

Universidade do Vale do Paraíba  
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas e Comunicação  
Curso de Design de Moda

Victor Henrique Garcia Iseki

**MODA X JOGO: CONCEITUANDO O LIMAR DE DOIS MUNDOS ANTAGÔNICOS**

São José dos Campos  
2025

Victor Henrique Garcia Iseki

**MODA X JOGO: CONCEITUANDO O LIMAR DE DOIS MUNDOS ANTAGÔNICOS**

Trabalho apresentado à Universidade do Vale do Paraíba, UNIVAP, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Design de Moda.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Esp. Natalia Prates Paolinelli

São José dos Campos, SP

2025

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DA OBRA**

**Ficha catalográfica**

Iseki, Victor Henrique Garcia  
MODA X JOGO: CONCEITUANDO O LIMAR DE DOIS MUNDOS ANTAGÔNICOS  
/ Victor Henrique Garcia Iseki; orientador, Natalia Prates  
Paolinelli Prates Paolinelli. - São José dos Campos, SP, 2025.  
150 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade do Vale  
do Paraíba, São José dos Campos. Design de Moda .

Inclui referências

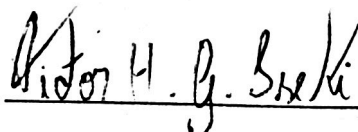
1. Design de Moda . 2. Criação; League of Legends; skins;  
moda.. I. Prates Paolinelli, Natalia Prates Paolinelli, orient.  
II. Universidade do Vale do Paraíba. Design de Moda . III.  
Titulo.

Eu, Victor Henrique Garcia Iseki, autor(a) da obra acima referenciada:

Autorizo a divulgação total ou parcial da obra impressa, digital ou fixada em  
outro tipo de mídia, bem como, a sua reprodução total ou parcial, devendo o  
usuário da reprodução atribuir os créditos ao autor da obra, citando a fonte.

Declaro, para todos os fins e efeitos de direito, que o Trabalho foi elaborado  
respeitando os princípios da moral e da ética e não violou qualquer direito de  
propriedade intelectual sob pena de responder civil, criminal, ética e  
profissionalmente por meus atos.

São José dos Campos, 23 de Junho de 2025.



Autor(a) da Obra

Data da defesa: 14 / 106 / 2025

”Jogar videogame é vivenciar novas vidas, novas histórias, novas experiências; sair da sua realidade e ir para outra”.

Ruizama

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais, Rogério e Marilú, e à minha cachorrinha, Emily.

## **AGRADECIMENTO**

Gostaria de dedicar a minha sincera gratidão a todos que estiveram ao meu lado durante esta jornada.

Primeiramente, agradeço aos meus pais pela paciência, pelo amor incondicional e por acreditarem em meu potencial. Vocês foram o meu pilar para que eu conseguisse seguir em frente em meu pior momento.

À minha orientadora, Natália Paolinelli, pela paciência para me guiar em relação ao que fazer durante o processo de execução deste trabalho, compartilhando seu conhecimento e orientação, que foram fundamentais para o desenvolvimento deste projeto.

Às minhas colegas e amigas, que me ajudaram ao longo desse caminho, pelas palavras que me encorajaram a continuar e pelas discussões que enriqueceram este projeto.

À professora Raquel e à professora Natalie, pelo aprendizado e suporte durante todo o curso, pelos momentos de risadas e fofocas em sala de aula e pela paciência em repassar seus conhecimentos.

A todos os participantes que responderam ao questionário, que dedicaram seu tempo e suas opiniões permitindo uma análise sobre a relação entre a moda e os jogadores.

Finalmente, dedico este trabalho a todos que, de alguma forma, fizeram parte dessa trajetória. Sem o apoio e contribuição de cada um de vocês, este projeto não teria sido possível.

Muito obrigado.

*“Eu não crio moda, eu sou moda”.*

Coco Chanel

## RESUMO

Motivado pela parceria entre a empresa de jogos Riot Games e a marca de roupas *Louis Vuitton*, este trabalho de conclusão de curso tem como objetivo a criação de ilustrações para uma linha de *skins* situada no universo do jogo *League of Legends*, usando como inspiração o filme “A Fantástica Fábrica de Chocolate”. A metodologia utilizada adotou pesquisas exploratórias que abrangem essa temática, apoiando-se em referências bibliográficas como artigos e matérias online. Foi aplicado também um formulário com 23 perguntas acerca do tema a 55 pessoas, incluindo o público-alvo e pessoas fora dele. Os métodos quantitativos e qualitativos foram utilizados para entender a relação que os jogadores têm com a moda. Como resultado, o desenvolvimento da linha de *skins* representa uma forma de satisfazer a necessidade da introdução da moda no universo dos games.

**Palavras-chave:** criação; *League of Legends*; *skins*; moda.

## **ABSTRACT**

Motivated by the partnership between the gaming company Riot Games and the fashion brand Louis Vuitton, the present thesis aims to create illustrations for a skin line set in the universe of League of Legends, using the film “Charlie and the Chocolate Factory” as inspiration. The methodology used for this work involved exploratory research about the theme, supported by bibliographical references such as articles and online materials. A form with 23 questions about the theme was also applied to 55 people, including the target audience and people outside this group. Quantitative and qualitative methods were used to understand the relationship that players have with fashion. As a result, the development of the skin line represents a way to satisfy the need for introducing fashion into the gaming universe.

**Keywords:** creation; League of Legends; skins; fashion.

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> – "Qual a sua idade?" .....	136
<b>Gráfico 2</b> – "Você tem interesse no mundo dos games?" .....	138
<b>Gráfico 3</b> – "Os jogos fazem parte da sua rotina?" .....	138
<b>Gráfico 4</b> – "Com que frequência você costuma jogar?" .....	139
<b>Gráfico 5</b> – "Você costuma jogar jogos online ou off-line?" .....	139
<b>Gráfico 6</b> – "Quais aparelhos você usa para jogar?" .....	140
<b>Gráfico 7</b> – "Quais estilos de jogos você mais joga?" .....	141
<b>Gráfico 8</b> – "Você sabe o que são skins?" .....	142
<b>Gráfico 9</b> – "Você compra skins?" .....	143
<b>Gráfico 10</b> – "Você compra skins nos jogos com qual frequência?" .....	143
<b>Gráfico 11</b> – "Você costuma reparar nas roupas dos personagens e nas skins deles?" .....	144
<b>Gráfico 12</b> – "Você já comprou roupas ou acessórios inspirados em personagens de jogos?" .....	144
<b>Gráfico 13</b> – "O que mais chama a sua atenção nas skins?" .....	146
<b>Gráfico 14</b> – "Na sua opinião qual jogo você acha que tem melhor design de moda para seus personagens?" .....	146
<b>Gráfico 15</b> – "Você acha que a personalização de personagens em jogos influencia suas próprias escolhas de moda na vida real?" .....	147
<b>Gráfico 16</b> – "Você acredita que a moda representada nos jogos reflete as tendências da moda no mundo real?" .....	148

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Figura 1</b> – Skins do jogo Free Fire na edição N52 do São Paulo Fashion Week .....	34
<b>Figura 2</b> – Skin Seraphine KDA ALL OUT como é vista pelos jogadores dentro do jogo .....	43
<b>Figura 3</b> – Ilustração da skin de Seraphine KDA ALL OUT, popularmente chamada de Splash Art.....	43
<b>Figura 4</b> – O Willy Wonka interpretado por Johnny Depp na versão de 2005 do filme .....	55
<b>Figura 5</b> – Oscar Wilde .....	57
<b>Figura 6</b> – Os Oompa-Loompas de 2005 .....	58
<b>Figura 7</b> - Seraphine.....	59
<b>Figura 8</b> – Moodboard Seraphine .....	62
<b>Figura 9</b> - Cartela de cor Seraphine .....	62
<b>Figura 10</b> – Skins Seraphine .....	63
<b>Figura 11</b> – Hwei .....	63
<b>Figura 12</b> – Moodboard Hwei .....	66
<b>Figura 13</b> – Cartela de cor Hwei .....	66
<b>Figura 14</b> – Skins Hwei.....	67
<b>Figura 15</b> – Senna .....	67
<b>Figura 16</b> – Moodboard Senna .....	71
<b>Figura 17</b> – Cartela de cor Senna.....	72
<b>Figura 18</b> – Skins Senna .....	72
<b>Figura 19</b> – Qiyana .....	73
<b>Figura 20</b> – Moodboard Qiyana .....	77
<b>Figura 21</b> – Cartela de cor Qiyana.....	77
<b>Figura 22</b> – Skins Qiyana .....	78
<b>Figura 23</b> – K'Sante .....	78
<b>Figura 24</b> – Moodboard K'Sante .....	81
<b>Figura 25</b> – Cartela de cor K'Sante.....	82
<b>Figura 26</b> – Skins K'Sante .....	82
<b>Figura 27</b> – Kennen .....	83
<b>Figura 28</b> – Moodboard Kennen .....	87

<b>Figura 29</b> – Cartela de cor Kennen.....	87
<b>Figura 30</b> – Skins Kennen .....	88
<b>Figura 31</b> – Akshan .....	88
<b>Figura 32</b> – Moodboard Akshan .....	92
<b>Figura 33</b> – Cartela de cor Akshan .....	92
<b>Figura 34</b> – Skins Akshan.....	93
<b>Figura 35</b> – Vex .....	93
<b>Figura 36</b> – Moodboard Vex .....	96
<b>Figura 37</b> – Cartela de cor Vex.....	97
<b>Figura 38</b> – Skins Vex .....	97
<b>Figura 39</b> – Veigar .....	98
<b>Figura 40</b> – Moodboard Veigar .....	101
<b>Figura 41</b> – Cartela de cor Veigar.....	102
<b>Figura 42</b> – Skins Veigar .....	102
<b>Figura 43</b> – Gwen .....	103
<b>Figura 44</b> – Moodboard Gwen .....	107
<b>Figura 45</b> – Cartela de cor Gwen.....	107
<b>Figura 46</b> – Skins Gwen .....	108
<b>Figura 47</b> – Cartela de tons de laranja e azul .....	109
<b>Figura 48</b> – Cartela de tons de amarelo e rosa .....	109
<b>Figura 49</b> – Cartela de tons de roxo e verde .....	110
<b>Figura 50</b> – Cartela de tons de vermelho e marrom .....	110
<b>Figura 51</b> – Cartela de tons de caramelo e cinza .....	111
<b>Figura 52</b> – Cartela de preto e branco.....	111
<b>Figura 53</b> – Cartela de tons de pele .....	112
<b>Figura 54</b> – Seraphine vista frontal.....	113
<b>Figura 55</b> – Seraphine vista lateral 1 .....	113
<b>Figura 56</b> – Seraphine vista posterior.....	114
<b>Figura 57</b> – Seraphine vista lateral 2 .....	114
<b>Figura 58</b> – Gwen vista frontal.....	115
<b>Figura 59</b> – Gwen vista lateral 1 .....	115
<b>Figura 60</b> – Gwen vista posterior.....	116
<b>Figura 61</b> – Gwen vista lateral 2 .....	116

<b>Figura 62</b> – Hwei vista frontal .....	117
<b>Figura 63</b> – Hwei vista lateral 1 .....	117
<b>Figura 64</b> – Hwei vista posterior .....	118
<b>Figura 65</b> – Hwei vista lateral 2 .....	118
<b>Figura 66</b> – Akshan vista frontal .....	119
<b>Figura 67</b> – Akshan vista lateral 1 .....	119
<b>Figura 68</b> – Akshan vista posterior .....	120
<b>Figura 69</b> – Akshan vista lateral 2 .....	120
<b>Figura 70</b> – Kennen vista frontal.....	121
<b>Figura 71</b> – Kennen vista lateral 1 .....	121
<b>Figura 72</b> – Kennen vista posterior.....	122
<b>Figura 73</b> – Kennen vista lateral 2.....	122
<b>Figura 74</b> – Respostas às perguntas “Onde você mora?” e “O que você faz nas suas horas vagas?” .....	137
<b>Figura 75</b> – “Qual é o seu jogo favorito atualmente?”.....	142
<b>Figura 76</b> – “Se sua resposta foi sim, quais acessórios você comprou?”.....	145
<b>Figura 77</b> – “Por quê?” .....	148
<b>Figura 78</b> – Respostas às perguntas 22 e 23.....	149

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> – Cronograma de trabalho – 2024.....	134
<b>Quadro 2</b> – Cronograma de trabalho – 2025.....	134

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>17</b>
<b>2 JUSTIFICATIVA TEÓRICA</b> .....	<b>20</b>
2.1 HISTÓRIA DA MODA: CONTEXTUALIZANDO O MOMENTO EM QUE A ROUPA VIROU MODA .....	20
2.2 ANÁLISE DAS PRINCIPAIS DÉCADAS DA MODA.....	22
<b>2.2.1 1920 – 1929</b> .....	<b>22</b>
<b>2.2.2 1930 – 1939</b> .....	<b>23</b>
<b>2.2.3 1940 – 1949</b> .....	<b>24</b>
<b>2.2.4 1950 – 1959</b> .....	<b>25</b>
<b>2.2.5 1960 – 1969</b> .....	<b>26</b>
<b>2.2.6 1970 – 1979</b> .....	<b>26</b>
<b>2.2.7 1980 – 1989</b> .....	<b>27</b>
<b>2.2.8 1990 – 2000</b> .....	<b>28</b>
<b>2.2.9 2000 - Dias atuais</b> .....	<b>29</b>
2.3 FIGURINO.....	30
<b>2.3.1 O figurinista</b> .....	<b>32</b>
2.4 MODA X JOGO .....	33
2.5 ANÁLISE DE CASO: SÃO PAULO FASHION WEEK X FREE FIRE .....	33
<b>3 COSTUME PLAY</b> .....	<b>35</b>
3.1 A CULTURA POP E SUA INFLUÊNCIA NOS TRAJES .....	36
3.2 CONVENÇÕES DE COSPLAY .....	36
<b>4 LEAGUE OF LEGENDS</b> .....	<b>38</b>
4.1 MODOS DE JOGO DO LOL.....	39
4.2 O COMPORTAMENTO DOS JOGADORES.....	40
4.3 <i>SPIN-OFFS</i> DE <i>LEAGUE OF LEGENDS</i> .....	41
<b>5 O QUE SÃO AS SKINS</b> .....	<b>42</b>
5.1 LINHAS DE SKINS MUSICAIS DE <i>LOL</i> .....	44
5.2 SKINS COMO BENS DIGITAIS .....	44
<b>5.2.1 O valor e o <i>tier</i> das <i>skins</i> no <i>LoL</i></b> .....	<b>46</b>
<b>5.2.2 Qual a forma de comercialização das <i>skins</i>?</b> .....	<b>49</b>
5.3 DESIGNERS QUE FIZERAM AS ILUSTRAÇÕES PARA AS <i>SKINS</i> DO <i>LOL</i> ....	49
<b>6 A HISTÓRIA DA ILUSTRAÇÃO</b> .....	<b>51</b>

6.1 A DIFERENÇA ENTRE ILUSTRAÇÃO DE MODA E DESENHO DE MODA .....	52
6.2 A RELAÇÃO ENTRE MODA E ARTE DIGITAL .....	52
<b>7 A FANTÁSTICA FÁBRICA DE CHOCOLATE .....</b>	<b>54</b>
7.1 HISTÓRIA .....	54
7.2 WILLY WONKA .....	55
<b>7.2.1 Wonka, Wilde e o <i>camp</i>.....</b>	<b>56</b>
7.3 OS OOMPA-LOOMPAS .....	57
<b>8 DESENVOLVIMENTO DAS <i>SKINS</i>.....</b>	<b>59</b>
8.1 ANÁLISE DE PERSONAGEM - SERAPHINE .....	59
<b>8.1.1 Análise psicológica .....</b>	<b>59</b>
<b>8.1.2 Análise física .....</b>	<b>60</b>
<b>8.1.3 Análise de personalidade .....</b>	<b>60</b>
<b>8.1.4 Processos criativos.....</b>	<b>61</b>
<b>8.1.5 <i>Moodboard</i>.....</b>	<b>62</b>
<b>8.1.6 Cartela de cor – Seraphine .....</b>	<b>62</b>
<b>8.1.7 <i>Skins</i>.....</b>	<b>63</b>
8.2 ANÁLISE DE PERSONAGEM – HWEI .....	63
<b>8.2.1 Análise psicológica .....</b>	<b>63</b>
<b>8.2.2 Análise física .....</b>	<b>64</b>
<b>8.2.3 Análise de personalidade .....</b>	<b>64</b>
<b>8.2.4 Processos criativos.....</b>	<b>64</b>
<b>8.2.5 <i>Moodboard</i>.....</b>	<b>66</b>
<b>8.2.6 Cartela de cor Hwei .....</b>	<b>66</b>
<b>8.2.7 <i>Skins</i>.....</b>	<b>67</b>
8.3 ANÁLISE DE PERSONAGEM – SENNA .....	67
<b>8.3.1 Análise psicológica .....</b>	<b>68</b>
<b>8.3.2 Análise física .....</b>	<b>68</b>
<b>8.3.3 Análise de personalidade .....</b>	<b>69</b>
<b>8.3.4 Processos criativos.....</b>	<b>70</b>
<b>8.3.5 <i>Moodboard</i>.....</b>	<b>71</b>
<b>8.3.6 Cartela de cor Senna.....</b>	<b>72</b>
<b>8.3.7 <i>Skins</i>.....</b>	<b>72</b>
8.4 ANÁLISE DE PERSONAGEM – QIYANA .....	73

8.4.1 Análise psicológica.....	73
8.4.2 Análise física .....	74
8.4.3 Análise de personalidade .....	74
8.4.4 Processos criativos.....	75
8.4.5 <i>Moodboard</i> .....	77
8.4.6 Cartela de cor Qiyana.....	77
8.4.7 <i>Skins</i> .....	78
8.5 ANÁLISE DE PERSONAGEM – K’SANTE.....	78
8.5.1 Análise psicológica .....	78
8.5.2 Análise física .....	79
8.5.3 Análise de personalidade .....	80
8.5.4 Processos criativos.....	80
8.5.5 <i>Moodboard</i> .....	81
8.5.6 Cartela de cor K’Sante .....	82
8.5.7 <i>Skins</i> .....	82
8.6 ANÁLISE DE PERSONAGEM – KENNEN.....	83
8.6.1 Análise psicológica.....	83
8.6.2 Análise física .....	84
8.6.3 Análise de personalidade .....	84
8.6.4 Processos criativos.....	85
8.6.5 <i>Moodboard</i> .....	87
8.6.6 Cartela de cor Kennen .....	87
8.6.7 <i>Skins</i> .....	88
8.7 ANÁLISE DE PERSONAGEM – AKSHAN.....	88
8.7.1 Análise psicológica.....	88
8.7.2 Análise física .....	89
8.7.3 Análise de personalidade .....	90
8.7.4 Processos criativos.....	90
8.7.5 <i>Moodboard</i> .....	92
8.7.6 Cartela de cor Akshan.....	92
8.7.7 <i>Skins</i> .....	93
8.8 ANÁLISE DE PERSONAGEM – VEX .....	93
8.8.1 Análise psicológica.....	93

<b>8.8.2 Análise física .....</b>	<b>94</b>
<b>8.8.3 Análise de personalidade .....</b>	<b>95</b>
<b>8.8.4 Processos criativos.....</b>	<b>95</b>
<b>8.8.5 Moodboard.....</b>	<b>96</b>
<b>8.8.6 Cartela de cor Vex .....</b>	<b>97</b>
<b>8.8.7 Skins.....</b>	<b>97</b>
<b>8.9 ANÁLISE DE PERSONAGEM – VEIGAR .....</b>	<b>98</b>
<b>8.9.1 Análise psicológica.....</b>	<b>98</b>
<b>8.9.2 Análise física .....</b>	<b>99</b>
<b>8.9.3 Análise de personalidade .....</b>	<b>99</b>
<b>8.9.4 Processos criativos.....</b>	<b>100</b>
<b>8.9.5 Moodboard.....</b>	<b>101</b>
<b>8.9.6 Cartela de cor Veigar.....</b>	<b>102</b>
<b>8.9.7 Skins.....</b>	<b>102</b>
<b>8.10 ANÁLISE DE PERSONAGEM – GWEN.....</b>	<b>103</b>
<b>8.10.1 Análise psicológica .....</b>	<b>103</b>
<b>8.10.2 Análise física .....</b>	<b>104</b>
<b>8.10.3 Análise de personalidade .....</b>	<b>104</b>
<b>8.10.4 Processos criativos.....</b>	<b>105</b>
<b>8.10.5 Moodboard.....</b>	<b>107</b>
<b>8.10.6 Cartela de cor Gwen.....</b>	<b>107</b>
<b>8.10.7 Skins.....</b>	<b>108</b>
<b>9 PALETAS DE CORES .....</b>	<b>109</b>
<b>10 MODELOS 3D.....</b>	<b>113</b>
<b>10.1 SERAPHINE.....</b>	<b>113</b>
<b>10.2 GWEN .....</b>	<b>115</b>
<b>10.3 HWEI .....</b>	<b>117</b>
<b>10.4 AKSHAN.....</b>	<b>119</b>
<b>10.5 KENNEN .....</b>	<b>121</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>123</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>124</b>
<b>ANEXO A .....</b>	<b>132</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A história da moda remonta a séculos: as pessoas usavam as roupas como forma de proteção contra o ambiente e o frio. Elas confeccionavam suas roupas com peles de animais e fibras vegetais. O conceito de moda como conhecemos hoje surgiu entre os séculos XIV e XV, derivando do latim *modus*, que significa modo ou maneira. Até então as vestimentas seguiam o padrão de costumes dos ancestrais dos indivíduos.

Com o passar do tempo, a moda evoluiu, influenciada por eventos históricos e mudanças culturais. O período da renascença foi um dos mais transformadores. A roupa deixou de ser objeto de proteção e passou a ser uma forma de identificação. Os valores do período renascentista, como o humanismo, racionalismo, individualismo, antropocentrismo, cientificismo e universalismo começaram a ser difundidos por toda a Europa. Durante essa época, surgiram as “Leis Suntuárias”, estabelecidas pela realeza e pela Igreja com a finalidade de manter as distinções de vestuário entre as classes sociais, evitando, assim, que a Burguesia copiasse as vestimentas da realeza e impedindo também que o pecado capital da vaidade se instaurasse.

A renascença impactou significativamente também as artes. A burguesia passou a investir recursos para essa área. Ao mesmo tempo, houve um resgate dos valores e conceitos da cultura greco-romana. A busca pela perfeição, nesse período, influenciou a arquitetura, a pintura e a escultura. O figurino tem sua primeira aparição na Grécia, onde era usado inicialmente para representar enredos mitológicos, representando figuras de Deuses, especialmente Dionísio, o Deus do vinho. Com o passar do tempo as narrativas começaram a evoluir para tramas fictícias, que foram divididas em dois gêneros: a tragédia e a comédia. No século XIX, o figurino e o cenário passaram a ser desenvolvidos em conjunto, criando harmonia no palco.

Com o passar dos séculos, a moda continuou a evoluir e os figurinos passaram a ser usados como forma de autoexpressão. Em 1939, surgiu o fenômeno do cosplay, quando Forrest J. Ackerman e Myrtle R. Douglas apareceram caracterizados com roupas que remetiam ao filme *Things to Come*. Essas duas figuras foram a inspiração para que muitos jovens comessem a vestir roupas de ficção científica nas próximas edições da *Worldcon*. Anos mais tarde, Nobuyuki Takahashi faz uma visita a essa

convenção e ficou encantado ao ver que as pessoas estavam usando as roupas e interpretando seus personagens favoritos de jogos, animes, séries, filmes etc.

O universo *nerd/geek* é extremamente midiático e visual, possibilitando facilidade de conexão emocional entre os indivíduos e as produções desse meio, pois ao ver o que se passa em uma história, por exemplo, um sujeito consegue se conectar e até mesmo se identificar com ela, trazendo elementos daquela narrativa para sua vida. Ao consumir produtos culturais, as pessoas atribuem valores e significados a eles, se apropriam e se utilizam deles para auxiliar na formação de sua identidade (Carvalho, 2018, p. 5).

A indústria dos jogos também se tornou extremamente popular e lucrativa, evoluindo significativamente desde o primeiro jogo criado, *Tennis for Two*, até se tornar parte integral da vida de muitas pessoas. Com o avanço tecnológico, novos jogos foram surgindo e cada vez mais a indústria dos games cresceu. Em 2009, Brandon Beck e Marc Merrill, lançaram o jogo *League of Legends*, que se tornou um dos jogos mais jogados e mais populares do mundo.

Os jogadores entram, jogam e, se os *designers* do jogo fizeram bem seu trabalho, eles permanecem jogando um pouco mais. O arco de recompensas e punições criado cuidadosamente que atrai os jogadores aos jogos e os mantém jogando conecta o prazer à lucratividade (Salen; Zimmerman; 2012, p. 52).

Assim, a partir do contexto apresentado, chega-se ao objetivo deste trabalho, que é criar ilustrações para uma linha de *skins*<sup>1</sup> do jogo *League of Legends* baseando-se na parceria entre a empresa *Riot Games*<sup>2</sup> e a marca de moda *Louis Vuitton*, usando como inspiração o filme "A Fantástica Fábrica de Chocolate".

A indústria da moda e dos jogos digitais tem ganhado destaque nos últimos anos, impactando milhões de pessoas globalmente. A parceria entre a *Riot Games* e *Louis Vuitton* em 2019 exemplifica essa conexão, com a criação de *skins* de personagens com elementos da marca de moda. Durante a pandemia de Covid-19, a demanda pelo entretenimento cresceu, impulsionando o mercado de jogos digitais e fazendo com que o mercado de moda se adaptasse, buscando novas formas de venda, incluindo a união com os jogos digitais.

---

<sup>1</sup> item cosmético que altera a aparência de um personagem, arma, veículo ou outro objeto dentro do jogo.

<sup>2</sup> Desenvolvedora e editora de jogos eletrônicos.

Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor - a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances, quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões (Jenkins, 2009, p. 135).

Essa parceria oferece oportunidades para inovação e colaborações entre marcas de jogos e empresas de jogos digitais. No entanto, ainda há necessidade de uma interação mais profunda entre essas indústrias. Surge então a pergunta: Qual a maneira para suprir a necessidade de inserir o mundo da moda no mundo dos jogos?

Com o intuito de criar ilustrações para uma linha de *skins* no mencionado jogo, foram feitas pesquisas exploratórias que abrangem essa temática, apoiando-se em referências bibliográficas, como artigos e matérias online, para a construção desse trabalho, o qual contará também com um estudo dos pontos de estética do jogo e do filme “A Fantástica Fábrica de Chocolate” para a criação final das ilustrações.

## 2 JUSTIFICATIVA TEÓRICA

### 2.1 HISTÓRIA DA MODA: CONTEXTUALIZANDO O MOMENTO EM QUE A ROUPA VIROU MODA

Foi na metade do século XIV e no início do século XV que a palavra “moda” surgiu: ela é derivada do termo *modus*, do latim, e significa modo e maneira. Sua história começa muitos anos antes, pois as pessoas faziam suas roupas com a finalidade de se protegerem do ambiente e das intempéries. Elas eram feitas com peles de animais e fibras vegetais. De acordo com Paulo Debom em seu artigo “Moda: Nascimento, Conceito e História”, foi só na metade do século XIV e início do século XV que ocorreu o surgimento da moda, pois até aquele momento ela não existia como conhecemos hoje. O que havia era o costume de se vestir. A roupa, os acessórios e a postura eram imitados a partir dos ancestrais. Vale ressaltar que antes de tudo isso o que existia eram os modismos (Debom, 2018).

O período Renascentista marcou uma revolução na Europa: o comércio estava se intensificando em algumas cidades italianas e francesas e é nesse período que emergem pela primeira vez, na história, diferenças entre as vestimentas masculinas e femininas. Na indumentária masculina aparecem as calças e na indumentária feminina surgem os vestidos. É no período da Renascença em que a roupa deixa de ser um objeto de proteção e passa a ser um objeto de identificação. Os valores desse período, como o humanismo, racionalismo, individualismo, antropocentrismo, cientificismo e universalismo começaram a ser difundidos pela Europa (Debom, 2018).

A veste masculina era composta por um Gibão - peça que remete ao colete -, meias apertadas e coloridas e calções apertados. Para evitar constrangimento público, em um momento de excitação era necessário o uso de um tapa-sexo, conhecido como *braguette*. Por cima do Gibão usavam uma túnica aberta, conhecida como *jacket*. Já na veste feminina, a cintura sobe marcando logo abaixo dos seios, para deixá-los em destaque. Há também o surgimento dos decotes: era comum usar enchimentos para dar a impressão de gravidez, pois segundo o catolicismo, esse era o papel da mulher na terra (Debom, 2018).

Durante esse período houve muitas as tentativas, por parte da burguesia, de copiar as roupas da realeza, fazendo com que as “Leis Suntuárias” fossem criadas

com o apoio da igreja. Essas leis determinavam que as vestimentas tinham que permanecer de acordo com sua classe social, com o objetivo de diminuir as imitações. Também foram uma tentativa da igreja para inibir que o pecado capital da vaidade se instaurasse. As “Leis Suntuárias” permaneceram até o século XVIII, quando foram revogadas (Debom, 2018).

O maior motivo da criação dessas leis era porque apesar de não serem nobres, os burgueses poderiam parecer nobres com suas vestimentas, fazendo com que conseguissem circular pelo circuito aristocrático, mesmo não fazendo parte dele. Essas medidas foram tomadas para preservar os trajes do rei, para que em momento nenhum houvesse a confusão com seus súditos. Foi somente na transição do mundo medieval para o moderno que a roupa deixou de ser um objeto e passa a ser uma forma de se autoexpressar, anunciando os desejos da pessoa enquanto indivíduo. Por mais que o surgimento da moda esteja ligado ao movimento da cópia, esse não é seu objetivo. A imitação faz parte do mecanismo desse universo, porém não é um ponto que determina esse movimento (Debom, 2018).

Em seu artigo, Debom cita que o Lipovetsky dividia a Era da Moda em três etapas: A Era Aristocrática, A Moda dos Cem Anos e A Moda Aberta. A Era Aristocrática ocorreu na passagem da Idade média para a Idade moderna, século XIV e XV, e foi até o meio do século XIX. Nesse período, a moda ficou restringida aos círculos da realeza, nobreza e burguesia. Já para as grandes massas, a mudança nos trajes foi lenta, não havendo grandes transformações como para a elite da época (Lipovetsky, 2002 *apud* Debom, 2018).

A revolução Francesa trouxe consigo a expansão da indústria têxtil, difundindo o gosto pela novidade em função do aumento da produção. A criação da máquina de costura pelo francês Barthélemy Thimmonier, em 1829, foi remodelada e inserida na indústria em 1850 por Isaac Singer, difundindo ainda mais o gosto pela novidade. A Era dos Cem anos foi caracterizada por ser uma era dupla: de um lado a confecção e do outro, a alta costura. A confecção era focada na produção de roupas para a camada média, imitando as da aristocracia por um preço mais baixo, e a alta costura, fundada por Charles Frederick Worth em 1860, era voltada para a construção manual de peças exclusivas. Esse binômio dominou o mundo da moda entre 1860 até 1960. A alta costura tem bastante importância para o mundo da moda, pois foi ela quem tirou a liberdade de criação das mãos do Rei e da Rainha e passou para o costureiro,

passando a ditar o que estaria dentro ou fora da moda e quais seriam os padrões de beleza (Debom, 2018).

A terceira e última era da moda foi a Moda Aberta. Nessa era, o *Prêt-à-porter*<sup>3</sup> na virada dos anos 1950 para 1960 foi o que fez com que a moda não fosse ditada pelos poucos estilistas do mundo do luxo, e sim por um número maior de criadores. Agora a moda estava ligada profundamente aos movimentos sociais, às minorias e a política. Foi nesse mesmo período que ocorreu o primeiro salão *Prêt-à-porter* feminino. Em 1960, ocorreu o masculino. Designers como Yves Saint-Laurent transformaram o produto da moda industrial em peças estetizadas concebidas de forma original. Com a criação do *Prêt-à-porter*, a alta costura perde grande parte de sua força, que passou a ser dessa nova criação<sup>4</sup> (Debom, 2018).

Desde o seu surgimento, no final do século XIV e início do século XV, a moda tem evoluído constantemente. Com o passar dos séculos, ela deixou de ser algo usado pelos ancestrais como forma de proteção contra o ambiente, passando a desempenhar um papel muito significativo na identidade pessoal e visual. As pessoas começaram a escolher suas vestimentas com base em sua preferência estética. Atualmente, a moda é algo que consegue abranger uma ampla gama de segmentos, desde uma roupa usada para o dia a dia até uma *skin* feita para um personagem de um jogo eletrônico.

## 2.2 ANÁLISE DAS PRINCIPAIS DÉCADAS DA MODA

### 2.2.1 1920 – 1929

A moda dos anos 20 foi marcada pelo pós-guerra, um marco na história do século XX. Diversas foram as causas para que ela acontecesse, como acontecimentos mal resolvidos do século XIX, rivalidades econômicas, tensões nacionalistas, alianças militares, etc. Foram essas causas que geraram a tensão inicial entre as nações, mas o estopim para que ela começasse foi o assassinato do

---

<sup>3</sup> Termo em francês que significa “pronto para vestir”. Refere-se a roupas que são produzidas em massa, em tamanhos padronizados, e estão prontas para serem compradas e usadas sem necessidade de ajustes ou personalização.

<sup>4</sup> Essa parte da história da moda pode ser vista na série “Cristóbal Balenciaga”, disponibilizada pelo *streaming* Disney+, focando na história de Cristóbal e de sua marca e mostrando um pouco sobre o *Prêt-à-porter*.

arquiduque Francisco Ferdinando e sua esposa, Sofia, em Sarajevo, na Bósnia, em junho de 1914 (Silva, 2020a).

Na Europa, um novo movimento artístico estava se iniciando: o *Art Déco*. Esse estilo de arte tem como suas principais características o estilo *clean* e ao mesmo tempo luxuoso, linhas simples e formas geométricas, presença da representação da mulher e dos animais, traços sintéticos e a influência do abstrato. Junto com o *Art Déco*, na música temos o surgimento do Jazz. Esse movimento artístico tem seu início no ano de 1910, anos antes da Primeira Guerra Mundial, e permaneceu até a Segunda Guerra Mundial. Sua influência se estende por diversas áreas, como o cinema, o design, desenho industrial, moda, etc. (Azevedo, 2019).

Na moda, o *Art Déco* fez com que o movimento “melindrosas” surgisse: as mulheres passaram a se comportar de moda jovial e ousada. As roupas eram compostas por tecidos leves e tons vibrantes, os vestidos agora eram soltos e não tinham mais a presença do espartilho e o comprimento deles variava entre o joelho ou um pouco abaixo deles. Os chapéus tinham formato semelhante ao de um sino e, nos pés, sapatos *Mary Jane* com salto cubano. Vale destacar a influência de Coco Chanel, uma figura importante para a moda, pois foi ela quem introduziu, no guarda-roupas feminino, os *smokings* e as calças, além do corte de cabelo curto cujo nome é dado em sua homenagem, o corte Chanel (Azevedo, 2019; Revista VLK, 2020).

O final da década de 20 é marcado pela quebra da bolsa de Nova York, com o mundo entrando em crise econômica e o início da Segunda Guerra Mundial. Há um retrocesso cultural e social e a moda, que agora era mais ousada, voltou a ser o que era antes (Silva, 2020a). Os vestidos voltaram a serem longos, os cabelos voltaram a ser compridos e a silhueta marcada também voltou (Revista VLK, 2020).

### **2.2.2 1930 – 1939**

O cenário da década de 30 era desanimador: com a quebra da Bolsa de Valores de Nova York, o mundo foi mergulhado em uma grave crise econômica. A moda desse período não sofreu tantas alterações como na década anterior. Nessa década vemos um retorno à elegância refinada: as saias eram mais longas; os cabelos mais compridos, com um penteado em formas de ondas, e os vestidos eram mais retos.

Com a crise mundial, tecidos mais baratos, como o algodão e a casimira, passaram a ser utilizados nas confecções das roupas (Revista VLK, 2021a).

Mesmo que não tenham ocorrido mudanças significativas, a década de 30 ficou marcada pelos vestidos que começaram a ser feitos para serem vistos de costas, pois o novo ponto de atenção passou a ser as costas femininas. Esse novo foco da moda originou-se por conta da evolução dos trajes de banhos, que serviram como inspiração para decotes mais ousados. Uma das grandes sensações dessa década são as luvas, os boleros e as capas, que passaram a ser usados não importando a estação (Revista VLK, 2021a).

Há também uma inspiração no mundo dos esportes: com a popularização das bicicletas, há o surgimento dos *shorts*. O surgimento dos trajes de banho, como os maiôs e os suéteres, ganha força nesse período também, além dos óculos escuros, popularizados pelos astros de cinema. Diferentemente da década de 20, onde a silhueta era em “H”, a silhueta dos anos 30 passou a ser a silhueta “A”. Esse tipo de silhueta não marcava o quadril e as coxas, dando aos *looks* da época um ar mais elegante e discreto (Revista VLK, 2021a).

### 2.2.3 1940 – 1949

A Segunda Guerra Mundial marcou o início da década de 40. O conflito entre o Eixo e os Aliados durou 6 anos e resultou em mais de 60 milhões de mortes. A Guerra teve como sua grande causa o expansionismo e militarismo da Alemanha Nazista. Toda essa tensão que se criou para o início da Segunda Guerra Mundial se deu pela derrota que a Alemanha sofreu na Primeira Guerra e, somado a isso, houve o Tratado de Versalhes, que pôs fim à Primeira Guerra Mundial e impediu a Alemanha de ter navios e aviões de guerra. No entanto, o estopim para que a guerra começasse foi a invasão da Alemanha à Polônia (Silva, 2020b).

Esse conflito impactou várias esferas e a moda foi uma delas. Com a ocupação alemã na França, várias *maisons*<sup>5</sup> foram fechadas. Estilistas abandonaram Paris e isso gerou um grande impacto na moda. As silhuetas em estilo militar, dos anos 30, estavam muito presentes na década de 40. Vários fornecedores de tecidos tiveram

---

<sup>5</sup> Termo em francês que significa “casa” e se refere a grandes marcas de moda, em especial as de alta costura.

que parar o seu negócio e os estilistas que continuaram a produzir tiveram que buscar tecidos alternativos, dando espaço para a viscose e outras fibras sintéticas. Para criar novos *looks*, muitas mulheres precisaram reutilizar tecidos de outras peças de roupas (Revista VLK, 2021b).

Os grandes destaques da moda nessa época foram as saias mais curtas com pregas finas ou franzidas. A ascensão das calças como peça mais prática para vestir, junto com a escassez de tecidos para a produção de meias finas fazem surgir as meias soquetes e as pernas nuas. Um truque muito utilizado pelas mulheres era desenhar, em suas pernas, a costura das meias finas. Há também o surgimento dos grampos, pois com a Guerra acontecendo, não haviam muitos cabeleireiros; e as maquiagens passaram a ser feitas com produtos caseiros (Revista VLK, 2021b).

Com a simplicidade do visual, as mulheres despertaram um grande interesse em chapéus, lenços e turbantes, uma maneira de dar um toque extra ao visual mais simples do período. É nessa época que os designers começaram a diferenciar as maneiras de como faziam os chapéus, que passaram a ser mais criativos e mais chamativos, possuindo ornamentos como flores e véus ou até mesmo sendo confeccionados com feltro, dando um ar mais simples e mais parecido aos chapéus dos militares (Revista VLK, 2021b).

#### **2.2.4 1950 – 1959**

Com o final da Segunda Guerra Mundial, se inicia a “Era de Ouro da Moda”. A alta costura volta à tona, designers como Cristobal Balenciaga, Hubert de Givenchy, Pierre Balmain, Coco Chanel, Madame Grès, Nina Ricci e Christian Dior voltam para as suas *maisons*. Os tempos de Guerra tinham acabado, os cuidados com a aparência retomam seu lugar e é a partir desse momento que a moda renasce (Revista VLK, 2021c).

Esse renascimento da moda é marcado pelo *New Look Dior*, que trouxe a silhueta marcada e a saia volumosa, arrebatando os corações das mulheres. Os saltos, luvas, joias e os acessórios de luxo ficam em evidência. A estampa de poá entra em alta e a saia midi é ovacionada. Novas maquiagens foram introduzidas nesse período, como o delineador, e é nessa década que é apresentado o delineado gatinho, muito utilizado hoje em dia. Além disso, há uma busca pela pele perfeita. Os lábios

pintados começam a ganhar destaque, assim como as tintas para cabelos e loções fixadoras (Revista VLK, 2021c).

### **2.2.5 1960 – 1969**

A década de 60 quebrou muitos padrões. A rebeldia ganhava seu espaço junto ao *Rock And Roll*. Os influenciadores dessa época eram os *Beatles* e, nesse período, a moda e a música andaram lado a lado, trazendo uma nova forma de se expressar por meio das roupas. É nesse período que as roupas femininas e masculinas se assemelham. As jaquetas de couro, jeans e as botas tomaram conta do guarda-roupas feminino. Criatividade e ousadia é o que define os anos 60 e, junto a essa nova liberdade, surgem os movimentos transgressores (Revista VLK, 2022a).

Para as peças de roupas dessa década, os cortes eram mais geométricos. Houve um abandono das saias abaixo do joelho. As calças, que eram inicialmente peças masculinas, passaram para o guarda-roupas feminino também, causando um choque. Ao final da década, as cores e as estampas ganharam seu destaque e passaram a serem usadas com mais frequência e para chamar mais a atenção. Yves Saint Laurent ganha seu destaque nessa época, introduzindo o terno para a moda feminina e sua saia trapézio. As *Hot Pants* e as minissaias, criações de Mary Quant, se tornaram atemporais e são usadas até hoje pelas mulheres (Revista VLK, 2022a).

Os anos 60 foram marcados por diversos fatores da moda e estilistas. As cores e as estampas entraram em ascensão, fazendo parte das peças femininas. A moda e a música andaram uma ao lado da outra, trazendo um estilo diferente para as mulheres. Em suma, a década representou uma fase de experimentação e inovação para o mundo da moda, tendo ênfase na expressão individual e na quebra de normas tradicionais (Revista VLK, 2022a).

### **2.2.6 1970 – 1979**

Os anos 70 na moda foram de muita elegância e extravagância. Essa foi uma década muito diferente das passadas, sendo marcada pela sua grande diversidade e pelas misturas de estilo, refletidas pelas mudanças culturais e sociais. Algumas das mais icônicas tendências dessa década são o estilo boho, ou boêmio, inspirado na

década de 60, o *disco fever*, as calças jeans e as calças bocas de sino. O paisley e as estampas psicodélicas são algumas das tendências da moda que marcaram o mundo durante os anos 70 (Revista VLK, 2022b).

Essa década só pode ser descrita como informal, alegre e colorida. As cores vibrantes estavam em alta, o estilo hippie-chic marcou presença e as estampas floridas preenchiavam as ruas. A inspiração por trás desses *looks* diversificados foram as roupas indianas. As formas e texturas foram muito exploradas nesse período junto com os tecidos, sendo um grande destaque o *cashmere*, tecido feito do sub pelo de cabras que vivem na cordilheira do Himalaia. Suas características são: tecido esponjoso, respirável e que possui alto poder de isolamento térmico e hídrico (Revista VLK, 2022b).

Os grandes nomes que marcaram essa década, tanto na música, quanto na moda, foram a cantora Cher e David Bowie, com seu álter ego Ziggy Stardust. Eles trouxeram o *glitter* para essa década. Além desses grandes influenciadores da música, os designers de moda como Yves Saint Laurent, Diane von Fürstenberg e Halston ganharam um grande destaque com suas coleções, com um destaque ainda maior para Yves Saint Laurent, que trouxe uma coleção que inflou a emancipação feminina para essa década cheia de liberdade e autoexpressão (Revista VLK, 2022b).

### **2.2.7 1980 – 1989**

Os anos 80 foram marcados por vários acontecimentos históricos, como o fim da Guerra Fria, conflito entre duas potências mundiais: os Estados Unidos e a União Soviética. O nome se deve à ausência de conflito armado, tendo como finalidade a hegemonia mundial (Silva, 2021). Além disso, houve a queda do Muro de Berlim, evento que ocorreu pela crise econômica, evidenciada pelo aumento da dívida externa da Alemanha, naquele momento dividida em Oriental e Ocidental, crescimento do déficit comercial, a falta de mercadorias, etc. (Silva, 2022). Já em âmbito nacional, no Brasil temos o fim da ditadura militar.

Já na moda, os anos 80 ficaram marcados por diversas tendências, como o exagero e a extravagância. As estampas de *animal print*, as cores vibrantes, as calças coloridas e as mangas bufantes, que ficaram populares por conta do vestido de noiva da Princesa Diana em seu casamento com o Príncipe Charles, foram elementos que

marcaram a moda da época. O culto ao copo traz para o mundo da moda as polainas e a *lycra*, que eram usadas nas calças coladas ao corpo. Por outro lado, outro tecido que ganhou popularidade foi o veludo molhado para peças de roupas mais formais. Essa é a década do “mais é mais” (Revista VLK, 2022c).

A década de 80 foi marcada também pelo que chamamos de “famílias”, o que nada mais são do que os estilos diversos que emergiram nos anos 80, como o *New Romantics*, *Yuppies*, *Punks*, *Preppies*, *Club Kids*, *Street Style* e os *Glam Rockers*, cada um deles com o seu próprio estilo. Os *new romantics* eram caracterizados por terem uma estética romântica e teatral e tinham como inspiração na era vitoriana e no movimento *New Wave* da música (Revista VLK, 2022c).

Os *yuppies* eram jovens profissionais urbanos que adotavam uma estética sofisticada e elegante. Os *punks* possuíam uma estética rebelde e *anti-establishment*, enquanto os *preppies* eram associados à cultura das universidades de elite da costa leste dos EUA. Os *club kids* adotavam uma estética mais extravagante e exagerada por conta da cena *disco* e noturna; o *street style* era inspirado na cultura musical do *hip-hop*<sup>6</sup> e os *glam rockers* eram inspirados pelo estilo de música *rock* e a cultura *glam* e adotavam uma estética teatral e ousada (Revista VLK, 2022c).

### 2.2.8 1990 – 2000

Os anos 90 foram marcados pelo fim da União Soviética, que estava enfrentando sérios problemas políticos e econômicos nas décadas anteriores. A economia do país estava estagnada, com escassez de bens e infraestrutura obsoleta e as políticas autoritárias e repressivas levaram as pessoas a pedirem reformas políticas e liberdades civis (Campos, 2023). O crescimento da internet e da cultura pop e a ascensão do *grunge* e do *hip-hop* também marcaram a época.

Ao contrário da década de 80, os anos 90 chegaram com uma abordagem mais casual e despojada, tendo influências do minimalismo, do *grunge* e da cultura urbana. Com a influência do *grunge*, as roupas passaram a ser mais despojadas, com a presença do jeans rasgado. O minimalismo trouxe linhas simples e cores neutras e o *sportswear* trouxe roupas esportivas que eram usadas nas ruas como roupas casuais.

---

<sup>6</sup> movimento cultural da juventude pobre de algumas das grandes cidades norte-americanas que se manifesta de formas artísticas variadas (dança, *rap*, grafites etc.)

Foram nos anos 90 que as supermodelos surgiram, como Linda Evangelista, Naomi Campbell, Cindy Crawford e Christy Turlington (Revista VLK, 2022d).

O estilo *grunge* é bastante presente nessa década. Ele foi inspirado pela cena musical de Seattle e muito influente na moda. Surge como uma atitude despojada e *anti-establishment*, rejeitando a moda convencional e das normas sociais. Esse movimento valoriza a autenticidade e a simplicidade, o que se refletiu nas escolhas de roupas simples e acessíveis, peças como o jeans desbotado e rasgado, camisetas largas, camisas xadrez, moletoms velhos, botas de combate e gorros de lã, que eram as peças-chave das pessoas que aderiram a esse movimento (Revista VLK, 2022d).

Com a ajuda da cultura pop e de atrizes, surgem as *It Girls*: Jennifer Aniston, com a personagem Rachel, da *sitcom Friends*, Sarah Jessica Parker, dentro e fora do seriado *Sex and the City*, e a atriz Alicia Silverstone, como a popular garota rica Cher Horowitz em *As Patricinhas de Beverly Hills*. Outras figuras influentes dessa década foram as supermodelos Naomi Campbell e Tyra Banks, que ajudaram a popularizar e estabelecer padrões de estilo (Revista VLK, 2022d; Cerini, 2020).

Para o final da década de 90, a ousadia começou a ser presente. As bainhas começaram a ficar mais curtas e as roupas, mais chamativas. A cantora Lil' Kim se destacou e virou panorama de tendência e as calças começaram a ficar cada vez mais baixas, anunciando, assim, novas tendências e novos estilos da moda que se estenderiam ao início dos anos 2000 (Revista VLK, 2022d; Cerini, 2020).

### **2.2.9 2000 - Dias atuais**

É nos anos 2000 que muitos eventos importantes aconteceram e mudaram o mundo com o impacto da globalização, os avanços tecnológicos e a popularização da internet e das redes sociais. A globalização é um processo de integração e interconexão entre países, economias, culturas e pessoas ao redor do mundo. Esse processo foi impulsionado pelos avanços tecnológicos, como a internet e as telecomunicações.

Esse processo começou muitos anos antes dos anos 2000. As teses mais aceitas sobre o assunto são de que a globalização surgiu com as Grandes Navegações do século XV e XVI. Até chegar ao estágio atual, ela teve 4 fases: a primeira corresponde ao período das Grandes Navegações; a segunda corresponde

ao período do século XIX e vai até o fim da Segunda Guerra Mundial; o terceiro período inicia no fim da Segunda Guerra Mundial e vai até o fim da Guerra Fria e o quarto e último período inicia nos anos 90 e estende-se até hoje.

Os anos 2000 para a moda foram caóticos, pois como a globalização e a internet tiveram um papel importante nessa década, agora a grande barreira que separava as pessoas de lugares diferentes tinha sido quebrada. Assim, culturas começaram a se misturar, tendências começaram a surgir e o comportamento das pessoas começou a mudar e é claro que a moda sentiu essas mudanças que estavam acontecendo.

Essa mistura de estilos é a consequência de diversos fatores e um deles é a cultura pop. Na televisão, os seriados *One Tree Hill* e *The OC*; na música, Britney Spears e Christina Aguilera e, no cinema, *Meninas Malvadas* e *O Diabo Veste Prada*. Esses fenômenos contribuíram para a moda da década em que o excesso tomava conta de tudo. O paradoxo e a ironia apareceram na moda logo após os atentados do 11 de setembro: as minissaias passaram a sobrepôr as *leggings*, assim como tornaram-se comuns moletons feitos de veludo e cintos sobrepondo camisetas (Revista VLK, 2022e; Santhana, 2021).

O *bug* do milênio também marcou bastante o início dos anos 2000. As pessoas tinham medo de que os computadores não conseguissem processar a virada dos anos 1999 para os anos 2000 e colapsassem o *software* de bancos, aeroportos e usinas nucleares. É claro que nada disso aconteceu, mas 20 anos depois o mundo e as pessoas encararam algo ainda pior, a pandemia de COVID-19, onde ameaças ao sistema de saúde, à economia e à vida passaram a ser um medo de todos. As pessoas ficaram trancadas em suas casas por 3 anos e o retorno da moda dos anos 2000 às passarelas mostrou que a moda é cíclica (Revista VLK, 2022e; Santhana, 2021).

### 2.3 FIGURINO

Foi na civilização Grega que surgiram os primeiros relatos do figurino. Eles eram usados para a representação de enredos que buscavam explorar temas mitológicos da religião politeísta: geralmente prestavam homenagens aos Deuses, especialmente a Dionísio, o Deus do vinho. Interpretavam procissões, cânticos e festejos, encenavam cantos líricos e fatos comuns do cotidiano. Com o tempo, essas

narrativas evoluíram para tramas fictícias, que foram divididas em dois gêneros: a tragédia e a comédia.

No período da Idade Média, o teatro foi utilizado como meio para propagar conteúdos bíblicos, sendo representados pelos membros da igreja, padres e monges. Mais tarde, trupes foram formadas por homens com o objetivo de representar o cotidiano. Eles se agregaram aos domínios de senhores nobres e reis. Durante o período da Idade Média, cada ator tinha a responsabilidade de escolher qual figurino representava melhor o seu personagem, pois eles não eram pensados como parte do todo.

No teatro medieval, a roupa era simplesmente levada da rua para o palco. Até a metade do século XVIII, os atores se vestiam da maneira mais suntuosa possível, de modo vistoso e excessivo, já que herdaram do seu protetor as vestimentas da corte e exibiam seus adornos como sinal exterior de riqueza, sem preocupação com o personagem que iriam representar. O objetivo do teatro, naquele tempo, era organizar a mente do espectador para que ele confundisse o espetáculo com a realidade (Muniz, 2004, p. 21).

O período renascentista foi marcado pelas artes em geral. A burguesia passou a investir em artistas, já que era a classe social que detinha o capital financeiro da época, influenciando o figurino. Foi nesse período que os figurinos passam a ser trajes opulentos, pois os espetáculos passaram a representar o cotidiano da corte. No século XIX, o cenário passou por inovações de infraestrutura, tornando-se mais realistas. O simbolismo trouxe com ele pintores para a linguagem teatral, que começaram a perceber que o figurino fazia parte do espetáculo junto ao cenário.

Foi no século XX que a figura do diretor se tornou fundamental no teatro, com a responsabilidade de gerenciar as etapas da produção de uma peça. Nessa época, profissionais especializados começaram a integrar as companhias de teatro, incluindo cenógrafos, iluminadores e figurinistas, profissionais que lidavam com as questões técnicas. Com esses especialistas, foi possível que o espetáculo se conectasse com o público de maneira mais eficaz, criando uma ponte entre a realidade e o mundo cênico.

### 2.3.1 O figurinista

O figurinista é o profissional que está por trás das roupas que vemos em novelas, séries, filmes, no teatro e na dança. Ele precisa compreender a narrativa, os personagens e o contexto da obra. Para que um figurino seja executado, é necessária a leitura do roteiro, compreensão do personagem, pesquisas históricas, pesquisas de tendências da moda, além de visitas a museus, bibliotecas e lojas de materiais. Além disso, ele precisa estar em contato direto com o diretor, cenógrafos e os membros da equipe para que juntos possam desenvolver a roupa do personagem e enriquecê-lo com significado (Quero Bolsa, 2022).

Para dar vida ao figurino, torna-se importante a presença de um profissional especializado, capaz de vislumbrar de antemão o espetáculo com o devido distanciamento, verificando novas caracterizações em vista do universo determinado pela obra, e não apenas reproduzindo o mundo que está à sua volta (Leite, 2002, p. 85);

O próximo passo do figurinista é a experimentação. Esse processo é muito importante para a confecção dos figurinos, pois é durante ele que o profissional da área vai descobrindo novas formas de usar tecidos, aviamentos e objetos para criar texturas e estampas. A criação da roupa exige que o figurinista tenha conhecimentos em diversas áreas, pois elas ajudarão na construção do traje. Ele precisa ter conhecimento têxtil, pois precisará trabalhar com diversos tecidos e ter conhecimentos sobre corte, modelagem e história da indumentária. O figurino, o cenário e a iluminação precisam estar em equilíbrio: um não pode chamar mais atenção que o outro, pois para conseguir uma harmonia no espetáculo, os elementos dele precisam estar em harmonia também.

O figurino teatral não pode ser mais relevante que outros elementos da cena. Tal como um quadro, não é apenas um elemento plástico a ser decodificado, mas o recurso que permite à personagem projetar-se para viver o artístico, a representação. O figurino deve ser pensado como elemento artístico integrando conjunto de cenário, luz, música, etc. Ele evidencia relações, traços e formas característicos da nossa cultura, proporciona um diálogo com a intelectualidade, com o virtuosismo do nosso tempo (Abrantes, 2001, p. 15).

## 2.4 MODA X JOGO

Com o avanço tecnológico e a criação do metaverso, marcas que antes eram distintas agora estão cada vez mais próximas. Com a pandemia de Covid-19 e as pessoas confinadas em suas casas, a demanda pela indústria do entretenimento cresceu e o mercado dos jogos começou a ficar cada vez maior. Assim como o mercado da moda, que precisou se adaptar perante o cenário em que o mundo se encontrava, a distância entre o mundo da moda e o dos jogos começou a ficar cada vez menor.

As marcas de roupas tiveram que se adaptar e encontrar formas para vender seus produtos e uma dessas formas foi a parceria com jogos online, como a realizada entre a empresa de jogos Riot Games e a marca de roupas de luxo Louis Vuitton, o *Fortnite* e a Balenciaga, ou até mesmo trazer as roupas dos jogos para o mundo real, como a parceria entre Daniel Ueda e Alexandre Herchcovitch, que trouxeram os 20 *looks* mais cobiçados do jogo *Free Fire* para as passarelas do desfile da edição de 2021, da *São Paulo Fashion Week* (Gerardi, 2021).

## 2.5 ANÁLISE DE CASO: SÃO PAULO FASHION WEEK X FREE FIRE

No dia 17 de novembro de 2021, aconteceu, em colaboração com o Santander, o desfile do *Free Fire*, jogo de tiro para celular, no maior evento de moda do Brasil, o *São Paulo Fashion Week*. A parceria entre Daniel Ueda e Alexandre Herchcovitch trouxe releituras de 20 *skins* do jogo para a passarela do evento, mostrando pela primeira vez, em um evento voltado para a moda, que o mundo virtual e o da moda estão conectados, rompendo a barreira entre o real e o virtual. Para que essa coleção fosse o mais próximo o possível do virtual, foram usados tecidos como malha e moletom junto com as peles *fake* e telas tecnológicas vazadas (Figura 1). As peças desfiladas durante a SPFW foram leiloadas pela Alfa Leilões (Gerardi, 2021).

**Figura 1** – *Skins* do jogo *Free Fire* na edição N52 do *São Paulo Fashion Week*



Fonte: Propmark, 2021.

### 3 COSTUME PLAY

O *costume play* ou, como popularmente é chamado, *cosplay*, é um termo derivado das palavras *costume*, que significa fantasia, e *play*, que significa brincar. Foi nomeado por Nobuyuki Takahashi após sua visita ao evento *Worldcon*<sup>7</sup>, de 1984.

A primeira aparição dessas roupas aconteceu no ano de 1939, quando Forrest J. Ackerman e Myrtle R. Douglas apareceram caracterizados com roupas que remetiam ao filme *Things to Come*. Essas duas figuras foram a inspiração para que muitos jovens começassem a vestir roupas de ficção científica nas próximas edições da *Worldcon*. Em 1941, na terceira edição do evento, foi apresentado um *cosplay* que ficou conhecido como *The \$1000 cosplay*. Segundo Pinheiro (2021) em sua monografia intitulada “Arte, *Cosplay* e Moda”, “John. L. Coker III (2009), um historiador de ficção científica, descreve que a peça possui este nome devido utilizado para a confecção do traje. O figurino possui suportes de metal, feitos em alumínio, que, durante aquele período, o processo de refinamento de alumínio era extremamente caro e era mais valioso do que o ouro”.

Em 1950 surgiram concursos de *cosplay*, conhecidos também como *masquerades*, onde os participantes poderiam mostrar suas roupas e interpretar as ações dos personagens escolhidos para serem representados. Ainda de acordo com Pinheiro (2021), Nunes (2015) aponta que “alguns trabalhos, como de Frenchy Lunning (2011), professora da Universidade de Minnesota, EUA, atesta a presença de um suposto *cosplay* no Japão em 1978, com a performance de Mari Kotani parodiando um personagem de mangá”.

A primeira aparição do *cosplay* como conhecemos hoje em dia ocorreu em 1979, com Karen Schnaubelt, que estava usando o traje do personagem *Captain Harlock*. No ano seguinte ela aparece caracterizada junto de seus amigos do anime *Star Blazers*. As caracterizações de Karen até esse momento contribuíram muito para que esses figurinos ficassem cada vez mais populares, tanto que foi considerada uma das pioneiras dessa arte de se vestir e interpretar os personagens.

---

<sup>7</sup> Convenção de ficção científica.

### 3.1 A CULTURA POP E SUA INFLUÊNCIA NOS TRAJES

A cultura pop japonesa começou a ser difundida para outros países após a derrota dos japoneses e do Eixo<sup>8</sup> na Segunda Guerra Mundial, quando os soldados americanos ficaram abrigados em Tóquio. Influenciados pela cultura, os japoneses incorporam esses elementos culturais à sua própria cultura, criando algo. Foi no ano de 1814 que o termo “mangá” aparece, nos *hokusai mangá*, que são ilustrações de criaturas e sobre a cultura japonesa, e foi em 1974 que o primeiro modelo de mangá como conhecemos hoje surgiu, criado por Osamu Tezuka e com parceria Shin Takarajima.

Após o sucesso dos animes em 1970, a indústria do entretenimento passa a produzir cada vez mais animes, mangás, videogames, filmes de ficção científica e de efeitos especiais, estatuetas de animes, dentre outros. Segundo Alexandre Nagado (2007, p. 72- 73), foi no final da década de 60 que os animes chegaram aqui no Brasil, mas foi em 1994 que começaram a ganhar popularidade após a exibição de *Cavaleiros do Zodíaco Saint Seiya*, de 1986.

### 3.2 CONVENÇÕES DE COSPLAY

As convenções de *cosplay* foram ganhando popularidade com o tempo. Várias outras convenções foram surgindo e ganhando espaço para que as pessoas pudessem se expressar por meio de seus personagens favoritos. A convenção mais popular é a *Comic Market*<sup>9</sup>, que acontece no Japão durante o verão. Durante o inverno, aqui no Brasil existem algumas convenções que muitos *cosplayers* frequentam e que ocorrem em São Paulo, como a *Brasil Game Show*, ou popularmente chamada de *BGS*, que é uma convenção voltada para videogames; o *Anime Friends*, evento focado para animes e mangás, e a *CCXP*<sup>10</sup>, que é voltada para a cultura pop e foi inspirada na *San Diego ComicCon*, que cobre as principais áreas

---

<sup>8</sup> Aliança entre Alemanha, Itália e Japão durante a Segunda Guerra Mundial.

<sup>9</sup> A maior feira de publicações independentes de mangá do Japão.

<sup>10</sup> Convenção brasileira de cultura pop, originalmente nos moldes da San Diego Comic-Con, cobrindo as principais áreas dessa indústria, como vídeo games, histórias em quadrinhos, filmes e séries para TV.

da indústria do entretenimento, como videogames, séries, histórias em quadrinhos e filmes.

## 4 LEAGUE OF LEGENDS

*League of Legends*, ou popularmente conhecido como *LoL*, foi anunciado no dia 7 de outubro de 2007 e lançado oficialmente em outubro de 2009. Os criadores da empresa *Riot Games*, Brandon Beck e Marc Merrill, usaram como inspiração base para o seu jogo a modificação de *Warcraft III: Reign Of Chaos*<sup>11</sup> e sua expansão<sup>12</sup> *Warcraft III: Frozen Throne, Defense Of The Ancients* (conhecido como *DotA*). Seu modelo de negócios *Free-To-Play*<sup>13</sup> não foi muito bem recebido pelos investidores DE início, porém, com o passar do tempo, o jogo foi ganhando cada vez mais popularidade entre a comunidade dos *gamers* e foi crescendo cada vez mais.

O segmento de jogos *online* que mais cresceu nos últimos anos foram jogos do tipo *Massive Online Battle Arena* (MOBA). Desenvolvedoras como a *Riot Games* e a *Blizzard Entertainment*, responsáveis pelos jogos de computador *League of Legends* e *Dota 2* respectivamente, registraram um aumento considerável de novos jogadores e alavancaram também novos praticantes de esporte eletrônico no Brasil (Baffa *et al.*, 2016).

Assim como sua inspiração motriz, *LoL* tem como gênero de jogo o *MOBA*, que significa *Multiplayer Online Battle Arena*, onde 10 jogadores são colocados no mapa principal do jogo, *Summoner's Rift*, para proteger sua estrutura base, o *Nexus*<sup>14</sup>. O objetivo do time inimigo, para ganhar a partida, é destruir essa estrutura e, para fazer isso, eles precisam ganhar ouro para a compra de itens com o objetivo de deixar seu personagem cada vez mais forte. Cada personagem possui uma rota específica onde ele atua: a rota do *Top*, ou a rota do topo, é onde ficam os personagens que possuem mais vida, ou seja, os tanques ou lutadores; o *Mid*, ou rota do meio, onde personagens magos são colocados; *Jungle*, rota onde personagens que causam danos (assassinos) estão localizados e a *Bot Lane*, rota inferior do mapa, onde os atiradores e os suportes estão.

Segundo Melo (2020), de acordo com a revista *Forbes*, “em julho de 2012, *LoL* foi o jogo para computador mais jogado na América do Norte e Europa em termos de número de horas jogadas. Até janeiro de 2014, mais de 67 milhões de pessoas

<sup>11</sup> Jogo eletrônico lançado pela *Blizzard*.

<sup>12</sup> Pacote de recursos criados para complementar a história do jogo original, oferecendo uma experiência prolongada e mais rica.

<sup>13</sup> Modelo de jogo que pode ser instalado sem nenhum tipo de cobrança, ou seja, de graça.

<sup>14</sup> Estrutura principal que serve como objetivo, a equipe que destrói o *nexus* ganha a partida.

jogavam *League of Legends* por mês, 27 milhões por dia e mais de 7.5 milhões durante o horário de pico”. O jogo conta com um cenário competitivo grande, onde pessoas formam times profissionais para competir no campeonato oficial, organizado pela *Riot Games*, *League of Legends Championship Series* também conhecido como *LCS*.

Os *designers* criam não só o jogo em si, mas também as formas como os jogadores entram no sistema do jogo. Esse evento envolve considerar não apenas os elementos formais do jogo, mas também a maneira como o jogo se comunica com os contextos externos (Salen; Zimmerman; 2012, p. 55).

#### 4.1 MODOS DE JOGO DO LOL

*Summoner's Rift* é o modo clássico do *MOBA*, onde 10 jogadores são colocados em equipes adversárias, a equipe azul e a equipe vermelha, para disputar a partida. O objetivo de cada time é derrotar o time inimigo destruindo a estrutura principal, o *Nexus*. Para que isso ocorra, os jogadores precisam ganhar ouro para comprar itens e ficarem cada vez mais fortes. Cada partida desse modo pode variar de 30 min à uma hora.

*Aram*, que significa *All Random All Mid*, é o mapa, cujo nome é *Howling Abyss*, onde 10 jogadores são colocados em equipes também adversárias. A diferença dele para o *Summoner's Rift* é que quem escolhe o personagem para o jogador é o próprio jogo e todos são colocados em uma única rota com o objetivo de destruir o *Nexus* inimigo. As partidas desse modo variam entre 20 min a 30 min.

*Team Fight Tactics* é o modo de jogo do *LoL* de gênero *auto chess*<sup>15</sup> onde oito jogadores se enfrentam, um contra um, em um campo de batalha parecido com um tabuleiro de xadrez. Para jogar é necessário combinar campeões que são selecionados aleatoriamente e utilizar itens para deixar o campeão cada vez mais forte.

*URF*, conhecido como ultra, rápido e furioso, é o modo onde os jogadores com seus personagens disputam em *Summoner's Rift* uma partida de 5 contra 5; mas diferente de seu modo principal, as habilidades dos campeões não possuem nenhum tipo de custo e podem ser usadas a hora que o jogador quiser. Recentemente surgiu

---

<sup>15</sup> Gênero de jogo caracterizado por lutas automáticas em um campo semelhante ao tabuleiro de xadrez.

uma nova versão, o *ARURF*, onde o modo de jogo é o mesmo que *URF*, porém é o próprio jogo é quem distribuí cada campeão para os jogadores, assim como no *ARAM*.

*All for one*, ou todos por um, é o modo de jogo disputado em *Summoner's Rift*. A diferença desse modo é que as pessoas selecionam um personagem e o jogo escolhe qual campeão todos os jogadores vão utilizar durante a partida. Cada jogador pode escolher um campeão diferente para a votação de qual será o escolhido. Quem conseguir mais votos é o campeão utilizado. Se todos os jogadores escolherem campeões diferentes, é o jogo quem escolherá entre os campeões selecionados.

*Blitz do Nexus* é um modo diferenciado dos demais. Seu mapa é totalmente diferente dos que já foram apresentados: o objetivo dos jogadores ainda é destruir o *Nexus* inimigo; porém, nesse modo, durante a partida o jogo coloca eventos aleatórios para que os jogadores disputem e ganhem vantagem em relação ao time inimigo.

*Arena* é o modo mais recente adicionado a *League of Legends*. Em seu início o modo consistia em quatro duplas lutarem em uma arena pequena, com mapas criados para esse modo de jogo. No ano de 2025, ele ganhou uma nova versão onde oito duplas são colocadas nessas arenas. Com o retorno desse modo, os mapas antigos foram inseridos e houve a adição de novos mapas.

## 4.2 O COMPORTAMENTO DOS JOGADORES

Carvalho, Teixeira e Carvalho (2015), realizaram uma pesquisa sobre o comportamento dos jogadores, definindo três categorias com 12 elementos ao todo para as interações tóxicas. A primeira categoria é a leve, onde ocorrem infrações que não atingiram os jogadores e a partida de forma brusca, sendo o tipo de comportamento que pode ser revertido; mediano, onde o comportamento foi definido como perturbador para os jogadores e a partida, gerando discórdia entre a equipe e afetando a comunicação; e grave, onde o comportamento é extremamente ofensivo, afetando mais o próprio jogador do que a partida em si. A pesquisa foi aplicada em 10 jogadores, máximo de jogadores por partidas, em um período de 10 horas, começando à meia noite do dia 20/11/2014 e terminando no dia 21/11/2014. O resultado obtido indica que a cada 10 jogadores, um deles se encaixa em uma das categorias ou mais, variando entre leve, média e grave.

Mas esse tipo de comportamento não é raro: ele vem acontecendo antes mesmo de *LoL* existir. Tal comportamento tóxico vem de sua fonte motriz, o *DotA*, e continua até hoje. Por mais que a Riot tenha conseguido criar um jogo que é um sucesso até hoje e colocado um esforço grande para contornar o comportamento abusivo de seus jogadores, esse ainda assim continua sendo um dos maiores problemas.

#### 4.3 SPIN-OFFS DE LEAGUE OF LEGENDS

O sucesso de seu primeiro jogo motivou a Riot Games na criação de mais jogos. Em comemoração de seu décimo aniversário, em 2020, foram anunciados jogos em fase de desenvolvimento. O primeiro jogo a ser lançado depois de *League of Legends* foi *Team Fight Tactics*, jogo de estratégia e *autochess* para computadores. A desenvolvedora ainda lançou versões para celulares Android e iOS. Naquele mesmo ano, foi ainda lançado o jogo de cartas digitais *Legends of Runeterra*, o qual aprofunda as histórias dos personagens de *LoL* e introduz novos personagens para o enriquecimento do universo do jogo. *Valorant* é outro jogo anunciado pela *Riot* em seu evento de comemoração e caracteriza-se como jogo de tiro em primeira pessoa. Para finalizar esse evento, foi anunciado também que o *League of Legends* teria uma versão para celular, chamado de *League of Legends: Wild Rift*, ou como é carinhosamente chamado pelos jogadores, “*celuLoL*”.

A Riot continuou a expandir seus horizontes com a criação da Riot Forge<sup>16</sup>, permitindo que a desenvolvedora de *League of Legends* lançasse uma série de novos jogos. Com essa nova distribuidora, focada no desenvolvimento de jogos, a Riot introduziu novos títulos, incluindo *Ruined King: A League of Legends Story*, *Convergence: A League of Legends Story*; *Hextech Mayhem: A League of Legends Story*; *Song of Nunu: A League of Legends Story*; *Bundle Tale: A League of Legends Story*. Infelizmente, a Riot teve que fechar essa sua nova vertente; porém, um último jogo ainda está sendo desenvolvido: *Project L (2XKO)* será um jogo de luta que incluirá alguns dos personagens de *LoL* e será seu último lançamento por um tempo.

---

<sup>16</sup> Distribuidora focada na criação de novos jogos do universo de *League of Legends*, sendo um braço editorial da Riot Games.

## 5 O QUE SÃO AS SKINS

As conhecidas *skins* são, basicamente, elementos visuais dentro dos jogos, ou seja, *NFT's*<sup>17</sup>. As empresas de games começaram a apostar nesses elementos estéticos e exclusivos, utilizando esse recurso como uma maneira de aumentarem seus lucros. Esses itens tornam-se objeto de desejo para os jogadores: os trajes digitais conectam com diversos outros universos dentro dos jogos, podendo ser exclusivos do game, adicionar outros universos ou até mesmo conectar universos do mundo exterior dentro do jogo, dando aos jogadores uma conexão com os personagens, proporcionando-lhes uma imersão mais profunda no universo dos jogos e, assim, criando uma base de jogadores leais.

[...] as *skins*, “peles” de um avatar, são designs que possuem modelagens e temas específicos, compostos basicamente de customizações estéticas, efeitos gráficos e até mesmo nas falas (*quotes*) pré-estabelecidas de um personagem/campeão. Elas são normalmente percebidas como adereços para diferenciar a experiência no jogo (Macedo; Amaral Filho, 2015, p. 234).

Essas *NFT's* se encontram em praticamente todos os jogos da atualidade, como o *Fortnite*<sup>18</sup>, o *Free Fire*<sup>19</sup>, o *Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO)*<sup>20</sup> e o *League of Legends*. Os jogadores podem consegui-las de diversas formas: com baús que ganham completando missões, coletando e guardando as moedas, gratuitas, que alguns jogos possuem, ou até mesmo comprando com dinheiro real. Algumas empresas de jogos fizeram parceria com a *Amazon Prime* que, por um determinado tempo, disponibilizou um *loot*<sup>21</sup> grátis para todos aqueles que assinavam a *Prime vídeo*. O *LoL*, por exemplo, dava 650 de *Riot Points (RP)*<sup>22</sup>, moeda comprada com dinheiro real, alguns bônus dentro do jogo e ainda uma *skin* de graça. Essa parceria mudou após um determinado período e a quantidade de *RP* diminuiu.

---

<sup>17</sup> *NFT's*: são Tokens não fungíveis, um tipo de token criptográfico que representa algo único (Greshko, 2023).

<sup>18</sup> Jogo eletrônico de tiro do gênero *Battle Royale*, que mistura elementos de exploração, sobrevivência e ação.

<sup>19</sup> Jogo eletrônico de tiro do gênero *Battle Royale*.

<sup>20</sup> Foi um jogo de tiro tático, hoje em dia recebeu uma atualização passando a ser o *Counter-Strike 2*.

<sup>21</sup> Material encontrado em um jogo e que pode ser recolhido pelo jogador.

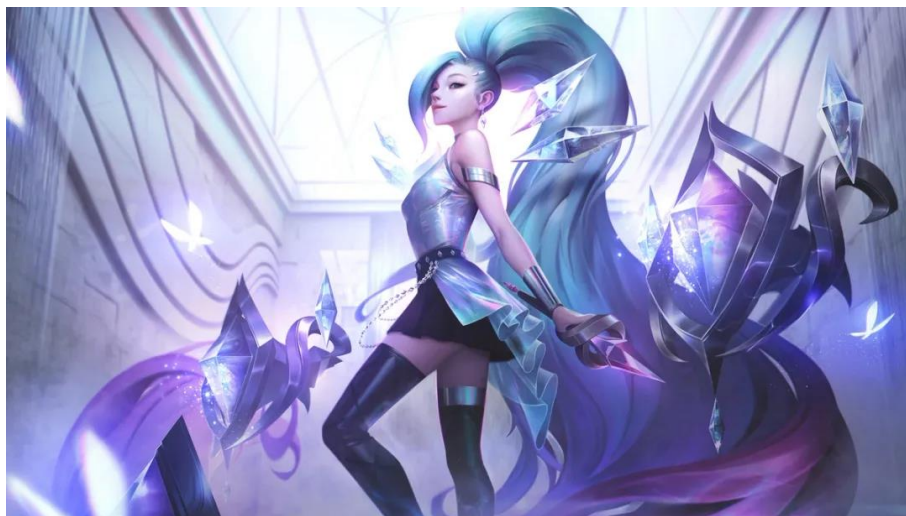
<sup>22</sup> É a moeda de *League of Legends* que só pode ser comprada com dinheiro real.

**Figura 2** – Skin Seraphine *KDA ALL OUT* como é vista pelos jogadores dentro do jogo



Fonte: Pinterest, 2025. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/575968239849069688/>. Acesso em: 10 out. 2024.

**Figura 3** – Ilustração da *skin* de Seraphine *KDA ALL OUT*, popularmente chamada de *Splash Art*



Fonte: Shoujo, 2020. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/news/game-updates/seraphine-k-da-all-out-explicando-a-skin-ultimate/>. Acesso em: 10 out. 2024.

## 5.1 LINHAS DE SKINS MUSICAIS DE LOL

Em 2014, a Riot embarcou em uma jornada com grupos musicais. Seu primeiro lançamento na música foi com o grupo *Pentakill*<sup>23</sup>, cuja linha de *skins* possui o mesmo nome, com sete campeões. Um ano depois do sucesso de *Pentakill*, a Riot optou por prosseguir com as linhas de *skins* musicais, criando, em 2018, o *K/DA*<sup>24</sup>. O grupo musical sucessor ao *Pentakill* estreou com a música *Pop/stars*, alcançando o incrível número de 400 milhões de visualizações no *YouTube*. O *K/DA* é composto por quatro campeãs femininas de *League of Legends*.

O grupo de *Hip Hop True Damage*<sup>25</sup>, que possui uma parceria com a marca de moda de luxo italiana *Louis Vuitton*, foi lançado no ano de 2019. Em 2020, a Riot decidiu dar continuidade ao grupo *K/DA*, lançando, assim, sua segunda música, *The Baddest*, e contando com o lançamento de Seraphine, uma personagem nova para o jogo. Em 2021, o retorno de *Pentakill* marcou uma nova era musical para a Riot Games e, em 2023, a Riot anuncia seu novo grupo musical, o *Heartsteel*<sup>26</sup>, que até o momento é sua última linha de *skin* musical.

Além do sucesso dos jogos e de suas linhas de *skins* musicais, a *Riot Games* também possui um universo em quadrinhos, tendo uma parceria com a *Marvel Comics*. Também possui uma série de TV animada, cujo nome é *Arcane*, a qual estreou no ano de 2021, ambientada na cidade utópica de *Piltover* e sua irmã oprimida *Zaun*. *Arcane* teve sua estreia na *Netflix* após o Campeonato Mundial de 2021 e foi um sucesso. Ao final da primeira temporada, a distribuidora anunciou a segunda temporada para 2024.

## 5.2 SKINS COMO BENS DIGITAIS

De acordo com Mike Mazurek e Beatriz Polivanov (2013), o mercado de bens virtuais não foi tão afetado como o mercado de bens físicos com a crise econômica

---

<sup>23</sup> É quando um único jogador consegue eliminar o time inimigo sozinho em um curto período de tempo. É também o nome dado, pela *Riot Games*, à uma banda virtual de *Heavy Metal*.

<sup>24</sup> Termo usado para referenciar a quantidade de abates, mortes e assistências, ou seja, *kill/deaths/assistance*, que um jogador tem dentro do jogo, é também o nome do grupo musical feminino, de gênero *pop*, da *Riot Games*.

<sup>25</sup> Termo usado dentro do *LoL* que se refere ao dano verdadeiro. É também o grupo de *Hip Hop* da *Riot Games*.

<sup>26</sup> Nome de um item do jogo *League of Legends*, é também o nome do grupo masculino da *Riot Games*.

que atingiu diversos países nos últimos anos. Trata-se de um mercado que vai desde as redes sociais até o mundo dos games. Ele seria estimado em cinco bilhões de dólares e a maior parte deste valor estaria concentrado em países asiáticos, como China, Japão e Coréia do Sul.

Todo o faturamento da empresa *Riot Games*, que desenvolveu o jogo, é proveniente das microtransações de bens virtuais situados dentro do jogo, porém, diferentemente de trazer benefícios para os personagens dos jogadores, a maioria dos bens virtuais comprados no jogo são as *Skins*, que somente alteram a estética dos personagens (Mazurek; Polivanov, 2013).

Existem diversos motivos para a compra desses bens digitais, uma delas é o benefício recebido, por exemplo, o progresso mais rápido dentro do game ou até mesmo produtos que não oferecem nenhum tipo de benefício dentro do jogo, como as *skins*, que só mudam a estética de um personagem. Esse consumo pode se dar pela busca da distinção, do “ser diferente”. Portanto, existe a construção de um bem de consumo que não é material.

Bens são mercadorias valorizadas por grupos sociais, repletas de significações e expressões de representação dos sujeitos. Pensa-se que um bem pode ser decifrado como sendo um objeto de posse, de domínio de alguém ou de algum grupo, caracterizando-se por possuir utilidade e/ou valor que o torna necessário, mesmo que simbolicamente (Bourdieu, 1974).

A motivação por trás da compra desse tipo de produto pode ser caracterizada por possuir uma utilidade e/ou valor, simbólico ou não. Rebs (2012) destaca que as motivações para os consumidores pagarem por bens virtuais “podem partir de particularidades existentes na personalidade do sujeito (ou da identidade individual) ou ainda de motivações despertadas e desenvolvidas pelos grupos de pertença dos atores sociais (ou de identidades coletivas)” (Rebs, 2012, p. 210 *apud* Mazurek; Polivanov, 2013).

Mazurek e Polivanov afirmam que, de acordo com Recuero (2010), existem três elementos que influenciam no valor de um bem virtual, sendo o primeiro deles a escassez, segundo a qual valor do item irá variar de acordo com a sua disponibilidade, ou seja, quanto menor a sua disponibilidade, maior será o seu valor, portanto deve existir um equilíbrio entre escassez e custo.

O segundo elemento, de acordo com os autores, é o custo: O custo do item deve ser proporcional ao seu benefício, sendo ele mais casual com rapidez de retorno

ou permanente. Lembrando que as pessoas normalmente não pagam altos valores em bens virtuais. Por fim, o último item é a relevância: os bens devem parecer interessantes para os *gamers* e apresentar relevância no contexto do game no qual está inserido; como em um game de mineração, onde obter mais matéria prima é um dos objetivos principais, um item que oferece o benefício de conseguir mais materiais em menos tempo é relevante.

Em julho de 2013, Mazurek e Polivanov, realizaram uma pesquisa com um grupo focal de nove jogadores de *LoL*, entre 18 e 23 anos, com a finalidade de entender melhor os sentimentos e as motivações dos participantes. Os resultados observados da pesquisa comprovaram que os participantes compram as *skins* por conta das promoções que a Riot faz; por diferenciação estética, com o objetivo de atingir certa individualização e diferenciar-se dentre outros jogadores; por experiência estética, pois achavam mais bonito jogar com uma determinada *skin*, e por *status*, pelo nível de raridade da *skin* ou pela *skin* demonstrar um *status* de “melhor jogador”, evidenciando que aquele jogador saber jogar melhor que outros.

Após o questionamento ao grupo sobre a motivação para a compra das *skins*, o moderador perguntou qual a importância delas. As respostas foram: *status*, diferenciação, estética e relação afetiva com o personagem. As categorias com mais respostas foram *status*, diferenciação e estética. Para a categoria *status*, foi determinado que as *skins* demonstram a experiência do jogador dentro do game e não está a princípio relacionada ao poder econômico. Para a categoria estética, foi determinado que as *skins* possuem estéticas diferentes e que a distinção entre elas é valorada. As respostas demonstram uma determinada preocupação dos jogadores com a aparência dentro do jogo e eles consideram atraente o uso de uma *skin* elaborada.

### **5.2.1 O valor e o tier das skins no LoL**

A Riot Games oferece pacotes de *Riot Points* (RP) dentro do jogo *League of Legends*, permitindo aos jogadores escolher a quantidade de RP que desejam comprar. Cada pacote geralmente vem com um valor adicional de bônus, aumentando o total de RP disponível. Além disso, o valor das *skins* pode variar devido a descontos ocasionais, como aqueles oferecidos durante eventos especiais (como Natal e

*Halloween*), na loja de descontos “Sua Loja” e na loja semanal, que muda toda semana com preços promocionais.

A “Sua Loja” é uma oferta temporária que proporciona descontos de até 60% ou mais em *skins* dos campeões que o jogador mais utilizou nos últimos 6 meses. Essa loja é sazonal, aparecendo de dois em dois meses. As formas existentes para um jogador conseguir uma *skin* dentro de *League of Legends* é por cartões de crédito e débito, Pix, boletos, *PayPal* e Pagueseguro, além de cartões presentes, popularmente conhecidos como *gift cards*, que podem ser adquiridos em supermercados e lojas de jogos. Esses cartões possuem um código de ativação que o *player* resgata dentro do *LoL*. A seguir são apresentados os preços antigos dos pacotes de RP:

- **R\$10,90** - 400 RP
- **R\$34,90** - 1.275 RP + 105 de bônus
- **R\$69,90** - 2.575 RP + 225 de bônus
- **R\$124,90** - 4.575 RP + 500 de bônus
- **R\$174,90** - 6.425 RP + 775 de bônus
- **R\$349,90** - 12.850 RP + 2.180 de bônus

Ainda há o valor do *Hall of Legends*

- **R\$ 80,00** - 1950 de RP
- **R\$ 800,00** - 32.430 de RP
- **R\$ 1370,00** - 59.260 de RP

Esses pacotes permitem aos jogadores adquirir *skins* e outros itens no jogo com a possibilidade de aproveitar ofertas e promoções para economizar. No entanto, a Riot anunciou um reajuste no valor da moeda (RP) e esse valor aumentou em 20% a partir do dia 18 de setembro de 2024. A seguir são apresentados os preços atuais dos pacotes de RP.

- **R\$18,90** - 575 de RP.
- **R\$41,90** - 1275 de RP mais 105 de bônus.
- **R\$83,90** - 2525 de RP mais 275 de bônus.
- **R\$132,90** - 4025 de RP mais 475 de bônus.
- **R\$189,90** - 5750 de RP mais 750 de bônus.
- **R\$379,90** - 11.525 de RP mais 1975 de bônus.

O valor dos *Riot Points* (RP), a moeda comprada com dinheiro real no jogo *League of Legends*, varia conforme o preço e o *tier* (nível) de raridade das *skins* e

outros itens. Abaixo estão os principais *tiers* de *skins*, com suas características e valores:

1. **Cromas:** os cromas alteram apenas as cores das *skins* dos personagens, podendo também modificar pequenos detalhes como estampas ou traços das roupas. Eles custam 290 *RP*, mas só podem ser usados se o jogador já possuir a *skin* base;
2. **Skins Legado:** são *skins* relativamente raras, que não estão sempre disponíveis para compra. Raramente aparecem em pacotes ou eventos especiais e podem ser adquiridas por 520 *RP* ou mais;
3. **Skins Épicas:** representam a maior parte das *skins* no jogo. Elas mudam o visual do campeão e de suas habilidades e estão disponíveis para compra por 1350 *RP*;
4. **Skins Lendárias:** transformam completamente a aparência, as falas e as habilidades dos personagens. São mais detalhadas e custam 1820 *RP*.
5. **Skins Ultimate:** estas *skins*, que custam 3250 *RP*, alteram significativamente o visual, as falas, as habilidades e os efeitos de movimento dos campeões, tornando-as um dos *tiers* mais caros do jogo.
6. **Skins Míticas:** não podem ser compradas diretamente com *RP*, estando disponíveis apenas durante eventos especiais, como os passes de batalha. Após o evento, a única forma de obtê-las é através de essência mítica, adquirida por meio de baús e dos passes de batalha.
7. **Skins Transcendentes:** O *tier* mais recente e caro, criado para homenagear jogadores de destaque no cenário competitivo de *League of Legends*. O primeiro jogador homenageado foi o *Faker*, um jogador Sul Coreano que já ganhou mais de 10 campeonatos para o time que representa, o time *T1*, anteriormente conhecido como *SKT T1*. Atualmente, existem três *skins* neste *tier*: LeBlanc Lenda Ascendida, custando 1950 *RP*, Ahri Lenda Ascendida, por 5430 *RP*, e Ahri Lenda Imortalizada, que custa 32.430 *RP*. Além dessas *skins*, a Riot lançou o Passe de Batalha do Hall of Legends, com variantes de passe que incluíam:
  - a. Passe do evento por 1950 *RP*.
  - b. Pacote Lenda Imortalizada por 32.430 *RP*.
  - c. Pacote Lenda Imortalizada - Edição Autografada por 59.260 *RP*.

Esses preços e pacotes refletem a exclusividade e a importância dos jogadores homenageados por meio dessas *skins* especiais. As *skins* de *tier* transcendentais poderiam ser adquiridas separadamente durante o evento *Hall of Legends* de duas formas: o jogador poderia comprar só a *skin* na loja de *skins* dentro do jogo ou através do passe de batalha do evento.

### 5.2.2 Qual a forma de comercialização das *skins*?

A comercialização das *skins* é realizada pela loja do próprio *LoL*, dentro do jogo, por meio de uma loja virtual. Nessa loja, os jogadores podem encontrar *skins* de diferentes categorias, como épicas, lendárias e até *skins* ultimates. A navegação pelos cosméticos da Riot é dividida em várias seções, oferecendo diferentes opções de compra:

1. **Destaques:** aqui os jogadores encontram *skins* e personagens com descontos, sendo uma seção rotativa, que é atualizada semanalmente com novas promoções;
2. **Loja de Campeões:** nesta seção, é possível adquirir personagens jogáveis de *League of Legends (LoL)*;
3. **Loja de *Skins*:** local onde os jogadores podem comprar as *skins* disponíveis para os campeões;
4. **Loja do TFT:** dedicada aos itens cosméticos do modo *Team Fight Tactics (TFT)*.
5. **Loja de Espólios:** oferece baús e outros itens especiais.
6. **Loja de Acessórios:** aqui os jogadores podem adquirir cosméticos adicionais, como emojis, ícones de jogador e outros itens variados.

### 5.3 DESIGNERS QUE FIZERAM AS ILUSTRAÇÕES PARA AS *SKINS* DO *LOL*

Augusto Quirino é um dos artistas que trabalhou e fez algumas das *splash art* de *skins* para o *LoL*, como Bardo Kwai Café; Azir Mundial 2022; Fiddlesticks Nêmesis Estelar; Viktor Velho Oeste; Amumu de Porcelana; Shaco Pesadela na Cidade do Crime e Warwick Deus Antigo. TB Choi, outra artista que trabalhou em um dos grandes

eventos que a Riot Games realizou, foi responsável por ilustrar o evento Sentinelas da Luz, evento ocorrido dentro do jogo no ano de 2021.

## 6 A HISTÓRIA DA ILUSTRAÇÃO

Em seu livro “100 anos de moda”, Cally Blackman (2007) revela que a ilustração de moda tem seu início no século XVI com as navegações: “A história da Ilustração de moda começa no século XVI, quando as explorações e os descobrimentos provocaram fascinação por vestidos e pelos trajes de todas as nações do mundo” (Blackman, 2007, p. 06). Os artistas embarcavam nessas aventuras em busca de retratar o que viam em outros lugares; porém, o que mais chamava a atenção deles eram as diversidades das roupas. Esses criadores usavam a técnica da xilogravura, que utiliza um pedaço de madeira para esculpir uma imagem em relevo e criar imagens impressas, tendo assim pela primeira vez uma maneira fácil para a difusão da ilustração de moda.

Logo o fenômeno da ilustração começou a atrair atenção de muitos artistas, que passaram a viajar para países do continente europeu mais próximos para descrever os trajes típicos da região. Segundo Wilson, “no século XVI, os livros sobre o traje tornaram-se populares. Descreviam e representavam as várias maneiras de vestir da moda, em diferentes regiões, e contribuíram sem dúvida para uma aceleração no processo da moda” (Wilson, 1985, p. 34).

A maior dificuldade para os artistas residia na complexidade que era a produção de um livro, pois cada palavra necessitava de sua própria motriz de madeira, o que tornava os livros de moda significativamente mais caros. Em contrapartida, as técnicas para ilustrar roupas já tinham sido dominadas pelos artistas, o que simplificava esse processo. Com a criação dos tipos móveis de impressão de Johannes Gutenberg, em 1554, a produção de livros tornou-se mais fácil e acessível, permitindo que não apenas que a elite, mas também que um público mais amplo tivesse acesso.

A invenção de Gutenberg passou a ser importante para a ilustração, pois o intercâmbio de informações sobre o mundo da moda entre diferentes regiões havia se tornado mais fácil. O aparato não apenas trouxe a informação, mas também a responsabilidade para o ilustrador de descrever os trajes, as diferentes formas de uso, as diferenças entre eles e também como localizá-los geograficamente em um mundo que expandia cada vez mais.

A moda não foi ilustrada apenas por meio de livros, ela foi retratada também, no século XVII, com o surgimento do Jornalismo de moda e de almanaques. Através

desses meios de comunicação é que surge também uma nova forma de expressão: a caricatura, que eram utilizadas em almanaques para satirizar os nobres e a forma como se vestiam na época, com suas roupas luxuosas. O surgimento de ilustrações de moda coloridas aconteceu no século XVIII, o que deu às pessoas uma nova visão sobre a moda. No século XIX, elas quase não sobreviveram à criação da fotografia. Já no século XX, elas voltam a dividir os catálogos de revistas junto às fotografias. Atualmente, a ilustração de moda foi substituída pela fotografia em revistas e jornais.

### 6.1 A DIFERENÇA ENTRE ILUSTRAÇÃO DE MODA E DESENHO DE MODA

Segundo Duarte (2010), a ilustração de moda é utilizada como forma de divulgação da moda. Consistindo em um desenho abstrato que é representado por meio de figuras abstratas, essa característica é utilizada para explicar, informar, sintetizar ou até mesmo sugerir um texto ou uma ideia, tornando-a um produto de divulgação.

Já o desenho de moda materializa o desenho feito pelos designers, que além de resolverem os “problemas de equilíbrio de volumes, de linhas, de cores, de ritmos” (Souza, 1983, p. 33), modificam também os gostos e estilos das pessoas. Por mais que ambos possuam características semelhantes, a ilustração de moda e o desenho de moda não são iguais: a ilustração de moda tem como o objetivo a divulgação e o desenho de moda tem como objetivo a materialização do desenho.

### 6.2 A RELAÇÃO ENTRE MODA E ARTE DIGITAL

A moda digital surge junto da criação dos gráficos de computadores. O termo “moda digital” refere-se ao ato de criar roupas dentro do ambiente virtual, sendo elas *skins* para um personagem, peças criadas por computação dentro dos filmes e roupas virtuais que podem ser adquiridas por pessoas. Em seu início, a moda digital era voltada para jogos e para o cinema, mas com o avanço da tecnologia, conseguiu expandir-se para outros setores. Marcas do mundo da moda já conseguiram aderir a esse conceito, entre elas estão Gucci, Renner e a Supreme. O mercado da moda digital está em constante mudança e expansão, em número e espaço. Seu início, o foco desse mercado, era voltado para videogames e para o cinema. Atualmente,

possui um alcance ainda maior. Vale ressaltar que é um mercado novo e, portanto, imprevisível.

O mercado da moda digital possui inúmeras inovações e traz benefícios, como a redução de custo, que possui a característica de redução do uso da matéria prima. Todo e qualquer tipo de experimentação na roupa será feito no ambiente virtual, fazendo com que o descarte seja reduzido ou que não haja resíduos têxteis para serem descartados. A sustentabilidade está ligada diretamente à redução de custo, pois se não há matéria prima sendo descartada, não há produção de lixo.

Além disso, permite a inclusão de novos profissionais de diversas camadas da sociedade à indústria da moda, não importando a sua cor, sexo, orientação, gênero, classe social ou nacionalidade. Em suma, o avanço da tecnologia e a criação de novos aparelhos permitiu que a arte digital entrasse no mundo da moda trazendo não só benefícios para o mundo, mas também para pequenos artistas serem reconhecidos pelo seu trabalho.

## 7 A FANTÁSTICA FÁBRICA DE CHOCOLATE

“A Fantástica Fábrica de Chocolate” é uma adaptação para as telas dos cinemas do livro infantil de Roald Dahl, *Charlie and The Chocolate Factory*, de 1964. Quando estreou nos cinemas, em 1973, foi um sucesso com o público, principalmente com as crianças, pois o filme explora um mundo cheio de doces e cores, se assemelhando a um sonho que se torna realidade. No ano de 2005, o livro de Dahl ganhou uma nova adaptação, com efeitos especiais mais avançados e adicionando um toque mais sombrio para a trama, trazendo grandes nomes da indústria do entretenimento, como Tim Burton, diretor do filme, e Johnny Depp, no papel de Willy Wonka.

### 7.1 HISTÓRIA

A trama de “A Fantástica Fábrica de Chocolate” começa quando o chocolateiro Willy Wonka decide abrir sua fábrica ao público, colocando em barras de chocolate um bilhete dourado. As cinco crianças que conseguirem esses bilhetes terão a chance de entrar nesse lugar misterioso. Em uma busca frenética pelo bilhete premiado, Charlie, um menino de família pobre, compra uma barra para ter a chance de ganhar esse passe único e realizar seu sonho de conhecer a fábrica de chocolate, o que de fato acaba acontecendo.

Nesse passeio, Wonka mostra às crianças as fantásticas partes de seu mundo de fantasia açucarado. No decorrer do percurso, as crianças começam a ser eliminadas de maneiras peculiares e, de certa forma, engraçadas, até que o doceiro revela a Charlie, a última criança restante do grupo, que aquela visita tinha o verdadeiro propósito de escolher o seu sucessor, o qual herdará sua fábrica de chocolate. Durante a excursão, as crianças conhecem seres chamados Oompa-Loompas, pequenas criaturas de pele alaranjada e cabelos esverdeados, vindos do país Loompalândia, um lugar repleto de feras e florestas cerradas, que mais tarde tornam-se ajudantes de Willy Wonka.

## 7.2 WILLY WONKA

A figura de Willy Wonka, interpretado por Johnny Depp na adaptação de 2005 do filme, possui características andrógenas, termo utilizado na psicologia para referir-se a pessoas que não se reconhecem como homem ou como mulher (Figura 4). Até mesmo seu nome, Willy, não está ligado a nenhum gênero sexual, e apresenta uma postura infantilizada, muitas vezes comportando-se como as crianças que foram visitar sua fábrica, reagindo de maneira exagerada ao receber um não.

**Figura 4** – O Willy Wonka interpretado por Johnny Depp na versão de 2005 do filme



Fonte: Cifraclub, 2025. Disponível em:  
<https://www.cifraclub.com.br/a-fantastica-fabrica-de-chocolates/>.  
 Acesso em: 11 jun. 2025

Sua fábrica possui elementos lúdicos, que refletem a imaginação de uma criança; seu show de bonecos quando os visitantes chegam em sua fábrica, entre outros comportamentos do personagem reforçam tal postura. Kathryn Bond Stockton vê o personagem Willy Wonka, de Johnny Depp, como uma “criança *queer*<sup>27</sup> crescida”: “[...] o filme faz a criança queer crescida (chamada Willy) sentar-se para jantar com a criança inocente (nomeada Charlie) de uma forma que deveria fazer os conservadores estremecerem [...]” (Stockton, 2009, p. 238).

<sup>27</sup> Termo antigamente usado como principal xingamento contra homossexuais e travestis nos Estados Unidos. Hoje foi ressignificado e é entendido como identidade.

Desde o primeiro momento em que Wonka aparece, ele demonstra ser uma pessoa reclusa; o que mais tarde entendemos que o comportamento do personagem surge em função da trajetória familiar: Willy apresenta-se como assexual<sup>28</sup>, pois em um determinado momento do filme, uma personagem “dá em cima” de Wonka e ele a recusa. O comportamento da personagem é resultado da liberação de endorfina após consumir chocolate, o que dá a ela a sensação de estar apaixonada. Todo esse comportamento de Wonka está relacionado a seu relacionamento familiar, construindo nele, segundo Babuscio, uma “sensibilidade gay”.

Eu defino a sensibilidade gay uma energia criativa que reflete uma consciência que é diferente do *mainstream*... em resumo, uma percepção do mundo que é colorida, moldada, dirigida e definida pelo fato da não-heterossexualidade de alguém (Babuscio, 2004, p. 118).

A sensibilidade gay do personagem se reflete até mesmo em sua fábrica, um lugar colorido, lúdico e fantasioso, quase como um sonho de criança, tornando-se um reflexo de Willy Wonka. A fábrica torna-se um lugar *camp*<sup>29</sup>, termo que, de acordo com Balbucio, descreve os elementos de uma pessoa, situação ou atividade “que expressam ou são criados por uma sensibilidade gay. Camp nunca é uma coisa ou pessoa em si, mas sim uma relação entre atividades, indivíduos, situações e a não-heterossexualidade” (Babuscio, 2004, p. 118).

### 7.2.1 Wonka, Wilde e o *camp*

Oscar Wilde, autor do renomado romance “O Retrato de Dorian Gray”, nasceu na Irlanda, filho do médico William Wilde e da escritora Jane Francesca Elgee. Crescendo em um ambiente repleto de intelectuais, sua obra tornou-se um marco significativo na literatura inglesa. Há uma semelhança visual entre Wonka e Wilde: ambos usam cartolas, ternos aveludados e corte de cabelo parecido. Wilde era notável por suas características pessoais, tinha um bom humor e a forma como ele falava tinha um jeito singular. Sua excentricidade era notável, todas as características relacionadas a uma figura *camp* (Figura 5). Em seu texto, *Camp and the gay sensibility*, Babuscio traça um paralelo entre o *camp* e o esteticismo:

---

<sup>28</sup> Pessoa que tem pouca ou nenhuma atração sexual.

<sup>29</sup> É o termo utilizado para um comportamento, atitude ou interpretação exagerada ou artificial.

*Camp* é estético de três formas relacionadas: como visão da arte; como visão da vida; e como tendência prática nas coisas ou pessoas: “É através da Arte, e apenas através da Arte, que podemos nos proteger dos perigos sórdidos da existência factual” (Wilde). [...] A epigrama de Wilde aponta para um aspecto crucial esteticista do *camp*: a oposição à moralidade puritana. (Babuscio, 2004, p. 120).

**Figura 5 – Oscar Wilde**



Fonte: Souza, 2020. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/literatura/oscar-wilde.htm>. Acesso em: 11 jun. 2025.

### 7.3 OS OOMPA-LOOMPAS

Na concepção inicial de 1964, Roald Dahl descreve os Oompa-Loompas como pequenos homens negros que aceitam a trabalhar para Willy Wonka em troca de cacau, objeto de maior desejo para esses pequeninos. Após receber muitas críticas, Dahl redesenhou esses personagens, transformando-os em seres de pele alaranjada, cabelos com tons esverdeados e vestimentas com seções marrom e brancas. Em sua adaptação para o filme de 2005, Tim Burton deixa as características antigas de lado usando, agora, as características do ator queniano Deep Roy. Embora as

características físicas originais tenham sido descartadas, ainda assim houve características semelhantes entre as duas versões.

Em ambas as obras os Oompa-Loompas mantinham as vestimentas semelhantes entre si: as roupas de 1971 eram iguais entre elas. Em 2005, a mesma coisa acontece; porém, na versão mais recente da obra, os figurinos mudam conforme os homenzinhos cantam com a eliminação das crianças presentes na fábrica. A primeira criança a ser eliminada é Augustus Gloop, que acha o primeiro bilhete dourado para visitar o local, durante a performance dos Oompa-Loompas no rio de chocolate. Nessa performance em específico eles usam roupas de vinil e toucas de natação.

Estes pequenos personagens possuem uma personalidade marcadamente travessa, ácida e irônica, o que fica em evidência quando eles começam a cantar, destacando suas críticas aos comportamentos das crianças e aludindo às formas pelas quais foram eliminadas. Apesar desse comportamento deles, há um contraste entre a personalidade dos Oompa-Loompas, de Willy Wonka e com a fábrica de chocolate. Essas criaturas são como o espelho de seu chefe e de seu exotismo, além de uma extensão do local onde trabalham. Tudo na fábrica pertence a Willy Wonka: o local é uma extensão de sua persona e os Oompa-Loompas são prolongamentos desse ambiente extravagante.

**Figura 6** – Os Oompa-Loompas de 2005



Fonte: Melzer *et al.*, 2025. Disponível em: <https://www.cbr.com/willy-wonka-oompa-loompa-slaves-roald-dahl/>. Acesso em: 11 jun. 2025.

## 8 DESENVOLVIMENTO DAS SKINS

### 8.1 ANÁLISE DE PERSONAGEM - SERAPHINE

Figura 7 - Seraphine



Fonte: Riot Games, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/seraphine/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

#### 8.1.1 Análise psicológica

Seraphine é uma personagem do jogo *League of Legends* caracterizada por sua sensibilidade emocional e pelo seu desejo de conectar-se com as pessoas. Ela nasceu com o dom de escutar os sentimentos das pessoas e dos *Brackerns*, uma raça oprimida. Essa habilidade de Seraphine a coloca em um ponto único de empatia e desafio pessoal, pois precisa lidar com seus sentimentos junto aos sentimentos das outras pessoas, o que a deixa psicologicamente exausta. Seu pai constrói a ela um palanque, que a ajuda a controlar o seu dom e, com o passar do tempo, ela aprende a controlá-lo, transformando sua vulnerabilidade em força, guiando e inspirando as pessoas a entenderem seus sentimentos (League of Legends, ©2020).

A busca pela harmonia e seu desejo de que todos se sintam compreendidos são os principais motores de sua motivação. Sua busca constante por maneiras para que as pessoas possam se expressar e encontrar sua própria voz sugere uma personalidade altruísta, mas que também enfrenta seus próprios desafios em relação

ao quanto deve carregar dos sentimentos das pessoas e o quanto deve priorizar seu bem-estar (League of Legends, ©2020).

### **8.1.2 Análise física**

O design de Seraphine sugere sua ligação profunda com a música e a natureza sonhadora. Ela é retratada como uma jovem de cabelos longos e coloridos, em tons de rosa e azul, sugerindo uma natureza vibrante e cheia de vida. O estilo de suas roupas lembra as de uma *pop star*, com cores suaves e elementos visuais brilhantes, reforçando sua identidade como uma cantora. Sua aparência física foi criada para evocar uma presença amigável e acessível, transmitindo leveza. Suas animações dentro do jogo possuem qualidade fluida e graciosamente rítmica, ressaltando seu talento musical e sua expressão artística.

### **8.1.3 Análise de personalidade**

A personalidade de Seraphine é de uma pessoa bastante otimista, criativa e altruísta, buscando sempre inspirar as pessoas com o seu dom. Ela acredita que a música é uma forma de unir as pessoas, revelando um traço idealista. Seraphine possui uma forte determinação em ajudar as pessoas a serem ouvidas, um reflexo de sua empatia e de fazer o bem, mesmo quando é desafiador para ela (League of Legends, ©2020).

Por mais otimista que seja, ela não é isenta de inseguranças. Sua capacidade de ouvir as vozes de todos ao seu redor geralmente a sobrecarrega, fazendo ela se sentir perdida em meio a tantos sentimentos que não são próprios dela, mostrando um lado de vulnerabilidade e de insegurança, pois precisa aprender a lidar com o peso emocional de tantas vozes ao mesmo tempo. Em termos de personalidade, ela se encaixa em uma figura sonhadora e inspiradora, alguém que usa seu talento para melhorar o mundo ao seu redor. Ela também mostra resiliência ao abraçar a responsabilidade de ser a voz daqueles que não são ouvidos (League of Legends, ©2020).

#### 8.1.4 Processos criativos

Por mais que Seraphine seja, em essência, uma pessoa doce e com um grande coração, neste universo isso não se manteve. Seraphine nasceu com muita bondade, mas, com o passar do tempo, foi se tornando cada vez mais gananciosa, e seu senso de justiça começou a se distorcer até que, ela se transformou em uma das maiores vilãs desse mundo açucarado. A corrupção do doce ácido foi aos poucos consumindo a Seraphine, levando-a a espalhar cada vez mais essa distorção, atingindo outros personagens e corrompendo-os também.

O tema central das *skins* é “A Fantástica Fábrica de Chocolate”, trazendo elementos visuais inspirados em doces e em objetos icônicos do filme, como o tubo do rio de chocolate que suga Augustus após sua queda. Um detalhe marcante é o chocolate que escorre pela parte interna das mangas e pela barra do vestido, remetendo diretamente ao cenário açucarado da história.

Na outra *skin* da Seraphine, foram utilizadas cores vibrantes e tons escuros para reforçar sua transformação em vilã. O verde presente no visual representa o ácido que corrói o doce, um toque visual e conceitual que remete à corrupção açucarada. Esse “ácido” que compõe o vestido composto por doces com um sabor agridoce, simbolizando a mistura entre o prazer e a perversão que a personagem passou a representar.

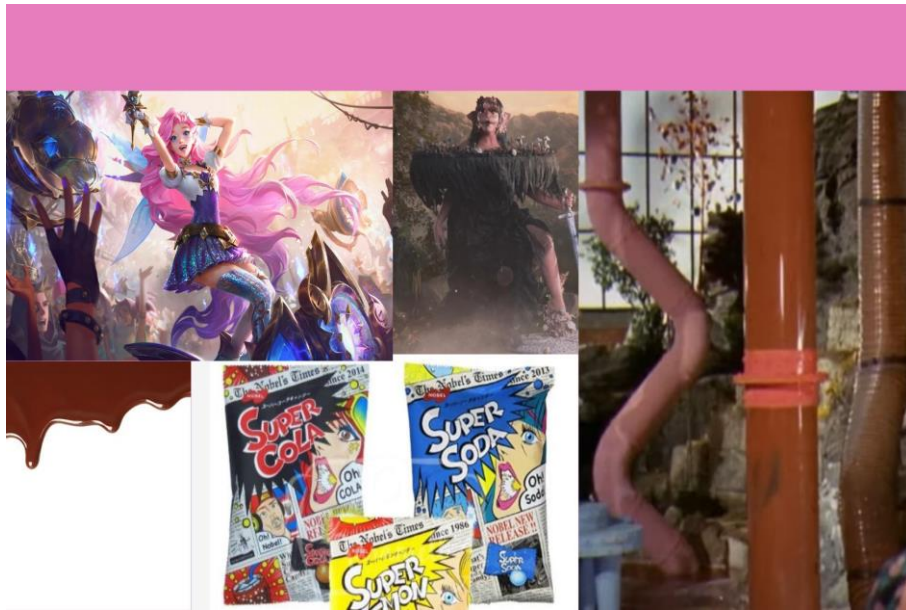
Na *skin* inspirada no tubo de chocolate, os elementos de ponto de luz foram utilizados para simular a transparência do vidro do tubo. Já os pregos posicionados no vão entre o vidro e o chocolate representam a junção entre diferentes segmentos do tubo, trazendo um aspecto mais industrial ao design da roupa. As ondulações presentes na parte que representa o chocolate foram criadas para ilustrar o percurso do líquido até sua saída pelas mangas e pela barra da saia, reforçando a ideia de movimento e fluidez, como se o chocolate estivesse constantemente escorrendo.

Na variante verde da *skin*, os pontos de luz foram aplicados para criar uma textura que remete ao plástico, como se o doce ainda estivesse envolto em sua embalagem original. As ondulações no vestido representam o derretimento do doce, reforçado pelo uso do verde vibrante que simboliza o toque ácido e corrosivo. Tanto a calça quanto a camiseta da personagem também seguem essa estética, sendo

confeccionadas com a mesma textura plástica, contribuindo para a aparência sintética e agriçoce da composição visual.

### 8.1.5 Moodboard

Figura 8 – Moodboard Seraphine



Fonte: autor, 2025.

### 8.1.6 Cartela de cor – Seraphine

Figura 9 - Cartela de cor Seraphine



Fonte: autor, 2025.

### 8.1.7 Skins

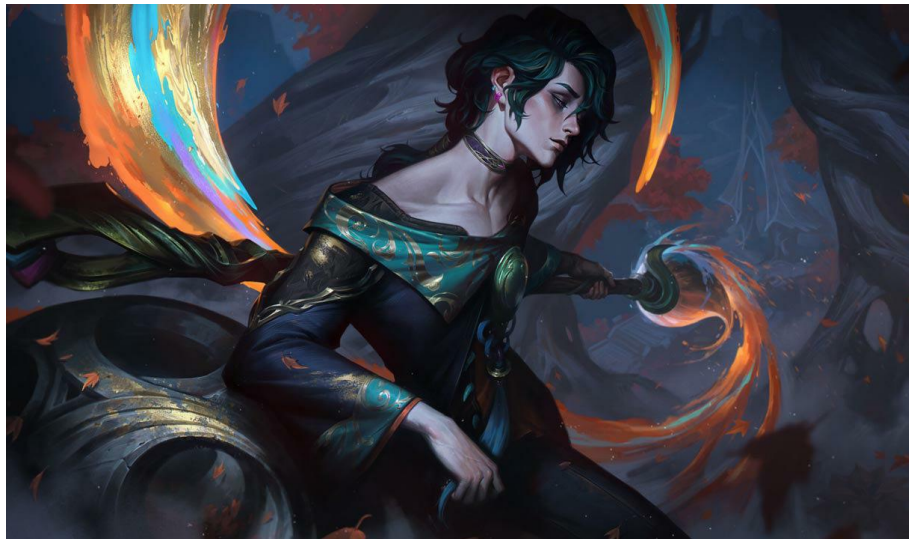
Figura 10 – Skins Seraphine



Fonte: autor, 2025.

## 8.2 ANÁLISE DE PERSONAGEM – HWEI

Figura 11 – Hwei



Fonte: Riot Games, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/hwei/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

### 8.2.1 Análise psicológica

Por conta de seu passado, Hwei, psicologicamente, é um personagem multifacetado que lida constantemente com a dualidade de sua vida: a beleza da arte

e a dor de seu passado traumático. Após vivenciar o massacre das pessoas do templo onde vivia, ele teve que lutar contra emoções conflitantes para compreender sua natureza. Essa experiência o levou a ter um conflito interno entre sua criatividade e os horrores que presenciou, o tornando um personagem intenso e introspectivo. A busca por respostas e compreensão é a força motriz em sua narrativa, refletindo um desejo de se reconciliar com seu passado (League of Legends, ©2023).

### **8.2.2 Análise física**

Fisicamente, Hwei é descrito como um artista que não se preocupa muito com a aparência, refletindo sua dedicação à arte. Sua pele é pálida e possui olheiras. Sua fisionomia sugere que Hwei passa muito mais tempo criando obras de arte do que se preocupando com o seu visual, sugerindo um caráter profundo e focado em suas paixões ao invés de se conformar com as normas sociais. A habilidade de Hwei de manipular as cores e as formas em suas artes é uma extensão de sua aparência e seu design incorpora elementos que refletem sua relação com a arte e a magia League of Legends, ©2023.

### **8.2.3 Análise de personalidade**

Hwei é apresentado como um artista sensível e empático, apesar de sua melancolia. Sua humildade e determinação para aprimorar suas habilidades artísticas revelam um lado delicado e resiliente. É descrito como um personagem que possui uma visão única do mundo, utilizando a arte como uma forma de confrontar e processar a dor ao seu redor. Essa combinação de empatia, introspecção e desejo de criação torna Hwei um personagem fascinante e complexo dentro do *LoL* (League of Legends, ©2023).

### **8.2.4 Processos criativos**

Hwei é um personagem melancólico, marcado por um passado doloroso. Nesta linha de *skins*, ele possui duas versões contrastantes que exploram caminhos opostos a partir de sua história. Na primeira *skin*, Hwei escolhe seguir em frente e transforma sua dor em algo belo: torna-se um renomado confeitiro, conhecido por usar seus

poderes para criar doces extraordinários que levam alegria às pessoas. Seus confeitados não apenas encantam pelo sabor, mas também pela sua magia, que carrega a capacidade de aquecer o coração de quem os prova.

Já na segunda versão, a dor de seu passado se intensifica ao ponto de consumi-lo. Hwei se entrega à escuridão e se torna um dos grandes vilões desse universo. Aqui, ele usa os doces não mais como fonte de conforto, mas como instrumentos de manipulação, verdadeiras armadilhas viciantes que corrompem aqueles que os consomem. Seus poderes infundem nas receitas toda a sua amargura e sofrimento, tornando-se perigosamente sedutores e letais.

O tema das *skins* utiliza elementos visuais inspirados no filme “A Fantástica Fábrica de Chocolate”. Na versão de cores claras, a calça faz referência à clássica barra de chocolate comprada pelas crianças na esperança de encontrar o bilhete dourado. O colete remete às balas de goma, enquanto as meias trazem o visual das tradicionais bengalas de açúcar. As cores em tons suaves e claros foram escolhidas para transmitir o lado mais calmo, doce e bondoso do personagem.

Já na outra *skin*, a inspiração vem diretamente do figurino icônico de Willy Wonka no longa-metragem. O personagem veste um chapéu, terno, calça e sapatos em uma composição elegante, mas com um ar sombrio. As cores escuras foram usadas para representar a profundidade emocional e o lado vilanesco do personagem, enquanto os detalhes com aspecto derretido simbolizam sua corrupção interna e a decadência provocada por sua própria dor.

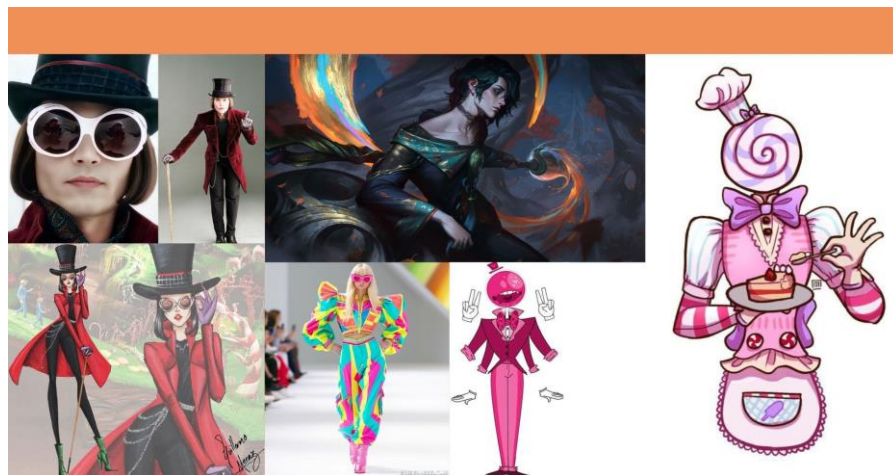
Na versão mais clara da *skin*, as texturas foram cuidadosamente desenvolvidas com inspiração em diferentes tipos de doces. Os brilhos aplicados no colete remetem ao açúcar cristalizado que envolve as balas de goma, criando um efeito visual delicado e apetitoso. As calças foram desenhadas para lembrar barras de chocolate, com quadrados marcados que simulam o formato clássico do doce. Dentro desses quadradinhos, a letra “H”, inicial do nome do personagem, aparece gravada, fazendo alusão às marcas que estampam o próprio logotipo em seus chocolates. Já as meias seguem os padrões visuais das tradicionais bengalas de açúcar, com listras curvas e cores suaves, reforçando o tom doce e nostálgico dessa versão da *skin*.

Na versão corrompida, o visual do personagem sofre uma transformação radical, trazendo uma releitura sombria do clássico Willy Wonka. O figurino originalmente usado pelo doceiro no filme foi adaptado para uma estética mais

vilanesca, com traços que refletem a decadência e a corrupção interior do personagem. Elementos visuais simulam o derretimento da roupa, como se a doçura estivesse sendo corrompida por algo tóxico e instável. Os pontos de luz, mais uma vez, são utilizados para criar a textura de plástico, reforçando a sensação de artificialidade e desconforto, como se o doce tivesse se tornado uma armadilha disfarçada. O resultado é uma versão perturbadora e poderosa do personagem, onde o encantamento se transforma em perigo.

### 8.2.5 Moodboard

Figura 12 – Moodboard Hwei



Fonte: autor, 2025.

### 8.2.6 Cartela de cor Hwei

Figura 13 – Cartela de cor Hwei



Fonte: autor, 2025.

### 8.2.7 Skins

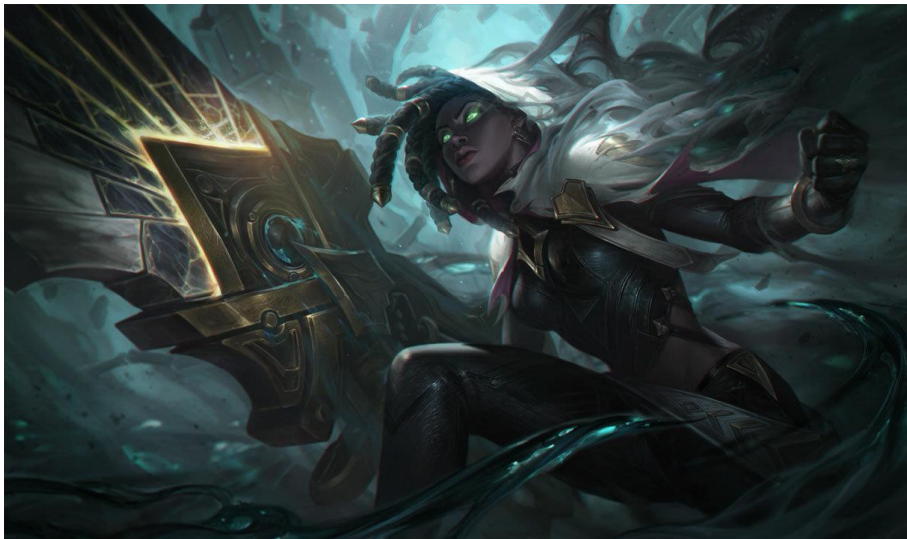
Figura 14 – Skins Hwei



Fonte: autor, 2025.

### 8.3 ANÁLISE DE PERSONAGEM – SENNA

Figura 15 – Senna



Fonte: Riot Games, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/senna/>, Acesso em: 4 jun. 2025.

### 8.3.1 Análise psicológica

Senna é uma mulher marcada por uma vida de luta constante contra a maldição da “Névoa Negra”<sup>30</sup>. Foi perseguida por essa assombração desde criança, o que a obrigou a defender-se e lutar desde muito nova. Essa situação moldou sua mentalidade, tornando-a extremamente resiliente e determinada. A necessidade da adaptação e sobrevivência a um destino cruel fez com que Senna desenvolvesse um grande autocontrole e coragem (League of Legends, ©2019).

Após ser aprisionada na lanterna do *Thresh*<sup>31</sup> por muitos anos, Senna, carrega um trauma profundo que a deixou consciente da fragilidade de sua vida e da importância de lutar pela liberdade. Essa experiência moldou seu desejo de proteger os outros contra a escuridão, reforçando ainda mais sua vontade de combater a “Névoa Negra” e as forças do mal (League of Legends, ©2019).

Mesmo diante dos horrores que viveu, Senna nunca deixou ser dominada pelo medo e pela desesperança. Ao invés disso, canalizou sua dor para se tornar uma guerreira ainda melhor. Sua luta constante contra a escuridão não é apenas física, mas também interna, buscando sempre manter sua humanidade e não ser consumida pelos horrores que enfrentou e continua enfrentando (League of Legends, ©2019).

### 8.3.2 Análise física

Fisicamente, Senna é retratada como uma mulher forte e ágil, possuindo um porte atlético, resultado de anos de combate e treinamento. Sua aparência é marcada por uma mistura de aspectos humanos e espirituais, destacando sua conexão com a “Névoa Negra”. Suas vestes são uma armadura estilizada e um casaco longo, dando a ela a sensação de mobilidade e resistência (League of Legends, ©2019).

---

<sup>30</sup> Força maligna que cobre as Ilhas das Sombras, corrompendo a terra e drenando a força vital dos mortais.

<sup>31</sup> É um campeão de *League of Legends*, conhecido como o Guardiã das Correntes. Ele é um espectro sádico e astuto, com uma história que o transforma de um simples guardião a um ser que se sustenta atormentando e capturando almas.

Um dos elementos de maior destaque de Senna é seu canhão relíquia<sup>32</sup>, que é um símbolo de sua força e de sua determinação para lutar e deter as forças das sombras. Senna possui cabelos escuros e um olhar firme e penetrante, demonstrando sua confiança e reforçando ainda mais sua determinação. Sua postura é imponente, reforçando sua natureza destemida e sua disposição para enfrentar qualquer desafio que apareça em seu caminho (League of Legends, ©2019).

### 8.3.3 Análise de personalidade

A personalidade de Senna é marcada por um forte senso de justiça e proteção. Ela passou a ver-se como uma guardiã dos inocentes e alguém que se recusa a ser vítima das circunstâncias. Sua experiência de quase morte constante dentro da lanterna de *Thresh* fez com que ela valorizasse profundamente cada momento de sua vida, refletindo sua atitude destemida na busca por liberdade (League of Legends, ©2019).

Senna é compassiva, especialmente com aqueles que são vulneráveis, mas também não tem medo de fazer sacrifícios para alcançar o bem maior. Ela é pragmática, entendendo que as decisões difíceis fazem parte da guerra contra o mal, o que a torna uma líder confiável em situações de crise (League of Legends, ©2019).

Seu relacionamento com Lucian é um ponto central na personalidade de Senna. Eles compartilham uma conexão profunda construída através da dor e da luta mútua. Senna demonstra uma determinação ainda maior enquanto luta ao lado de seu amado, Lucian, pois as experiências que vivenciaram juntos reforçam seu propósito e sua força. Ela também, possui um lado mais filosófico, resultado de sua convivência tão próxima com a vida e a morte, entendendo muito bem a linha tênue que separa as duas, o que faz com que ela veja o mundo de uma forma mais profunda, quase espiritual, sempre refletindo sobre o que realmente significa ser livre (League of Legends, ©2019).

---

<sup>32</sup> O canhão relíquia no *LoL* é uma arma emblemática do campeão Senna, que também é um dos seus principais elementos de design. Este canhão é composto pelas armas de vários sentinelas falecidos, derretidas e combinadas. Ele é uma arma poderosa que atua como uma ferramenta de combate e, ao mesmo tempo, carrega a história e o poder dos sentinelas que a usaram anteriormente.

### 8.3.4 Processos criativos

Senna carrega as marcas de um passado sombrio, pois passou anos aprisionada em uma forma que a impedia de ser quem realmente era. Quando finalmente se libertou, encontrou-se diante de uma nova realidade e de Hwei, um artista igualmente marcado por traumas e dores profundas. Unidos por feridas semelhantes, os dois construíram um laço de amizade sincero e poderoso. Neste universo, suas dores foram curadas e, com o tempo, Senna percebeu algo extraordinário: a dor que antes a consumia já não existia.

Na primeira versão, Senna conseguiu superar as sombras do passado com o apoio de seu melhor amigo. Ao lado de Hwei, ela encontrou um novo propósito: ajudar as pessoas que precisam superar seus traumas. Juntos construíram um refúgio de conforto para todos que buscam doçura em meio ao caos, a doceria de Hwei. Seu visual nessa linha de *skins* é inspirado nas clássicas máquinas de chicletes, coloridas, nostálgicas e encantadoras, remetendo à inocência da infância e à felicidade simples que essas lembranças trazem.

No entanto, na segunda versão, a história toma um rumo trágico. O encontro com Hwei, ao invés de curá-la, torna-se o estopim de uma nova queda. A melancolia do artista desperta os medos adormecidos de Senna. Os traumas dos anos de confinamento voltam à tona, mais fortes do que nunca. Nesse universo, a promessa de redenção se desfaz e Senna sucumbe à corrupção do doce, um reflexo sombrio daquilo que deveria trazer alegria. Assim, ela se torna agente do mal que um dia jurou combater, espalhando a mesma escuridão que um dia tentou abandonar.

A ideia central dessas *skins* gira em torno da estética das máquinas de chiclete. Com um visual predominantemente rosa, fica evidente a inspiração nostálgica nesse ícone da infância. O figurino foi cuidadosamente desenvolvido para remeter à goma de mascar, utilizando o estilo *puffer*, com volumes e dobras que evocam a textura macia e elástica do chiclete. As cores escolhidas para o design dessa *skin* foram pensadas para transmitir leveza e diferenciar a personagem de sua contraparte corrompida. Já na versão mais vibrante e colorida, traz como destaque os próprios chicletes da máquina, representados de forma derretida, como se estivessem escorrendo pelo traje.

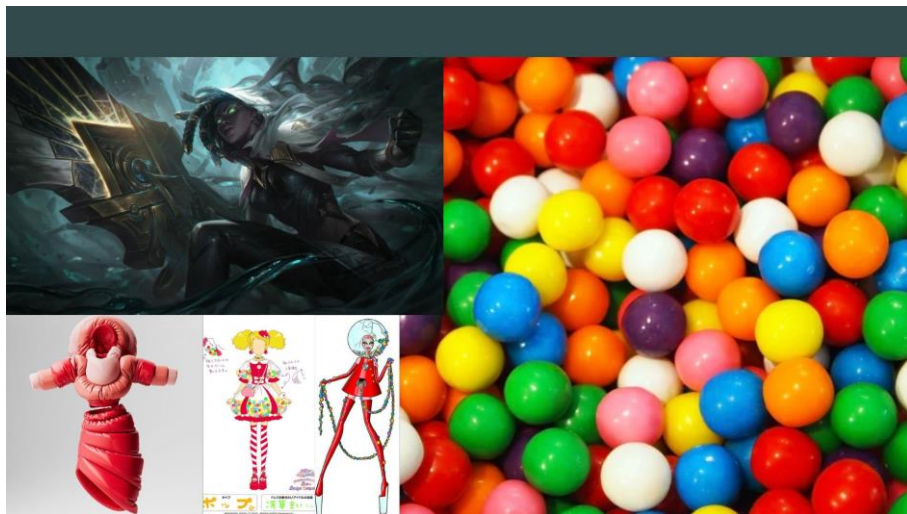
O uso das cores intensas serve como elemento de atração: a personagem brilha aos olhos do público, despertando curiosidade e encantamento. Porém, por trás dessa doçura, esconde-se uma armadilha. Ao se aproximarem, as pessoas são capturadas e transformadas em versões corrompidas de si mesmas, revelando a dualidade entre aparência encantadora e intenções sombrias.

Os elementos visuais do traje de Senna foram cuidadosamente escolhidos para remeter às clássicas máquinas de chiclete. Um dos destaques é a redoma de vidro em sua cabeça, na qual os chicletes coloridos ficam visíveis, como se fizessem parte da própria máquina. Seu figurino também traz referências diretas à estrutura desses aparelhos nostálgicos: detalhes que lembram a entrada de moedas, o mecanismo de giro e até a saída por onde o doce era liberado. A saia e a jaqueta trazem o estilo *puffer* para complementar a identidade visual da *skin*.

Já sua contraparte sombria foi concebida como se fosse feita do próprio chiclete. As mangas e botas apresentam formas circulares que remetem à goma de mascar, e sua saia segue o mesmo conceito. Os detalhes do traje simulam o derretimento do doce, com linhas escorridas e irregulares, enquanto pontos de luz cuidadosamente posicionados reproduzem o brilho vívido dos chicletes dentro da máquina, agora derretidos pela corrupção.

### 8.3.5 Moodboard

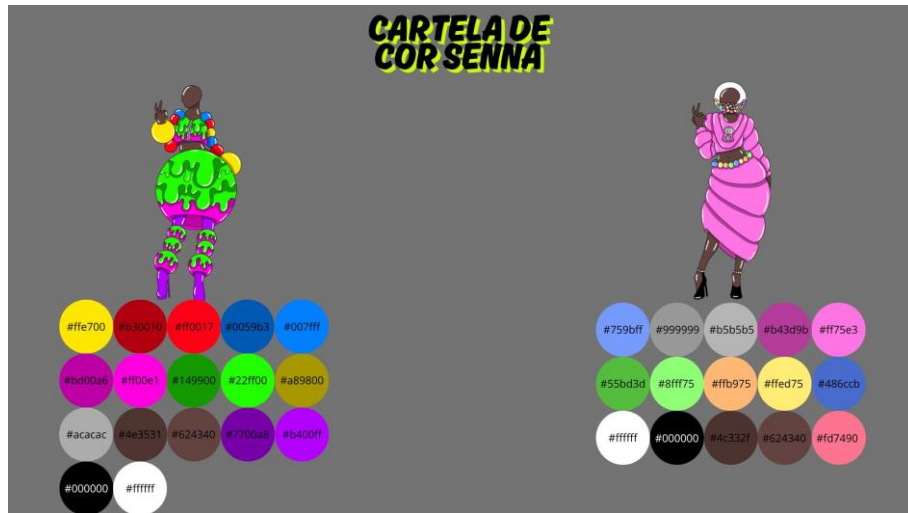
Figura 16 – Moodboard Senna



Fonte: autor, 2025.

### 8.3.6 Cartela de cor Senna

Figura 17 – Cartela de cor Senna



Fonte: autor, 2025.

### 8.3.7 Skins

Figura 18 – Skins Senna



Fonte: autor, 2025.

## 8.4 ANÁLISE DE PERSONAGEM – QIYANA

Figura 19 – Qiyana



Fonte: Riot Games, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/qiyana/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

### 8.4.1 Análise psicológica

Psicologicamente, Qiyana, é movida por um desejo profundo de poder e reconhecimento, o que a torna altamente competitiva, ambiciosa e extremamente confiante. Ela é a filha caçula de uma grande família real de *Ixaocan*<sup>33</sup> e cresceu tendo que provar seu valor constantemente em relação aos seus irmãos mais velhos, já que é a última na linha de sucessão ao trono. Isso fez com que Qiyana desenvolvesse uma mentalidade segundo a qual “o mundo é uma competição” e existe a necessidade de se destacar (League of Legends, ©2025).

Qiyana possui uma autoestima extremamente elevada, acreditando piamente que é a melhor em tudo o que faz, especialmente com sua habilidade mágica de manipular os elementos. Essa habilidade impressionante a fez acreditar que merece ser uma governante e que é superior aos outros irmãos, o que se traduz em um orgulho excessivo. Ela é determinada e raramente aceita a derrota, sempre buscando maneiras de se sobressair e demonstrar superioridade (League of Legends, ©2025).

---

<sup>33</sup> Região do universo de *LoL* que se refere à cidade-selva da região de *Ixtal*, conhecida por ser um centro de poder elemental e pela sua influência no universo de Runeterra.

Contudo, por trás de toda essa confiança, há uma forte necessidade de ser reconhecida como uma boa líder, ou até como uma salvadora de *Ixaocan*. É sua missão e seu direito. Essa busca por validação é um reflexo do ambiente em que cresceu, onde o reconhecimento e o poder eram as únicas formas de garantir um lugar significativo na hierarquia familiar (League of Legends, ©2025).

#### 8.4.2 Análise física

Fisicamente, ela possui uma aparência marcante, que reflete sua origem luxuosa quanto ao seu poder. Possui cabelos brancos prateados que contrastam com sua pele morena, realçando sua presença de forma distinta e imponente. Seus trajes são ornamentados, compostos por elementos que remetem à cultura de *Ixaocan*, e adornos de ouro, simbolizando sua origem real e sua conexão com o poder (League of Legends, ©2025).

A arma que Qiyana utiliza em batalha é um enorme *Ohmlat*<sup>34</sup> metálico, conhecido como anel de *elementium*<sup>35</sup>, utilizado para canalizar os elementos de terra, gelo e grama. Esse anel é tanto um símbolo de seu controle mágico quanto um lembrete de sua conexão profunda com o ambiente. Seus movimentos em combate são fluidos e calculados, reforçando sua maestria sobre as habilidades elementais e sua confiança no campo de batalha. Sua postura exala segurança, sempre ereta e muitas vezes expressando desdém ou confiança extrema, características que mostram como ela se vê como uma figura acima dos outros (League of Legends, ©2025).

#### 8.4.3 Análise de personalidade

Qiyana é marcada por sua autoconfiança e ambição inabaláveis. Ela sabe o que quer e está disposta a fazer qualquer coisa para alcançar seus objetivos. Ela não hesita em utilizar suas habilidades elementais e sua astúcia para impressionar os

---

<sup>34</sup> Trata-se de um aro circular, geralmente feito de plástico, que é girado ao redor da cintura como um exercício ou brincadeira, popularmente conhecido como bambolê. Dentro do jogo eletrônico *Ohmlat* é a arma que a personagem Qiyana utiliza em batalha.

<sup>35</sup> Em *LoL*, o termo *Elementium* não é um item, campeão ou habilidade nativa do jogo. No entanto, pode ser relacionado a um conceito de magia elemental.

outros e garantir que seja vista como uma figura mais poderosa e habilidosa (League of Legends, ©2025).

Ela também possui uma natureza bastante manipuladora e não se importa em usar as outras pessoas para garantir e atingir seus objetivos. Além disso, possui um senso de superioridade muito claro e frequentemente subestima os outros, especialmente se acreditar que aquela pessoa não está à altura de suas habilidades. Essa atitude muitas vezes parece arrogante e autoritária, pois ela acredita que governar sua terra natal é seu destino e que seus talentos justificam essa posição (League of Legends, ©2025).

Apesar da postura arrogante, Qiyana possui uma profunda lealdade à sua terra natal. Ela genuinamente acredita que sua liderança seria o melhor para o seu povo e sua capacidade de controlar os elementos é o que permitirá seu povo prosperar. Esse senso de lealdade à sua terra, no entanto, está sempre misturado com seu desejo pessoal de poder e sua ânsia por reconhecimento, o que faz a personalidade de Qiyana possuir nuances interessantes. Ela não é apenas uma figura gananciosa por poder, mas alguém que realmente acredita que pode fazer a diferença e que merece ser reconhecida por isso. Essa mistura de arrogância, habilidade e lealdade faz de Qiyana uma personagem complexa que, apesar de seus defeitos, possui qualidades admiráveis (League of Legends, ©2025).

#### **8.4.4 Processos criativos**

Assim como os demais personagens dessa linha de *skins*, Qiyana recebe dois novos figurinos. Sua trajetória sempre foi marcada por uma ambição ardente: derrotar suas irmãs para provar ser a mais forte e, assim, conquistar o trono. Aqui, essa essência permanece. Como a caçula da família, Qiyana sabia que alcançar seu sonho seria uma tarefa difícil, mas nunca impossível. A cada dia sua determinação crescia, assim como seu desejo de se tornar rainha. No entanto, tudo começou a mudar após seu encontro com Hwei.

Na sua versão doce, esse encontro com o confeitiro transformou sua visão de mundo. A ambição pelo trono foi substituída por uma nova missão: ajudar Hwei a espalhar a alegria que um simples doce pode trazer para a vida das pessoas. Qiyana abraçou esse propósito com a mesma intensidade de sempre e faria isso até o fim, se

preciso fosse. Agora, sua força não vinha apenas do desejo de ser a melhor, mas da certeza de que poderia usar esse poder para ajudar os outros a enfrentarem seus próprios desafios.

Em sua versão corrompida, a ambição de Qiyana pelo trono cresceu de forma descontrolada e logo começou a consumir tudo ao seu redor. O encontro com Seraphine foi o ponto de virada: ao invés de suavizar sua alma, revelou e intensificou seu lado mais obscuro. A doçura que um dia a inspirou começou a apodrecer, dando lugar a uma corrupção profunda que se espalhava como veneno em seu coração.

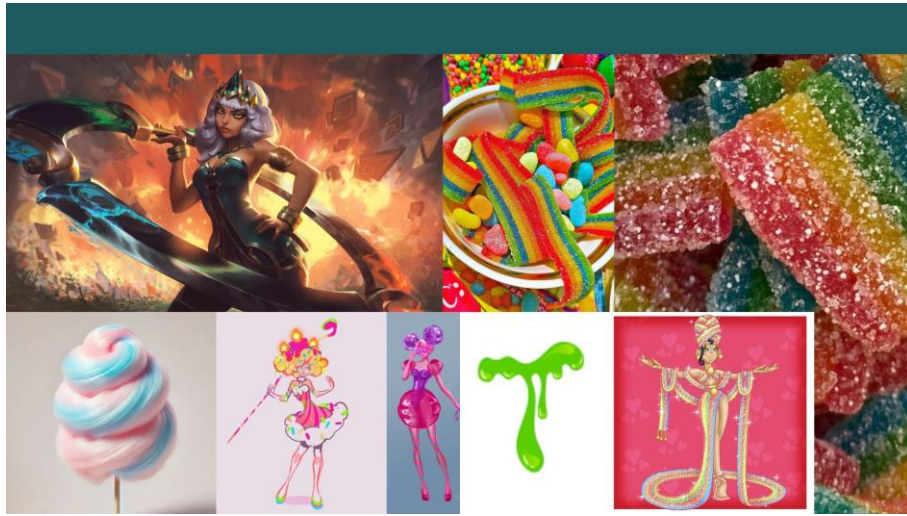
O que antes era força para ajudar os outros transformou-se em uma fome insaciável por poder. A nova Qiyana já não buscava ser a melhor por merecimento, mas sim por dominação. Seu brilho real agora era sombrio, e sua ambição, antes nobre, tornou-se egoísta, implacável e imparável. O doce corrompido não só alterou sua aparência, mas moldou sua essência em algo cruel e perigoso.

As texturas utilizadas nas skins da Qiyana foram cuidadosamente desenvolvidas para refletir suas duas facetas distintas. Na versão que representa seu lado bom, o figurino traz referências visuais doces e delicadas: o vestido e o colar apresentam uma textura que remete ao açúcar cristalizado das balas de goma, enquanto as luvas, botas e as barras evocam a maciez do algodão-doce. As cores em tons pastéis complementam essa proposta.

Já em sua versão corrompida, os elementos visuais se transformam para expressar sua decadência. As formas onduladas e escorridas do figurino sugerem que a maldade está derretendo sua roupa e o doce que um dia a definiu, como se fosse um ácido corroendo sua essência, assim como na *skin* de Seraphine. Os pontos de luz estratégicos foram incorporados ao figurino, simulando a textura de plástico derretido e conferindo ainda mais profundidade e dramaticidade ao visual.

### 8.4.5 Moodboard

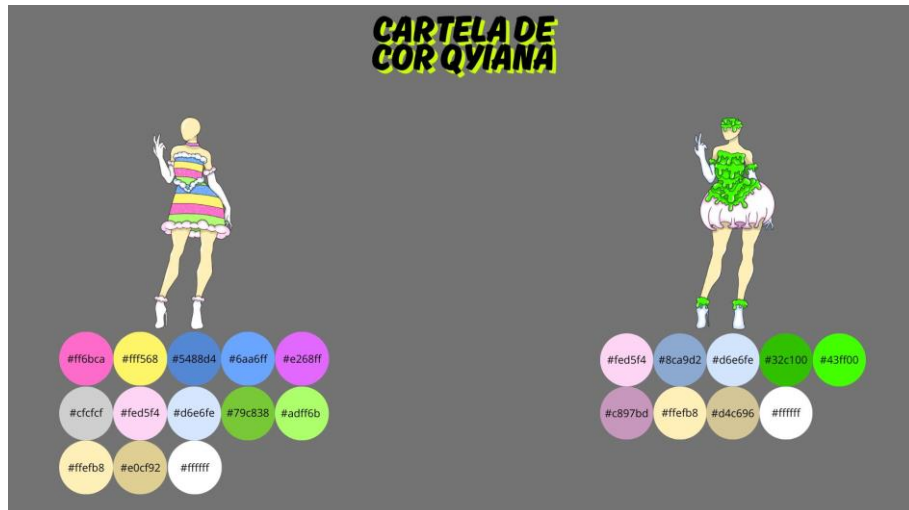
Figura 20 – Moodboard Qiyana



Fonte: autor, 2025.

### 8.4.6 Cartela de cor Qiyana

Figura 21 – Cartela de cor Qiyana



Fonte: autor, 2025.

### 8.4.7 Skins

Figura 22 – Skins Qiyana



Fonte: autor, 2025.

## 8.5 ANÁLISE DE PERSONAGEM – K'SANTE

Figura 23 – K'Sante



Fonte: Riot Games, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/ksante/>, Acesso em: 4 jun. 2025.

### 8.5.1 Análise psicológica

Psicologicamente, K'Sante é um personagem complexo que carrega consigo o peso das expectativas e das responsabilidades, pois ele é um líder natural, uma vez

que se destaca como defensor de sua cultura e de seu povo. Ele é um personagem determinado e possui um senso de dever muito marcante, características que o tornam um grande protetor de suas tradições e de sua comunidade (League of Legends, ©2022).

O personagem vive em um conflito interno entre seu papel como defensor e o peso de suas escolhas. Ele se sente responsável pela proteção de sua terra, de sua identidade e de sua herança, resultando em uma personalidade que, embora forte e destemida, mostra também um lado vulnerável e sensível. O seu enorme desejo de honrar seu legado e de se afirmar como um verdadeiro guerreiro pode levá-lo a uma luta não só externa, mas também contra dúvidas internas sobre suas capacidades e valor (League of Legends, ©2022).

Ele é também uma figura de resiliência. K'Sante enfrentou desafios significativos, e essa adversidade o moldou em um combatente habilidoso e estratégico. Sua história pessoal é marcada por lutas que o forçaram a crescer e se adaptar, mostrando que, apesar de suas dificuldades, ele não se deixa abater. Essa mentalidade o impulsiona a buscar constantemente formas de se aprimorar e se tornar um defensor ainda mais eficaz (League of Legends, ©2022).

### 8.5.2 Análise física

Fisicamente, K'Sante possui um corpo imponente e robusto, refletindo sua identidade como um guerreiro. Ele possui uma constituição musculosa que demonstra seu treinamento rigoroso e a força necessária para proteger seu povo. Seu design é inspirado na cultura *Shurimane*<sup>36</sup>, incorporando elementos que evocam tradições de combate e simbolismos de seu lar (League of Legends, ©2022).

Uma das características mais notáveis de K'Sante é seu traje, que é adornado com símbolos que representam sua cultura. Esse traje não apenas o protege em batalha, mas também serve como uma extensão de sua identidade, refletindo suas crenças e seu papel como líder (League of Legends, ©2022).

---

<sup>36</sup> Refere-se a como as pessoas chamam o povo da região de Shurima. Em *League of Legends*, Shurima é um continente localizado no sul de Runeterra e que foi, em tempos antigos, uma poderosa civilização-império.

Além disso, a aparência de K'Sante é marcada por detalhes que transmitem determinação em seu olhar e sua postura é confiante, o que o torna uma figura que inspira respeito e confiança. Essa combinação de força física e simbolismo cultural faz de K'Sante uma presença poderosa (League of Legends, ©2022).

### 8.5.3 Análise de personalidade

A personalidade de K'Sante é uma mescla de coragem, liderança e de profunda conexão com seu povo. Ele é um líder natural, demonstrando um forte senso de responsabilidade e compromisso com aqueles que ama. Essa combinação o transforma em um personagem multifacetado e com uma grande adaptabilidade (League of Legends, ©2022).

K'Sante é extremamente leal, tanto a seus amigos quanto à sua terra natal. Ele não hesita em lutar pelos que ama, demonstrando um espírito protetor que é central em sua identidade. Por outro lado, essa busca de K'Sante por perfeição e honrar seu legado pode levá-lo a ser autocrítico, questionando se está à altura das expectativas que ele mesmo coloca sobre si (League of Legends, ©2022).

K'Sante também possui um lado obstinado pelo sucesso e muito orgulhoso, atrapalhando-o a se tornar o líder que sempre sonhou. Só depois de aprender a contornar as armadilhas de sua presunção e encontrar a sabedoria necessária é que ele conseguirá ser o líder que sempre desejou para seu povo (League of Legends, ©2022).

### 8.5.4 Processos criativos

K'Sante é um guerreiro honrado, símbolo de força e inspiração em sua terra natal. No universo dessa linha de *skins*, esses traços permanecem intactos; sua presença marcante e seu carisma natural fazem com que ele atraia todos ao seu redor. Hwei, reconhecendo essa energia acolhedora, convida K'Sante para integrar sua confeitaria. Juntos, os dois transformam o espaço em um refúgio caloroso, onde cada doce servido carrega um pouco da força e da bondade de K'Sante.

Entretanto, sua versão corrompida revela um contraste sombrio. O doce ácido distorce sua essência, transformando sua nobreza em crueldade e seu carisma em uma ferramenta de manipulação e medo. Seraphine é a responsável por essa queda:

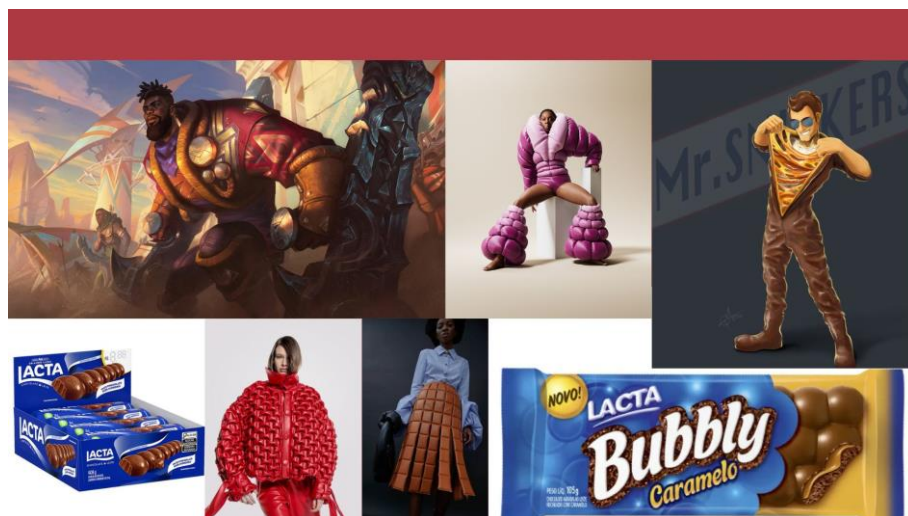
ela se aproveita do momento mais frágil de K'Sante, após o término de um relacionamento marcado por seu orgulho, e o envenena com promessas de poder e alívio. O guerreiro honrado dá lugar a um soldado do mal, tomado pela dor e pela raiva, decidido a espalhar o terror onde antes espalhava esperança.

Na versão bondosa de K'Sante, seu traje reflete a doçura e elegância do universo em que está inserido. Ele veste um terno com estampa inspirada em bengalas doces, enquanto a calça remete ao chocolate liso e brilhante, criando um visual saboroso e acolhedor. Por baixo do paletó, a camiseta de caramelo traz ondulações cuidadosamente pensadas para sugerir volume e movimento. As cores claras predominam, evocando a leveza e a doçura que inspiraram essa *skin*.

Já em sua versão corrompida, o visual assume um tom mais sombrio e perturbador. O casaco possui texturas que remetem ao chocolate *Bubbly*, da Lacta, uma superfície irregular que, para alguns, provoca até mesmo um leve desconforto visual, simbolizando a maldade que agora consome K'Sante. A calça ainda feita de chocolate, mas traz estampada a inicial de Hwei, como se fosse uma marca registrada. No topo do casaco, o caramelo assume uma forma mais grotesca e pegajosa, representando visualmente a corrupção que se espalhou por sua alma. As cores escuras e saturadas reforçam o tom vilanesco da *skin*, traduzindo em cada detalhe a decadência do guerreiro que um dia representou esperança.

### 8.5.5 Moodboard

Figura 24 – Moodboard K'Sante



Fonte: autor, 2025.

### 8.5.6 Cartela de cor K'Sante

Figura 25 – Cartela de cor K'Sante



Fonte: autor, 2025.

### 8.5.7 Skins

Figura 26 – Skins K'Sante



Fonte: autor, 2025.

## 8.6 ANÁLISE DE PERSONAGEM – KENNEN

**Figura 27 – Kennen**



Fonte: Riot Games, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/kennen/>, Acesso em: 4 jun. 2025.

### 8.6.1 Análise psicológica

Portador de uma personalidade complexa, Kennen é marcado pela sua determinação e pelo senso de justiça. Ele é alguém que luta para proteger aqueles que ama, seu povo, seus amigos e seus valores, representando o que significa ser um *Yordle*<sup>37</sup>: um espírito inquieto e vibrante que busca a aventura e a verdade. Psicologicamente, esse personagem é a mistura de bravura com um profundo senso de responsabilidade (League of Legends, ©2025).

O *Yordle* é conhecido por sua inteligência e astúcia, sendo um habilidoso estrategista. Isso é evidente em suas abordagens para o combate e em como ele usa suas habilidades para conseguir vantagem em situações adversas. Possui uma mente ágil que o permite pensar em formas de adaptar suas estratégias de combate, tornando-o um oponente formidável em batalha (League of Legends, ©2025).

Além de suas habilidades em batalha, Kennen valoriza a amizade e a lealdade. Sua natureza protetora faz com que ele se preocupe profundamente com os outros, especialmente seus amigos e aliados. Essa empatia que ele possui o torna uma figura acolhedora, embora ele possa ser também impulsivo e cabeça quente, especialmente

---

<sup>37</sup> Criatura pequena e mágica, com origem no Reino Espiritual, que se manifesta no mundo físico.

se algum amigo está em perigo. Essa dualidade em sua personalidade, a mistura de bravura e vulnerabilidade, o torna mais humano e identificável (League of Legends, ©2025).

### 8.6.2 Análise física

Fisicamente, Kennen é um *Yordle* pequeno, assim como todos os outros *Yordles*, e ágil, o que é característico de sua raça. Ele possui um corpo esguio e musculoso, ideal para um lutador ágil que dependa de velocidade e mobilidade. Seu tamanho faz com que os inimigos o subestimem; porém, isso é uma vantagem estratégica que ele aproveita da melhor maneira possível em batalha (League of Legends, ©2025).

Kennen é frequentemente visto vestindo sua armadura e um capuz que acentuam seu visual de ninja, refletindo sua agilidade no papel como um combatente rápido e furtivo. Seu design possui detalhes que remetem à eletricidade e a natureza do relâmpago que ele representa. Os elementos elétricos em sua aparência não apenas simbolizam suas habilidades, mas também o tornam visualmente atraente e memorável (League of Legends, ©2025).

Seu olhar é intenso e expressa determinação, enquanto suas habilidades são representadas por faíscas elétricas que o cercam durante as batalhas. Esses elementos visuais são fundamentais para sua identidade como o *Yordle* relâmpago e contribuem para sua presença imponente, apesar de seu tamanho pequeno (League of Legends, ©2025).

### 8.6.3 Análise de personalidade

Kennen é um personagem de grande entusiasmo e animado. Ele tem uma energia contagiante e uma abordagem otimista. Sua paixão por proteger seus amigos e seu povo é central em sua personalidade e ele não hesita em correr riscos quando o assunto é garantir a segurança deles (League of Legends, ©2025).

Sua lealdade e a valorização de suas amizades podem levá-lo a agir de maneira impulsiva em defesa de seus aliados. Kennen é também um pouco travesso e sua natureza brincalhona pode levá-lo a se envolver em situações divertidas e

inesperadas, o que revela seu lado mais leve e despreocupado. Apesar desse seu lado mais extrovertido, Kennen também possui um lado sério. Ele entende a gravidade de suas responsabilidades como defensor de sua terra natal e se compromete a lutar contra as injustiças. Essa determinação é equilibrada por sua natureza emocional; ele é sensível às lutas de seus amigos e está sempre disposto a oferecer apoio (League of Legends, ©2025).

Kennen está sempre buscando formas de melhorar suas habilidades e se tornar um lutador melhor, pois é alguém que valoriza o aprendizado e o crescimento pessoal, o que reflete sua mentalidade proativa e seu desejo de se aprimorar. Essa busca pela autodescoberta e pelo desenvolvimento contínuo o torna um personagem em evolução, alguém que está sempre se esforçando para ser a melhor versão de si mesmo (League of Legends, ©2025).

#### **8.6.4 Processos criativos**

Kennen é um *Yordle* habilidoso e inteligente, conhecido por suas habilidades excepcionais em combate e por sua astúcia incomparável. Gentil e muito querido entre os de sua espécie, suas qualidades se mantêm evidentes nessa linha de *skins*, revelando um lado cativante e carismático do personagem. No entanto, em sua outra forma, ele pode confundir aqueles que se aproximam. Apesar da aparência fofa e do comportamento brincalhão, essa outra versão não carrega nada de bom, escondendo uma natureza perigosa e imprevisível por trás de seu semblante adorável.

Em sua primeira forma, Kennen continua sendo o *Yordle* de sempre: brincalhão, gentil, inteligente e protetor. Seu caminho se cruza com o de Hwei, e juntos decidem unir forças. A aparência encantadora de Kennen atrai muitos à sua volta, mas é sua personalidade cativante que realmente conquista as pessoas. Ao lado de Hwei e dos demais, ele se dedica a um propósito doce e nobre: espalhar felicidade por meio dos doces, levando alegria à vida de todos.

Sua contraparte é um reflexo distorcido do que Kennen já foi. Embora ainda conserve traços de sua antiga personalidade, não se deixe enganar. Sua aparência fofa e diminuta faz parte de uma estratégia cuidadosamente arquitetada para atrair e capturar os desavisados. Dessa vez, seu caminho não cruza com o de Hwei, mas com o de Seraphine, uma figura que aparenta doçura, mas esconde intenções sombrias.

Ela enxerga no pequeno *Yordle* o potencial de usar sua aparência encantadora como arma, corrompendo Kennen e moldando-o em seu servo fiel. Mesmo corrompido, Kennen ainda é brincalhão e carismático, mas há algo perturbador em seu jeito de agir. Suas brincadeiras já não são inocentes, elas podem mudar o rumo da sua vida... para sempre.

A textura da versão boa de Kennen foi cuidadosamente pensada para remeter às balas de *gummy bear*. Seu corpo é contornado por uma borda translúcida que simula a aparência da gelatina, criando um visual vibrante e irresistível. No cinto, a textura de chocolate retorna como um detalhe marcante, reforçando a temática doce da *skin*. Sua máscara conta com um focinho que remete a um ursinho, enquanto o capuz é adornado com orelhas redondas, reforçando ainda mais a inspiração.

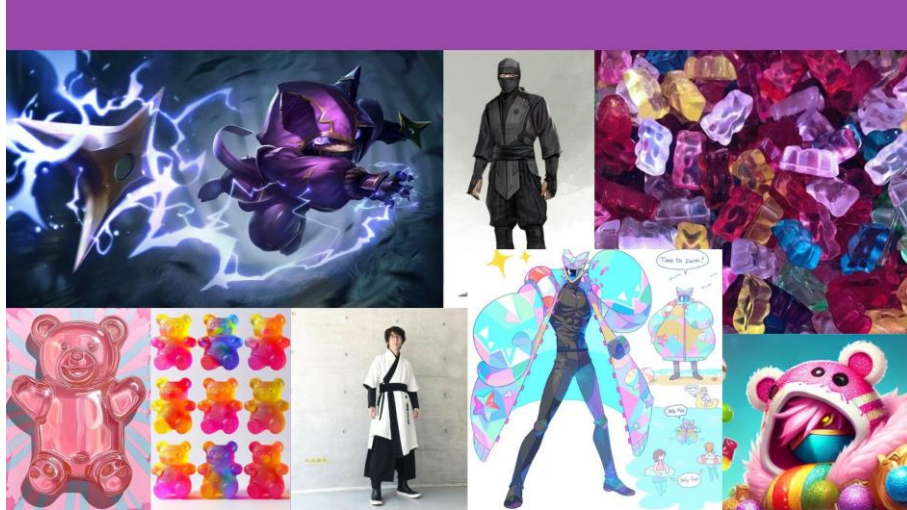
Um dos elementos mais chamativos são os dois longos braços feitos de gelatina, uma alusão aos braços de um urso, grandes, fortes e com garras afiadas. Nas extremidades, Kennen ainda exhibe as almofadas das patas, conhecidas como coxins, que servem como amortecimento natural e proteção para as articulações, completando o visual inspirado nos famosos ursinhos de gelatina. As cores vibrantes utilizadas nessa versão foram cuidadosamente escolhidas para refletir a personalidade energética e cativante de Kennen. Sua roupa conserva o estilo clássico de um ninja, mas com uma paleta de cores mais vibrante e divertida, uma adaptação que combina com a natureza alegre e única de Kennen, o *Yordle* ninja.

Em sua versão corrompida, Kennen ainda conserva a aparência de um *gummy bear*, mas agora com um visual distorcido, como se estivesse parcialmente derretido. Ondulações em sua superfície reforçam esse efeito, dando à gelatina um aspecto instável e viscoso. Das pontas de suas garras escorre um líquido ácido, uma substância corrosiva capaz de dissolver qualquer doce que encontrar pelo caminho.

Assim como em sua primeira versão, pontos de luz foram aplicados para criar uma textura brilhante que remete à gelatina da bala. As cores vibrantes continuam presentes, usadas intencionalmente como um elemento de atração. Assim como na natureza, essas cores chamativas atraem animais e pessoas, mas, nesse caso, o encanto visual pode ser um convite para a ruína. A roupa faz alusão ao estilo ninja característico de Kennen, reforçando sua identidade original, mesmo sob a corrupção. Afinal, por trás da aparência doce ou sombria, ele continua sendo um ágil e astuto *Yordle* ninja.

### 8.6.5 Moodboard

Figura 28 – Moodboard Kennen



Fonte: autor, 2025.

### 8.6.6 Cartela de cor Kennen

Figura 29 – Cartela de cor Kennen



Fonte: autor, 2025.

### 8.6.7 Skins

Figura 30 – Skins Kennen



Fonte: autor, 2025.

## 8.7 ANÁLISE DE PERSONAGEM – AKSHAN

Figura 31 – Akshan



Fonte: Riot Games, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/akshan/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

### 8.7.1 Análise psicológica

Akshan é um personagem motivado por um forte senso de justiça e lealdade. Sua história é marcada por tragédias pessoais, incluindo a perda de sua mestra e a

busca por vingança contra aqueles que a mataram. Essa busca por justiça é um dos principais motores de suas ações (League of Legends, ©2021a).

Psicologicamente, Akshan exibe uma combinação de resiliência e vulnerabilidade. Embora tenha uma fachada confiante e extrovertida, suas experiências passadas o marcaram profundamente, deixando-o ciente das consequências das ações que toma. Essa dualidade se reflete em sua personalidade, onde a leveza do humor pode se transformar em seriedade quando a situação exige (League of Legends, ©2021a).

Ele é alguém que valoriza a amizade e a camaradagem, demonstrando uma forte conexão com aqueles que importam para ele. A morte de sua mentora levou Akshan a se unir aos Sentinelas da Luz, um grupo de vigilantes que lutavam contra as forças da Névoa Negra. Essa perda moldou a sua visão de mundo e sua determinação em proteger os inocentes. A perda o trouxe um senso de culpa para ele, o que o motiva a lutar com mais afinco contra as ameaças (League of Legends, ©2021a).

Além disso, Akshan está sempre em busca da redenção, propósito e maneiras de corrigir erros do passado, tanto em relação a si mesmo quanto aos outros. Esse impulso para se redimir o torna um personagem mais complexo, lutando constantemente com suas emoções e seus objetivos (League of Legends, ©2021a).

### **8.7.2 Análise física**

Fisicamente, Akshan se destaca por sua beleza vibrante. Ele possui um corpo esguio e musculoso, o que o torna ideal para um personagem ágil e acrobático. Influenciado por vigilantes e heróis, seu design reflete sua natureza de lutar contra o mal. Seus trajes facilitam sua mobilidade e seu design foi feito para remeter à sua agilidade. Essa mistura de elementos no design do personagem enfatiza sua versatilidade e habilidade. A faixa que utiliza em seu torso e os elementos visuais adicionam estilo e personalidade, destacando sua individualidade e carisma (League of Legends, ©2021a).

Os detalhes em seu design, como a faixa em seu torso e o cinto em sua calça, que possuem ornamentos e estampas, não apenas embelezam a sua aparência, mas também simbolizam sua conexão com a sua cultura. Sua aparência, tanto nos

elementos de design, quanto sua fisicamente fazem com que ele se torne um personagem memorável em *League of Legends* (League of Legends, ©2021a).

### 8.7.3 Análise de personalidade

Akshan é uma figura que consegue combinar bravura, humor e determinação, além de ser extrovertido, carismático e conseguir se conectar com os outros. Seu senso de humor é a característica mais marcante, permitindo a ele lidar com a dor e a tragédia de sua vida de uma maneira que o torna mais leve e acessível (League of Legends, ©2021a).

Além da combinação da bravura, humor e determinação, Akshan possui um forte senso de justiça, o que o impulsiona a lutar contra o mal. Essa determinação é equilibrada por sua empatia e sensibilidade. Ele valoriza a amizade e a lealdade e sua história é repleta de vínculos que o moldaram. Ademais, ele tem uma tendência a agir impulsivamente, muitas vezes deixando suas emoções o controlarem. Essa característica pode levá-lo a se colocar em situações arriscadas, mas também é uma parte fundamental de sua bravura e determinação (League of Legends, ©2021a).

### 8.7.4 Processos criativos

Nesta linha de *skins*, Akshan recebe dois trajes contrastantes, que representam formas opostas de lidar com o luto. Na primeira versão, Akshan encontra um caminho de superação. A dor pela perda de sua mestra ainda existe, mas foi suavizada por novas amizades e experiências que transformaram sua visão sobre o assunto. Sua antiga sede de vingança deu lugar à aceitação, e ele passou a honrar sua mestra vivendo de forma justa e esperançosa.

Já em sua segunda versão, Akshan jamais conseguiu superar a dor. A perda o consumiu aos poucos e sua busca por vingança se intensificou até que a escuridão tomou conta de seu coração. Dominado pelo ressentimento, ele se tornou uma sombra do herói que um dia foi, guiado apenas pelo desejo de punir aqueles que o fizeram sofrer.

Em sua versão boa, o caminho de Akshan se cruza com o de K'Sante, e entre eles nasce uma amizade profunda e duradoura. K'Sante se torna um verdadeiro

divisor de águas para Akshan, pois ele passa a enxergar em K'Sante a figura que sua mestra representava, ajudando-o a superar a dor da perda e a encontrar forças para seguir adiante. Em um momento importante, K'Sante apresenta Hwei a Akshan, e a conexão entre os dois é imediata, dando origem a uma nova amizade. Juntos, os três formam um trio inseparável. Motivado por seus novos amigos, ele decide unir forças com Hwei para contribuir na confeitaria, trazendo união e esperança para todos.

Em sua versão sombria, os caminhos de Akshan e Seraphine se entrelaçam. A mestra do ácido percebe o vazio que habita em Akshan e aproveita essa fragilidade para atraí-lo para seu lado. Ela manipula a dor da perda da antiga mestra de Akshan, transformando essa tristeza em combustível para despertar seu potencial para o mal. Akshan passa a enxergar Seraphine como sua nova mestra, entregando-se completamente a ela e dedicando sua vida a espalhar a escuridão pelo mundo. A amizade que, em sua contraparte, o ajudou a superar o luto, aqui não existe; a sombra interior de Akshan cresce até que Seraphine tome controle total sobre ele, moldando-o como seu mais fiel servo.

As texturas e estampas da *skin* de Akshan foram cuidadosamente criadas para evocar uma mistura de doces. Sua camiseta foi inspirada nas balas de gelatina e possui estampas com a letra "H", uma referência a Hwei, mas sem o brilho do açúcar cristalizado. A alça que segura sua calça e as fivelas lembram o acabamento do chiclete e das balas de amora da marca Fini. A calça de Akshan traz uma estampa que remete às bengalas de açúcar, enquanto seus sapatos retomam a textura das balas de amora. Os pontos de luz foram pensados para reproduzir o brilho característico dos doces e suas embalagens, criando um efeito visual que chama a atenção tanto das crianças quanto dos amantes de guloseimas.

Já em sua versão maligna, Akshan faz referência aos tubos que sugam o chocolate do rio no filme "A Fantástica Fábrica de Chocolate", além de representar sua conexão com Seraphine. No entanto, esses tubos estão rompidos e o chocolate escorre descontroladamente devido a uma explosão. Os pontos de luz foram cuidadosamente aplicados para conferir brilho ao chocolate, transmitindo a sensação de que se trata de um chocolate temperado e de alta qualidade, apesar do caos que o cerca e a maldade que há no coração do personagem.

### 8.7.5 Moodboard

Figura 32 – Moodboard Akshan



Fonte: autor, 2025.

### 8.7.6 Cartela de cor Akshan

Figura 33 – Cartela de cor Akshan



Fonte: autor, 2025.

### 8.7.7 Skins

Figura 34 – Skins Akshan



Fonte: autor, 2025.

## 8.8 ANÁLISE DE PERSONAGEM – VEX

Figura 35 – Vex



Fonte: Riot Games, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/vex/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

### 8.8.1 Análise psicológica

Vex é uma personagem que lida com a tristeza de uma maneira diferente dos demais. Ela é descrita como a “Yordle da melancolia”, e sua psicologia reflete uma

luta constante pela busca por aceitação e a sensação de isolamento. Sua natureza introspectiva evidencia a maneira como ela vê o mundo ao seu redor, frequentemente focando em aspectos negativos e desafiadores (League of Legends, ©2021b).

A tristeza dessa *Yordle* faz parte de seu ser e está enraizada em suas experiências de vida. Frequentemente, Vex, se sente deslocada e incompreendida, contribuindo ainda mais para sua visão cínica do mundo. O sentimento de solidão da personagem é a parte central de sua identidade. Sua relação complicada com seus sentimentos de tristeza e raiva é complexa e Vex muitas vezes se esconde atrás de uma fachada de indiferença e sarcasmo (League of Legends, ©2021b).

Apesar desse seu comportamento, ela possui um lado rebelde e um desejo de se conectar com os outros. Essa dualidade faz parte de sua psicologia: seu sentimento de isolamento e sua ânsia pela busca da amizade e compreensão. Sua luta interna reflete a batalha entre aceitação, de sua identidade, e a busca pela felicidade, criando um personagem profundo e complexo (League of Legends, ©2021b).

### **8.8.2 Análise física**

Vex é um *Yordle* que incorpora elementos de sua personalidade melancólica e sombria. Ela é uma figura de aparência adorável, com traços que lembram a figura de uma criança, com a pele pálida que reflete uma aparência fantasmagórica. Seu design é marcado pelo uso de cores mais escuras e elementos góticos, o que reflete sua conexão com a tristeza e a solidão (League of Legends, ©2021b).

Os olhos de Vex são bastante expressivos, transmitindo sua profunda tristeza e frustração. Suas vestes são escuras, com mangas longas, um casaco que vai até a altura do joelho da personagem e incorpora elementos que a destacam como uma figura única e distinta. O design de Vex foi projetado para refletir sua identidade e sua melancolia. As sombras e os elementos sombrios em sua aparência evocam uma sensação de mistério, enquanto sua postura e expressões faciais revelam sua natureza introspectiva e suas emoções conflitantes (League of Legends, ©2021b).

### 8.8.3 Análise de personalidade

A personalidade de Vex é complexa e sombria. Ela frequentemente é vista como a *Yordle* mais pessimista; porém usa seu humor ácido e sarcástico como forma de lidar com o mundo, com a sua tristeza e como mecanismo de defesa para enfrentar suas inseguranças. Além de tudo isso, Vex é uma personagem que desafia o estereótipo de que *Yordles* devem ser sempre alegres e brincalhões. Ao invés disso, ela abraça sua tristeza e a transforma em força. Essa autenticidade mostra que é possível ser verdadeiro consigo mesmo, mesmo que isso signifique enfrentar a dor (League of Legends, ©2021b).

### 8.8.4 Processos criativos

Vex é uma *Yordle* melancólica que não suporta nenhum tipo de felicidade. Ela vive em uma constante busca por aceitação e por se conectar com os outros de sua espécie. Nesta linha de *skins*, nada mudou: Vex continua nessa jornada até que Hwei e seu grupo entram em sua vida, trazendo novas possibilidades de vínculo e pertencimento.

O encontro com o doceiro foi um marco importante para Vex. Assim como Hwei, ela vivia imersa em tristeza e melancolia e a conexão entre eles foi imediata. Cada um compreendia a dor do outro. Hwei insistiu em construir uma amizade com Vex, sabendo que por trás da fachada durona de alguém sempre existe uma pessoa ferida, e com ela não foi diferente. Essa amizade não mudou o humor ou a visão de mundo de Vex, que continuou sendo quem sempre foi, mas trouxe algo novo: agora ela tinha amigos ao seu lado.

Sua contraparte também não muda muito, mas, ao invés de Hwei estar presente na vida de Vex, quem ocupa esse espaço é Seraphine. Vex enxerga Seraphine como uma amiga, já que nunca teve ninguém de verdade ao seu lado. Porém, Seraphine não compartilha desse sentimento. Para ela, Vex é apenas mais uma peça em seu jogo, um peão a serviço de seus planos sombrios para espalhar o mal pelo mundo.

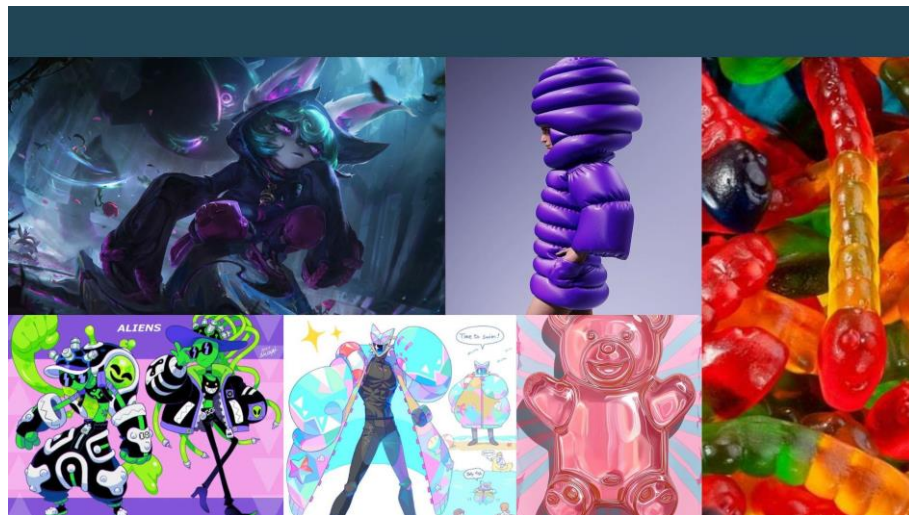
Em sua versão “do bem”, Vex veste um moletom *oversized* que, assim como o de Kennen, remete a um *gummy bear*. Por todo o moletom, há uma estampa das

almofadinhas das patas de urso, os coxins, enquanto as mangas foram desenhadas para lembrar as patas grandes e fortes de um urso. O capuz conta com orelhas arredondadas, reforçando ainda mais essa inspiração ursina. Um detalhe marcante é a minhoca que sobe pela perna de Vex, simbolizando sua versão corrompida. Os pontos de luz aplicados na roupa conferem o brilho característico das balas de gelatina, enquanto as cores em tons pastéis foram escolhidas para expressar a transformação positiva da personagem.

Sua versão corrompida tem como inspiração as minhocas de gelatina da marca Fini. O figurino reflete essa influência, exibindo os anéis característicos dos anelídeos, enquanto as formas escorridas simbolizam o doce derretido pelo ácido. Até os sapatos são feitos em forma de minhocas de gelatina. Os pontos de luz foram aplicados para realçar o brilho típico dos doces, enquanto as cores vibrantes foram escolhidas estrategicamente para atrair as pessoas, aproximá-las o suficiente para que Vex possa despertar medo nelas.

### 8.8.5 Moodboard

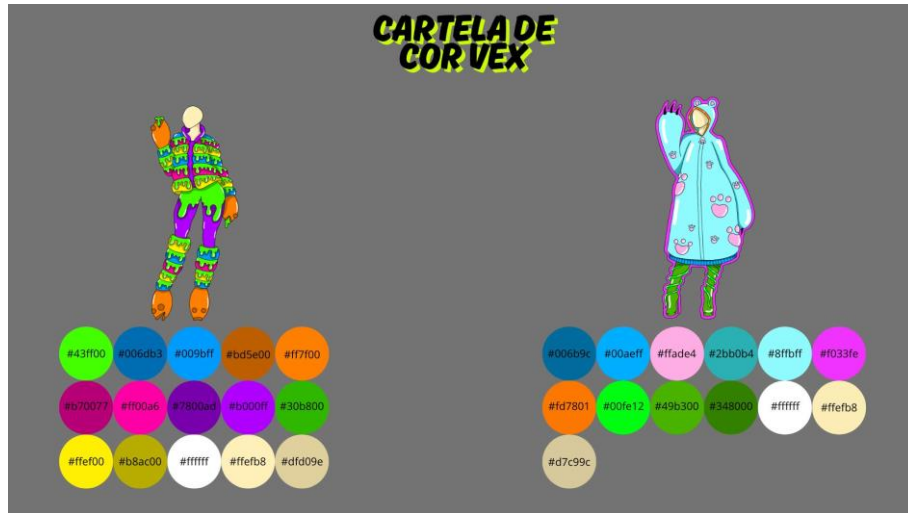
Figura 36 – Moodboard Vex



Fonte: autor, 2025.

### 8.8.6 Cartela de cor Vex

Figura 37 – Cartela de cor Vex



Fonte: autor, 2025.

### 8.8.7 Skins

Figura 38 – Skins Vex



Fonte: autor, 2025.

## 8.9 ANÁLISE DE PERSONAGEM – VEIGAR

Figura 39 – Veigar



Fonte: Riot Games, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/veigar/>, Acesso em: 4 jun. 2025.

### 8.9.1 Análise psicológica

Psicologicamente, Veigar representa um personagem de transformação pessoal. Um *Yordle* que foi desprezado e subestimado, enfrentando o *bullying* e o desdém, levando ao personagem desenvolver um profundo ressentimento e a buscar poder como forma de autoafirmação. Essa necessidade de se provar para os outros e de ser respeitado por eles é a motivação de Veigar (League of Legends, ©2025).

A busca de Veigar por poder e sua enorme vontade de se vingar daqueles que lhe fizeram mal e o menosprezaram são aspectos importantes de sua personalidade. Veigar possui um enorme desejo de se tornar o “maior feiticeiro do mal” e essa ambição é alimentada por sua insegurança e pelo desejo de nunca mais ser subestimado. Esse seu impulso por vingança o leva a agir de maneira egoísta e ambiciosa, mas também revela um lado vulnerável e de dor do personagem (League of Legends, ©2025).

Além disso, ele apresenta um traço de humor ácido e sombrio, que confirma sua personalidade torpe. Ele utiliza de seu sarcasmo e humor como um mecanismo para lidar com suas frustrações e inseguranças. Essa interação o transforma em um

personagem com grande carisma, apesar de suas interações sombrias (League of Legends, ©2025).

### **8.9.2 Análise física**

Fisicamente, Veigar é pequeno e robusto, o que contrasta com sua grandiosa ambição de ser o mestre do mal. Suas vestimentas são marcadas por um manto azul escuro, um capuz e um chapéu que cobre seu rosto, evocando o arquétipo de um feiticeiro. Essa escolha em seu design destaca a sua conexão com a magia e com a escuridão (League of Legends, ©2025).

Os olhos do personagem brilham com uma luz mística, transmitindo sua conexão mágica e sua malícia. O uso de seu bastão mágico, que emana uma energia sombria, reforça sua identidade de um poderoso conjurador. Os detalhes em sua roupa, como sua capa, contribuem para sua aura de mistério e poder (League of Legends, ©2025).

A combinação de seu tamanho diminuto simboliza a ironia de sua busca por poder: ele é alguém que, embora pequeno, busca dominar o mundo e superar as expectativas que os outros têm dele (League of Legends, ©2025).

### **8.9.3 Análise de personalidade**

A personalidade desse personagem intrigante é uma mistura de ambição, vulnerabilidade e humor. Ele age como uma pessoa egoísta e com desdém, principalmente em relação às pessoas que o desprezaram no passado. No entanto, sua necessidade de aceitação e respeito são partes fundamentais de sua identidade, levando-o a agir de maneira dramática para conseguir provar seu valor (League of Legends, ©2025).

Veigar é um personagem muito carismático e portador de um senso de humor tanto cômico quanto sombrio. O uso de trocadilhos do personagem adiciona uma camada de complexidade à ele, permitindo que sua interação com os outros possua uma maneira que desafia as expectativas. Essa combinação de humor e malícia fazem de Veigar um personagem memorável, que muitas vezes é mais do que apenas um pequeno vilão (League of Legends, ©2025).

Além desse lado de humor e vilania, Veigar é determinado e obstinado. Sua busca por poder é impulsionada por uma crença inabalável em suas próprias habilidades e pelo desejo de nunca mais ser subestimado. Essa determinação e obstinação voltada para seus objetivos maléficos revelam um lado de vulnerabilidade que está em uma luta constante contra o medo de ser rejeitado e menosprezado novamente (League of Legends, ©2025).

#### **8.9.4 Processos criativos**

Veigar sempre foi desprezado e subestimado por todos de sua espécie, o que o levou a buscar poder para se tornar o “maior feiticeiro do mal”. No entanto, nessa linha de *skins*, sua ambição sombria nunca é levada a sério. Por mais que tente parecer maligno, todos ao seu redor enxergam apenas uma adorável criaturinha fazendo cara de bravo. Sua tentativa de impor medo acaba despertando sorrisos, afinal, quem conseguiria resistir a tanta fofura?

Em sua versão doce, Veigar ainda sonha em se tornar um grande vilão, mas simplesmente não consegue. Seu caminho cruza com pessoas que, ao invés de temê-lo, querem ajudá-lo e ver seu bem. No entanto, seu orgulho e teimosia o impedem de aceitar essa ajuda, mesmo quando ela claramente o beneficia. Esse lado relutante e rabugento só faz com que mais e mais pessoas se aproximem dele. De forma involuntária, Veigar acaba ajudando os outros com seu jeito peculiar, o que reforça ainda mais a ideia errada de que ele é... gentil. No fim, suas tentativas de espalhar o mal sempre falham, sendo constantemente confundidas com gestos de pura bondade.

Quando seu caminho cruza com a figura mais perversa de todas, Seraphine, Veigar acredita ter encontrado a chance da sua vida: finalmente se tornar o “maior feiticeiro do mal”. No entanto, esse encontro traz a ele um sofrimento muito além do que jamais havia sentido. Sob a influência de Seraphine, os sentimentos de ser subestimado e desprezado crescem a ponto de se tornarem insuportáveis. Consumido por essa dor, Veigar acaba se tornando apenas uma sombra do que foi, uma casca vazia, sem emoção ou vontade própria. A partir de então, tudo o que sua mestra desejar, ele irá obedecer. Mesmo que isso o condene à solidão eterna.

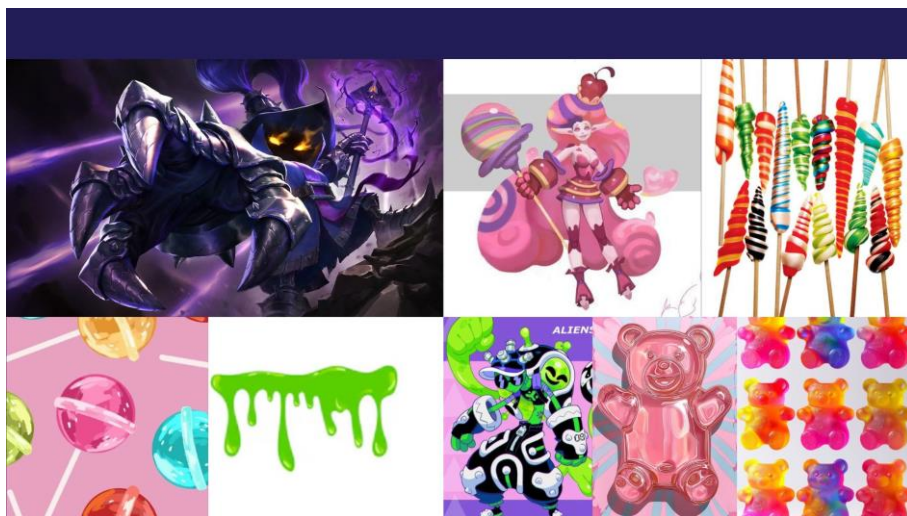
Em sua versão doce, Veigar ganha um visual açucarado e divertido, sem perder sua essência de pequeno mago. Seu figurino é um verdadeiro banquete visual: o

chapéu e o casaco são feitos de balas de gelatina, o cinto é uma clássica minhoca de goma, a calça traz a textura crocante de uma casquinha de sorvete e um de seus braços foi transformado em um *gummy bear*, assim como os outros *Yordles* dessa linha encantada. Pontos de luz foram cuidadosamente aplicados para destacar o brilho dos doces e criar uma textura gelatinosa, tornando o visual ainda mais atrativo. As cores, em tons pastéis, reforçam a leveza e a doçura da skin, enquanto a calça com aparência de sorvete desperta até mesmo água na boca.

Em sua versão maléfica, Veigar assume a forma de um gigantesco pirulito. Todo o seu figurino foi transformado para refletir essa estética doce e ameaçadora, com elementos que remetem a um pirulito derretido. Partes do corpo de Veigar apresentam uma textura escorrida, representando um ácido corrosivo que desfaz lentamente o doce, um contraste entre o sabor açucarado e a ameaça que o personagem representa. Os pontos de luz foram aplicados estrategicamente para conferir o brilho característico de um pirulito, realçando sua aparência chamativa. Já as cores vibrantes não apenas atraem o olhar, mas também reforçam o perigo por trás da doçura, simbolizando a ameaça disfarçada sob uma aparência atrativamente açucarada.

### 8.9.5 Moodboard

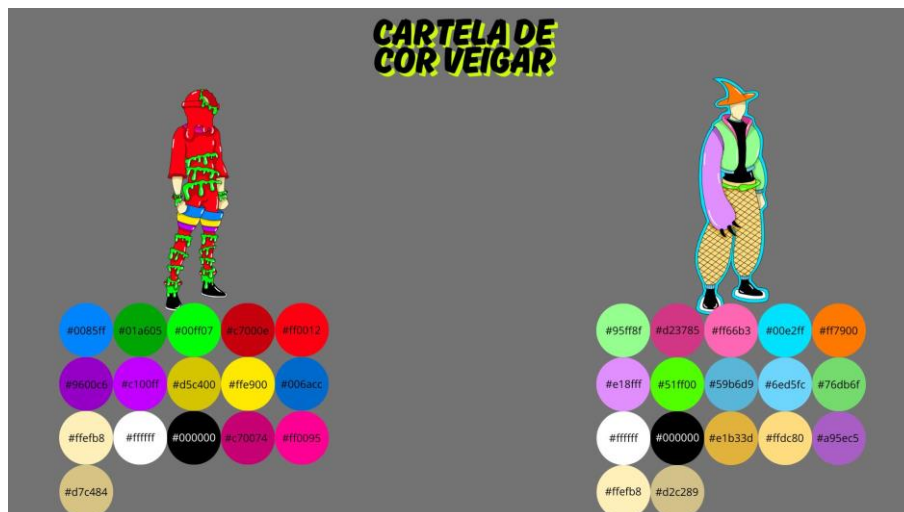
Figura 40 – Moodboard Veigar



Fonte: autor, 2025.

### 8.9.6 Cartela de cor Veigar

Figura 41 – Cartela de cor Veigar



Fonte: autor, 2025.

### 8.9.7 Skins

Figura 42 – Skins Veigar



Fonte: autor, 2025.

## 8.10 ANÁLISE DE PERSONAGEM – GWEN

**Figura 43** – Gwen



Fonte: Riot Games, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/gwen/>, Acesso em: 4 jun. 2025.

### 8.10.1 Análise psicológica

A personagem Gwen é uma boneca de pano feita à mão por Isolde<sup>38</sup>, esposa do Rei Viego<sup>39</sup>. Ela transita entre o encantamento do mundo mágico e a melancolia de uma existência marcada por perdas e transformações. A boneca Gwen ganhou vida por magia, essa origem singular define muito de sua psique, corpo e comportamento (League of Legends, ©2021b).

Gwen é movida por uma busca profunda de identidade e propósito. Sua criação foi motivada pelo carinho que Isolde sentia e, mesmo após ganhar vida, continua ligada emocionalmente à figura materna que sua criadora representa. Ela idealiza Isolde e tenta viver segundo os ideais que acredita que a costureira defenderia. Esse vínculo que a personagem possui por sua costureira faz com que ela pareça ingênua, uma vez que precisa redescobrir o mundo de uma nova perspectiva, como alguém

<sup>38</sup> É uma personagem da história de *League of Legends*, esposa do Rei Viego, que era uma costureira do reino de Camavor. Ela é uma personagem póstuma. Após sua morte Viego fica louco, buscando ressuscitá-la e causando a Ruína.

<sup>39</sup> É um campeão do jogo *League of Legends*, conhecido como o Rei Destruido. Ele foi rei de um reino perdido que, após uma tentativa frustrada de trazer sua esposa de volta à vida, se tornou um espectro poderoso, consumido por um desejo obsessivo por ela.

que vê tudo pela primeira vez, mas que carrega uma tristeza silenciosa (League of Legends, ©2021b).

A perda, a solidão e a sensação de não pertencer a nenhum lugar, o mundo humano e o mundo mágico fazem parte da estrutura emocional da personagem. É possível traçar um paralelo com perfis dissociativos, onde a identidade se fragmenta após um evento traumático ou transformador. Ela lida com essa ruptura em sua personalidade tentando costurar, literalmente e simbolicamente, um novo caminho para si mesma (League of Legends, ©2021b).

### **8.10.2 Análise física**

Fisicamente, Gwen carrega traços que reforçam sua origem como boneca. Sua pele é pálida, possui olhos grandes e brilhantes e os cabelos em um tom de azul claro dão a ela um ar etéreo. Seus movimentos leves e graciosos, quase como se estivesse dançando, e suas vestes lembram o estilo clássico de bonecas de porcelana, com detalhes delicados e simétricos (League of Legends, ©2021b).

A arma que Gwen utiliza dentro do *LoL*, uma tesoura gigante, remete diretamente à costura, à criação e à transformação, assim como sua criadora usava uma tesoura como instrumento de trabalho. Seu corpo possui proporções que equilibram o humano e o artificial, revelando uma tensão entre o que ela é e o que aparenta ser (League of Legends, ©2021b).

### **8.10.3 Análise de personalidade**

Em termos de sua personalidade, Gwen é uma pessoa gentil, curiosa e possui um encantamento quase infantil diante do mundo. Fala de uma forma suave, com admiração pelas novas belezas ao seu redor ou até mesmo quando enfrenta perigos mortais. Essa leveza, no entanto, não é nem de longe um sinal de que ela seja fraca: Gwen mostra coragem e firmeza ao enfrentar a Névoa Negra, a força do mal, fonte de sua dor e do caos que ela quer superar (League of Legends, ©2021b).

Sua determinação está ligada profundamente ao seu desejo de honrar Isolde e de dar sentido à sua nova existência. Há um contraste forte entre sua aparência frágil e a força devastadora que demonstra em batalha, um reflexo do poder que vem do

amor e da memória de sua criadora. Gwen pode ser interpretada de duas formas: com o arquétipo da “criança mágica”, um ser puro, portador de um grande poder, que busca fazer o bem mesmo quando o mundo ao seu redor é cruel, e com o arquétipo da “marionete que quer ser livre”, alguém que, mesmo moldado por mãos alheias, deseja viver segundo sua própria essência (League of Legends, ©2021b).

#### **8.10.4 Processos criativos**

Gwen é uma personagem nascida a partir da magia, criada como uma delicada boneca de pano por sua amada criadora. Após a morte de quem lhe deu forma, Gwen ganha vida e passa a existir guiada pela lembrança idealizada de sua dona. Mesmo em sua versão desta linha de *skins*, ela ainda carrega a inocência e curiosidade, precisando descobrir o mundo com os próprios olhos. No entanto, dois personagens cruzam seu caminho e, com eles, surgem duas possibilidades: dois caminhos distintos que podem moldar o seu destino.

Em sua versão bondosa, os eventos de sua origem permanecem, mas é o encontro com Hwei que transforma o destino de Gwen. Ao lado dele e de seus companheiros, a boneca de pano passa a enxergar a vida sob uma nova perspectiva. Pela primeira vez ela se sente encorajada a explorar o mundo com liberdade, não mais guiada apenas pelas memórias de sua criadora, mas por seus próprios desejos. Essa amizade sincera faz com que o sentimento de solidão e de não pertencer comece a desaparecer. Aos poucos, Gwen encontra aquilo que sempre buscou: uma família e um lugar onde, de fato, se sente em casa.

Mas o destino de Gwen também poderia seguir por um caminho bem diferente. Em vez de encontrar Hwei, ela cruza com Seraphine, uma figura que aparenta doçura, mas cuja essência é tudo menos gentil. Envolvida por palavras suaves e gestos acolhedores, Gwen sente, pela primeira vez, que encontrou o que sempre buscou: pertencimento, afeto, um novo propósito. Porém, tudo não passa de uma ilusão cuidadosamente construída.

Com sua inocência, Gwen acaba enfeitiçada pelo carisma sombrio de Seraphine, tornando-se cada vez mais parecida com ela. Aos poucos, a boneca de pano deixa de ser quem era, moldando-se à imagem de sua nova "dona". Um laço poderoso se forma entre as duas, não de amizade, mas de submissão disfarçada de

devoção. Juntas, tornam-se uma dupla implacável, espalhando o ácido que corrompe e desfaz a doçura do mundo, uma alma de cada vez.

Na versão em que o caminho de Gwen cruza com o de Hwei, seu visual se transforma completamente, ganhando uma estética encantadora inspirada em uma casquinha de sorvete. Seu chapéu representa a base da casquinha, enquanto o vestido forma o corpo crocante da sobremesa refrescante, criando um conjunto harmonioso e lúdico. A barra da saia foi desenhada para lembrar o sorvete derretido caindo ao chão, trazendo movimento e delicadeza à silhueta.

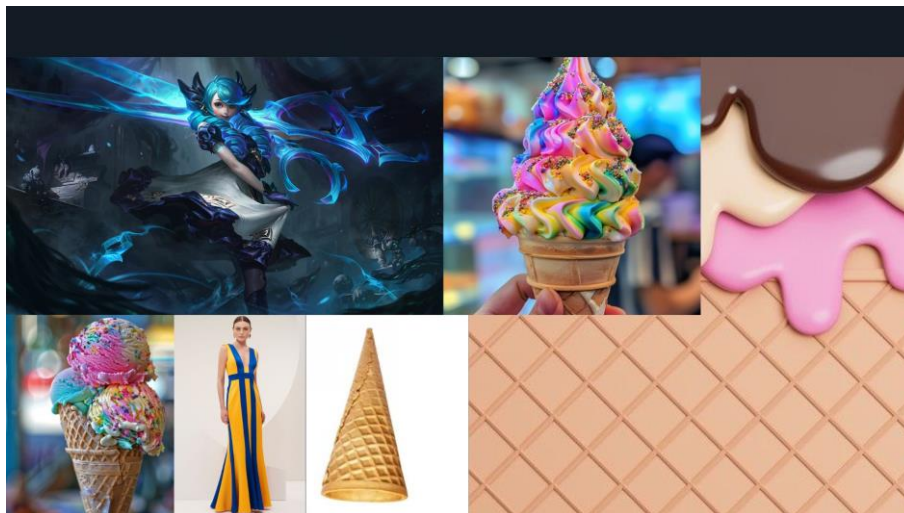
As luvas, em suaves tons pastéis, remetem ao algodão doce, enquanto duas cerejas flutuam acima da mão esquerda como se fossem a cobertura final de uma sobremesa mágica. Pontos de luz foram cuidadosamente aplicados para simular o brilho do sorvete derretendo sob o calor, dando ao visual um charme irresistível. Já o corpo da casquinha traz um padrão texturizado, reforçando a sensação tátil e o detalhamento do figurino. As cores escolhidas para essa *skin* foram inspiradas na paleta irresistível dos sorvetes, tons suaves que remetem aos sabores mais populares dessa deliciosa sobremesa. Cada detalhe do visual de Gwen evoca a sensação de estar diante de um sorvete apetitoso, reforçando o tema doce e encantador da *skin*.

Na versão em que os caminhos de Gwen e Seraphine se cruzam, sua *skin* assume um visual semelhante à sua forma boa, mas com um toque sombrio e distorcido. A gola agora apresenta detalhes pontiagudos, como se a casquinha tivesse se quebrado, um reflexo da corrupção que toma conta da personagem. As bolas de sorvete, antes delicadas, agora aparecem nos punhos, parcialmente derretidas, evidenciando que o calor já não é o responsável pela transformação, e sim o ácido que corrói lentamente a sobremesa.

Na barra do vestido, um padrão irregular simula a base onde o sorvete é encaixado e se estende até a gola, criando a impressão de um zíper que sela a peça por completo, como se a própria Gwen estivesse sendo moldada e aprisionada por esse novo lado sombrio. Os pontos de luz aplicados no sorvete e nas botas conferem um brilho artificial, reforçando a sensação de algo sintético, quase tóxico. Já as mangas e o corpo do vestido trazem padrões que reproduzem a textura da casquinha de sorvete, mantendo a estética original, mas agora distorcida por essa nova e perigosa influência.

### 8.10.5 Moodboard

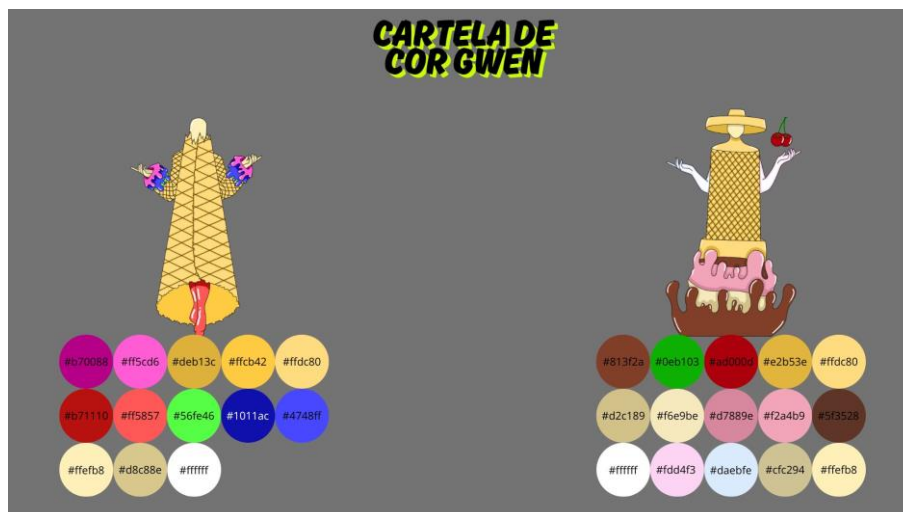
Figura 44 – Moodboard Gwen



Fonte: autor, 2025.

### 8.10.6 Cartela de cor Gwen

Figura 45 – Cartela de cor Gwen



Fonte: autor, 2025.

## 8.10.7 Skins

Figura 46 – Skins Gwen



Fonte: autor, 2025.

## 9 PALETAS DE CORES

Figura 47 – Cartela de tons de laranja e azul



Fonte: autor, 2025.

Figura 48 – Cartela de tons de amarelo e rosa



Fonte: autor, 2025.

Figura 49 – Cartela de tons de roxo e verde



Fonte: autor, 2025.

Figura 50 – Cartela de tons de vermelho e marrom



Fonte: autor, 2025.

Figura 51 – Cartela de tons de caramelo e cinza



Fonte: autor, 2025.

Figura 52 – Cartela de preto e branco



Fonte: autor, 2025.

Figura 53 – Cartela de tons de pele

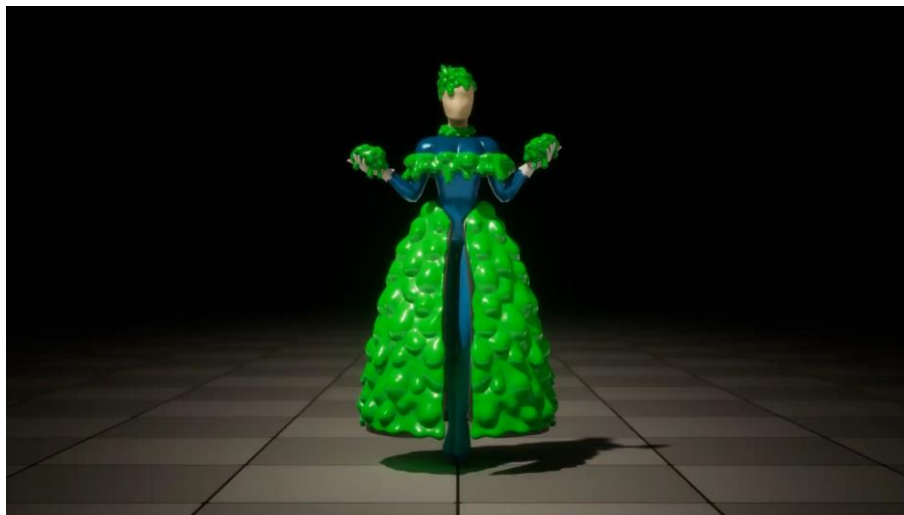


Fonte: autor, 2025.

## 10 MODELOS 3D

### 10.1 SERAPHINE

**Figura 54** – Seraphine vista frontal



Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

**Figura 55** – Seraphine vista lateral 1



Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

**Figura 56** – Seraphine vista posterior



Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

**Figura 57** – Seraphine vista lateral 2



Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

## 10.2 GWEN

**Figura 58 – Gwen vista frontal**

Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

**Figura 59 – Gwen vista lateral 1**

Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

**Figura 60** – Gwen vista posterior



Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

**Figura 61** – Gwen vista lateral 2



Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

## 10.3 HWEI

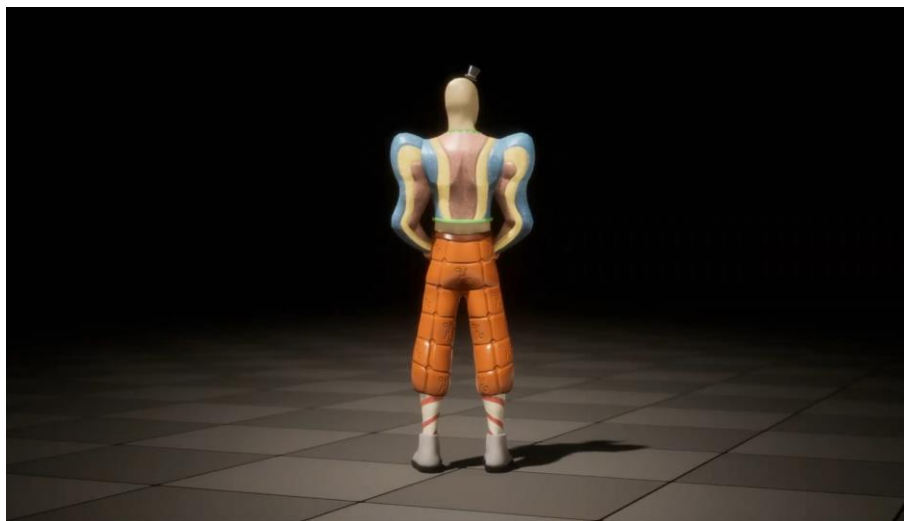
**Figura 62 – Hwei vista frontal**

Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

**Figura 63 – Hwei vista lateral 1**

Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

**Figura 64 – Hwei vista posterior**



Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

**Figura 65 – Hwei vista lateral 2**



Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

## 10.4 AKSHAN

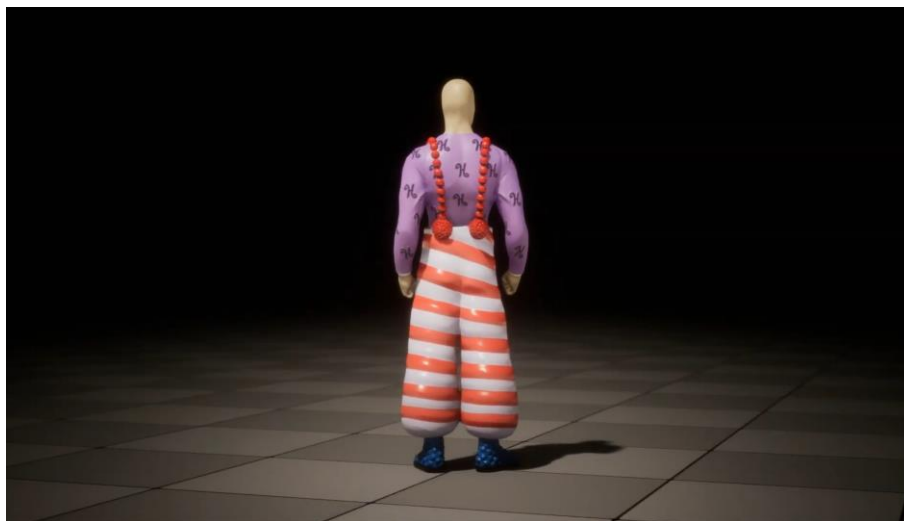
**Figura 66 – Akshan vista frontal**

Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

**Figura 67 – Akshan vista lateral 1**

Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

**Figura 68** – Akshan vista posterior



Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

**Figura 69** – Akshan vista lateral 2



Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

## 10.5 KENNEN

**Figura 70 – Kennen vista frontal**

Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

**Figura 71 – Kennen vista lateral 1**

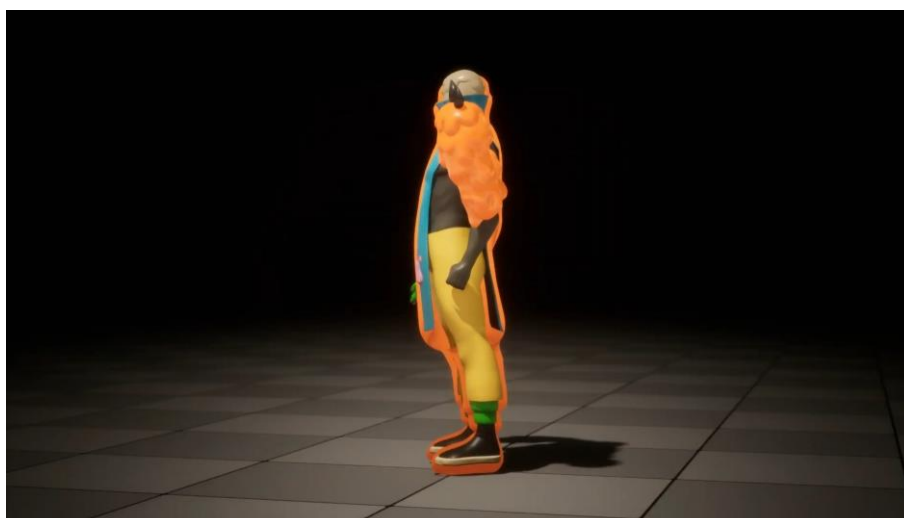
Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

**Figura 72** – Kennen vista posterior



Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

**Figura 73** – Kennen vista lateral 2



Fonte: Kinoene Escola de Artes, 2025.

O link a seguir permite que o leitor tenha acesso aos modelos 3D na integra:  
<https://drive.google.com/drive/folders/1-mFJSU3aNYshLyudJM6CeRMt14qOX4zC?hl=pt-br>

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O propósito deste projeto foi desenvolver *skins* exclusivas para o jogo *League of Legends* baseando-se na parceria entre a empresa de jogos Riot Games e a marca de roupas de luxo Louis Vuitton com inspiração no filme “A Fantástica Fábrica de Chocolate”. A pesquisa apresentada neste trabalho buscou conceituar a presença da moda dentro do universo dos games, resultando na criação de 20 ilustrações originais para os campeões do *LoL* e, assim, cumprindo sua finalidade.

Cada *skin* desenvolvida neste trabalho foi pensada com o intuito de incorporar elementos do longa-metragem ao universo do jogo, utilizando conceitos de moda como base. Foram explorados princípios de composição e elementos de ligação que promovem harmonia entre as peças do figurino, criando conexões visuais e temáticas entre todas as criações. As cores, formas, texturas e doces utilizados como base para as *skins* contribuíram para a criação de figurinos exclusivos para cada personagem, resultando em uma linha de *skins* original, coesa e divertida.

Embora este trabalho esteja concluído, ele possui potencial para se expandir para o mercado de *concept art*, uma etapa de pré-produção visual amplamente utilizada em filmes, jogos, animações e outras mídias com o objetivo de definir a aparência de cenários, personagens, objetos e a atmosfera geral antes do desenvolvimento final. As experiências adquiridas ao longo do processo de pesquisa e criação serviram como uma valiosa fonte de inspiração e aprendizado, aprofundando o entendimento sobre a relação entre moda e o universo dos jogos. Dessa forma, foi possível conceituar que, apesar de parecerem mundos antagônicos, moda e jogos podem coexistir e se complementar criativamente.

## REFERÊNCIAS

- ABRANTES, Samuel. **Heróis e bufões: o figurino encena**. Rio de Janeiro: Ágora da Ilha, 2001.
- AZEVEDO, Amanda Maria. Art Déco. **Educa Mais Brasil**, 2019. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/artes/art-deco>. Acesso em: 10 jun. 2024.
- BABUSCIO, Jack. Camp and The Gay Sensibility. In: BENSHOFF, Harry; GRIFFIN, Sean. **Queer Cinema, The Film Reader**. New York: Routledge, 2004.
- BAFFA, Matheus de Freitas Oliveira; RAMALHO, Matheus de Moraes; MOREIRA, Gabriel Bruno Silva Martins; MACHADO, Alex Fernandes da Veiga. **Construindo Jogos de Sucesso: Uma Análise de League of Legends**. In: XV SBGames, 8-10 setembro, 2016. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2016/downloads/anais/157740.pdf>. Acesso em: 4 maio 2025.
- BLACKMAN, Cally. **100 años de ilustración de moda**. Barcelona: Art Blume S.L., 2007.
- BOM BAIANO DOCES. Chocolate Ao Leite Lacta 20unx20g. **Bom Baiano Doces**, 2025. Disponível em: <https://www.lojadedoces.com.br/chocolate/chocolate-ao-leite-lacta-20un-x-20g>. Acesso em: 4 jun. 2025.
- BOURDIEU, Pierre. O mercado dos bens simbólicos. In: MICELI, Sérgio (Org.). **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- CAMPOS, Tiago Soares. Fim da União Soviética. **Brasil Escola**, 2023. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiag/urss.htm>. Acesso em: 3 maio 2024.
- CARVALHO, Maria Luiza. Compro, logo sou fã: A importância do consumo na representação da identidade no universo nerd/geek. In: **Comunicon 2018 – Congresso Internacional Comunicação e Consumo**, São Paulo, 2018.
- CARVALHO, Victor; TEIXEIRA, Carla; CARVALHO, Breno. Jogadores Tóxicos: Uma análise comportamental dos jogadores brasileiros de LOL. In: **XIV SBGames**, Teresina, 11-13 novembro, 2015. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2015/anaispdf/cultura-short/147938.pdf>.
- CERINI, Marianna. Moda dos anos 90: uma breve história do que vestimos. **CNN Brasil**, 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/moda-dos-anos-90-uma-breve-historia-do-que-vestimos/>. Acesso em: 12 maio 2024.
- CIFRA CLUB. A Fantástica Fábrica de Chocolate. **Cifraclub**, 2025. Disponível em: <https://www.cifraclub.com.br/a-fantastica-fabrica-de-chocolates/>. Acesso em: 11 jun. 2025.

DEBOM, Paulo. Moda: nascimento, conceito e história. **Veredas da História**, v. 11, n. 2, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.9771/rvh.v11i2.47876>. Acesso em: 10 abr. 2025.

DEPOSITPHOTOS. Fotos de bolas de chicle de Stock. **Depositphotos**, 2025. Disponível em: <https://depositphotos.com/mx/photos/bolas-de-chicle.html>. Acesso em: 4 jun. 2025.

DUARTE, Carla Stephania de Góis. A Ilustração de moda e o Desenho de moda. **Modapalavra e-periódico**, n. 6, p. 50-58, 2010. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7924/5469>. Acesso em: 15 abr. 2025.

FAAP. Jogos digitais: conheça o perfil do público gamer no Brasil. **FAAP**, 2023. Disponível em: <https://online.faap.br/blog/conheca-o-perfil-dos-gamers-brasileiros>. Acesso em: 07 jun. 2024.

FREEPIK. Imagens derretido – Página 2. **Freepik**, ©2025 Disponível em: <https://br.freepik.com/fotos-vetores-gratis/derretido/2>. Acesso em: 4 jun. 2025.

GERARDI, Lucas. Free Fire | O jogo invade as passarelas do SPFW e terá desfile com skins. **ESPN**, 2021. Disponível em: [https://www.espn.com.br/esports/artigo/\\_/id/9505948/free-fire-jogo-invade-passerelas-do-spfw-e-tera-desfile-skins](https://www.espn.com.br/esports/artigo/_/id/9505948/free-fire-jogo-invade-passerelas-do-spfw-e-tera-desfile-skins). Acesso em: 22 abr. 2024.

GRESHKO, Michael. O que são NFTs e como eles funcionam? **National Geographic Brasil**, 2023. Disponível em: <https://www.nationalgeographicbrasil.com/ciencia/2023/01/o-que-sao-nfts-e-como-eles-funcionam>. Acesso em: 20 maio 2024.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEAGUE OF LEGENDS. Akshan. **Riot Games**, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/akshan/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. Análise de campeão: Akshan. **Riot Games**, ©2021a. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/news/dev/analise-de-campeao-akshan/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. Análise de campeã: Gwen. **Riot Games**, ©2021b. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/news/dev/analise-de-campea-gwen/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. Análise de campeão: Hwei. **Riot Games**, ©2023. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/news/dev/analise-do-campeao-hwei/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. Análise de campeão: K'Sante. **Riot Games**, ©2022. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/news/dev/analise-de-campeao-k-sante/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. Análise de campeão: Senna. **Riot Games**, ©2019. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/news/dev/analise-de-campea-senna/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. Análise de campeão: Seraphine. **Riot Games**, ©2020. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/news/dev/analise-de-campea-seraphine/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. Análise de campeão: Vex. **Riot Games**, ©2021b. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/news/dev/analise-de-campea-vex/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. Gwen. **Riot Games**, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/gwen/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. Hwei. **Riot Games**, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/hwei/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. Kennen. **Riot Games**, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/kennen/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. Kennen – O coração da tempestade. **Riot Games**, ©2025. Disponível em: [https://universe.leagueoflegends.com/pt\\_BR/story/champion/kennen/](https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/story/champion/kennen/). Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. K'Sante. **Riot Games**, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/ksante/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. Qiyana – A imperatriz dos elementos. **Riot Games**, ©2025. Disponível em: [https://universe.leagueoflegends.com/pt\\_BR/story/champion/qiyana/](https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/story/champion/qiyana/). Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. Qiyana. **Riot Games**, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/qiyana/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. Seraphine. **Riot Games**, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/seraphine/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. Veigar. **Riot Games**, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/veigar/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. Veigar – O pequeno mestre do mal. **Riot Games**, ©2025. Disponível em: [https://universe.leagueoflegends.com/pt\\_BR/story/champion/veigar/](https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/story/champion/veigar/). Acesso em: 4 jun. 2025.

LEAGUE OF LEGENDS. Vex. **Riot Games**, ©2025. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/champions/vex/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

LEITE, Adriana. **Figurino**: uma experiência na televisão. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

LOKA'MANEL NAMIBIA. Manel | Gummies – Black & red berries. **Loka'Manel Namibia**. © 2025. Disponível em: <https://www.lokamanelnamibia.com/product/manel-gummies-black-red-berries/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

MACEDO, Tarcízio; AMARAL FILHO, Otacílio. Dos rios à tela de cristal líquido: o retorno do mito e a arquitetura da cultura convergente em *League of Legends*. **Fronteiras – Estudos midiáticos**, v. 17, n. 2, pp. 231-247, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/fem.2015.172.10>. Acesso em: 23 abr. 2025.

MARIN, Elizara Carolina. Entretenimento: uma mercadoria com valor em alta. **Movimento**, Porto Alegre, v. 15, n. 02, p. 211-231, 2009. Disponível em: <file:///D:/Arquivos/Downloads/pri2602,+Movimento+v15+n2+11.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2025.

MAZUREK, Mike; POLIVANOV, Beatriz. Consumo de Bens Virtuais em Jogos Online – Status, Diferenciação e Sociabilidade em League of Legends. *In: VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura*, Curitiba, 2013.

MELO, Ronaldo Roque Luz de. 2020. 94 f. **A ascensão das estrelas**: um projeto de design de superfície dentro do universo de bens virtuais do jogo League of legends. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Design) – Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/43101>. Acesso em: 13 abr. 2025.

METZER, Jenny; VAUX, Robert; LOUGHLIN, Kieran; ROY, Jennifer; ELDER, Natasha; GOYAZ, Arthur. The Depressing Truth About Willy Wonka's Oompa Loompas. **Comic Book Resources**, 2025. Disponível em: <https://www.cbr.com/willy-wonka-oompa-loompa-slaves-roald-dahl/>. Acesso em: 11 jun. 2025.

MUNIZ, Rosane. **Vestindo os nus**: o figurino em cena. São Paulo: Editora Senac, 2004.

NAGADO, Alexandre. A televisão brasileira e os animes: breve histórico da animação japonesa no Brasil. *In: CARDOSO, Luciana A. F. (org.). Anime: arte e indústria*. São Paulo: Estação Liberdade, 2007.

PINHEIRO, Mariana. **Arte cosplay e a moda**. 2021. 91 f. Monografia (Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda) – Faculdade de Tecnologia de Americana, Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, Americana, 2021. Disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/12515>. Acesso em: 05 abr. 2025.

PINTEREST. ❤️. **Pinterest**, 2025. Disponível em:  
<https://in.pinterest.com/pin/14988611252025983/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. 21세기 남자생활한복 천의무봉 '천의답호'를 입다! **Pinterest**, 2025.  
Disponível em: <https://pt.pinterest.com/pin/860609810042346166/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Amigos desenho. **Pinterest**, 2025. Disponível em:  
<https://br.pinterest.com/pin/20266267067923239/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Amigos desenho. **Pinterest**, 2025. Disponível em:  
<https://br.pinterest.com/pin/9359111719934916/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. A.w.a.k.e. Mode Fashion Collections For Women | Moda Operandi.  
**Pinterest**, 2025. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/852798879454834777/>.  
Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Branco fotografia. **Pinterest**, 2025. Disponível em:  
<https://br.pinterest.com/pin/290482244734488204/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Carnaval fantasias. **Pinterest**, 2025. Disponível em:  
<https://es.pinterest.com/pin/293648838223344425/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Estilo conceitual. **Pinterest**, 2025. Disponível em:  
<https://br.pinterest.com/pin/914862418465828/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Fantasias realistas. **Pinterest**, 2025. Disponível em:  
<https://br.pinterest.com/pin/46865652368045392/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Fantasia de Willy Wonka. **Pinterest**, 2025. Disponível em:  
<https://br.pinterest.com/pin/489344315752627808/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Imagens de sorvete. **Pinterest**, 2025. Disponível em:  
<https://br.pinterest.com/pin/68748460298/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Maquiagem de boneca fofa. **Pinterest**, 2025. Disponível em:  
<https://es.pinterest.com/pin/42573158971433454/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Mr. Snickers, Anna Terentieva. **Pinterest**, 2025. Disponível em:  
<https://in.pinterest.com/pin/605593481147793386/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Ninjas rpg. **Pinterest**, 2025. Disponível em:  
<https://br.pinterest.com/pin/21321798229729504/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Pacote bala azeda e ácida super lemon, soda ou cola - Importada  
Japão - Nobel | Shopee Brasil. **Pinterest**, 2025 Disponível em:  
<https://br.pinterest.com/pin/750693831670769724/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Palhaço desenho. **Pinterest**, 2025. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/537335799293633794/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Pastel. **Pinterest**, 2025. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/318700111151695491/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Pin em Kidcore . **Pinterest**, 2025. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/970455419704106537/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Produtividade. **Pinterest**, 2025. Disponível em: <https://kr.pinterest.com/pin/828240187758000951/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Queen Symphony. **Pinterest**, 2025. Disponível em: <https://in.pinterest.com/pin/742953269816081174/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Roupa carnaval. **Pinterest**, 2025. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/396387205496155134/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PINTEREST. Seraphine kda all out 3. **Pinterest**, 2025. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/575968239849069688/>. Acesso em: 2 jun. 2025.

PINTEREST. Sobremesas brasileiras. **Pinterest**, 2025. Disponível em: <https://in.pinterest.com/pin/907123549958499812/>. Acesso em: 4 jun. 2025.

PROPMARK. Santander e Garena levam skins do Free Fire para SPFW. **Propmark**, 2021. Disponível em: <https://propmark.com.br/santander-e-garena-levam-skins-do-free-fire-para-spfw/amp/>. Acesso em: 3 maio 2024.

QUERO BOLSA. Figurinista: função, o que é, o que faz e profissão. **Quero Bolsa**, 2022. Acesso em: 10 jun. 2024. Disponível em: <https://querobolsa.com.br/carreiras-e-profissoes/figurinista>. Acesso: 13 maio 2024.

REVISTA VLK. 1920: A DÉCADA DA MODA REVOLUCIONÁRIA. **Revista VLK**, 2020. Disponível em: <https://revistavlk.com.br/1920-moda-revolucionaria/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

REVISTA VLK. 1930: a década da moda sóbria e elegante. **Revista VLK**, 2021a. Disponível em: <https://revistavlk.com.br/1930-a-decada-da-moda-sobria-elegante/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

REVISTA VLK. A história da moda da década de 40. **Revista VLK**, 2021b. Disponível em: <https://revistavlk.com.br/a-moda-dos-anos-40/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

REVISTA VLK. 1950: a era de ouro da moda. **Revista VLK**, 2021c. Disponível em: <https://revistavlk.com.br/historia-da-moda-dos-anos-50/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

REVISTA VLK. Anos 60: a moda na década que quebrou paradigmas. **Revista VLK**, 2022a. Disponível em: <https://revistavlk.com.br/anos-60-a-moda-na-decada-que-quebrou-paradigmas/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

REVISTA VLK. Moda dos anos 70: extravagante, plural e colorida. **Revista VLK**, 2022b. Disponível em: <https://revistavlk.com.br/moda-dos-anos-70/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

REVISTA VLK. Moda dos anos 80: muita cor, extravagância e ousadia. **Revista VLK**, 2022c. Disponível em: <https://revistavlk.com.br/moda-dos-anos-80-muita-cor-extravagancia-e-ousadia/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

REVISTA VLK. Moda dos anos 90: prática e minimalista. **Revista VLK**, 2022d. Disponível em: <https://revistavlk.com.br/moda-dos-anos-90-pratica-e-minimalista/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

REVISTA VLK. Cintura baixa: a volta dos anos 2000? **Revista VLK**, 2022e. Disponível em: <https://revistavlk.com.br/cintura-baixa-a-volta-dos-anos-2000/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Regras do Jogo: Fundamentos do Design de Jogos**. Volume 4. Trad. Edson Furmankiewicz. São Paulo: Blucher, 2012.

SANTHANA, Lelê. A moda dos anos 2000 foi caótica e, por isso, tão legal. **Elle Brasil**, 2021. Disponível em: <https://elle.com.br/moda/a-moda-dos-anos-2000-foi-caotica-e-por-isso-tao-legal>. Acesso em: 12 maio 2024.

SHOUJO, Shio. Seraphine K/DA ALL OUT: explicando a Skin Ultimate. **League of Legends**, 2020. Disponível em: <https://www.leagueoflegends.com/pt-br/news/game-updates/seraphine-k-da-all-out-explicando-a-skin-ultimate/>. Acesso em: 10 out. 2024.

SILVA, Daniel Neves. O que foi a Guerra Fria? **Brasil Escola**, 2021. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/guerras/guerra-fria.htm>. Acesso em: 3 maio 2024.

SILVA, Daniel Neves. Primeira Guerra Mundial. **Brasil Escola**, 2020a. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiag/primeira-guerra.htm>. Acesso em: 3 maio 2024.

SILVA, Daniel Neves. Queda do Muro de Berlim. **Brasil Escola**, 2022. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiag/queda-muro-berlim.htm>. Acesso em: 3 maio 2024.

SILVA, Daniel Neves. Segunda Guerra Mundial. **Brasil Escola**, 2020b. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiag/segunda-guerra-mundial.htm>. Acesso em: 3 maio 2024.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: a moda no século dezenove**. São Paulo: Companhia das Letras, 1983.

SOUZA, Warley. Oscar Wilde. **Brasil Escola**, 2020. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/literatura/oscar-wilde.htm>. Acesso em 11 jun. 2025.

STOCKTON, Kathryn Bond. **The Queer Child, or Growing Sideways in the Twentieth Century**. Durham: Duke University Press, 2009.

WILSON, Elizabeth. **Enfeitada de sonhos: moda e modernidade**. Tradução de Maria João Freire. Rio de Janeiro: Edições 70, 1985.

## ANEXO A

### PROBLEMA

O universo da moda e o dos jogos digitais são duas indústrias que têm ganhado grandes destaques recentemente, com cada uma delas impactando milhões de pessoas. Desde 2019, observou-se uma crescente interação entre esses dois mundos: a parceria entre a empresa de jogos Riot Games e a grife Louis Vuitton é um exemplo dessa conexão. Essa parceria trouxe para o mundo dos jogos duas *skins*, criadas pelo designer Nicolas Ghesquière, diretor artístico das coleções femininas da marca de moda, Qiyana *True Damage* Prestígio e Senna *True Damage* Prestígio, com elementos que remetem à marca de moda.

Durante a pandemia de covid-19, a demanda pela indústria do entretenimento cresceu ainda mais, o que também impactou a indústria de jogos digitais, pois as pessoas confinadas dentro de suas casas começaram a procurar cada vez mais formas de passarem o seu tempo. O mercado da moda também cresceu, porém, teve que se adaptar para o cenário em que o mundo se encontrava. As marcas de roupas tiveram que se adequar e encontrar novas maneiras de venderem seus produtos e uma delas foi unir o mundo dos jogos digitais e o da moda. Segundo Marin (2009, p. 212): “O entretenimento passou a ser uma mercadoria valorizada pela sociedade regida pelo capital. Sociedade que não expropria somente o tempo de trabalho, mas também o tempo excedente e supostamente livre”.

A união desses dois titãs da indústria do entretenimento gerou uma oportunidade única para a inovação de novas parcerias entre marcas de moda com os jogos digitais. Embora hoje em dia existam parcerias promissoras de colaboração entre marcas de moda e jogos, há uma necessidade de interação maior desses dois mundos. Dessa forma, o principal questionamento é: “Qual a maneira para suprir a necessidade de inserir o mundo da moda no mundo dos jogos?”.

### JUSTIFICATIVA

A moda dentro dos jogos não é apenas uma simples tendência estética, ela passou a ser uma nova forma de expressão digital, permitindo aos jogadores a personalização de suas experiências e reflexão de sua identidade para o mundo

virtual. Como visto antes no artigo de Mazurek e Polivanov (2013), os jogadores consomem esse produto por conta da busca da distinção, do “ser diferente”.

A inserção da moda no universo digital tem sido algo muito explorado, pois há uma infinita possibilidade de criação de roupas dentro do ambiente virtual, sendo elas *skins* para um personagem, peças criadas por computação nos filmes e roupas virtuais. Algumas marcas de moda conseguiram aderir a esse conceito, tendo em vista que os jogos oferecem um ambiente que pode ser usado por elas como uma forma de alcançar um público global diversificado, especialmente as gerações mais novas, que são grandes consumidores de ambos os mercados. Este estudo é uma forma de satisfazer a necessidade da introdução da moda para o universo dos games, propondo a criação de ilustrações para *skins* inspiradas no filme “A Fantástica Fábrica de Chocolate”.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GERAL**

O objetivo deste trabalho é criar ilustrações para uma linha de *skins* para o jogo *League of Legends* baseando-se na parceria entre a empresa Riot Games e a marca de moda Louis Vuitton, usando como inspiração o filme “A Fantástica Fábrica de Chocolate”.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Criar 20 ilustrações para uma proposta de linha de *skins* para os personagens escolhidos do jogo *League of Legends*.

## **METODOLOGIA DE PESQUISA**

Com o intuito de criar ilustrações para uma linha de *skins* para o jogo *League of Legends* foram feitas pesquisas exploratórias que abrangem a temática, apoiando-se em referências bibliográficas, como artigos e matérias online, para a construção do trabalho. Com o objetivo de entender se os jogadores e fãs de jogos eletrônicos fazem

a interação entre o mundo da moda e o mundo dos jogos, foi aberto um questionário com 23 perguntas para obter respostas acerca do tema. Os métodos de pesquisa quantitativo e qualitativo também foram usados para compreender o público-alvo do tema desse trabalho com a finalidade de obter o conhecimento da interação dos gamers com a moda.

## ETAPAS DE TRABALHO

**Quadro 1 – Cronograma de trabalho – 2024**

<b>Etapas de trabalho</b>	<b>Jan. 2024</b>	<b>Fev. 2024</b>	<b>Mar. 2024</b>	<b>Abr. 2024</b>	<b>Mai. 2024</b>	<b>Jun. 2024</b>
Escolha do tema						
Pesquisa bibliográfica						
Levantamento de dados						
Referencial teórico						
Escrita do trabalho						
Entrega do trabalho						

Fonte: autor, 2025.

**Quadro 2 – Cronograma de trabalho - 2025**

<b>Etapas de trabalho</b>	<b>Jan. 2025</b>	<b>Fev. 2025</b>	<b>Mar. 2025</b>	<b>Abr. 2025</b>	<b>Mai. 2025</b>	<b>Jun. 2025</b>
Planejamento das <i>skins</i>						
Pesquisa para o <i>Moodboard</i>						
Início dos desenhos						
Finalização dos desenhos						
Escrita da análise de personagem e						

processos criativos						
Entrega do Projeto final						
Apresentação do TCC						

Fonte: autor, 2025.

## TEMA

Este trabalho busca a criação de ilustração de moda para o mundo dos jogos, inspirado pela parceria entre a empresa Riot Games e a marca de roupas Louis Vuitton. A parceria entre essas duas empresas impulsionou a definição deste tema e resultou na criação de ilustrações para uma linha de *skins*, utilizando como fonte de inspiração o filme “A Fantástica Fábrica de Chocolate”.

As *skins* são conteúdos de cosméticos que mudam apenas a aparência de um personagem dentro do jogo, complementando a experiência do jogador. Embora alguns jogos disponibilizem *skins* que fornecem benefícios dentro do jogo, como aumento de habilidades ou desempenho, é importante ressaltar que neste trabalho as *skins* serão trabalhados como aspecto visual.

“A Fantástica Fábrica de Chocolate” é uma adaptação do livro infantil de Roald Dahl, de 1964, *Charlie and The Chocolate Factory*. O filme conta a história de um garotinho chamado Charlie e seu amor pelos chocolates de Willy Wonka. A trama do filme começa quando o chocolateiro Willy Wonka decide abrir sua fábrica ao público, colocando em suas barras de chocolate um bilhete dourado. As cinco crianças que conseguirem achar esses bilhetes terão a chance de adentrar esse lugar misterioso.

## JUSTIFICATIVA DE PÚBLICO-ALVO

De acordo com a matéria “Jogos digitais: conheça o perfil do público gamer no Brasil”, (FAAP, 2023), 53,8% dos jogadores são homens e 46,2% são mulheres. A faixa etária dos jogadores é ampla, atingindo um público de 20 a 39 anos. O que pode variar é a faixa etária e a plataforma escolhida: o público de 19 anos prefere jogar em smartphones e o público de 25 a 39 anos prefere jogar em consoles. A classe social em que os jogadores estão mais concentrados é a B2, que possui renda familiar entre

R\$ 5.755,23 e R\$ 10.361,48. De acordo com a matéria, 58,3% dos participantes da pesquisa acreditam que o setor dos games no Brasil oferece boas condições e oportunidades de trabalho em relação à carreira profissional.

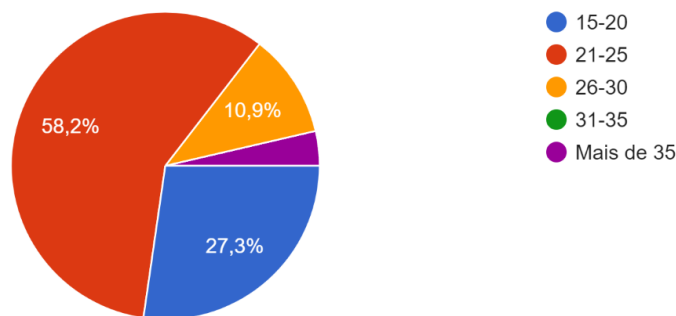
A pesquisa de público-alvo foi realizada utilizando a plataforma *Google Forms*, um serviço gratuito para criar formulários online. A ferramenta permite a criação de perguntas de múltipla escolha, questões discursivas, avaliações em escalas numéricas, dentre outras opções. Um questionário com 23 perguntas foi aplicado a 55 pessoas, abrangendo tanto para o público-alvo quanto pessoas fora desse grupo. O formulário foi divulgado por meio de um link gerado pela plataforma e compartilhado via WhatsApp.

## RESULTADOS DA PESQUISA

De acordo com os resultados da pergunta 1, “Qual a sua idade?”, a faixa etária predominante é de 21 a 25 anos, com 58,2% das respostas. De 15 a 20 anos são 27,3%; 26 a 30 anos são 10,9%; 31 a 35 são 0% e mais de 35 anos são 3,6% dos participantes.

**Gráfico 1 – “Qual a sua idade?”**

1- Qual a sua idade?  
55 respostas



Fonte: autor, 2025.

Já para a pergunta 2, “onde você mora?”, a maior parte dos respondentes declarou residir no estado de São Paulo, mais especificamente na cidade de São José dos Campos, Jacareí e São Paulo (capital), mas houve também respostas em outros estados, como Rio Grande do Sul, Mato Grosso do Sul, Rio de Janeiro e Amazonas.

Em relação às respostas para a pergunta 3, “O que você faz nas suas horas vagas?”, a maioria das respostas foi “jogar videogame”, mas algumas pessoas responderam também “ler”, “assistir séries”, “animes”, “*live stream*”, “rede social”, “desenhar”, “escutar música”, “costurar”, “aproveitar o tempo com a família”, “sair para parques”, “jogar futebol”, “cozinhar”, “ir à manicure” e “sair com os amigos”.

**Figura 74** – Respostas às perguntas “Onde você mora?” e “O que você faz nas suas horas vagas?”

2- Onde você mora? 55 respostas	3- O que você faz nas suas horas vagas? 55 respostas
São José dos Campos	Jogo
São José dos Campos	Assisto série, jogo videogame e escuto música
São Paulo	Jogo videogame
São Paulo	Jogo, assisto animes
São José dos campos	Jogos online
SJC	Rede social
São paulo	Assisto a filmes ou series
Rio Grande do Sul	Jogando games, assistindo YouTube, e passando tempo com a namorada
Ponta Porã - MS (Casa)	Fico no celular

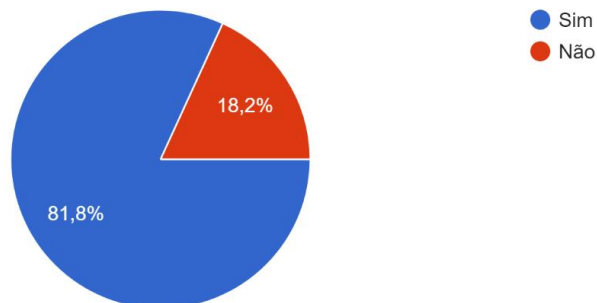
Fonte: autor, 2025.

Para a questão 4, “Você tem interesse no mundo dos games?”, 81,8% das pessoas responderam sim e 18,2% responderam que não possuem interesse; enquanto que em relação à pergunta 5, “Os jogos fazem parte da sua rotina?”, 67,3% das pessoas responderam que sim e 32,7% responderam que não.

**Gráfico 2 – “Você tem interesse no mundo dos games?”**

4- Você tem interesse no mundo dos games?

55 respostas

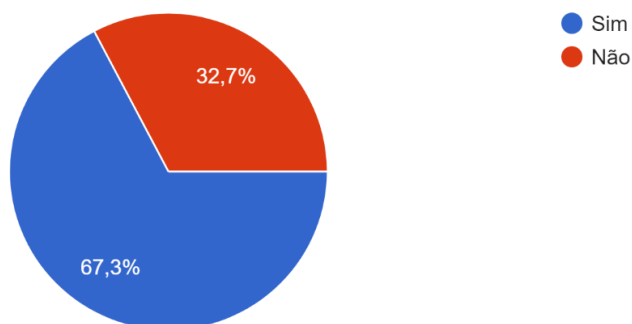


Fonte: autor, 2025.

**Gráfico 3 – “Os jogos fazem parte da sua rotina?”**

5- Os jogos fazem parte da sua rotina?

55 respostas



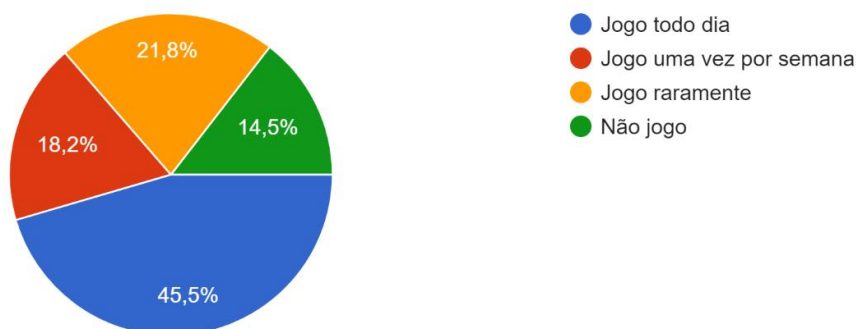
Fonte: autor, 2025.

Para a pergunta 6, “Com que frequência você costuma jogar?”, 45,5% dos respondentes jogam todos os dias com, 21,8%, joga raramente, 18,2% joga uma vez por semana e, por último, as pessoas que não jogam são 14,5%. Já no que diz respeito à pergunta 7, “Você costuma jogar jogos online ou off-line?”, os que jogam online são 58,2%, enquanto os que jogam offline são 41,8%.

**Gráfico 4 – “Com que frequência você costuma jogar?”**

6- Com que frequência você costuma jogar?

55 respostas

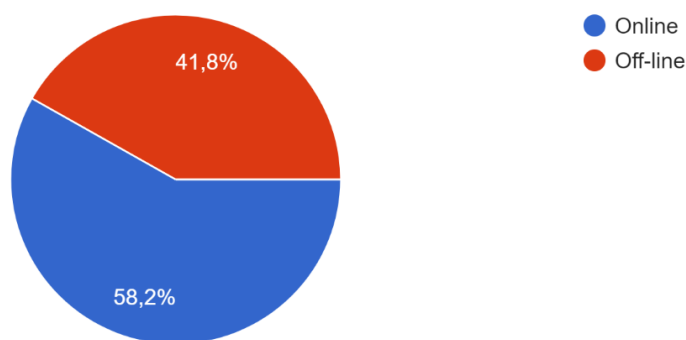


Fonte: autor, 2025.

**Gráfico 5 – “Você costuma jogar jogos online ou off-line?”**

7- Você costuma jogar jogos online ou off-line?

55 respostas



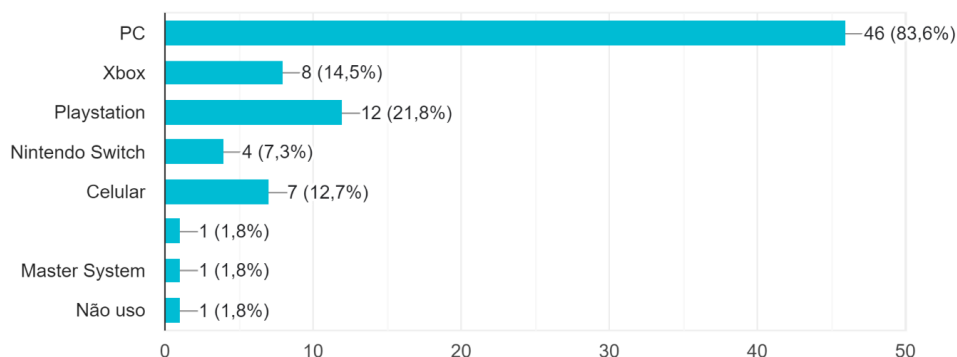
Fonte: autor, 2025.

A pergunta 8, “quais aparelhos você usa para jogar?” mostra que o aparelho mais usado é o PC, utilizado por 83,6% dos respondentes; seguido pelo Playstation, com 21,8%; Xbox, com 14,5%; Celular, com 12,7%; *Nintendo Switch*, com 7,3%; os que usam *Master System* são 1,8%, assim como os que não usam nenhum aparelho. Houve ainda uma resposta em branco, também totalizando 1,8%.

**Gráfico 6 – “Quais aparelhos você usa para jogar?”**

8- Quais aparelhos você usa para jogar?

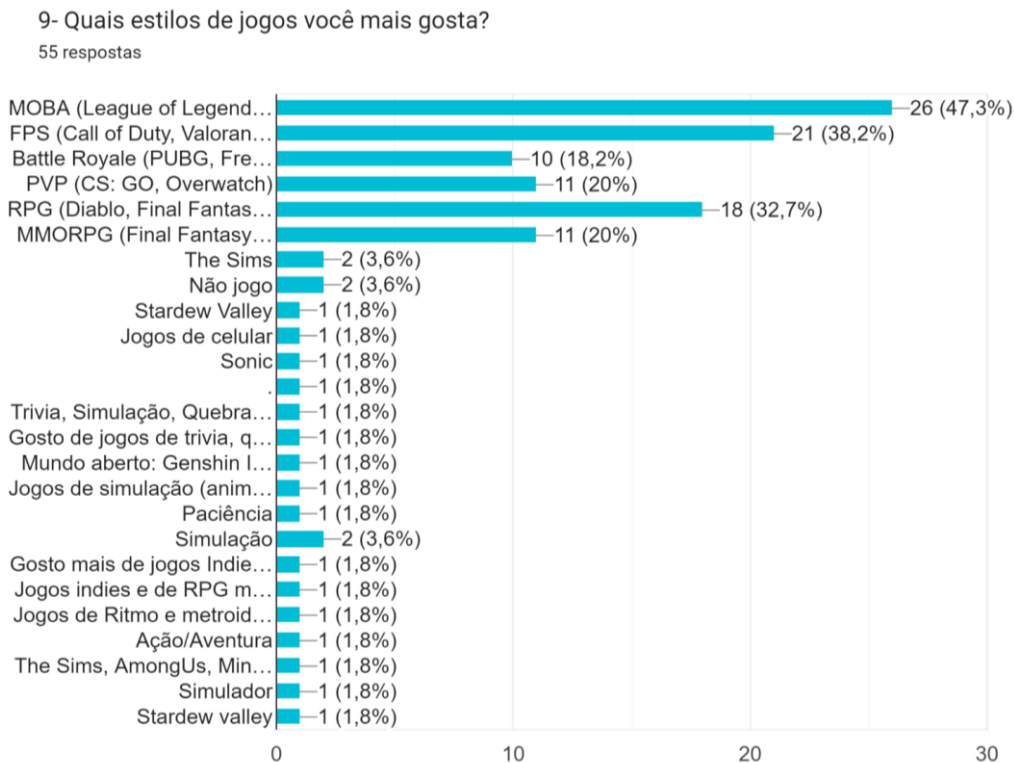
55 respostas



Fonte: autor, 2025.

A questão 9, “Quais estilos de jogo você mais joga?” teve como respostas *MOBA*, com a maior porcentagem (47,3%); *FPS*, com 38,2%; *RPG*, com 32,7%; *MMORPG* e *PVP*, ambos empatados com 20%; *Battle Royale*, com 18,2%; jogos de simulação, com 3,6%; mundo aberto, com 1,8% e o percentual restante foi de outras pessoas que responderam jogos que elas costumam jogar (1,8% cada) ou que não jogam nenhum jogo (1,8%).

**Gráfico 7 – “Quais estilos de jogos você mais joga?”**



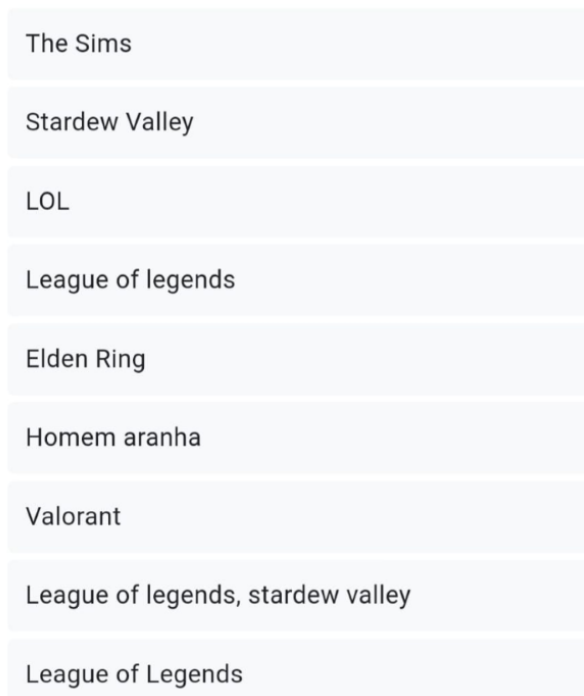
Fonte: autor, 2025.

Para a pergunta número 10, “qual é o seu jogo favorito atualmente”, há uma grande variedade respostas. Dentre os jogos citados estão *League of Legends*, *Valorant*, *Stardew Valley*, *Elden Ring*, *Overwatch 2*, entre outros.

**Figura 75** – “Qual é o seu jogo favorito atualmente?”

10- Qual é o seu jogo favorito atualmente?

55 respostas



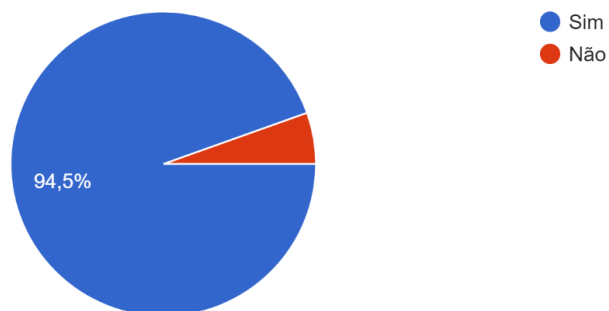
Fonte: autor, 2025.

A pergunta 11, “Você sabe o que são *skins*?” permitiu concluir que a maioria dos respondentes (94,5%) sabem o que é *skin*, enquanto somente 5,5% das pessoas responderam que não sabem do que se trata.

**Gráfico 8** – “Você sabe o que são *skins*?”

11- Você sabe o que são skins?

55 respostas



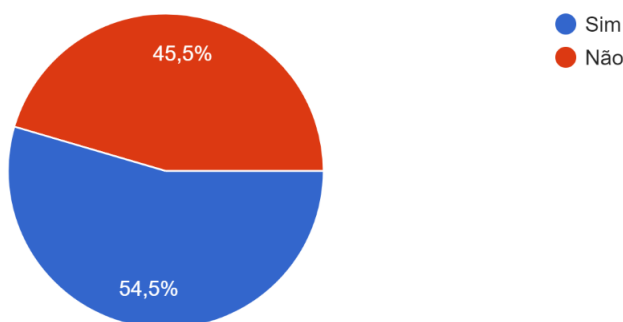
Fonte: autor, 2025.

Em relação à pergunta 12, “Você compra *skins*?” 54,5% responderam que sim, enquanto 45,5% não compram *skins* nos jogos. Ainda que seja grande o percentual dos que não adquirem desse tipo de item, podemos notar que entre os respondentes a compra já é uma prática comum.

**Gráfico 9** – “Você compra *skins*?”

12- Você compra skins?

55 respostas



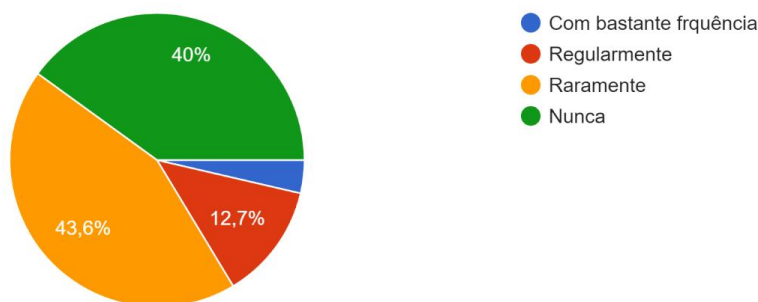
Fonte: autor, 2025.

A frequência com que os respondentes compram skins em jogos era o que a questão 13 procurou investigar. 43,6% dos que responderam raramente compram *skins*; enquanto os que nunca compram são 40%. Por outro lado, os que compram regularmente são 12,7% e os que compram com bastante frequência são 3,6%.

**Gráfico 10** – “Você compra *skins* nos jogos com qual frequência?”

13- Você compra skins nos jogos com qual frequência?

55 respostas

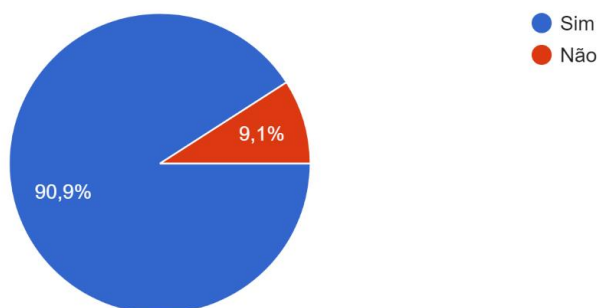


Fonte: autor, 2025.

Em resposta à pergunta 14, “Você costuma reparar nas roupas dos personagens e nas *skins* deles?”, 90,9% dos indivíduos responderam que costumam reparar nas roupas e *skins*, enquanto 9,1% não possuem esse costume. Quanto à pergunta de número 15, “Você já comprou roupas ou acessórios inspirados em personagens de jogos?”, 61,8% responderam que nunca compraram, enquanto os que já compraram alguma vez foram 38,2%.

**Gráfico 11** – “Você costuma reparar nas roupas dos personagens e nas *skins* deles?”

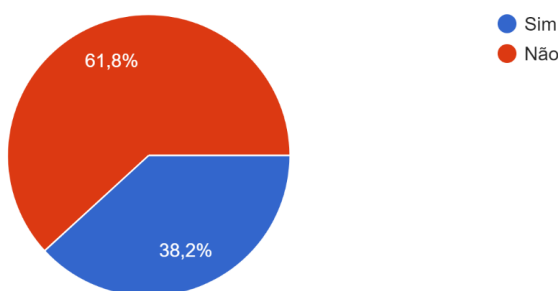
14- Você costuma reparar nas roupas dos personagens, e nas skins deles?  
55 respostas



Fonte: autor, 2025.

**Gráfico 12** – “Você já comprou roupas ou acessórios inspirados em personagens de jogos?”

15- Você já comprou roupas ou acessórios inspirados em personagens de jogos?  
55 respostas



Fonte: autor, 2025.

As pessoas que responderam que sim na pergunta anterior responderam, na pergunta 16, “Se sua resposta foi sim, quais acessórios você comprou?”, que adquiriram moletens inspirados em seu personagem favorito; que já compraram roupas parecidas com as dos personagens ou o figurino do personagem com intenção

de realizar *cosplay*, acessórios, utensílios, *mousepad*, brinquedos, chaveiros, bolsas, dentre outros.

**Figura 76 – “Se sua reposta foi sim, quais acessórios você comprou?”**

16- Se sua resposta foi sim, quais acessórios você comprou?

22 respostas

Camiseta

Chaveiro, utensílios, camiseta temática

Armamento

Tento comprar roupas similares, sem indicação direta do jogo

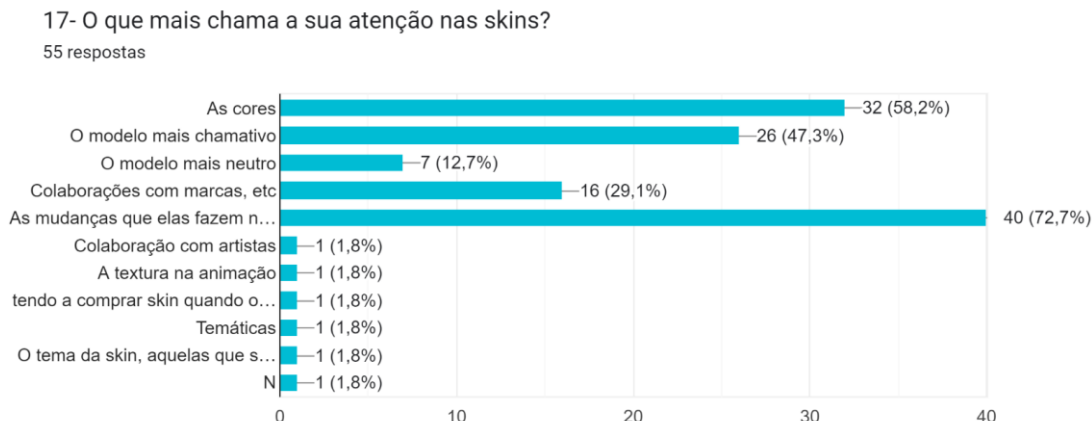
Moletom da killjoy, não comprei mas ganhei de presente. E eu QUASE (me arrependo de não ter comprado) comprei o tênis da puma do animal crossing. Mas no geral seriam itens que eu consideraria na hora de comprar de presente pra outras pessoas.

Cosplay conta? Se sim, basicamente toda a roupa do personagem

Fonte: autor, 2025.

Na pergunta 17, os respondentes deveriam indicar o que mais lhes chama a atenção nas *skins*. 72,7% responderam que são atraídos pela mudança que elas fazem nos personagens; em seguida, para 58,2% o que mais chama atenção são as cores; enquanto para 47,3% o que os atrai é o modelo mais chamativo de *skin* disponível. As colaborações entre as marcas é o que mais se destaca para 29,1%; enquanto os modelos neutros de *skins* atraem 12,7%. Outras respostas somaram 1,8% cada.

**Gráfico 13 – “O que mais chama a sua atenção nas skins?”**

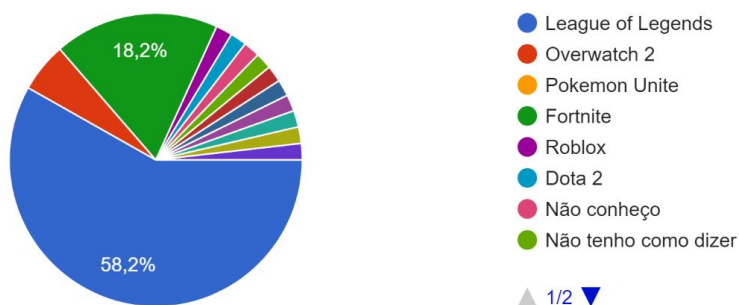


Fonte: autor, 2025.

Na questão 18, “Na sua opinião, qual jogo você acha que tem melhor design de moda para seus personagens?”, 58,2% das pessoas responderam que *League of Legends* é o jogo que tem o melhor design de moda, seguido por *Fortnite*, com 18,2%, e outros jogos, com 1,8% cada.

**Gráfico 14 – “Na sua opinião qual jogo você acha que tem melhor design de moda para seus personagens?”**

18- Na sua opinião qual jogo você acha que tem o melhor design de moda para seus personagens?  
55 respostas

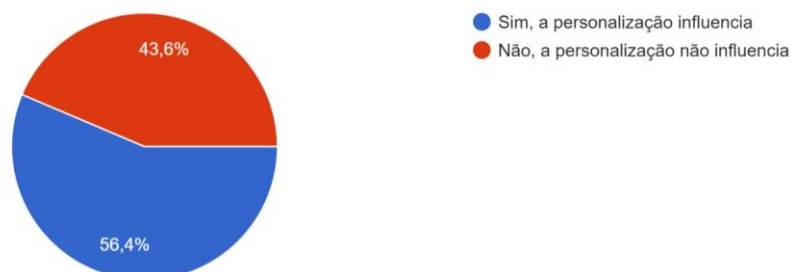


Fonte: Autoria Própria.

**Gráfico 15** – “Você acha que a personalização de personagens em jogos influencia suas próprias escolhas de moda na vida real?”

19- Você acha que a personalização de personagens em jogos influencia suas próprias escolhas de moda na vida real?

55 respostas



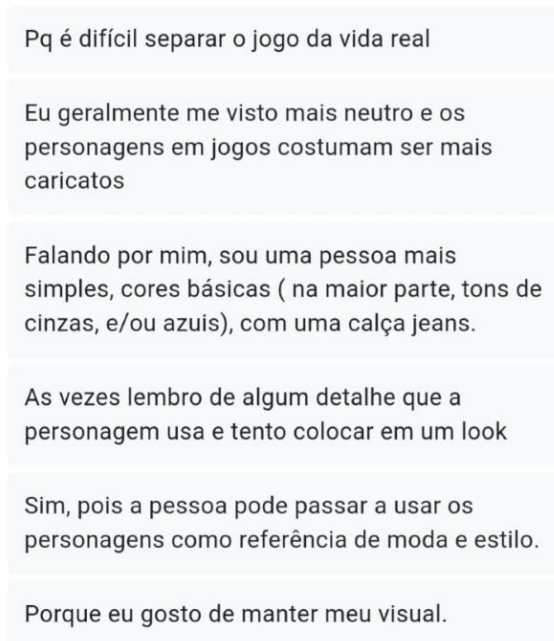
Fonte: autor, 2025.

Na questão 19, “Você acha que a personalização de personagens em jogos influencia suas próprias escolhas de moda na vida real?”, 56,4% responderam que sim, enquanto 43,6% responderam que não. Na pergunta seguinte, ao serem perguntados por quê, algumas pessoas responderam que seu estilo é mais neutro, enquanto o do personagem é mais colorido e, por isso, não são influenciadas. Outras já possuem um estilo muito diferente do personagem. Por outro lado, algumas pessoas acreditam que as *skins* e os jogos influenciam na escolha de moda e outras concordaram plenamente pelo fato de fazerem *cosplay*.

**Figura 77 – "Por quê?"**

20- Por quê?

40 respostas



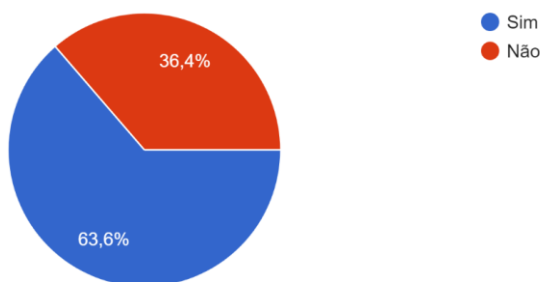
Fonte: autor, 2025.

Na questão 21, 63,6% das pessoas responderam que elas acreditam que a moda representada nos jogos reflete as tendências de moda no mundo real, enquanto os 38,4% restantes não concordam com essa ideia.

**Gráfico 16 – "Você acredita que a moda representada nos jogos reflete as tendências da moda no mundo real?"**

21- Você acredita que a moda representada nos jogos reflete as tendências da moda no mundo real?

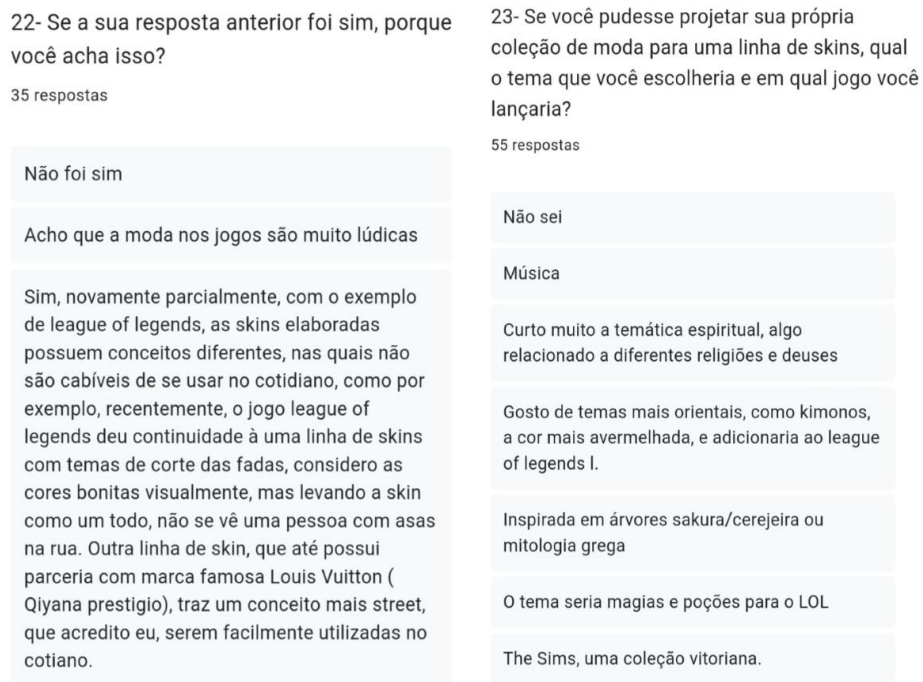
55 respostas



Fonte: autor, 2025.

Já na questão 22, as pessoas responderam o porquê elas acham que influencia ou não. Algumas falaram que alguns detalhes das *skins* passaram por passarelas de desfiles, ou “Sim, porque todo comportamento da sociedade reflete de alguma forma na moda”. As que responderam que não mais uma vez responderam que são coisas lúcidas. Na última pergunta, “Se você pudesse projetar sua própria coleção de moda para uma linha de skins, qual o tema que você escolheria e em qual jogo lançaria?” houve uma grande variedade de respostas, com jogos como *League of Legends*, *Roblox*, *The Sims*, dentre outros jogos. Em relação aos temas escolhidos, alguns dos citados foram música, árvores de sakura, tema de deuses e tema oriental.

**Figura 78 – Respostas às perguntas 22 e 23**



Fonte: autor, 2025.

## RESULTADOS

A partir dos estudos obtidos com este trabalho de conclusão de curso, concluiu-se o desenvolvimento teórico para a produção de uma coleção de ilustrações para *skins* para o jogo de gênero *MOBA League of Legends*, voltada para o público *gamer* de 20 a 39 anos e inspiradas no filme “A Fantástica Fábrica de Chocolate”. Este estudo

é uma forma de satisfazer a necessidade da introdução da moda no universo dos games.