



UFC

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE DESIGN-MODA**

SOFIA FONTENELE FÉLIX

**A MODA VIRTUAL SOB A ÓTICA DOS *VTUBERS*:
UMA ANÁLISE DO FIGURINO DE IRONMOUSE**

FORTALEZA

2025

SOFIA FONTENELE FÉLIX

**A MODA VIRTUAL SOB A ÓTICA DOS VTUBERS:
UMA ANÁLISE DO FIGURINO DE IRONMOUSE**

Monografia apresentada para o Curso de Design - Moda do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do título de graduação em Design - Moda.

Orientadora: Profa. Dra. Francisca Raimunda Nogueira Mendes.

FORTALEZA

2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Sistema de Bibliotecas

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

F36m Félix, Sofia Fontenele.

A moda virtual sob a ótica dos VTubers : uma análise do figurino de Ironmouse / Sofia Fontenele Félix. – 2025.

44 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2025.

Orientação: Profa. Dra. Francisca Raimunda Nogueira Mendes.

1. VTuber. 2. Moda. 3. Figurino. I. Título.

CDD 391

SOFIA FONTENELE FÉLIX

**A MODA VIRTUAL SOB A ÓTICA DOS VTUBERS:
UMA ANÁLISE DO FIGURINO DE IRONMOUSE**

Monografia apresentada para o Curso de Design - Moda do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do título de graduação em Design - Moda.

Aprovada em: 24/02/2025.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Francisca Raimunda Nogueira Mendes (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Emanuely Kelly Ribeiro da Silva
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Araguacy Paixão Almeida Filgueiras
Universidade Federal do Ceará (UFC)

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus pais, Juvenia e Helder, por me guiarem durante minha trajetória de vida, por sempre me apoiarem e me inspirarem a ser uma pessoa melhor e por todo o seu amor e compreensão.

Aos meus irmãos, Beatriz e Lucas, pelo seu companheirismo e por todo o apoio nos momentos difíceis.

À minha avó, Maria Bezerra, pelo seu imenso carinho e cuidado comigo e com meus irmãos.

Às minhas amigas, Flora e Clarisse, por serem minhas companheiras de vida desde a infância e por tornarem meus dias mais alegres.

À minha parceira, Pablo, por ser a minha maior motivação, o meu maior apoio e a minha maior felicidade.

À Profa. Dra. Francisca Raimunda Nogueira Mendes por ter me orientado e tornado este trabalho possível.

À Ironmouse por ter inspirado este trabalho e por ser uma fonte de alegria na minha vida e na vida de todos os seus fãs.

RESUMO

Este trabalho busca apresentar o fenômeno dos *VTubers*, colocando em foco o nicho de moda virtual utilizado por eles e relacionando-o a estéticas de moda reais, em especial à moda japonesa contemporânea. Esta observação é feita por meio de pesquisa (de natureza qualitativa) bibliográfica e documental, tendo como objeto de análise o figurino da *VTuber* "Ironmouse", uma *VTuber* porto riquenha atualmente filiada ao grupo "VShojo" e que foi também uma das pioneiras do movimento *Vtuber* no ocidente. Ao analisar três modelos de Ironmouse, foram estabelecidas conexões entre os elementos visuais (cores, formas, acessórios, etc) presentes neles em relação às subculturas da moda urbana japonesa, colocando em evidência a influência da moda no movimento *VTuber*.

Palavras-chave: VTuber. Moda. Figurino.

ABSTRACT

This work aims to present the VTuber phenomenon, putting in focus the virtual fashion niche employed by these individuals and exploring its correlation to real life fashion aesthetics, specially the ones promoted in contemporary Japanese fashion. This observation was made through bibliographic and documentary research (of qualitative nature) and its object of analysis is the costume design employed by "Ironmouse", a Puerto rican VTuber currently affiliated to the VTuber group "VShojo", who was also a pioneer of the VTuber phenomenon in the west. Through the analysis of three Ironmouse VTuber models, connections were established between the models' visual elements (colors, shapes, accessories, etc) and japanese urban fashion subcultures, highlighting the influence of fashion in the VTuber phenomenon.

Keywords: VTuber. Fashion. Costume.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Indumentária do período Edo	18
Figura 2 – Indumentária do período Meiji	19
Figura 3 – Roupas no estilo Lolita	21
Figura 4 – Roupas no estilo Kogal	22
Figura 5 – Roupas no estilo Ganguro	23
Figura 6 – Roupas no estilo Gyaru	23
Figura 7 – Roupas no estilo Visual Kei	24
Figura 8 – Roupas no estilo Decora	25
Figura 9 – Roupas no estilo Mori Kei	26
Figura 10 – Imagem promocional de Kizuna AI (キズナアイ)	28
Figura 11 – Print do site oficial do grupo VShojo	29
Figura 12 – Print do site oficial do grupo VShojo	29
Figura 13 – Modelo " <i>Wonderland Reject Ironmouse</i> "	34
Figura 14 – Modelo " <i>Yōkai Hunter Ironmouse</i> "	37
Figura 15 – Modelo " <i>Underworld Goddess Ironmouse</i> "	39

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	METODOLOGIA	12
2.1	Abordagem e Tipo de Pesquisa	12
2.2	Área de Abrangência	12
2.3	Plano de Coleta de Dados	14
2.4	Categorias Analíticas	15
2.5	Tratamento de dados	16
3	CULTURA E MODA JAPONESAS	17
3.1	Períodos Edo e Meiji	17
3.2	Da Década de 80 à Atualidade	20
3.3	Subculturas da Moda Urbana Japonesa	20
4	APRESENTANDO VTUBERS E IRONMOUSE	27
4.1	Surgimento e Popularização	28
4.2	Quem é Ironmouse	30
5	ANÁLISE DO FIGURINO DE IRONMOUSE	33
5.1	<i>Wonderland Reject Ironmouse</i>	33
5.2	<i>Yōkai Hunter Ironmouse</i>	36
5.3	<i>Underworld Goddess Ironmouse</i>	38
6	CONCLUSÃO	41
	REFERÊNCIAS	43

1. INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea está passando por um processo de digitalização dos meios, espaços e relações, advindo dos rápidos avanços tecnológicos recentes e acelerado, principalmente, pela pandemia do COVID-19 (Amorim; Boldt, 2020). Nesse contexto, podemos observar o surgimento de novas formas de interação e vivência utilizando os meios digitais, que assim como evidencia Lopes (2012, p. 3) "são dispositivos, objetos, consoles e interfaces que mediam a relação mundo-sujeito e que, associados ao potencial comunicativo das redes, se configuram também em uma nova dimensão regida por entidades puramente digitais: o ciberespaço".

Dessa forma, os indivíduos acabam criando, nesses espaços, novas representações de si, as quais possuem características únicas, mas que não se distinguem totalmente do "eu" físico. Na verdade, estas representações são meramente formas pelas quais os indivíduos são capazes de explorar novas características e habilidades de si, além de vivenciar novas experiências que não seriam possíveis por meio do "eu" físico (Lopes, 2012).

É nesse cenário de digitalização do ser que surge o fenômeno dos *VTubers* (*Virtual Youtubers*). Os *VTubers* são *streamers*¹ que, ao invés de utilizarem sua própria imagem, criam uma persona virtual representada por um avatar - conhecido como *Live2D* - pelo qual exercem a sua atuação. De acordo com Regis (2023) a primeira *VTuber* surge em 2016 no Japão, conhecida como Kizuna AI (キズナアイ), tendo sido lançada pela *startup* Activ8. Ela foi responsável por criar o termo *VTuber* e dar início ao caminho de popularização desse nicho, que passou de um mercado pequeno e exclusivamente japonês a um fenômeno global.

Regis (2023) afirma que o epicentro de popularidade dos *VTubers*, que se deu no ano de 2020, está diretamente ligado à pandemia do COVID-19, pois as pessoas tiveram que buscar novas formas de ocupação e entretenimento sem sair de casa, o que está relacionado à pesquisa de Amorim e Boldt (2020) citada anteriormente.

Atualmente, os *VTubers* contam com um público abrangente e com um

¹ *Streamer* é um criador de conteúdo digital que faz gravações e transmissões ao vivo de qualquer tipo de conteúdo e publica na internet em plataformas de vídeo como *Youtube* ou *Twitch*. O termo vem da palavra em inglês "*streaming*" que significa "transmissão".

aparato de administração mais elaborado. A maioria dos grandes *VTubers* são regidos por empresas de entretenimento virtual, formando grupos de grande alcance, sendo os mais conhecidos o Hololive, o Nijisanji e o VShojo. Para exemplificar a popularidade atual dos *VTubers*, podemos falar da *VTuber*, membro do grupo Hololive, Gawr Gura, que possui mais de 4,5 milhões de inscritos em seu canal do *Youtube*.

Essa popularidade se deve a diversos fatores, no entanto, dois dos principais são a estética incorporada por eles e o universo cultural no qual estão inseridos. Tendo surgido no Japão, os *VTubers* carregam diversos elementos da cultura pop japonesa, em especial da cultura *Otaku*², ou seja, eles se utilizam do apelo dos símbolos visuais e da estética de mangás e animes para vender a sua imagem para um grupo social pré-existente, que seria o grupo *Otaku* (Gushiken; Hirata, 2014).

A maior conexão dos *VTubers* ao público *Otaku* é a estética *kawaii*³ adotada por eles em seus modelos *Live2Ds*, que, de acordo com Cé (2013), é uma das principais ideologias exportadas pelo Japão na atualidade. Para Cé (2013, p. 2) "a estética dócil e adorável configura-se como um amálgama de séculos de cultura tradicional japonesa transformada em uma forma moderna a qual pessoas de todas as classes sociais podem apreciar e consumir". Desse modo, ela acaba sendo uma estética influente tanto no Japão quanto no ocidente, conquistando um público considerável e sendo utilizada nos mais diversos produtos, inclusive pelos *VTubers*.

É necessário destacar que uma das áreas de maior apelo da estética *kawaii* japonesa é a moda, justamente porque o design de moda se vale de símbolos e mensagens visuais em seus produtos, buscando agregar valor e estabelecer uma comunicação direta com o consumidor (Rocha, 2007). Dessa forma, é possível relacionar a moda aos *VTubers*, visto que eles se utilizam desses mesmos símbolos e mensagens nos modelos *Live2Ds*, que são construídos como produtos de moda virtual. Desse modo, cria-se uma identidade virtual capaz de reinventar-se e empregar aparatos visuais de forma a igualar-se à conotação de produtos de moda reais (Rocha, 2007).

Nesse contexto, percebe-se que um dos nichos de atuação no mercado de

² Originalmente é um termo japonês utilizado para fãs extremos de algum assunto, mídia ou *hobby*, geralmente usado de maneira pejorativa. No entanto, no ocidente o termo foi ressignificado e é utilizado de forma generalizada para se referir a fãs de animes, mangás, *graphic novels* e *videogames* japoneses.

³ *Kawaii* (可愛い) é uma palavra japonesa cuja tradução literal pode ser fofo, lindo ou adorável.

moda virtual hodierno é o design de roupas para *VTubers*, pois este é um fenômeno crescente e com bastante demanda (Regis, 2023). Desse modo, visto que o principal diferencial desse mercado é a estética *kawaii* advinda da moda japonesa, constata-se que é necessário um maior estudo e análise dessa estética, pautados na moda japonesa contemporânea.

Afinal, de acordo com Cidreira (2008), a estética diz respeito à sensibilidade e à percepção do indivíduo, por isso, é geralmente associada ao meio artístico. No entanto, ela também é aplicada constantemente no cotidiano, configurando diversos tipos de experiências perceptivas do ser humano, o que pode ser observado também no design de moda. Ou seja, a estética utilizada em certos contextos se torna uma ferramenta para passar a mensagem do produto e torná-lo atrativo para o mercado.

Tendo em vista isso, faz-se necessário analisar, neste trabalho, um exemplo real de *VTuber*, entendendo os elementos visuais utilizados no design de seus modelos *Live2Ds*. Para realização desta análise foi escolhida a *VTuber*, membro do grupo VShojo, Ironmouse, pois além da sua popularidade e da sua variedade de *Live2Ds* de diferentes aparências, ela também foi uma das pioneiras do movimento *Vtuber* no ocidente.

Começaremos apresentando, no capítulo metodológico, a metodologia utilizada neste trabalho, a qual abrange os tipos de pesquisa utilizados, a área de abrangência, o plano de coleta de dados, as categorias analíticas e o tratamento de dados. Em seguida, apresentaremos um histórico da moda japonesa, iniciando-se no período Edo (1603 - 1868) e terminando com as subculturas da moda urbana japonesa atual. Depois disso, teremos um capítulo para apresentar o fenômeno dos *Vtubers*, explanando quando se deu seu surgimento e os principais fatores para a sua popularização, e também para apresentar a *Vtuber* Ironmouse, que será analisada. Ademais, será então realizada a análise dos três modelos de Ironmouse escolhidos, com base nas informações apresentadas nos capítulos anteriores, aplicando técnicas de análise de figurino baseadas nos estudos do tipo de figurino, das cores e do contexto sociocultural e histórico. Por fim, teremos a conclusão.

2. METODOLOGIA

A seguir, será apresentada a metodologia aplicada no desenvolvimento deste trabalho. Essa exposição de processos metodológicos inclui o relato dos tipos de pesquisa utilizados, assim como sua natureza, além da descrição da área de abrangência do trabalho, a apresentação do plano de coleta de dados, a definição de suas categorias analíticas e o tratamento dos dados coletados.

2.1. Abordagem e Tipo de Pesquisa

Para a realização deste trabalho, foi utilizada primeiramente a pesquisa bibliográfica, que é um tipo de pesquisa em fontes secundárias que abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo (Lakatos; Marconi, 1985, p. 71), por meio da leitura de artigos, monografias, livros e outros textos acadêmicos. Dessa forma, foram realizadas pesquisas sobre o histórico da moda japonesa, traçando seus principais movimentos e características até o período contemporâneo, assim como pesquisas sobre estética e signos do vestuário e figurino.

Além disso, foi adotada também a realização de pesquisa documental, que de acordo com Silva, Almeida e Guindani (2009, p. 5) "é um procedimento que se utiliza de métodos e técnicas para a apreensão, compreensão e análise de documentos dos mais variados tipos". Os documentos sujeitos à análise foram as imagens de três modelos *Live2Ds* da *VTuber* Ironmouse, sendo estes os modelos "*Wonderland Reject Ironmouse*", "*Yōkai Hunter Ironmouse*" e "*Underworld Goddess Ironmouse*". As imagens dos modelos foram adquiridas por meio da conta oficial da Ironmouse na rede social X⁴.

Essa pesquisa foi feita de forma qualitativa, que de acordo com Poupart et al. (1997, p. 255) "Implica a atividade de um pesquisador que observa pessoalmente e de maneira prolongada situações e comportamentos pelos quais se interessa", de forma a realizar uma análise histórico-social dos elementos estéticos, como paleta de cores, silhueta, acessórios, etc, presentes nos modelos escolhidos.

2.2. Área de Abrangência

⁴ Rede social criada em 2006 originalmente com o nome de "Twitter", passou a se chamar "X" somente em 2023.

A área de abrangência deste trabalho foi a análise de três modelos da *VTuber* Ironmouse, sendo eles: "*Wonderland Reject Ironmouse*", "*Yōkai Hunter Ironmouse*" e "*Underworld Goddess Ironmouse*". Para a realização da análise, foi necessário abordar neste trabalho estudos sobre a cultura e a moda japonesas, visto que é daí que vem a principal inspiração para a criação de modelos de *VTubers*, assim como estudos sobre criação e análise de figurino, abrangendo teoria da cor, semiótica e a classificação de figurinos de Betton (1987).

2.3. Plano de Coleta de Dados

Iniciamos com a pesquisa bibliográfica, na qual foi realizada a leitura de textos acadêmicos, em especial artigos e monografias, para obtenção de conhecimentos necessários para embasamento do trabalho. Essa etapa foi realizada principalmente durante a disciplina de Projeto de Pesquisa em Moda, entre os meses de março e julho de 2023, com algumas adições posteriores durante a segunda metade de 2023 e 2024. Os temas de pesquisa dessa etapa foram: a relação dos seres humanos com os meios virtuais na atualidade; *VTubers*, seu surgimento e características; a relação dos *VTubers* com a moda, especificamente a moda virtual; a ligação dos *VTubers* com a cultura pop japonesa, principalmente com a cultura *Otaku*; a história da cultura e moda japonesas; o processo de ocidentalização da cultura japonesa e as principais influências que recebe na moda; técnicas e elementos da análise de figurino.

Após a pesquisa bibliográfica, partimos para a pesquisa documental, que se deu por meio do estudo de Ironmouse como *VTuber*, sua história de carreira, sua influência, seu estilo e, por fim, a escolha de três modelos dentre os 21 que ela possuía na época em que esta escolha foi feita. Essa etapa foi realizada durante a disciplina de Pesquisa em Moda, entre os meses de agosto e dezembro de 2023.

Por fim, foi realizada a análise dos modelos de Ironmouse escolhidos. Os modelos analisados foram implementados por Ironmouse em dezembro de 2022, outubro de 2023 e novembro de 2022, respectivamente. a análise focou em apresentar os símbolos visuais e cores utilizados por ela e descrever o que eles representam, pautado na apresentação dos estudos bibliográficos realizados anteriormente. Desse modo, para cada modelo é apresentado o contexto sociocultural e histórico no qual ele se baseia. Essa etapa foi realizada durante a disciplina de TCC II - Estudo Monográfico, entre outubro de 2024 e fevereiro de

2025.

2.4. **Categorias Analíticas**

De acordo com a análise de conteúdo de Bardin (1977), devemos definir as categorias analíticas, podendo estas serem representadas por termos e/ou expressões, que irão sistematizar os assuntos de pesquisa deste trabalho. Dessa forma, as categorias analíticas desta pesquisa são: moda e figurino como forma de expressão, e auto expressão virtual por meio dos *VTubers*.

A moda e o figurino como forma de expressão representam a epítome deste trabalho, visto que ele consiste na identificação e análise de símbolos visuais, símbolos estes que possuem a função de transmitir mensagens àqueles que os veem. Para Cidreira (2008), a moda, além dos papéis prático e comercial, assume também um papel artístico de expressão dos indivíduos, o que ocorre por conta da ligação direta entre moda e estética. Ainda de acordo com Cidreira (2008, p. 49), “a estética se debruça sobre as respostas da sensibilidade e suas relações com o conhecimento, a razão e a ética”, logo, a moda é um produto da sensibilidade humana, o que a supre de significados oriundos da psique do seu criador.

Assim como a moda, o figurino, sendo uma criação direta desta, assume o papel de expressão tanto do criador quanto de sua criação. Assim como afirma Abrantes (2001), não é possível conceber o figurino sem referências históricas e culturais, pois este deve representar uma personagem que, seja em obras teatrais, cinematográficas ou digitais, está inserida em um tempo e espaço (fantasioso ou não) que toma como base o mundo real e as experiências humanas vivenciadas nele.

Tendo exposto esta primeira categoria, passamos agora para a auto expressão virtual por meio dos *VTubers*, que toma como base os princípios de expressão já apresentados, agora sob uma ótica do mundo virtual. Por se tratarem de avatares virtuais, os *VTubers* permitem aos indivíduos se inserirem em um mundo fantasioso próprio, ou seja, esses avatares permitem que o indivíduo expresse não somente aquilo que ele é fisicamente, como também aquilo que ele gostaria de ser e que, por limitações do mundo e da vida humana, não poderia ser realizado (Lopes, 2012). Portanto, a concepção dos *VTubers* está diretamente ligada aos desejos e à psique humana, sendo uma forma de expressão performática exclusiva do mundo contemporâneo, capacitada por meio da tecnologia.

Por se tratar de uma expressão humana, a maioria dos avatares dos *VTubers* possuem formas e características humanas, dentre elas o uso do vestuário e da moda. Dessa maneira, o vestuário dos *VTubers*, que pode também ser tido como uma forma de figurino (por se tratar de uma roupa implementada por uma personagem e/ou persona), é uma das ferramentas utilizadas por eles como meio de expressão da sua estética, personalidade, história e valores, munindo-se para isso de elementos, características e símbolos visuais. Assim, são justamente esses elementos, características e símbolos que este trabalho se propõe a analisar.

2.5. Tratamento de Dados

O tratamento de dados deste trabalho foi feito após a escolha dos modelos de Ironmouse sujeitos a análise, "*Wonderland Reject Ironmouse*", "*Yōkai Hunter Ironmouse*" e "*Underworld Goddess Ironmouse*". O processo de análise foi feito com base no conceito de concepção do figurino apresentado na disciplina de Criação e Desenvolvimento de Figurino, aplicando os estudos e categorizações dos autores Heller (2003) e Betton (1987), além da identificação dos contextos históricos e socioculturais na qual os figurinos estão inseridos, por meio de um levantamento dos movimentos de moda associados a eles, em especial os movimentos de subcultura ocidentais e japoneses.

3. CULTURA E MODA JAPONESAS

A cultura japonesa é uma cultura mista, ou seja, ao mesmo tempo que possui características orientais tradicionais ela também possui muita influência ocidental. Essa ocidentalização da cultura japonesa começou durante o período Meiji (1868 - 1912) com a abertura dos portos japoneses para as nações estrangeiras (Manso; Guedes; Vasconcelos, 2012) e se intensificou com a Segunda Guerra Mundial, tendo seu ápice no período pós-guerra (Cé, 2013). Isso ocasionou o desenvolvimento de uma moda também bastante diversificada, com variedade de estilos e influências diversas.

Para entender esse desenvolvimento, devemos primeiramente entender a história da indumentária japonesa. De acordo com Manso, Guedes e Vasconcelos (2012, p. 41) "a moda japonesa divide-se essencialmente em quatro épocas ou momentos históricos fulcrais: período Edo, período Meiji, a revolução da moda japonesa da década de 1980 e o fenómeno da moda urbana japonesa atual [...]". Dessa forma, faz-se necessário descrever esses quatro momentos.

3.1. Períodos Edo e Meiji

Durante o período Edo (1603 - 1868), o Japão ainda era uma nação isolada do restante do mundo e, portanto, conservava aspectos tradicionalistas em sua indumentária, pautados principalmente no conceito budista de "simplicidade e elegância", que contemplava os ideais da beleza japonesa, isso pode ser visto na figura 1. (Manso; Guedes; Vasconcelos, 2012).

Figura 1 - Indumentária do período Edo



Fonte: https://artsandculture.google.com/story/_/QWx99wNZFNvLw?hl=en (Acesso em 4 de dezembro de 2023)

Em seguida, no período Meiji (1868 - 1912), houve uma mescla da estética tradicional japonesa com o vestuário ocidental, criando uma nova estética associada à modernização e à experimentação, denominada "invenção da tradição" (Manso; Guedes; Vasconcelos, 2012). Essa estética pode ser percebida na figura 2.

Figura 2 - Indumentária do período Meiji



Fonte: <https://rcdfashion.wordpress.com/2018/12/03/the-japanese-body-a-contested-terrain-in-the-meiji-restoration-era-by-emilia-boulton/> (Acesso em 4 de dezembro de 2023)

Esse período foi sucedido pelos períodos Taishō (1912 - 1926) e Showa (1926 - 1989), que compreenderam a época das duas grandes guerras mundiais e, portanto, foram períodos de grande influência militar, além da insurgência de diversos problemas econômicos e sociais em território japonês (Tallon, 1992).

Após a Segunda Guerra Mundial, o Japão se encontrava devastado, não só havia sofrido muitas perdas pelos conflitos, como também pela decadência econômica que deixou boa parte dos cidadãos na pobreza (Tallon, 1992). No entanto, o país foi capaz de se reerguer rapidamente, o que foi proporcionado pelo auxílio dos EUA após os países se aliarem politicamente na década de 50 (Watanabe, 2011).

Devido a esta aliança, a troca cultural entre Japão e ocidente se intensificou ainda mais, atingindo seu ápice. Essa influência estrangeira, juntamente com o rápido crescimento econômico, incentivou a produção de moda no país, que assumiu uma estética completamente nova.

3.2. Da Década de 1980 à Atualidade

Na década de 1980, a moda japonesa passou por uma revolução estética, influenciada pelos demais movimentos da moda global desse mesmo período, que teve como principais representantes os designers Issey Miyake, Yohji Yamamoto e Rei Kawakubo. Esses designers trouxeram uma estética que promovia a androginia e a assexualidade relacionadas a uma moda universal e inovadora, características que até hoje são muito presentes na moda japonesa (Manso; Guedes; Vasconcelos, 2012).

Por último, pautado nas mudanças apresentadas anteriormente, afirma-se atualmente o fenômeno da moda urbana japonesa, que engloba elementos de caráter vanguardista e artístico, assim como elementos da cultura pop japonesa e das subculturas de grupos urbanos japoneses, em especial do grupo *Otaku*. Esse fenômeno é proveniente e tem mais força nos centros urbanos de Harajuku, Shibuya, Osaka e Shinjuku (Manso; Guedes; Vasconcelos, 2012).

Tendo apresentado esse histórico da moda japonesa, podemos inferir que ela consiste atualmente de "uma amálgama de séculos de cultura tradicional japonesa transformada em uma forma moderna a qual pessoas de todas as classes sociais podem apreciar e consumir" (Cé, 2013, p. 2). Dentro desse cenário, uma das estéticas mais presentes tanto na cultura quanto na moda japonesa hodiernamente é a estética *kawaii*, o que pode ser visto na fala de Cé (2013):

A partir do final da década de 1970, o Japão foi tomado por um modismo regido pela meiguice descrito pelo termo *kawaii*. Essa tendência atingiu vários produtos relativos à cultura pop, desde roupas e acessórios até brinquedos e produtos alimentícios. Diferente de vários modismos, entretanto, o *kawaii* permanece presente de maneira muito forte até hoje, apresentando-se como uma das principais ideologias exportadas pelo Japão. (CÉ, 2013, p. 2)

Por conta desse alcance do *kawaii*, especialmente no que diz respeito ao mercado, torna-se pertinente analisar suas características e sua aplicação em produtos de moda. Cé (2013) afirma que as principais características do *kawaii* são a meiguice, a estética doce e adorável, a dissociação com o folclore japonês e a associação com estrangeirismos, principalmente de influência europeia ou americana.

3.3. Subculturas da Moda Urbana Japonesa

O estilo da moda japonesa que apresenta mais características da estética

kawaii, sendo muitas vezes utilizado como materialização dessa estética, é o estilo Lolita, visto na figura 3. Manso, Guedes e Vasconcelos (2012) caracterizam esse estilo como sendo uma reimaginação da indumentária vitoriana, muito associado à imagem das bonecas francesas e inglesas. Desse modo, sua maior marca são os vestidos armados com babados, rendas e laços, entre outros enfeites, geralmente em cores pastéis.

Além disso, Cé (2013) destaca os aspectos do estilo Lolita ligados à infantilidade e à pureza, pois ele remete a uma visão idealizada e romântica das meninas vitorianas da época. Por conta disso, esse estilo normalmente proíbe o uso de decotes, transparências, saias muito curtas e tecidos com brilho. Existem, porém, variações desse estilo que permitem mais liberdade e experimentação, sendo uma das principais o estilo Lolita gótico, que traz como inovação a implementação do preto e das cores escuras, além de símbolos dos universos gótico e *Punk*, como caveiras, correntes e crucifixos (Manso; Guedes; Vasconcelos, 2012).

Figura 3 - Roupas no estilo Lolita



Fonte: <https://janbox.com/blog/best-lolita-brands-in-japan/> (Acesso em 4 de dezembro de 2023)

Apesar do estilo Lolita ser o principal representante da estética *kawaii* dentro das subculturas urbanas japonesas, essa estética está presente em basicamente todos os estilos, com diferentes níveis de intensidade. Dessa forma, é pertinente

apresentar também os demais estilos da moda urbana japonesa, que são o *Kogal*, *Ganguro*, *Gyaru*, *Visual Kei*, *Decora* e *Mori Kei*.

O *Kogal* (visto na figura 4) é um estilo associado à personalização de elementos do vestuário das colegiais japonesas como forma de seguir as tendências e também de quebrar a rigidez dos códigos de vestimenta impostos pelas instituições de ensino. Seus principais elementos são minissaias, casacos largos de malha, meias até ao joelho, cabelo descolorido e maquiagem (Manso; Guedes; Vasconcelos, 2012).

Figura 4 - Roupas no estilo Kogal



Fonte: <https://kogyaruru.com/kogal-kogyaru-outfit/> (Acesso em 4 de dezembro de 2023)

O estilo *Ganguro* (visto na figura 5) quando traduzido literalmente significa "cara preta" e propõe justamente se opor ao padrão de beleza vigente da pele muito pálida, se utilizando de bronzeamento artificial. Além do bronzeamento, alguns elementos muito presentes são maquiagem branca ao redor dos olhos, botas, vestidos curtos e minissaias, acessórios dourados e perucas (Manso; Guedes; Vasconcelos, 2012).

Figura 5 - Roupas no estilo Ganguro



Fonte: <https://www.nipponnews.net/features/ganguro-style/> (Acesso em 4 de dezembro de 2023)

O estilo *Gyaru* (visto na figura 6) é um dos mais reconhecíveis e também o que possui mais influência ocidental, tendo sido inspirado por celebridades como Paris Hilton. Por causa disso, esse estilo está muito relacionado ao consumismo, à posse e à ostentação, seguindo bastante as tendências de moda. Seus principais elementos são cabelos encaracolados e descoloridos, maquiagem intensa, abundância de acessórios, unhas postiças e lentes de contato (Manso; Guedes; Vasconcelos, 2012).

Figura 6 - Roupas no estilo Gyaru



Fonte: <https://www.hellolizziebee.com/gyaru-for-beginners-checklist/> (Acesso em 4 de dezembro de 2023)

O *Visual Kei* (visto na figura 7) é o estilo que possui menos influências do *kawaii*, tendo como principal inspiração o movimento *Punk*. Sua maior característica é a associação com a música, sendo adotado majoritariamente por bandas de *J-Rock*⁵. Seus principais elementos são roupas pretas e extravagantes, maquiagem e acessórios dos universos gótico e *Punk*, e a androginia (Manso; Guedes; Vasconcelos, 2012).

Figura 7 - Roupas no estilo Visual Kei



Fonte: <https://v-rockvlog.com/the-gazette公式fc「heresy」に加入したメリットまとめ> (Acesso em 4 de dezembro de 2023)

O estilo *Decora* (visto na figura 8) utiliza o exagero de cores, formas e padrões, sendo o estilo mais alegre e chamativo. Ele emprega principalmente elementos do universo infantil, como personagens, brinquedos e presilhas, entre outros enfeites (Manso; Guedes; Vasconcelos, 2012).

Figura 8 - Roupas no estilo Decora

⁵ Denominação utilizada para se referir às bandas de *Rock* japonesas.



Fonte: <https://newvoices.org.au/volume-12/childs-play-exploring-the-significance-of-kawaii-for-decora-and-fairy-kei-fashion-practitioners-in-harajuku-through-a-case-focused-analysis/> (Acesso em 4 de dezembro de 2023)

O *Mori Kei* (visto na figura 9) apresenta aspectos semelhantes ao estilo Lolita, visto que é uma reinterpretação do estilo *Vintage* da moda europeia, possuindo características também da estética *Cottage Core*⁶ (Manso; Guedes; Vasconcelos, 2012).

Figura 9 - Roupas no estilo Mori Kei

⁶ Estética ocidental caracterizada pelo contato com a natureza e pelo minimalismo, associada principalmente à imagem de uma vida simples no campo.



Fonte: <https://forestfairytale.tumblr.com/tagged/Mori+Girl/page/6> (Acesso em 4 de dezembro de 2023)

A definição desses estilos da moda urbana japonesa será fundamental para o decorrer deste trabalho, visto que eles são amplamente representados na mídia japonesa, especialmente em mangás e animes, e, portanto, são parte da construção visual e estética dos modelos *Live2Ds* dos *VTubers*.

4. APRESENTANDO VTUBERS E IRONMOUSE

VTuber (Virtual Youtuber) é um termo utilizado para se referir a criadores de conteúdo digital que realizam *livestreams* em plataformas de vídeo como Twitch, Youtube e Bilibili, e que se utilizam de uma persona virtual, representada por um modelo 2D ou 3D, ao invés de utilizarem sua própria identidade real. O surgimento dessa nova categoria de criadores de conteúdo está diretamente ligado à digitalização dos meios e das relações sociais no mundo contemporâneo, possibilitada pelos constantes avanços tecnológicos (Amorim; Boldt, 2020).

O mundo virtual tem se tornado a principal ferramenta de comunicação na atualidade e, dessa forma, tem possibilitado novas formas de interação entre os indivíduos. Os *VTubers* são um exemplo disso, pois se utilizam de uma nova identidade criada com o único propósito de interagir com o público, mesclando aspectos do real e do virtual. Os *VTubers* se diferenciam dos demais avatares virtuais já existentes pois não estão vinculados a um programa virtual específico, como por exemplo os avatares do Metaverso⁷, podendo exercer suas atividades em múltiplas plataformas (Bredikhina, 2020)⁸. Por conta disso eles são mais versáteis e promovem uma melhor interação com o público.

Os modelos utilizados pelos *VTubers* são chamados de *Live2Ds* e sua utilização é justamente o que os torna mais atrativos ao público. Isso é possível por conta da incorporação de elementos e símbolos visuais em seus designs que remetem a estéticas e valores preexistentes. Bredikhina (2020) afirma que para construir suas identidades virtuais, os *VTubers* utilizam tanto parâmetros pessoais quanto parâmetros coletivos, ou seja, são incorporados elementos baseados na auto expressão e no gosto pessoal dos *VTubers*, assim como também são incorporados elementos com características sociais específicas, que visam agradar ao público.

Neste caso, os elementos adotados remetem principalmente à cultura pop japonesa e à cultura *Otaku*, visto que o público dos *VTubers* são indivíduos que estão familiarizados com a cultura japonesa e consomem constantemente seus

⁷ Termo que indica um tipo de mundo virtual que tenta simular a realidade por meio de dispositivos digitais.

⁸ Foi utilizada tradução de autoria própria do texto original em inglês.

produtos midiáticos, conforme já mencionado.

A principal fonte de renda dos *VTubers* vem de doações dos fãs feitas em suas *livestreams*, geralmente feitas em troca da garantia de que o *VTuber* lerá uma mensagem deixada pelo fã que realizou a doação (chamado no Youtube de *Super Chat* e na Twitch de *Hype Chat*) ou de uma assinatura especial no canal do *VTuber* em questão (chamada no Youtube de *Membership* e na Twitch de *Subscription*) que garante acesso a conteúdos especiais como *stickers* e *lives* exclusivas. Além disso, *VTubers* administrados por agências e *VTubers* independentes de grande e médio porte realizam também a venda de mercadorias autorais, como chaveiros, *bottons*, cartões postais, pôsteres, estandes de acrílico e até mesmo roupas e acessórios.

4.1. Surgimento e Popularização

A primeira *VTuber* surgiu em 2016 no Japão, ela se chama Kizuna AI (キズナアイ) e foi lançada pela *startup* Activ8 (uma imagem promocional mais recente da Kizuna AI pode ser vista na figura 10), no entanto, foi somente a partir de 2020 que os *VTubers* se tornaram um fenômeno global, tendo um aumento bastante significativo de popularidade (Regis, 2023). A partir desse aumento de popularidade percebeu-se uma nova demanda de mercado, o que levou ao surgimento de empresas focadas nesse nicho.

Figura 10 - Imagem promocional de Kizuna AI (キズナアイ)

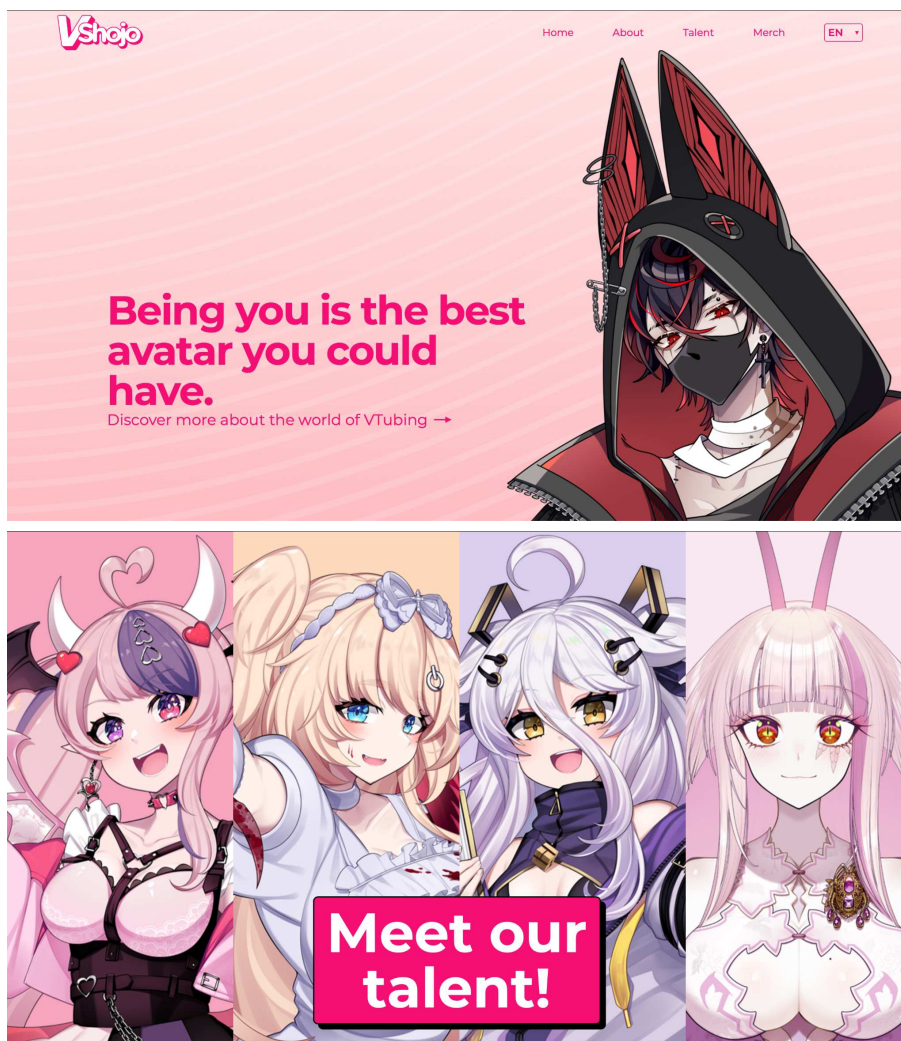


Fonte: https://twitter.com/aichan_nel/status/1497587045786525696?s=46&t=Ydk5MxAX8yY1BEgADwX0Fg (Acesso em 4 de dezembro de 2023)

Essas empresas, geralmente chamadas de "agências de talento virtuais",

buscam criar e administrar novos *VTubers*, se responsabilizando por questões como marketing e assistência técnica. Dentre elas, as principais são a Hololive Production, a VShojo e a ANYCOLOR Inc., responsáveis respectivamente pelos grupos Hololive, VShojo e Nijisanji (Regis, 2023). Imagens do site da VShojo podem ser vistas nas figuras 11 e 12.

Figuras 11 e 12 - Prints do site do grupo VShojo



Fonte: <https://www.vshojo.com> (Acesso em 4 de dezembro de 2023)

O surgimento e crescimento desse novo mercado evidencia o papel dos *VTubers* não só como novos criadores de conteúdo virtuais, mas também como produtores de entretenimento virtual de considerável importância comercial. Nesse contexto, as agências acabam por investir muito na imagem desses indivíduos, criando um modelo de administração que prega por um sujeito idealizado e carismático, capaz de encantar e prover entretenimento ao público, semelhante à

indústria dos *Idols*⁹ (Liu, 2022)¹⁰. Desse modo, o meio *VTuber* até mesmo importa termos originalmente utilizados pelo meio *Idol*, que é o caso dos termos "*debut*"¹¹ e "*oshi*"¹² (LIU, 2022).

4.2. Quem é Ironmouse

Ironmouse é uma *VTuber* porto riquenha atualmente filiada ao grupo VShojo, ela começou suas atividades como *VTuber* independente em 2017, sendo uma das pioneiras do movimento *VTuber* no ocidente. Ela começou sua carreira de forma amadora e sem pretensão de fama, sendo seu objetivo inicial apenas conversar com as pessoas, se divertir e fazer amigos. Porém, com a popularização dos *VTubers* no ano de 2020, Ironmouse teve um aumento bastante significativo de popularidade. Por isso, ainda no ano de 2020, ela foi um dos membros fundadores do grupo VShojo, um grupo oficial de *VTubers* profissionais, e, dessa forma, firmou sua carreira como *VTuber* e foi capaz de produzir conteúdo de forma mais profissional e com mais qualidade. Atualmente, Ironmouse é referência no movimento *VTuber* ocidental e possui um canal na *Twitch* com mais de 2,2 milhões de seguidores.

Ironmouse é portadora de ICV (Imunodeficiência Comum Variável), uma doença que, de acordo com Errante e Condino-Neto (2008), faz com que o indivíduo tenha níveis baixos de imunoglobulina¹³ em seu sangue, acarretando em resposta deficiente a protocolos de imunização do organismo. Em 2023, Ironmouse participou em um episódio do *podcast* "*Undiagnosed*", realizado pela IDF (*Immune Deficiency Foundation*)¹⁴, no qual ela compartilha sua história de vida e as dificuldades pelas quais passou por conta da doença, as quais irei relatar a seguir.

Apesar de ter sido diagnosticada somente na vida adulta, Ironmouse sofreu com os sintomas de sua condição desde a infância, tendo menos liberdade que

⁹ Palavra em inglês para "ídolo", usada para se referir a celebridades (geralmente cantores e cantoras membros de *boybands* e *girlbands*) asiáticas, especialmente coreanas e japonesas.

¹⁰ Foi utilizada tradução de autoria própria do texto original em inglês.

¹¹ Palavra em inglês que significa "o ato de debutar", utilizada para dizer que um novo *Idol* ou *VTuber* irá iniciar sua carreira.

¹² *Oshi* (推L) é uma palavra japonesa cuja tradução literal pode ser "favorito" e é utilizada para se referir a um *Idol* ou *VTuber* o qual uma pessoa goste muito.

¹³ As imunoglobulinas são proteínas produzidas como resposta do sistema imunológico a antígenos, como vírus, bactérias, toxinas, etc.

¹⁴ "Fundação de Imunodeficiência" em tradução livre, a IDF é uma ONG centrada em oferecer recursos, educação e apoio a pessoas com imunodeficiências primárias, além de realizar parcerias para conduzir pesquisas e promover programas de políticas públicas.

outras crianças da sua idade. Além de não poder sair de casa com frequência, as constantes infecções e alergias de Ironmouse também afetaram seu rendimento escolar e sua capacidade de se relacionar com as outras crianças.

Durante muito tempo, Ironmouse se sentiu reprimida e isolada, no entanto encontrou na música uma paixão que a motivou a seguir em frente. Ela teve aulas de canto desde cedo, estudando para se tornar uma cantora de ópera profissional. Porém, por volta de seus 18 anos, ela experienciou uma piora de sua condição, tornando-se incapaz de continuar os estudos e abandonando a escola. Ademais, ela sofreu de uma infecção na garganta tão severa que fez com que perdesse completamente a voz durante um ano, e, mesmo depois de sua recuperação, se viu ainda incapaz de cantar, acabando com seu sonho de se tornar uma cantora de ópera.

Foi já na vida adulta, após se consultar com um imunologista, que Ironmouse recebeu o diagnóstico de ICV (Imunodeficiência Comum Variável) e pôde começar o tratamento adequado. Contudo, as dificuldades não pararam, visto que sua família não tinha condições financeiras para custear o tratamento, cujo pagamento era constantemente negado pelo plano de saúde, o que causou uma nova piora em sua condição.

A ICV (Imunodeficiência Comum Variável) de Ironmouse se tornou tão severa que ela ficou incapacitada de sair de casa, de ter contato direto com pessoas (até mesmo seus familiares) e precisava de cuidados médicos 24 horas por dia. Devido a isso e às suas constantes internações, ela desenvolveu também problemas de mobilidade por passar muito tempo acamada.

Incapaz de deixar sua casa, tendo pouco contato com outras pessoas e tendo abandonado seu sonho de ser cantora, Ironmouse buscou refúgio em formas de se distrair e passar o tempo, como jogar *videogames* e assistir *streamers*. Foi assistindo a essas *livestreams* que ela se sentiu inspirada a tentar fazer o mesmo, pois queria ter uma chance de se divertir e interagir com as pessoas ao menos no mundo virtual. Apesar disso, ela estava receosa, pois não queria que as pessoas a vissem em seu estado atual, entubada e com aparelhos ao seu redor.

Foi nesse contexto que Ironmouse descobriu a *VTuber* Kizuna AI, que a encantou com sua forma única de produzir conteúdo. Ironmouse decidiu então criar sua própria persona virtual e entrar no mundo dos *VTubers*. Ela não possuía muitos recursos, seu microfone, fones, *facecam* e computador estavam longe de serem

profissionais, ela recebeu o programa *VTube Studio*¹⁵ de presente de uma amiga e utilizava um avatar Live2D padrão gratuito, além de não conseguir realizar *livestreams* com duração de mais de uma hora devido a sua condição física. Mesmo assim, Ironmouse relata que esse foi um dos momentos mais felizes da sua vida, pois finalmente se sentiu pertencente e acolhida.

Tendo começado em 2017, seu papel como *VTuber* permaneceu apenas como *hobby* por três anos, até que, em 2020, o estouro de popularidade dos *VTubers* fez com que ela passasse de por volta de 100 seguidores para milhares de seguidores em apenas um dia. O sucesso repentino de Ironmouse veio no momento mais oportuno para sua família, pois, por conta da pandemia do COVID-19, seus pais perderam seus empregos e tiveram que se isolar completamente, a fim de proteger sua filha da doença.

Devido a monetização de seu conteúdo, Ironmouse foi capaz de pagar não só suas despesas médicas, como também as contas da casa. Pela primeira vez ela se sentiu empoderada, sendo capaz de superar a culpa que sentia por depender de seus pais, que já deveriam estar aposentados. Por isso, ela trabalhou duro em seu canal para apoiar seus pais nesse momento difícil, atingindo o marco atual de mais de 2,2 milhões de seguidores.

No início, Ironmouse teve receio de compartilhar com o público sobre sua condição, porém após fazê-lo recebeu apoio e empatia de sua comunidade, o que, juntamente do incentivo de amigos, a motivou a se tornar uma porta voz na conscientização sobre a ICV (Imunodeficiência Comum Variável) e sobre a importância da doação de plasma. Além de sua parceria com a IDF (*Immune Deficiency Foundation*) em seu *podcast*, ela também realiza, desde 2022, *livestreams* anuais beneficentes para arrecadar fundos para a ONG¹⁶.

¹⁵ *VTube Studio* é um programa para *VTubers* que possibilita manipular o seu modelo *Live2D* livremente e realizar a captura de movimento necessária para as *livestreams*.

¹⁶ Todas as informações deste item sobre a experiência de vida de Ironmouse foram retiradas do *podcast* “*Undiagnosed*”, realizado pela IDF (*Immune Deficiency Foundation*). Disponível em: <https://primaryimmune.org/resources/podcast/undiagnosed-episode-3-ft-ironmouse-performer>. Acesso em: 6 jan. 2025.

5. ANÁLISE DO FIGURINO DE IRONMOUSE

O figurino é uma ferramenta plástica que foi primeiramente empregada no teatro e na dança, tendo a função de expressar características e sentimentos do espetáculo e das personagens. Para Abrantes (2001, p.9) "O figurino apresenta características sugestivas indispensáveis para manter o clima plástico que os outros elementos cênicos instauram no palco". Dessa forma, podemos inferir que o figurino se vale de elementos estéticos que buscam estabelecer uma conexão com o público, a fim de passar uma mensagem sobre aquela personagem.

Com o surgimento de novas mídias, como o cinema e os jogos eletrônicos, o uso do figurino também foi expandido e adaptado, valendo-se de novas técnicas e aplicações. No caso dos *VTubers*, entende-se que os modelos *Live2Ds* utilizados por eles exercem a função de figurino, visto que buscam transmitir ao público a essência daquele *streamer* por meio de elementos visuais simbólicos. Por isso, a seguir analisaremos os modelos de Ironmouse: "*Wonderland Reject Ironmouse*", "*Yōkai Hunter Ironmouse*" e "*Underworld Goddess Ironmouse*", respectivamente.

Primeiro devemos analisar seu figurino de acordo com a classificação de Betton (1987), que o define em três categorias: realista, para-realista ou simbólico. O figurino realista seria aquele que representa uma cópia fiel das peças utilizadas em determinado contexto histórico-social, já o para-realista também traz elementos fieis à realidade, porém com elementos estéticos próprios e diferenciados. O simbólico é o mais diferenciado pois não traz nenhum elemento histórico-social, sendo uma criação mais livre.

Em seguida, devemos também fazer uma análise das cores empregadas por Ironmouse, visto que as cores carregam uma simbologia própria que muito impacta na percepção humana (Heller, 2013). Por último, devemos analisar também os aspectos socioculturais e históricos presentes nos figurinos, o que será feito estabelecendo conexões entre os figurinos analisados e os aspectos da moda japonesa apresentados anteriormente.

5.1. *Wonderland Reject Ironmouse*

O primeiro figurino a ser analisado foi o "*Wonderland Reject Ironmouse*" apresentado na figura a seguir.

Figura 13 - Modelo "Wonderland Reject Ironmouse"



Fonte: https://twitter.com/epebe_/status/1606467271144112129?s=20 (Acesso em 4 de dezembro de 2023)

Primeiramente percebemos que esse figurino se encaixa nas características do estilo Lolita, visto que faz uso de diversos elementos dessa estética, como o vestido armado com babados e mangas bufantes, meias longas, sapatos de boneca, abundância de laços e uso predominante de cores pastéis. Como já exposto anteriormente, a moda Lolita se baseia em uma reimaginação da indumentária vitoriana, trazendo elementos reais desse período histórico juntamente com estilizações modernas, o que o classifica como um figurino para-realista.

Quanto às cores, nota-se que as principais cores utilizadas para representar Ironmouse são o rosa e o roxo, que não só estão presentes em quase todas as suas roupas como também em seu cabelo e olhos. De acordo com Heller (2013) o rosa representa a gentileza, a suavidade, a amabilidade, a inocência e o sentimentalismo, porém também representa a feminilidade, o charme e o erotismo, enquanto isso, o roxo representa o misticismo, o poder, a vaidade, o feminismo e a sexualidade.

Podemos perceber nessa mistura de cores que Ironmouse deseja trazer em seu design uma ideia de doçura e amabilidade, o que condiz com sua aparência muito representativa da estética *kawaii*, no entanto essa ideia se mistura também com a sensualidade e com o poder feminino, o que representa a sua personalidade, muitas vezes descrita como forte e caótica.

Por conta da ligação do estilo Lolita com a pureza e a idealização romântica, o modelo "*Wonderland Reject Ironmouse*" traz uma estética mais voltada à delicadeza, utilizando o rosa e o roxo em tons pastéis, que são suas formas mais suaves e sentimentais, além do branco e do azul bebê, cores claras que também reforçam a pureza (Heller, 2013). Em contraste, estão presentes cores mais pesadas em menor quantidade, sendo elas um magenta escuro e o preto, que trazem uma ideia de malevolência à personagem em oposição a sua aparência suave (Heller, 2013).

Ademais, podemos perceber uma narrativa por trás desse modelo, evidenciada pelo seu nome, "*Wonderland Reject*" (em tradução livre, "Rejeito do País das Maravilhas"). Ele é diretamente inspirado pela história "As aventuras de Alice no País das Maravilhas", geralmente abreviado para "Alice no País das Maravilhas", escrita pelo inglês Charles Lutwidge Dodgson (sob o pseudônimo de Lewis Carroll) em 1865 e adaptada para o cinema em forma de animação por Walt Disney em 1951. Nesta versão, Ironmouse substitui a personagem Alice em suas aventuras pelo país das maravilhas, o que é mostrado em um curta animado, apresentado por Ironmouse em sua primeira *livestream* utilizando esse modelo.

A história original foi escrita justamente durante a Era Vitoriana, uma era da história inglesa que correspondeu ao período de reinado da Rainha Vitória, entre os anos de 1837 a 1901. De acordo com Santana e Senko (2016), a Era Vitoriana foi um período contraditório, pois, apesar dos avanços tecnológicos e industriais, houve também uma rígida defesa da tradição quanto aos papéis de gênero, assim como uma repressão à sexualidade, especialmente à feminina. Desse modo, a indumentária da época baseava-se nos conceitos de "pudor" e "decência", promovendo, para as mulheres, imagens de fragilidade e delicadeza, utilizando-se da influência romântica para transformar as mulheres vitorianas na clássica imagem da donzela em perigo (Santana; Senko, 2016).

Como citado anteriormente, a moda Lolita se apropria dessa imagem de delicadeza e fragilidade, porém em um contexto sociocultural diferente. As subculturas japonesas começam a surgir por volta do final da década de 1970 e início da década de 1980, tendo sido inspiradas pelos movimentos de subcultura ocidentais (como o *Hippie*, o *Punk*, o gótico, o *Black Power*, etc) e compartilhando da mesma mentalidade de rebeldia e insatisfação juvenil com a sociedade da época (Martha, 2011).

Isso foi possível devido à abertura do Japão à cultura ocidental após o término da Segunda Guerra Mundial, o que gerou um sincretismo cultural que deu origem à cultura pop japonesa que vemos atualmente. No Japão, no entanto, as subculturas possuem uma característica particular que é a adesão predominantemente feminina, o que evidencia que a principal força motriz por trás dessa rebeldia juvenil era a insatisfação das jovens japonesas com uma sociedade patriarcal tradicional (Martha, 2011).

Desse modo, as jovens japonesas buscaram na influência ocidental uma forma de expressão própria, indo contra a figura idealizada da mulher japonesa da época. Assim, de acordo com Martha (2011) “Os símbolos e objetos são deliberadamente apropriados, porém, utilizados de forma diferente, fora de contexto ou com propósitos totalmente opostos aos originais”, esse é o caso, por exemplo, dos elementos apropriados pela moda Lolita. Enquanto na Era Vitoriana esses elementos eram utilizados para idealizar e fragilizar a mulher¹⁷, na moda Lolita eles são utilizados para diferenciar as jovens japonesas da figura tradicional da dona de casa japonesa, representando a luta feminina por independência.

Portanto, a personagem de Ironmouse representa a figura de uma jovem garota rebelde e “encrenqueira” (assim como a própria Alice da história original), que apesar de se encontrar em um mundo estranho e possivelmente hostil, não se deixa abalar e, ao contrário, abraça a “estranheza” como parte de si.

5.2. *Yōkai Hunter Ironmouse*

O segundo figurino a ser analisado foi o "*Yōkai Hunter Ironmouse*" apresentado na figura a seguir.

Figura 14 - Modelo "*Yōkai Hunter Ironmouse*"

¹⁷ De acordo com Santana e Senko (2016), elementos como os vestidos longos e armados, as mangas bufantes românticas e a silhueta delgada e frágil implementados pela moda Vitoriana tinham o objetivo de reforçar o controle social masculino, pois pintavam a figura feminina como delicada e indefesa.



Fonte: https://twitter.com/epebe_/status/1716656617368727655?s=20 (Acesso em 4 de dezembro de 2023)

Diferentemente dos demais, esse figurino faz referência a aspectos tradicionais da moda japonesa. Ele apresenta peças de roupa inspiradas em peças da indumentária japonesa referentes ao período Edo, sendo essas o quimono¹⁸, a geta¹⁹ e a tabi²⁰ (Futigami, 2019), porém todos bastante modificados e estilizados. Essa estilização de peças tradicionais configura a classificação desse figurino como para-realista.

A referência à tradição na vestimenta desse modelo acontece por conta de sua narrativa, como evidenciado pelo seu nome “*Yōkai Hunter*” (em tradução livre, “Caçadora de *Yōkai*”), visto que os *yōkai* (妖怪) são seres e/ou manifestações sobrenaturais do folclore japonês geralmente representados como monstros ou espíritos (Foster, 2008)²¹. A figura do caçador de *yōkai*, um indivíduo que caça e exorciza seres sobrenaturais, é amplamente explorada na mídia japonesa, especialmente em mangás e animes. Alguns exemplos de mídias que implementam esse conceito são “Dororo” (mangá publicado por Osamu Tezuka em 1967; recebeu

¹⁸ Quimono ou kimono (着物) é uma vestimenta tradicional japonesa que consiste em uma espécie de robe longo drapeado no corpo e seguro na cintura por uma espécie de cinto tradicional chamado Obi (帯).

¹⁹ Geta (下駄) são sandálias tradicionais japonesas similares a chinelos, porém feitas de madeira e com base elevada.

²⁰ Tabi (足袋) são meias tradicionais japonesas utilizadas com sandálias de tiras.

²¹ Foi utilizada tradução de autoria própria do texto original em inglês.

duas adaptações em anime, uma em 1969 e outra em 2019) e “Kimetsu no Yaiba” (mangá publicado por Koyoharu Gotōge em 2016; recebeu uma adaptação em anime no ano de 2019).

No entanto, diferentemente das obras citadas, Ironmouse traz uma interpretação moderna dessa figura, utilizando itens como a jaqueta de couro com spikes, as pulseiras e os brincos, que são elementos significativos do movimento *Punk*. O *Punk* foi um movimento de ruptura nascido nos anos 1970, cujos principais adeptos foram inicialmente os filhos de operários das periferias de Londres (Gallo, 2011).

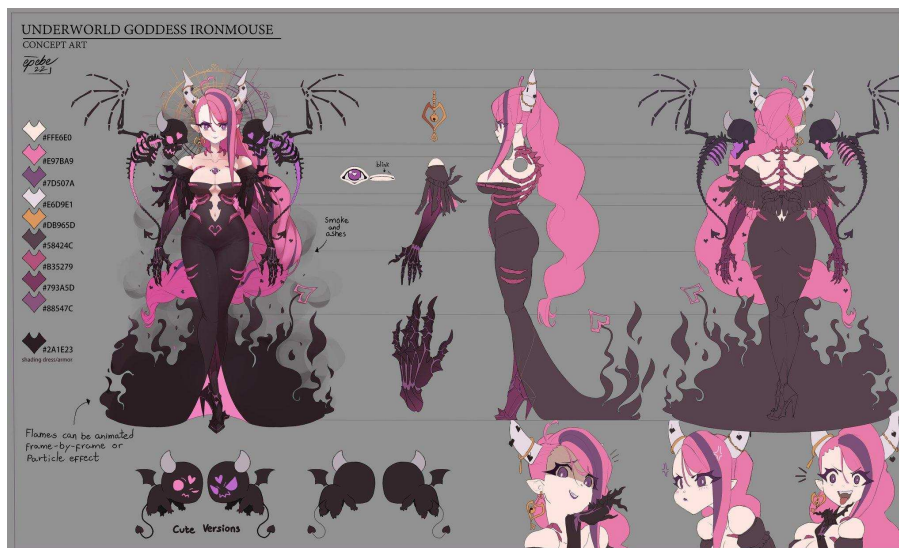
Esse movimento surge por conta da insatisfação da juventude da época com o sistema capitalista, que os colocava nas margens da sociedade e os impedia de ascender socialmente. Por conta disso, os *punks* buscavam autonomia da sociedade, isolando-se dos canais vigentes de participação política e assumindo uma atitude “violenta e irreverente” (Gallo, 2011). Logo, ao implementar elementos do *Punk*, Ironmouse busca evocar uma imagem de força e ousadia, além de adicionar modernidade aos aspectos tradicionais já presentes.

Quanto às cores, o rosa aplicado neste modelo é um rosa *shock*, uma tonalidade vibrante e energética dessa cor, que se intercala com bastante preto e um roxo escuro e intenso. Essa combinação de cores ressalta a ideia de ousadia, de poder, de força e de energia (Heller, 2013), trazida pela influência do movimento *Punk* e integrada na narrativa pela ideia da “Caçadora de Yōkai” como uma figura forte e poderosa.

5.3. ***Underworld Goddess Ironmouse***

O terceiro figurino a ser analisado foi o “*Underworld Goddess Ironmouse*” apresentado na figura a seguir.

Figura 15 - Modelo “*Underworld Goddess Ironmouse*”



Fonte: <https://twitter.com/epebe/status/1587914206589747202?s=20> (Acesso em 4 de dezembro de 2023)

Esse figurino possui principalmente elementos da moda gótica, trazendo a predominância do preto e a utilização de diversos acessórios corporais, alguns remetendo a caveiras, além de brincos e correntes. O movimento da subcultura gótica surgiu em Londres por volta do final da década de 1970 e início da década de 1980, recebendo influência de outras subculturas da época, em especial do movimento *Punk*, que já vinha decaindo (Caetano, 2020). O movimento gótico possuía grande influência da música e, por isso, estava bastante ligado à performance, utilizando-se de roupas diferentes e extravagantes.

De acordo com Caetano (2020), o momento que edificou esse movimento foi o desfile realizado pelo estilista inglês Stephen Linard, com o tema “*Neo Gothic*”, que trouxe trajes escuros inspirados em vampiros e adornados com acessórios religiosos (em especial os crucifixos), além de maquiagem escura pesada em contraste com uma pele pálida. Assim, o movimento gótico se vale de elementos esotéricos (principalmente o vampirismo e a bruxaria), assumindo, assim como o *Punk*, uma postura de diferenciação e rebeldia em relação à sociedade da época (Caetano, 2020).

Dessa forma, podemos perceber que este modelo se inspira no estilo *Visual Kei* que, como citado anteriormente, é caracterizado pelo uso de roupas pretas e extravagantes, maquiagem e acessórios dos universos gótico e *Punk*. Apesar de utilizar essas referências, o figurino não se baseia em um momento específico da história, trazendo peças mais autorais com foco na narrativa da personagem, assim,

podemos classificá-lo como simbólico.

A narrativa apresentada por esse modelo é de uma criatura sobrenatural vinda do submundo, inspirada pela ideia de demônios do cristianismo, assim como pelos *Shinigami*²² do folclore japonês. Isso é evidenciado pelo seu nome “*Underworld Goddess*” (em tradução livre, “Deusa do Submundo”). Dessa forma, ele traz uma estética mais sombria e diretamente ligada à morte, assim, o preto é a sua cor predominante pois, no ocidente, é a cor do luto, da escuridão e do mal (Heller, 2013), além de ser a cor representante do movimento gótico. No entanto, o preto também pode ser visto como a cor da moda e da elegância, trazendo, juntamente com o rosa intenso, a ideia de sensualidade, erotismo e poder feminino (Heller, 2013).

²² *Shinigami* (死神), cuja tradução literal é “Deus da morte”, são entidades sobrenaturais do folclore japonês que representam a personificação da morte. É o equivalente à figura ocidental do Ceifador.

6. CONCLUSÃO

A moda é um campo que vem constantemente se atualizando e se reinventando, especialmente devido aos avanços tecnológicos na sociedade atual. Com esses avanços, o design de moda se vê cada vez mais presente no meio virtual, adentrando diversos contextos como desfiles virtuais, jogos eletrônicos, etc. Entre essas aplicações da moda no ambiente virtual está o desenvolvimento de modelos para *VTubers*, atividade cuja demanda vem apenas crescendo.

Dessa forma, o objetivo deste trabalho foi entender melhor as características e a estética dos *VTubers*, por meio da análise do design de três modelos da *VTuber* Ironmouse, de forma a abrir caminhos para que mais designers de moda tenham conhecimento sobre esta área e possam futuramente atuar nela.

Para isso, foi necessário entendermos mais sobre a cultura japonesa, com foco na moda. Assim, foram apresentadas as características da indumentária japonesa em um período mais tradicional, que seria o período Edo (1603 - 1868), e também o início da ocidentalização dessa vestimenta, já no período Meiji (1868 - 1912).

Em seguida, já em uma ótica mais contemporânea, foi apresentada a revolução estética pela qual a moda japonesa passou durante a década de 1980, promovida principalmente pelos designers Issey Miyake, Yohji Yamamoto e Rei Kawakubo, que tinha como base uma moda mais autoral e inovadora.

A partir disso, foram apresentadas também as subculturas da moda urbana japonesa, que são estéticas criadas, a partir dessa revolução, como movimentos sociais de auto expressão e resistência política através da moda, em especial por parte das mulheres japonesas jovens.

Tendo sido apresentado esse contexto cultural, partimos então para a explanação do movimento *Vtuber*, apresentando inicialmente sobre o seu surgimento e popularização, assim como sobre as suas principais características e como funciona esse meio.

Após essa apresentação geral dos *Vtubers*, introduzimos a *Vtuber* Ironmouse, que foi o centro de estudo deste trabalho. Desse modo, foi apresentada sua história de vida, sua trajetória de carreira como *Vtuber* e suas características.

Finalmente, seguimos para análise dos três modelos de Ironmouse escolhidos, sendo eles "*Wonderland Reject Ironmouse*", "*Yōkai Hunter Ironmouse*" e

"*Underworld Goddess Ironmouse*", respectivamente. Para essa análise, foram utilizadas as informações apresentadas nos capítulos anteriores sobre cultura e moda japonesas, aplicando técnicas de análise de figurino baseadas nos estudos do tipo de figurino, das cores e do contexto sociocultural e histórico.

Desse modo, buscamos trazer uma análise, que auxilie os designers a entenderem como funciona a construção de um design de referência no meio *VTuber* e que aspectos devem ser priorizados neste desenvolvimento. No entanto, este é um tema amplo que ainda pode ser bastante explorado, visto que existem diversos *VTubers* no mercado, os quais se utilizam de diferentes estéticas e possuem inspirações distintas. Ademais, o movimento *VTuber*, por ser um movimento recente e ainda em alta, vem constantemente se atualizando, o que torna necessário estudos futuros sobre o tema.

REFERÊNCIAS

ABRANTES, Samuel. **Heróis e bufões**: o figurino encena. Rio de Janeiro: Agora da Ilha, 2001. 90 p. ISBN 8586854697 (enc.).

AMORIM, Wadson Gomes; BOLDT, Rachel Sager. **Moda Virtual**: aceleração no processo de transformação digital devido à pandemia de covid-19. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE DESIGN, 5., 2020, Online. **S.i.. S.I.: S.I.**, 2020. p. 1-13. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Rachel-Boldt/publication/349326261_Moda_Virtual_aceleracao_no_processo_de_transformacao_digital_devido_a_pandemia_de_COVID-19/links/608ec7d5299bf1ad8d7285fc/Moda-Virtual-aceleracao-no-processo-de-transformacao-digital-devido-a-pandemia-de-COVID-19.pdf. Acesso em: 30 jun. 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. S.I: Edições 70, 2015. 288 p.

BETTON, Gérard. **Estética do cinema**. São Paulo: Martins Fontes, 1987, 122p. ISBN 9788533607101.

BREDIKHINA, Liudmila. **Designing identity in VTuber Era**. In: VIRTUAL REALITY INTERNATIONAL CONFERENCE, 9., 2020, S.I.. **Proceedings [...]**. S.I.: S.I., 2020. p. 1-3. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Liudmila-Bredikhina/publication/363587218_Designing_identity_in_VTuber_Era/links/632440470a70852150fadb51/Designing-identity-in-VTuber-Era.pdf. Acesso em: 30 jun. 2023.

CAETANO, Stella Mendonça. **Indumentária, pertencimento e diferenciação**: o papel das roupas na construção de uma identidade coletiva gótica. Revista Ensaios, v. 16, jan-jun, 2020, p. 176-192.

CÉ, Otavia Alves. **LOLITAS, MAIDS E KEGADOLS**: representações do corpo feminino na cultura pop japonesa. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO, 10., 2013, Florianópolis. **Anais eletrônicos**. S.I.: S.I., 2013. p. 1-11. Disponível em: http://www.fg2013.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/old_20/1386005710_ARQUIVO_OtaviaAlvesCe.pdf. Acesso em: 30 jun. 2023.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Moda e estilo**: introdução a uma estética da moda. **Revista Famecos**: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. , n. 36, p. 48-53, ago. 2008. Quadrimestral. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495550192006>. Acesso em: 30 jun. 2023.

DIRQUES DAVID REGIS, R. **Análise do impacto econômico, da expansão de popularidade e das novas tecnologias do fenômeno Vtuber**. *Arquivos do CMD*, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 29–55, 2023. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/CMD/article/view/47638>. Acesso em: 30 jun. 2023.

ERRANTE, Paolo R.; CONDINO-NETO, Antonio. **Imunodeficiência comum variável: revisão da literatura**. *Revista Brasileira de Alergia Imunopatologia*, São Paulo, v. 31, n. 1, p. 10-18, jan-fev. 2008. Disponível em: <http://www.aaai-asbai.org.br/bjai/imageBank/pdf/v31n1a03.pdf>. Acesso em: 6 jan. 2025.

FOSTER, Michael Dylan. **Pandemonium and Parade: japanese monsters and the culture of yokai**. Berkeley: University Of California Press, 2008. 312 p.

FUTIGAMI, Alyssa Lury. **Indumentária tradicional japonesa: kimono feminino**, 2019. Trabalho de conclusão de curso (Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda) - Faculdade de Tecnologia de Americana, Americana, 2019.

GALLO, I. **POR UMA HISTORIOGRAFIA DO PUNK**. Projeto História : Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História, [S. l.], v. 41, 2011. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/6542>. Acesso em: 6 jan. 2025.

GUSHIKEN, Yuji; HIRATA, Tatiane. **Processos de consumo cultural e midiático: imagem dos 'otakus', do japão ao mundo**. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, [S.L.], v. 37, n. 2, p. 133-152, dez. 2014. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1809-584420146>. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1809-584420146>. Acesso em: 30 jun. 2023.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. 1 ed. 2012. 311p. ISBN 9788565985079. (broch.)

LIU, Deirdre. **Performance of the Female: the vtuber phenomena**. 2022. 94 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mídias Digitais, Drexel University, Filadélfia, 2022. Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/47299ba980fc4e98f3fefe4b22a25755/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>. Acesso em: 30 jun. 2023.

LOPES, Danielly Amatte. **Jogo, avatar e identidade: quando a moda invade o videogame**. In: COLOQUIO DE MODA, Não use números Romanos ou letras, use somente números Arábicos., 2012, S.l.. **Anais eletrônicos**. S.l.: S.l., 2012. p. 1-9. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202012/GT>

03/ARTIGO-DE-GT/103013_Jogo_avatar_e_identidade.pdf. Acesso em: 30 jun. 2023.

MANSO, Bárbara; GUEDES, Maria da Graça; VASCONCELOS, Rosa M.. **O IMPACTO DA MODA URBANA JAPONESA NA CULTURA**. In: WORLD CONGRESS ON COMMUNICATION AND ARTS, 5., 2012, Guimarães. **S.i.**. S.I.: S.I., 2012. p. 41-45. Disponível em: <https://hdl.handle.net/1822/19068>. Acesso em: 30 jun. 2023.

MARCONI, M. A. & LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa**, 5a Ed. São Paulo: Ed. Atlas, 1996.

MARTHA, Marcella Gouvea. **Subculturas juvenis japonesas como forma de resistência**. 2011. 79 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação em Jornalismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

PIRES, A. P. **Amostragem e pesquisa qualitativa**: ensaio teórico e metodológico. In: POUPART, J. et al. A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes, 2012. p. 154-211.

ROCHA, Nara Oliveira de Lima. **Designer de Moda Virtual**: como a criação de avatares em ambientes virtuais esboça um novo mercado para os profissionais da área.. In: COLÓQUIO DE MODA, 3., 2007, Belo Horizonte. **S.i.**. S.I.: S.I., 2007. p. 1-7. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Nara-Rocha-3/publication/357933997_Designer_de_ModaVirtual/links/61e83aee5779d35951bcc6ff/Designer-de-ModaVirtual.pdf. Acesso em: 30 jun. 2023.

SANTANA, Luciana Wolff Apolloni; SENKO, Elaine Cristina. **Perspectivas da era Vitoriana**: sociedade, vestuário, literatura e arte entre os séculos XIX e XX. Revista Diálogos Mediterrânicos, [S. l.], n. 10, p. 189–215, 2016. DOI: 10.24858/209. Disponível em: <https://www.dialogosmediterrânicos.com.br/RevistaDM/article/view/209>. Acesso em: 6 jan. 2025.

SÁ-SILVA, J. R; ALMEIDA, C. D. de; GUINDANI, J. F. **Pesquisa documental**: pistas teóricas e metodológicas. Revista Brasileira de História & Ciências Sociais, São Leopoldo, v. 1, n. 1, p. 1-15, jan./jul. 2009.

TALLON, Miguel Depes. **História do Japão**. Revista de História, Vitória, v. 3, s.i. , p. 68-84, 10 dez. 1992. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/dimensoes/article/view/2230>. Acesso em: 6 jan. 2025.

WATANABE, Paulo Daniel. **A reinserção internacional do Japão no pós-segunda guerra mundial.** In: 3° ENCONTRO NACIONAL ABRI 2011, 3., 2011, São Paulo. **Proceedings online...** Associação Brasileira de Relações Internacionais Instituto de Relações Internacionais - USP, Available from: http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=MSC0000000122011000300033&lng=en&nrm=abn. Acesso em: 6 jan. 2025.