagem de jogos digitais também possui sua personalidade, sendo perceptível ao primeiro contato visual, por causa do seu figurino.

A caracterização é um ponto importante, porque se não for bem executado, pode atrapalhar a experiência do usuário durante a jogabilidade. Para isso, segundo Amorim et al. (2016), o profissional responsável pelo desenvolvimento de personagens, *character design*, deve pensar na época que o personagem está incluído, em sua importância para o ambiente e trama. Então, o desenvolvimento deste se dá por meio de um longo estudo e com uma vasta equipe de criação, onde o conhecimento de moda e tendências pode auxiliar nesta construção. Nesse ponto, é importante discutir sobre a sexualização do corpo feminino nos jogos virtuais.

Na produção dos personagens, se utiliza diferentes tipos de arquétipos, que podem ser compreendidos como padrões comuns entre personagens, mesmo sendo em obras diferentes. Segundo Romão (2020), esses



padrões são formados por estereótipos, onde as personagens femininas são vistas como frágeis e que o figurino mostra muita as curvas, são coladas e com muitos decotes. Um exemplo é o jogo *Bayonetta* de 2009, que demonstra personagens de ação com roupas muito justas e bastante decotadas. Outro jogo ao qual é apresentado uma sexualização das personagens femininas, é o jogo *Honkai Impact 3r*, onde as personagens possuem figurinos decotados e curtos. Uma forma de corrigir essa caracterização, é a utilização de figurinos alternativos, conhecidas como *skins*, que podem ser de alguns elementos ou do vestuário como completo, como uma variação de tema.

A *Riot Games*, uma empresa conhecida por ter jogos como *League of Legends*, um jogo de ação e batalha de multijogadores, possui esse sistema de *skins* para os personagens que são pagos para serem obtidos em sua grande maioria. No ano de 2019 o jogo realizou em colaboração com a marca de luxo *Louis Vuitton*, não somente uma coleção de roupas reais, mas uma *skin* para a personagem Qiyana, sendo assinada pelo estilista Nicolas Ghesquière. (Metrópolis, 2019). Outro jogo conhecido por fazer essas parcerias com marcas famosas é o jogo *Fortnite*, onde os figurinos personalizados estampam a logo da marca *Balenciaga*, além da composição de acessórios e bolsas para se utilizar dentro do game. (Vogue, 2021). Por não ser um mercado tradicional para a moda, os jogos para alguns estilistas pode ser um grande risco, mas segundo a diretora de moda da *Epic Games*, Sallyann Houghton, deixou em ideia para a revista *Cable News Network* (CNN - 2022), “acredita que as duas indústrias continuarão a convergir, observando em particular que a tecnologia está finalmente num local onde as marcas de luxo podem imitar as suas roupas físicas”, destacando-se no trecho em questão a informação de uma ferramenta de modelagem em 3D, *Unreal Engine 5*, desenvolvida pela própria *Epic Games*, que criou uma experiência para desenvolvimentos de games como para passarelas, vivenciado pelo *design* Gary James McQueen, sobrinho do *design* Alexander McQueen.

Ao que foi apresentado, estes mercados têm um grande potencial para uma produção conjunta, entretanto, não se possui tanto conhecimento, seja por falta de interesse ou ainda uma discriminação quanto aos jogos digitais, por acreditarem que sua utilização não é saudável. Com isso, a seguir, será exposto as motivações e ideias que beneficiam a utilização desses elementos dos jogos virtuais na indústria da moda, em principal de suas tecnologias e como ela é benéfica para o *design*.

## Metodologia

A abordagem utilizada ao estudo foi a pesquisa exploratória, pela intenção de ser um estudo mais flexível e pela apresentação de um novo mercado em potencial. Segundo Gil (1991), essa metodologia se utiliza em sua maioria de revisão bibliográfica e de documentos semelhantes, sendo comum a utilização do

mesmo entre os acadêmicos. Com isso, foi idealizada a pesquisa com caráter qualitativo, devido a conseguir correlacionar os diferentes métodos de pesquisa, que no estudo referido foram pela base de pesquisa bibliográfica e o conhecimento por parte do pesquisador, contribuindo para a construção da ideia do estudo (Flick, 2009).

Tendo em consideração a como esse tipo de mercado pode influenciar e beneficiar designers de moda, assim possuindo 3 objetivos específicos em como apresentá-lo a estes profissionais: primeiro, entender a importância dos figurinos e a participação do design de moda nesse processo; segundo, demonstra a possibilidade de mercado que o mercado de jogos pode proporcionar e por último, como o sistema de criação digital abre uma produção de moda sustentável.

### **Jogos digitais e moda**

O mundo dos jogos e a moda possuem um ponto em comum, sendo a necessidade de acompanhar o desenvolvimento tecnológico, onde esse avanço é um retrato da sociedade contemporânea, como apresentado por Vieira (2018). Entretanto, a entrada do setor de moda é mais recente no ambiente virtual do que o imaginado. Segundo matérias como “Roupas que só existem dentro dos games movimentam bilhões e influenciam moda ‘de verdade’” ou “Como marcas de moda estão se reinventando através de skins em jogos”, o mercado da moda teve que se adaptar de modo urgente, ocasionado pela pandemia de Covid-19, grandes desfiles tiveram que ser cancelados e idealizado novos modelos de apresentar as novas coleções.

Uma demonstração dessa adaptação do mercado da moda é vista pela marca Balenciaga, que através da união de diferentes programadores do grupo Streamline Studios e do diretor de criação da marca, Demna Gvasalia, produziram o jogo ‘*Afterworld: The Age of Tomorrow*’, para apresentar a coleção outono/inverno 2021. o jogo foi construído no programa *Unreal Engine*, que já foi citado anteriormente. E segundo o que Alexandre Fernandez, CEO do grupo *Streamline Studios*, pensa sobre essa relação, “Fernandez prevê que a evolução dos mundos virtuais terá enormes implicações nos próximos vinte anos, resultando em mundos totalmente movidos por marcas.” Outra figura que já utilizou as tecnologias 3D na criação de uma coleção foi Gary James McQueen, utilizando-se as mesmas ferramentas que foram utilizadas pela *Balenciaga*.

Contudo, o mercado da moda se destaca na utilização de outra ferramenta dentro dos jogos, que são as *skins*. Que expressam a individualidade do personagem e são vistas como figurinos extras, por não serem o visual ‘original’ do personagem no jogo. É uma questão destacada pela diretora de Marketing da empresa *Riot Games*, Priscila Queiroz, que as skin presentes em jogos gratuitos como *League of Legends*, elas são monetizadas, além disso, “É como se ele estivesse numa loja, escolhendo o que lhe representa mais”,

referente ao momento de compra das *skins*.

Ademais, também a possibilidade de personalização completa do personagem no jogo, sendo essa uma mecânica com uma presença significativa da moda. Assim como fala Vieira (2018), sobre a criação do personagem do zero ao iniciar o jogo *World of Warcraft*, onde o jogador escolhe suas características como todo. Um jogo recente que apresenta o mesmo mecanismo é *Hogwarts Legacy*, inspirado nas obras de Harry Potter da escritora J.K. Rowling.

Quando falamos desses jogos, é necessário observar se o contexto da história possui elementos históricos, ou características marcantes de determinada cultura, como comenta Amorim (2016) “as características das personagens devem estar em consonância com o ambiente do jogo e a narrativa”. Podemos citar dois exemplos neste tópico: *Red Dead Redemption 2*, um jogo ambientado nos Estados Unidos, onde demonstra a civilização do ano de 1899, no qual homens e mulheres do velho oeste usam trajes característicos, como chapéus, botas e as próprias armas; claro, que como uma adaptação desse tempo, se possui alguns pontos que representam nosso tempo atual, como algumas combinações de roupas e cortes de cabelo e *Genshin Impact*, que trata-se de um mundo de diferentes nações, com inspiração em países do mundo real, como China, Japão, França e Índia.

Os games não são apenas um mero lazer para os jogadores, eles podem possuir um valor significativo, como exemplo: usufruir dos jogos para se socializarem com outros indivíduos, já que alguns desses jogos possibilitam uma comunicação com diferentes regiões do mundo simultaneamente, além disso, é claro, existem pessoas que se utilizam dos jogos como uma renda de sustento.

### **Streamer do mundo virtual**

Segundo Galdino (2021), o *streaming* é uma forma de transmissão ao vivo, onde está relacionado a jogos eletrônicos e o possibilita a interação por meio de mensagens de texto entre o streamer - a pessoa responsável pela transmissão - e aqueles que estão assistindo, ou seja, os *viewers*. Já para a execução desse serviço, a mais conhecida entre os gamers é a *Twitch*, sendo exclusiva para transmissões ao vivo, porém muitos streamers utilizam-se do *Youtube*.

Existe um estilo de streaming conhecidos como *V-Tubers* ou *virtual youtuber*, sendo uma opção que não expõem a imagem física geralmente. No Brasil, tornou-se uma febre entre o público até o momento atual e já existem algumas agências focadas nesses influenciadores, a mais conhecida entre elas é a *Neobaka*, responsável por administrar os *V-tubers* Toshi, Dante Will e Eeiris, já outros que se destacam, mas não são associados a agências são o Inkura, Yuki Mori e Hanako Awing. Tanto esses streamers quanto os jogos

possuem uma conexão: história, vestimentas e o virtual, são coisas que os *V-tubers* e jogos compartilham, além é claro, da utilização de *softwares* para sua criação e desenvolvimento.

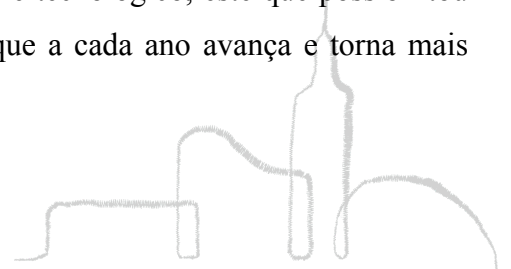
### **Produção de moda digital**

Com o desenvolvimento tecnológico, as áreas no mercado de trabalho se usufruíram delas, mas a moda está começando aos poucos a usufruir de algumas tecnologias, principalmente a produção digital de moda. Segundo Amorim e Boldt (2020), mesmo possuindo a alguns anos a tecnologia 3D com o sistema CAD, a indústria tanto de moda quanto de têxtil não se aproveitavam dessa ferramenta, mas com início da pandemia, a utilização começou a se fortalecer, mas ainda em um estágio inicial. Apesar disso, o sistema CAD já é bastante utilizado em sua versão 2D, principalmente em produções técnicas e modelagem, por facilitar a criação em diferentes escalas. Atualmente, além da disponibilidade do sistema CAD com dimensão 2D e 3D, já se encontra no mercado variações desse tipo de *software*, como: 3D Runway, Audaces 4D e o CLO 3D. Entretanto, esses softwares são pagos e por mais que não sejam tão acessíveis devido o valor, isso demonstra que a moda está saindo de um espaço tradicional e se abrindo para uma nova visão, onde as novas gerações estão mais ligadas, contribuindo com a acessibilidade a conteúdo como a uma produção mais sustentável.

Contudo a produção de moda em jogos tem um ponto forte que seria a identificação e liberdade criativa que os mesmo permitem. É um fato que a moda possui o seu vanguardismo e o seu “normal”, contudo, ainda é visível uma parcela - mesmo que mínima - de *designers* de moda que não se identificam com nenhum mercado, seja ele comercial ou de luxo. Porém, com a possibilidade de trabalhar ou até mesmo se especializar com a moda dentro dos jogos digitais se tornaria um novo atrativo para o mercado, atraindo novos olhares e usuários, pela influência dos jogos, dos influencers ou de uma nova possibilidade de se vestir.

### **Considerações Finais**

Com um mercado que teve que se adaptar aos acontecimentos atuais para atender ao público, a área de moda avançou significativamente nos últimos anos. Até o momento presente, a moda ainda possui sua parcela de usuários tradicionais, que necessitam de estarem presentes para efetuar a compra de um produto, contudo, cresce a utilização de plataformas para compras de produtos de fast-fashion e de luxo. Simultaneamente com o avanço da civilização, está o avanço científico e tecnológico, este que possibilitou novas formas de entretenimento como os jogos digitais, um mercado que a cada ano avança e torna mais vividas e imersivas a experiência do jogador.



No estudo, destacamos os principais pontos sobre a colaboração de ambos os mercados, onde um beneficia o outro, seja pela sua tecnologia ou influência. Como também pela abertura de uma nova área para *design* de moda, embora, ainda seja incipiente a inserção de profissionais de moda em equipes de desenvolvimento de jogos. Contudo, é um mercado que está em ascensão, sobretudo pelas novas gerações que já nasceram inseridas na tecnologia. E com a utilização da tecnologia na moda e nos jogos avançando em níveis cada vez mais velozes, certamente influenciaram outras gerações a utilizarem também destes recursos.

## Referências

AMORIM, F. M.; LEÃO S. N.; LIAO, G. G.; GALLO, S. N. **A indumentária nos jogos digitais: Incoerências nas representações femininas.** SBGames. Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital, São Paulo, p. 272 - 280, 2016.

AMORIM, W. G.; BOLDT, R. S. **Moda virtual: aceleração no processo de transformação digital devido à pandemia de COVID-19.** Colóquio internacional de design. [S.I.] 2020.

A perspective on Fashion within Video Games. **PlatformE.** Disponível em: <https://www.platforme.com/post/a-perspective-on-fashion-within-video-games>. Acesso em: 27 Out. 2023.

Como marcas de moda estão se reinventando através de skins em jogos. **e-commerce Brasil**, 2022. Disponível em: <https://www.e-commercebrasil.com.br/artigos/moda-skins-em-jogos>. Acesso em: 11 Nov. 2023.

CRUZ, N. P. **Ensaio sobre a importância dos figurinos em jogos digitais.** Juiz de Fora, 2017.

FLICK, U. Introdução a pesquisa qualitativa. 3. ed, Porto Alegre: Artmed, 2009. 408 p.

GALDINO, R. J.; SILVA, T. T.; ZANOTTI, C. A. **Do jogo ao Espetáculo: a midiáticação do streaming de games na plataforma Twitch.** Comunicação & Inovação, São Caetano do Sul, v. 22, n. 49, p. 76-96, 2021.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 3. ed, São Paulo: Atlas, 1991. 101 p.

OLIVEIRA, J. R.; NERY, M. S.; SOUZA, A. G. **Agulha, tesouras, linhas e tecidos virtuais: A moda nos jogos digitais.** SBGames. Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital, Porto Alegre, p. 239 - 248, 2014.

O que é Vtuber? Entenda o mundo dos streamers virtuais. **Jovem Nerd**, 2021. Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/direto-do-bunker/o-que-e-vtuber-entenda-o-mundo-dos-streamers-virtuais/>. Acesso em: 18 Nov. 2023.

REIS, L. J. de A.; CAVICHIOLLI, F. R. **Dos Single aos Multiplayers: A História dos Jogos Digitais.** LICERE - Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer, Belo Horizonte, v. 17, n. 2, p. 312-350, 2014. DOI: 10.35699/1981-3171.2014.858.

ROMÃO, G. M. **A hipersexualização dos personagens femininos nos jogos digitais**. Fatec, São Caetano do Sul, v. 1, n. 16, p. 48 - 58, 2020.

Roupas que só existem dentro dos games movimentam bilhões e influenciam moda 'de verdade'. **G1**, 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/games/noticia/2021/01/28/roupas-que-so-existem-dentro-dos-games-movimentam-bilhoes-e-influenciam-moda-de-verdade.ghtml>. Acesso em: 11 Nov. 2023

Veja as peças da parceria entre Louis Vuitton e League of Legends. **Metrópoles**, 2019. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/veja-as-pecas-da-parceria-entre-louis-vuitton-e-league-of-legends>. Acesso em: 27 Out. 2023.

VERDELLI, C. M. A. **Design de games como aporte para a moda**. 2016. 148 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) — Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana, 2016.

VIEIRA, R. L. M.. **World of Warcraft e sua relação com a moda**: análise sobre a utilização do serviço de transmogrificação no jogo de MMORPG. 2018. 32 f. Monografia (Graduação em Design-Moda) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2018.

Video Games Are Becoming a High-Fashion Playground. **Vogue**, 2021. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/video-game-fashion-designer-collaborations>. Acesso em: 27 Out. 2023.

What Balenciaga's *Afterworld: The Age of Tomorrow* tells us about the future of fashion. **Unreal Engine**, 2021. Disponível em: <https://www.unrealengine.com/en-US/spotlights/what-balenciaga-s-afterworld-the-age-of-tomorrow-tells-us-about-the-future-of-fashion>. Acesso em: 11 Nov. 2023

You can thank The Sims for the rise of luxury fashion in gaming. **CNN style**, 2022. Disponível em: <https://edition.cnn.com/style/article/digital-fashion-video-games-the-sims/index.html>. Acesso em: 27 Out. 2023

