



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

PARA ALÉM DA TELA: INVESTIGANDO AS IDENTIDADES VISUAIS DE MODA PHYGITAL NA INFÂNCIA

Beyond the Screen: Investigating the Visual Identities of Phygital Fashion in Childhood

Silva, Lair B. A. R.; Doutora; Universidade Estadual de Maringá, lair_rocha@hotmail.com¹

Pépece, Olga Maria C.; Doutora; Universidade Estadual de Maringá, omcpepece@uem.br²

Miranda, Ana Paula C. de; Doutora; Universidade Federal do Rio de Janeiro, anamiranda@facc.ufrj.br³

Grupo de Pesquisa Consumo de Moda e Metaverso⁴

Resumo: O artigo investiga como crianças entre 8 e 12 anos constroem suas identidades de moda em contextos phygital, articulando elementos estéticos entre avatares digitais e vestuário físico. Por meio de um protocolo expandido de análise videográfica, foram registradas performances em jogos nos metaversos, combinando dados audiovisuais, entrevistas e observações. Os resultados revelam que a moda infantil ultrapassa a funcionalidade para operar como linguagem simbólica, em que escolhas digitais influenciam práticas materiais e vice-versa, evidenciando um processo contínuo de tradução estética entre mundos. A pesquisa contribui para compreender como a infância atua como curadora de identidade, desafiando normatividades, negociando pertencimentos e expandindo narrativas visuais no consumo de moda.

Palavras chave: Consumo phygital; Moda infantil; Identidade digital.

Abstract: This article investigates how children aged 8 to 12 construct their fashion identities within phygital contexts, articulating aesthetic elements between digital avatars and physical clothing. Using an expanded videographic analysis protocol, performances in metaverse-based games were documented, combining audiovisual data, interviews, and observations. Findings reveal that children's fashion transcends functionality, operating as a symbolic language where digital choices influence physical practices and vice versa, highlighting an ongoing process of aesthetic translation between realms. The study contributes to understanding how childhood acts as a curator of identity, challenging norms, negotiating belonging, and expanding visual narratives within fashion consumption.

Keywords: Phygital consumption; Children's fashion; Digital identity.

¹ Docente na UEL e no PPA UEM e host do podcast Cultura e Consumo Pod. Doutora em Administração, atua nas áreas de marketing, cultura e consumo, conectando teoria e prática em sala de aula, pesquisa e projetos estratégicos.

² Professora Associada da UEM e pesquisadora nas áreas de Cultura e Consumo, com foco em gift-giving e consumo de moda. Doutora em Administração pela UFPR, . Coordenadora do GT Consumo de Moda no Colóquio de Moda entre outros na área de consumo e atua em grupos de pesquisa como GIPEM e G-COMO.

³ Professora e pesquisadora em consumo de moda, atua na UFRJ e UEM. Doutora pela FEA-USP com pós-doutorado em Cultura e Consumo pelo Coppead-UFRJ, autora de livros e artigos na área de consumo de moda. Coordenadora do GT Consumo de Moda no Colóquio de Moda entre outros na área de consumo.

⁴ O projeto investiga como marcas de moda atuam em jogos com tecnologia imersiva, onde usuários criam mundos virtuais. Busca-se compreender como essas marcas influenciam identidades e práticas de consumo nesses ambientes.



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Introdução

A moda infantil tem sido objeto de transformações significativas em virtude das mudanças sociotecnológicas que afetam o cotidiano das crianças (RISTESKI et al., 2023). Em particular, a crescente imersão em plataformas digitais de jogos em metaversos, como Roblox, Fortnite e Minecraft, tem ampliado as possibilidades de expressão estética e identidade de maneira antes impensável (SILVA, 2025). Nesse cenário, observa-se o surgimento de práticas de consumo híbridas, que mesclam experiências no mundo físico e digital, dando origem ao que a literatura contemporânea tem denominado de consumo *phygital* (MELE et al., 2024). Esse novo contexto desafia abordagens tradicionais sobre o consumo infantil, ao mesmo tempo em que oferece uma janela teórica promissora para a investigação de como crianças constroem, performam e negociam suas identidades por meio da moda em ambientes digitais.

A lógica do consumo *phygital* envolve uma complexa articulação entre corporalidades físicas e representações virtuais. Na prática, isso significa que o vestuário infantil não se restringe mais ao guarda-roupa material gerido por pais e responsáveis, mas se estende para os avatares e itens cosméticos utilizados pelas crianças em jogos eletrônicos (SILVA, 2025). Essa expansão do *self* infantil para o ambiente digital não ocorre de forma aleatória: há uma crescente autonomia estética exercida pelas crianças nesses espaços, que desafia as normatividades impostas no espaço doméstico (BASSIOUNI; HACKLEY, 2016). Assim, partimos do pressuposto de que os ambientes de metaversos não apenas refletem o mundo físico, mas o reconfiguram como espaço simbólico e performático, no qual novas formas de subjetivação infantil emergem por meio da moda.

No contexto doméstico, é comum que as escolhas de vestuário sejam inicialmente orientadas por critérios de praticidade, orçamento e valores culturais definidos pelos adultos (PUGH, 2009). Ao interagirem com os metaversos, as crianças exercem maior liberdade estilística, personalizando avatares, explorando estéticas fantasiosas e incorporando referências visuais que muitas vezes extrapolam o mundo físico, rompendo com o monopólio parental e ampliando seu repertório simbólico e identitário. (SILVA, 2025). A influência do ambiente digital, contudo, não se restringe ao plano simbólico ou ao imaginário. Ela se concretiza quando as crianças tentam reproduzir no mundo físico os estilos com os quais se identificam digitalmente. O desejo de vestir-se de forma semelhante aos avatares revela como o digital afeta as práticas materiais de consumo e gera tensões nas relações familiares. Ning et al. (2021) sugerem que esse movimento



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

de tradução entre os espaços se ancora em uma modelagem identitária que transpõe fronteiras entre o virtual e o real, tornando os metaversos um território crucial na formação da subjetividade infantil no contemporâneo.

Paralelamente, as dinâmicas de moda no metaverso ultrapassam escolhas individuais e influenciam tendências mais amplas. As comunidades digitais funcionam como laboratórios de estéticas emergentes, cujos estilos atravessam a tela, impactam a cultura pop e influenciam o mercado de moda. A visibilidade nas redes sociais e a interação entre pares reforçam ou desafiam preferências, tornando esses espaços instâncias de validação social e confirmando a natureza social, cultural e histórica do consumo (SENRA; VIEIRA, 2022).

Diante desse contexto, emerge uma questão central: de que modo as crianças constroem suas identidades de moda no metaverso e como essas construções reverberam no mundo físico? Essa problemática foi investigada por meio de um protocolo expandido de análise videográfica, com foco na expressividade estética infantil em contextos digitais e suas traduções materiais no cotidiano. Ao centrar-se em práticas simbólicas como a escolha de *skins*, o uso de acessórios digitais e a curadoria de roupas físicas que vestem os corpos dessas crianças, o estudo descreve como elas constroem narrativas afetivas e estilísticas que transpassam ambientes físicos e digitais.

A relevância desta pesquisa reside na sua capacidade de contribuir para os campos do consumo de moda, da cultura do consumo, da moda infantil e dos estudos sobre infância digital. Além de lançar luz sobre um fenômeno emergente, o estudo propõe avanços metodológicos ao adaptar e expandir protocolos de videografia para análise de moda (MIRANDA; BEZERRA; 2014; MIRANDA; BEZERRA; SILVA; PÉPECE, 2017; BEZERRA; MIRANDA; PÉPECE, 2020) que buscam captar tanto experiências imersivas em metaverso quanto escolhas de moda no mundo físico. Ao integrar observações visuais e registros audiovisuais de interações infantis, o artigo propõe uma abordagem teórico-metodológica inovadora para compreender o vínculo entre consumo, identidade e digitalidade, incentivando novas reflexões sobre a moda infantil nos metaversos.

Referencial Teórico

Moda como Linguagem e Expressão Infantil

A moda é entendida como um sistema de comunicação não verbal capaz de expressar pertencimentos sociais, estilos de vida e identidades culturais (BARNARD;2014) . No universo infantil, o vestuário também opera como signo de diferenciação e como recurso expressivo que media as relações entre crianças e seus pares (KALLIOHARJU;



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

WILSKA; VÄNSKÄ, 2023). A escolha da vestimenta torna-se uma forma de narrar histórias visuais que revelam preferências, aspirações e formas de se posicionar no mundo social. A infância, constitui-se como um período de intensa experimentação estética e agência simbólica. Cook (2009) demonstra como o mercado infantil confere às crianças protagonismo no campo da moda, enquanto Pugh (2009) evidencia como elas negociam seus gostos e estilos dentro das dinâmicas familiares. A moda, nesse sentido, serve como terreno de socialização e como espaço de resistência às normatividades adultas. Nesse contexto, a noção de curadoria de identidade torna-se fundamental. Belk (2013) já havia demonstrado que o *self* se estende por meio de posses e práticas de consumo em mundos digitais, e, mais recentemente, Belk e Kozinets (2024) ampliam essa perspectiva ao pensar os consumidores como curadores de suas identidades em ambientes híbridos. A criança, ao selecionar roupas físicas ou skins digitais, engaja-se em um processo de curadoria que articula múltiplas referências culturais e estéticas, configurando narrativas visuais singulares.

O Self Digital e o Metaverso como Espaço Performativo

O metaverso emerge como um espaço de performatividade identitária, onde avatares e itens cosméticos funcionam como extensões simbólicas do *self*. Belk et al. (2022) demonstram que a posse digital, mediada por NFTs e objetos virtuais, reconfigura concepções de pertencimento e propriedade. No caso infantil, esse processo é intensificado pela liberdade de criação estética proporcionada por plataformas como Roblox, e Minecraft, que permitem às crianças explorar estilos que desafiam tanto limitações materiais quanto normas parentais (BASSIOUNI; HACKLEY, 2016). A noção de *extended self* (BELK, 1988, 2013) é central para compreender como os sujeitos projetam sua identidade por meio de posses e práticas de consumo. No ambiente digital, essa extensão adquire novas dimensões: *skins*, acessórios virtuais e avatares funcionam como prolongamentos estéticos e simbólicos do corpo físico. Estudos recentes sugerem que as crianças utilizam esses recursos como formas de experimentação estilística, construindo personas que transitam entre fantasia e realidade (NING et al., 2021). A performatividade infantil no metaverso ocorre em contextos sociais, onde jogos e plataformas digitais funcionam como arenas de sociabilidade e validação simbólica das escolhas de moda pelos pares (SILVA, 2025). Assim, o reconhecimento da comunidade online reforça a centralidade da moda como mecanismo de pertencimento e distinção, ampliando o alcance e a relevância das práticas de consumo estético infantil.

O Consumo Phygital na Infância



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

O conceito de consumo *phygital* tem sido mobilizado para descrever práticas de consumo que integram simultaneamente experiências físicas e digitais (MELE et al., 2024). No caso da infância, essa hibridização se torna particularmente evidente, uma vez que crianças navegam fluidamente entre o vestuário material e os objetos digitais que compõem suas identidades online. A moda, nesse contexto, deixa de ser entendida apenas como indumentária física e passa a incluir elementos visuais e simbólicos que circulam entre diferentes regimes de materialidade. Esse processo envolve uma transmigração simbólica entre mundos, em que referências estéticas adquiridas no digital são incorporadas ao vestuário físico, e vice-versa. A criança que escolhe uma *skin* brilhante e futurista em Roblox pode desejar reproduzir esse estilo em roupas reais, tensionando os limites entre fantasia digital e cotidiano doméstico. Do mesmo modo, influências de marcas e tendências da moda física encontram novos significados quando reinterpretadas em plataformas digitais, criando um circuito de retroalimentação entre os dois universos (SILVA, 2025). Por fim, a moda infantil *phygital* deve ser entendida como um campo de negociação constante entre estética, agência e normatividade. Se por um lado o digital amplia a autonomia infantil e a liberdade de experimentar novas estéticas, por outro lado ele também gera conflitos com normas familiares, restrições orçamentárias e expectativas culturais impostas pelos adultos (SILVA, 2025). Essa tensão revela como a moda *phygital* não é apenas um fenômeno de estilo, mas um espaço de disputa simbólica no qual se articulam poder, criatividade e subjetivação na infância.

Metodologia

A pesquisa ancorou-se no paradigma interpretativista, que compreende o consumo como um fenômeno cultural e simbólico, marcado por práticas de significação e negociação social (BRYDA; COSTA, 2023). Nessa perspectiva, a videografia interpretativa (BELK; KOZINETS, 2024, 2005) mostrou-se uma estratégia metodológica particularmente adequada, pois privilegia a imersão visual, a sensibilidade estética e a interpretação densa das práticas de consumo em seus contextos performativos. Mais do que registrar imagens, a videografia construiu narrativas visuais que revelaram dimensões sensoriais e expressivas dificilmente capturadas por métodos tradicionais. No consumo *phygital* infantil, o uso de métodos visuais se justifica porque as crianças articulam suas experiências por meio de linguagens performáticas, e não por discursos abstratos (COOK, 2009).



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Como a moda e os metaversos são espaços essencialmente estéticos, o registro audiovisual possibilitou compreender a estética relacional que emerge no trânsito entre o físico e o digital.

A pesquisa foi conduzida com 31 crianças entre 8 e 12 anos, fase marcada pela formação do pensamento teórico e pelo aumento da importância das relações entre pares na construção da motivação e do desenvolvimento social (ASBAHAR, 2020). A coleta de dados envolveu videografia simultânea das performances digitais e físicas, combinando gravações das interações com avatares nos metaversos, registros audiovisuais dos guarda-roupas materiais e fotografias de roupas e acessórios, complementadas por entrevistas com as crianças e seus responsáveis durante sessões de jogo no Roblox, Fortnite e Minecraft. Realizada entre janeiro e julho de 2024, a coleta resultou em 1.868 minutos de vídeo e 192 fotografias. Essa triangulação de fontes ampliou a espessura interpretativa dos dados, permitindo identificar traduções simbólicas entre os universos físico e digital e compreender como os elementos estéticos eram ressignificados em diferentes contextos. A análise foi realizada com o suporte do software Atlas.ti 9.0, evidenciando categorias visuais, gestuais e narrativas. O processo analítico seguiu uma lógica de indução interpretativa (GIOIA; CORLEY; HAMILTON, 2013).

Em termos éticos, a pesquisa seguiu protocolos rigorosos de proteção infantil (ALDERSON; MORROW, 2011), com autorização de comitê de ética, consentimento informado dos responsáveis, assentimento voluntário das crianças e tratamento anonimizado de imagens e vídeos. Para a análise visual, partiu-se do protocolo utilizado por Miranda, Bezerra, Silva e Pépece (2017), originalmente voltado à observação da moda em contextos audiovisuais, como filmes, contemplando os aspectos denotativos e conotativos dos elementos: (i) forma, (ii) cor, (iii) material, (iv) composição, (v) gestualidade, (vi) plano, (vii) movimentos de câmera, resultando no processo de mitificação. No entanto, a aplicação direta do protocolo apresentou limitações diante das especificidades dos jogos em metaverso e do consumo *phygital*. A performatividade digital e a interatividade entre mundos exigiram categorias adicionais de análise. Foi então realizada uma expansão metodológica, incorporando novos elementos que permitissem capturar de forma mais precisa as práticas estéticas híbridas. Primeiro, a dimensão material foi analisada nos aspectos denotativos e conotativos, comparando roupas físicas e seus registros imagéticos com as imagens de vídeo da tela do jogo, permitindo observar convergências e divergências entre o vestir físico e o digital. Foram incorporados dois novos elementos: (viii) os áudios e interações verbais, que possibilitaram acessar



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

narrativas, sentidos afetivos e dinâmicas relacionais expressas durante as sessões de jogo, e (ix) as ações do corpo, contemplando tanto os gestos dos avatares quanto a gestualidade física das crianças, revelando como o corpo performava estéticas no vestir e ao interagir digitalmente. Além disso, a categoria original de “mitificação” não foi utilizada pois esta era sobre as referências míticas utilizadas para construir figurinos. Para o objetivo do estudo foi utilizado a noção de “tradução” como busca da compreensão dos processos de ressignificação estética entre os universos físico e virtual. Essa adaptação resultou em um protocolo mais sensível e responsivo às especificidades da moda infantil em contextos *phygitalis*, oferecendo uma contribuição metodológica significativa para os estudos que articulam moda, consumo, infância e ambientes digitais.

Resultados e Análise

Os resultados mostram que as crianças constroem suas identidades de moda de forma híbrida, articulando elementos do vestuário físico e da estética digital nos metaversos. As tabelas da sequência (Tabelas 01, 02 e 03) revelam como escolhas de avatares, roupas e acessórios refletem autoexpressão, pertencimento e tradução estética entre mundos. Apesar das diferenças nos estilos e referências visuais, todas utilizam a moda como recurso simbólico para comunicar valores, preferências e pertencimentos sociais.

A Tabela 1 evidencia como as identidades de moda digital e física da criança 1 se interconectam, revelando paralelos entre autoexpressão virtual e estilo no mundo real. A *skin* futurista de ninja no Fortnite transmite poder e inovação, enquanto as camisetas de anime expressam tendências e pertencimento cultural. Ambas refletem estéticas aspiracionais, seja pelas texturas brilhantes no digital, seja pelo conforto do algodão com referências à cultura pop no físico. O algodão permite liberdade de movimento, associando-se à precisão presente nos jogos. A criança 1 faz a curadoria de seus guarda-roupas com a mesma lógica de pertencimento a fandoms, usando a moda como autoexpressão. A moda digital enfatiza dinamismo e personalização, enquanto a física privilegia interação social e afirmação identitária, mostrando um trânsito fluido entre real e virtual.

A Tabela 2 destaca contrastes e paralelos entre as identidades de moda da criança 15, que articula experimentação estética e pertencimento cultural. No Minecraft, sua *skin* segue a estética minimalista do jogo, mas permite personalização. A paleta vermelho e azul com motivos elementares simboliza dualidade,



20º COLÓQUIO DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

individualidade e criatividade, refletindo uma estética ousada. No físico, o *look* — camisa do São Paulo FC e short jeans — comunica cultura esportiva, identidade de fã e estilo casual. Enquanto a skin digital possibilita liberdade criativa, a roupa física privilegia conforto e pertencimento comunitário. Apesar das diferenças, ambas afirmam identidade. No digital, há maior liberdade estética; no físico, raízes culturais e expressão de lealdade.

A Tabela 3 mostra que a criança 2 valoriza suavidade, ludicidade e expressão pessoal. No Roblox, o avatar adota estética pastel, com cores suaves, estampas de personagens e texturas sobrepostas, refletindo gosto por roupas fofas e nostálgicas. Peças temáticas do Snoopy reforçam o apego à cultura pop, criando diálogo com o avatar. Enquanto roupas digitais são idealizadas e uniformes, as físicas priorizam conforto e diversidade de materiais, refletindo praticidade. A natureza estática das imagens indica que a criança percebe a moda como curadoria de identidade, mais ligada à apresentação do que à performance, conectando fantasia e realidade.

Em conjunto, as análises demonstram que, embora cada criança apresente estéticas e repertórios distintos, todas utilizam a moda — tanto no espaço digital quanto no físico — como meio central de autoexpressão e negociação de pertencimento. Nos metaversos, a possibilidade de personalizar avatares, testar estilos e experimentar identidades amplia o repertório estético, permitindo que as crianças construam narrativas visuais mais plurais e dinâmicas. Ao mesmo tempo, esses ambientes desafiam as fronteiras entre real e virtual, criando um fluxo contínuo de referências, no qual escolhas digitais influenciam práticas materiais e vice-versa. Assim, a moda emerge como linguagem simbólica que conecta mundos, atuando não apenas como representação estética, mas também como estratégia ativa de afirmação identitária, agência criativa e integração social.

Tabela 01 - Criança 1 – Fortnite



20^º COLÓQUIO DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Vídeo/Foto				
Elemento	Denotação (Digital)	Conotação (Digital)	Denotação (Físico)	Conotação (Físico)
(i) Forma	Skin futurista de ninja	Poder, inovação	Camisetas de animes modernos	Definição de tendência
(ii) Cor	Dourado metálico com detalhes em azul e neon	Avanço tecnológico, excitação	Preto	Discrição
(iii) Material	Superfícies lisas, brilhantes e bem ajustadas	Sofisticação, precisão	Tecidos de algodão com estampas de animes	Básico, mas estiloso
(iv) Composição	Combinada com acessórios holográficos	Ousadia, criatividade	Parte de uma coleção temática	Poder, pertencimento
(v) Gestos	Poses de atenção inspiradas em tecnologia	Concentração	Gestos lúdicos ao exibir as camisetas	Alegria, confiança
(vi) Plano	Closes em gadgets e detalhes da skin	Atenção aos detalhes	Organização visual dos elementos da roupa	Atenção aos detalhes
(vii) Movimentos de câmera	Ângulos rotacionais durante “power-ups”; vê a si mesmo	Imersão, controle, efeito espelho	Fotos estáticas e frontais	Foco na apresentação, identidade
(viii) Áudio e interação	Efeitos sonoros futuristas, sem diálogo com colegas	Imersão, foco	Conversas com familiares sobre animes	Troca afetiva, conexão social
(ix) Ações do corpo	Movimentos rápidos e fluidos do avatar	Agilidade, domínio	Movimentos descontraídos ao vestir e exibir as camisetas	Conforto, pertencimento
Tradução	Articula identidades conectadas, usando no digital uma estética futurista e performativa e, no físico, referências à cultura pop e conforto; apesar das diferenças, ambos os contextos dialogam e reforçam um mesmo sentido de pertencimento e autoexpressão em cada um dos “mundos físico e digital”.			

Fonte: Elaborado pelas autoras

Tabela 02 - Criança 15 – Minecraft





20^º COLÓQUIO DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Elemento	Denotação (Digital)	Conotação (Digital)	Denotação (Físico)	Conotação (Físico)
Vídeo/Foto				
(i) Forma	Figura humanoide quadrada e pixelada	Estética nostálgica, remetendo a jogadores de futebol no início do jogo	Camisa de futebol listrada de manga curta e short jeans desfiado	Estilo casual, esportivo e jovem, associado ao fandom e à moda streetwear
(ii) Cor	Contrastantes: cabelo vermelho e azul, moletom branco e calça preta	Dualidade (fogo e gelo), individualidade e expressão criativa	Camisa vermelha, preta e branca; short jeans azul claro	Forte identidade com o São Paulo FC, paixão, espírito de equipe e estilo descontraído
(iii) Material	Textura digital de baixa resolução e modelo pixelado	Adaptabilidade e personalização no espaço virtual	Tecido sintético e respirável da camisa; jeans de algodão	Desempenho esportivo, conforto e durabilidade para uso casual
(iv) Composição	Simétrico com cores divididas (azul/vermelho) e padrões nas mangas	Equilíbrio e forças opostas, possivelmente inspirado por narrativas do jogo	Contraste entre texturas: estruturada x macia	Mistura de estética esportiva/urbana, equilibrando função e estilo
(v) Gestos	Posição neutra, angulada para destacar o avatar	Confiança e valorização dos detalhes da skin	Postura descontraída ao vestir/exibir o look	Orgulho de torcedora, identificação com o time
(vi) Plano	Close-up no avatar	Destaque para os detalhes personalizados da skin	Registro fotográfico simples da roupa	Autoexpressão e afeto pela peça
(vii) Movimentos de câmera	Panorâmicas-paisagens; jogador não se vê.	Autoexpressão e afeto pela peça	Foto estática e frontal	Foco na apresentação e na construção de identidade
(viii) Áudio e interação	Música ambiente suave no jogo, sem diálogos diretos	Foco na apresentação e na construção de identidade	Conversas sobre a paixão pelo futebol/time	Pertencimento e conexão com a família e a comunidade
(ix) Ações do corpo	Minerar, construir e explorar	Paciência, concentração e engajamento no gameplay	Descontração	Conforto, identificação e vivência do fandom
Tradução	A criança 15 constrói sua identidade estética de forma híbrida, combinando no digital uma estética criativa, personalizada e performativa, enquanto no físico privilegia conforto, pertencimento e orgulho esportivo, mostrando que ambos os contextos dialogam para reforçar autoexpressão e identidade social.			

Fonte: Elaborado pelas autoras

Tabela 03 - Criança 2 – Roblox




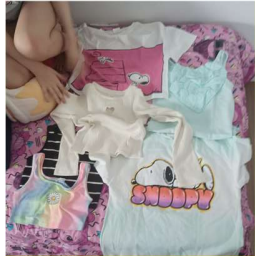
20^º COLÓQUIO DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Elemento	Denotação (Digital)	Conotação (Digital)	Denotação (Físico)	Conotação (Físico)
Video/Foto				
(i) Forma	Avatar humanoide pixelado, com rosto arredondado, olhos grandes e acessórios exagerados (chapéu e pet)	Estética fofa, estilizada e cartoon, enfatizando suavidade e inocência	Roupas casuais, paleta pastel, peças temáticas do Snoopy, mistura de cropped e manga longa	Moda lúdica, aconchegante e expressiva, refletindo tendências e identidade pessoal
(ii) Cor	Paleta pastel suave (branco, laranja, azul), com tons quentes e efeito degradê	Estética feminina, sonhadora, evocando fantasia infantil	Cores pastel (verde menta, tie-dye, branco, rosa claro) com toques de preto	Visual delicado, romântico e moderno, alinhado à moda jovem e à cultura pop
(iii) Material	Textura digital lisa, superfícies brilhantes e sem textura de tecido	Representação idealizada e perfeita, sem limitações físicas	Tecidos de algodão e peças tricô, macios, respiráveis e com texturas sobrepostas	Moda tátil, confortável e lúdica, priorizando aconchego e calor
(iv) Composição	Camadas de elementos: chapéu grande, vestido delicado, acessórios coordenados e presença de pet	Estética coordenada, com foco em fofura, coesão visual e autoexpressão	Combinação de peças coordenadas, com estampas de personagens, texturas e padrões	Experimentação estética, mesclando nostalgia infantil e estilo contemporâneo
(v) Gestos	Mãos cruzadas à frente do corpo, postura neutra e relaxada	Sugere gentileza, acolhimento e timidez, transmitindo doçura	Roupas dispostas sobre a cama, mão da criança visível apoiada ao lado	Exibição casual, com indícios de orgulho e seleção consciente
(vi) Plano	Close-up levemente inclinado, foco no avatar e seus acessórios	Destaca os detalhes do top-look e as escolhas estéticas	Foto feita de cima (top-down), mostrando várias peças ao redor	Organização espontânea, reforçando variedade e processo de escolha
(vii) Movimentos de câmera	Enquadramento estático, centralizado no avatar	Ênfase na curadoria estética e no visual	Foto fixa com visão ampla da seleção de roupas	Momento de decisão ou exibição de favoritos
(viii) Áudio e interação	Música ambiente suave, sem diálogos	Atmosfera imaginativa, calma e imersiva, evocando fantasia	Conversa sobre personagens favoritos e escolhas de roupas	Apego emocional à moda, narrativa pessoal e construção de sentido
Tradução	A criança 2 utiliza a moda como curadoria de identidade, explorando no digital uma estética fofa, estilizada e idealizada, enquanto no físico privilegia aconchego, ludicidade e expressão pessoal. Apesar das diferenças entre os contextos, ambos dialogam para construir uma narrativa visual que integra fantasia, tendências e pertencimento.			

Fonte: Elaborado pelas autoras



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Modos de Tradução entre Avatar e Guarda-Roupa

Os dados revelaram que as crianças realizavam processos ativos de tradução estética entre os universos digital e físico. Em diversos casos, as escolhas de *skins* e acessórios em plataformas de metaversos eram reproduzidas no guarda-roupa material, seja na busca por roupas similares, seja na recusa a peças que não correspondiam à sua persona digital. Esse fenômeno, chamado por alguns responsáveis nas entrevistas de “boicote infantil”, ocorria quando a criança rejeitava roupas adquiridas pelos pais por não estarem alinhadas ao estilo cultivado no ambiente virtual. Nessas situações, a moda tornava-se uma arena de negociação de poder entre autonomia infantil e normatividade parental. Além da dimensão de resistência, emergiu também um caráter afetivo e de pertencimento nas práticas de moda phygital. Crianças relatavam sentir-se “mais felizes” ou “mais elas mesmas” ao aproximar o que vestiam no corpo físico das estéticas dos avatares. Essa convergência funcionava como mecanismo de validação pessoal e social, ampliando o repertório de significados da moda infantil e consolidando-a como prática central na formação identitária contemporânea.

A análise da videografia destacou também a performatividade estética nos jogos digitais. Movimentos, poses e gestos dos avatares não eram meramente funcionais, mas expressavam estilos, humor e posicionamentos identitários. Crianças escolhiam determinadas animações ou formas de locomoção para reforçar narrativas estilísticas, como caminhar de forma “elegante” ou lutar com armas personalizadas que combinavam com a estética do avatar. Essas escolhas demonstraram como a moda digital transcendia o visual estático e se articulava com dinâmicas corporais e performáticas. No mundo físico, observou-se que a organização do guarda-roupa infantil também operava como prática performática. Gestos de escolha, comentários durante a seleção e disposição das peças em cabides ou gavetas revelaram uma lógica de curadoria estética. Muitas crianças exibiam com orgulho roupas associadas a personagens digitais ou jogos e redes sociais, demonstrando que o vestir-se ia além da função utilitária, configurando-se como extensão da performance identitária iniciada no ambiente virtual.

Outro achado foi o papel dos pares na validação estética digital. Crianças frequentemente destacavam que suas escolhas de moda nos avatares eram comentadas por amigos, funcionando como instâncias de legitimação ou contestação. Assim, a moda digital adquiria valor não apenas pela estética, mas pelo reconhecimento conferido pelas comunidades online e escolares. Além disso, emergiram interseções entre



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

fandoms, nostalgia e tendências contemporâneas. Muitas crianças misturavam estéticas de personagens nostálgicos transmitidos por seus pais com tendências digitais populares entre seus pares, demonstrando que a moda *phygital* infantil articula temporalidades distintas e múltiplas camadas de pertencimento cultural.

Considerações Finais

A análise evidenciou que as crianças traduzem estéticas digitais em escolhas físicas, contestando normas parentais e instituindo uma lógica de consumo baseada na curadoria identitária. Os três quadros apresentados (Fortnite, Minecraft e Roblox) ilustram como materiais, cores, gestos e sons se articularam na construção de narrativas afetivas em torno da moda. Em Fortnite, a escolha da “skin ninja” expressava sofisticação e agilidade, posteriormente transposta para o mundo físico por meio de camisetas de animes, que conciliavam conforto têxtil e afiliação a fandoms. Em Minecraft, a decisão de uma menina por adotar um avatar masculino revelou não apenas fluidez de gênero, mas também resistência simbólica às convenções normativas do vestuário infantil. Já em Roblox, a convergência entre estéticas “fofas” e memórias afetivas demonstrou como a moda infantil *phygital* funciona como linguagem de pertencimento e espaço de elaboração simbólica que conecta o digital ao afetivo.

Os resultados permitem redefinir a moda infantil como uma linguagem híbrida, atravessada pela articulação entre corporalidades físicas e representações digitais. Longe de ser mera extensão das escolhas parentais, o vestir na infância emerge como campo de agência simbólica em que crianças negociam poder, desafiam normatividades e constroem narrativas identitárias próprias. Do ponto de vista metodológico, a pesquisa validou a pertinência do protocolo expandido de análise videográfica, sensível às especificidades dos contextos *phygitalis*. A inclusão de dimensões como áudios e interações verbais e as ações do corpo no protocolo de análise mostrou-se decisiva para o entendimento da moda como dimensão simbólica. Essa proposta metodológica amplia as possibilidades de análise em estudos sobre cibercultura, infância e consumo, oferecendo um recurso adaptável a contextos de realidade aumentada, jogos imersivos e plataformas emergentes.

Algumas limitações são reconhecidas. A duração do trabalho de campo restringiu a observação longitudinal, dificultando a identificação de transformações nas identidades visuais das crianças ao longo do tempo. A imersão concentrou-se em plataformas amplamente difundidas, como Fortnite, Minecraft e Roblox,



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

deixando de fora experiências em ambientes digitais menos populares, mas igualmente relevantes. Para superar essas lacunas, pesquisas futuras poderiam adotar abordagens longitudinais e comparativas intergeracionais, acompanhando crianças em diferentes fases da vida e explorando como pais e filhos negociam suas referências estéticas e práticas de consumo no universo *phygital*.

Este estudo demonstrou que a moda infantil, quando observada em sua dimensão *phygital* evidencia que os mundos digitais e físicos não operam de forma isolada, mas em contínua tradução simbólica transpassadas. Esta pesquisa reforça a centralidade da infância como terreno privilegiado para compreender os rumos do consumo e da identidade em tempos de metaversos.

Referências

- ALDERSON, Priscilla; MORROW, Virginia. **The Ethics of Research with Children and Young People: A Practical Handbook**. London: Sage, 2011.
- ASBAHAR, F. S. F. Idade Escolar e Atividade de Estudo: Educação, Ensino e Apropriação dos Sistemas Conceituais. In: MARTINS, L. M.; ABRANTES, A. A.; FACCI, M. G. D. (org.). **Periodização histórico-cultural do desenvolvimento psíquico: do nascimento à velhice**. [s.l.: s.n.].
- BARNARD, M. **Fashion theory: An introduction**. London: Routledge, 2014.
- BASSIOUNI, Dina H.; HACKLEY, Chris. Video games and young children's evolving sense of identity: a qualitative study. **Young Consumers**, [S. l.], v. 17, n. 2, p. 127–142, 2016. DOI: 10.1108/YC-08-2015-00551.
- BELK, R.; KOZINETS, R. Videographic and Visual Consumer Research: The State of the Art. In: KAWAF, F.; DEKEL-DACHS, O. (org.). **Visual Methods in Marketing and Consumer Research**. [s.l.]: Taylor & Francis, 2024. p. 35–55.
- BELK, R. W. Possessions and the Extended Self. **Journal of Consumer Research**, [S. l.], v. 15, n. 2, p. 139, 1988. DOI: 10.1086/209154. Disponível em: <https://academic.oup.com/jcr/article-lookup/doi/10.1086/209154>.
- BELK, Russell. Extended Self in a Digital World. **Journal of Consumer Research**, [S. l.], v. 40, n. 3, p. 477–500, 2013. DOI: 10.1086/671052. Disponível em: <https://academic.oup.com/jcr/article-lookup/doi/10.1086/671052>.
- BELK, Russell; HUMAYUN, Mariam; BROUARD, Myriam. Money, possessions, and ownership in the Metaverse: NFTs, cryptocurrencies, Web3 and Wild Markets. **Journal of Business Research**, [S. l.], v. 153, p. 198–205, 2022. DOI: 10.1016/j.jbusres.2022.08.031. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0148296322007147>.
- BELK, Russell W.; KOZINETS, Robert V. Videography in marketing and consumer research. **Qualitative Market Research: An International Journal**, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 128–141, 2005. DOI: 10.1108/13522750510592418.



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

- BRYDA, Grzegorz; COSTA, António Pedro. Qualitative Research in Digital Era: Innovations, Methodologies and Collaborations. **Social Sciences**, [S. l.], v. 12, n. 10, 2023. DOI: 10.3390/socsci12100570.
- COOK, Daniel Thomas. Knowing the child consumer: Historical and conceptual insights on qualitative children's consumer research. **Young Consumers**, [S. l.], v. 10, n. 4, p. 269–282, 2009. DOI: 10.1108/17473610911007111.
- GIOIA, Dennis A.; CORLEY, Kevin G.; HAMILTON, Aimee L. Seeking Qualitative Rigor in Inductive Research. **Organizational Research Methods**, [S. l.], v. 16, n. 1, p. 15–31, 2013. DOI: 10.1177/1094428112452151. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1094428112452151>.
- KALLIOHARJU, Minna; WILSKA, Terhi Anna; VÄNSKÄ, Annamari. Mothers' self-representations and representations of childhood on social media. **Young Consumers**, [S. l.], v. 24, n. 4, p. 485–499, 2023. DOI: 10.1108/YC-06-2022-1541.
- MELE, Cristina; DI BERNARDO, Irene; RANIERI, Angelo; RUSSO SPENA, Tiziana. Phygital customer journey: a practice-based approach. **Qualitative Market Research**, [S. l.], v. 27, n. 3, p. 388–412, 2024. DOI: 10.1108/QMR-08-2023-0102.
- MIRANDA, Ana Paula Celso de; BEZERRA, Amílcar Almeida. Diálogos entre marcas de moda e narrativa cinematográfica em Anna Karenina. *Revista Dobra[s]*, São Paulo: Estação das Letras e Cores, v. 8, p. 24–28, 2015. DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v8i17.6>
- MIRANDA, Ana Paula Celso de et al. Figurino como narrativa não verbal: uma análise de Daenerys Targaryen da série Game of Thrones. *Diálogo com a Economia Criativa*, [s. l.], v. 2, p. 71, 2017. DOI 10.22398/2525-2828.2571-105
- NING, Huansheng; WANG, Hang; LIN, Yujia; WANG, Wenxi; DHELIM, Sahraoui; FARHA, Fadi; DING, Jianguo; DANESHMAND, Mahmoud. A Survey on Metaverse: the State-of-the-art, Technologies, Applications, and Challenges. [S. l.], 2021. Disponível em: <http://arxiv.org/abs/2111.09673>.
- PUGH, Allison J. **Longing and belonging: Parents, children, and consumer culture**. [s.l.]: University of California Press, 2009.
- RISTESKI, S.; ZHEZHOVA, S.; GOLOMEOVA, S.; JORDEVA, S. Fashion in Spain as an inspiration for design and construction of contemporary children's clothing. *In: VI INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE CONTEMPORARY TRENDS AND INNOVATIONS IN THE TEXTILE INDUSTRY*. 2023, **Anais [...]**. [s.l.: s.n.]
- SENA, Karin Borges; VIEIRA, Francisco Giovanni David. O consumo de jogos eletrônicos como um fenômeno social, cultural e histórico. **Signos do Consumo**, [S. l.], v. 14, n. 2, p. e198043, 2022. DOI: 10.11606/issn.1984-5057.v14i2e198043. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/198043>.
- SILVA, Lair Barroso Arraes Rocha. **FROM PIXELS TO IDENTITY: How Fashion Consumption in Metaverse Environments Constitutes Children's Fashion Identity**. 2025. Universidade Estadual de Maringá, [S. l.], 2025. Disponível em: <https://ppa.uem.br/documentos/063-lair-barroso-arraes-rocha-silva-2025.pdf>.