

## A HIPERSEXUALIZAÇÃO DO CORPO FEMININO NO MUNDO NERD: O LUGAR DAS MULHERES NO MUNDO COSPLAY

THE HYPERSEXUALIZATION OF THE FEMALE BODY IN THE NERD WORLD: THE PLACE OF WOMEN IN THE COSPLAY WORLD

LA HIPERSEXUALIZACIÓN DEL CUERPO FEMENINO EN EL MUNDO NERD: EL LUGAR DE LA MUJER EN EL MUNDO COSPLAY

*Yasmin V. Barreto Lima*<sup>1</sup>

**Resumo:** Este texto é um relato de pesquisa realizada nos primeiros semestres do curso de ciências sociais como atividade de uma das disciplinas de metodologia. A proposta é compartilhar os achados de minhas observações e análises sobre a mulher nerd, tendo como recorte a prática cosplay e a sexualização das mulheres nesse meio. Para este trabalho, além de análise bibliográfica, foi realizada uma pesquisa qualitativa utilizando o *Instagram* como campo.

**Palavras-chave:** hipersexualização; mulheres; cosplay; cultura *nerd*.

**Abstract:** This text is a report on research carried out in the first semesters of the social sciences course as an activity in one of the methodology disciplines. The proposal is to share the findings of my observations and analyzes about the nerdy woman, focusing on the practice of cosplay and the sexualization of women in this environment. For this work, in addition to bibliographic analysis, qualitative research was carried out using Instagram as a field.

**Keywords:** hypersexualization; women; cosplay; nerd culture.

**Resumen:** Este texto es un informe sobre la investigación realizada en los primeros semestres de la carrera de ciencias sociales como actividad en una de las disciplinas metodológicas. La propuesta es compartir los hallazgos de mis observaciones y análisis sobre la mujer nerd, centrándonos en la práctica del cosplay y la sexualización de la mujer en este entorno. Para este trabajo, además del análisis bibliográfico, se realizó una investigación cualitativa utilizando como campo Instagram.

**Palabras clave:** hipersexualización; mujer; cosplay; cultura *nerd*.

---

<sup>1</sup> Aluna do curso de Ciências Sociais da Universidade Federal Fluminense, em Campos dos Goytacazes. E-mail: [barreto\\_yasmin@id.uff.br](mailto:barreto_yasmin@id.uff.br)

## INTRODUÇÃO

O presente texto tem como objetivo analisar a sexualização do corpo feminino no mundo *cosplay* e parte da assunção da existência de desigualdade de gêneros replicadas nos mundos da ficção. O termo *cosplay* pode ser entendido como “brincar de costumes”, pois trata-se de uma combinação das palavras inglesas: *cos*=costume, traje, fantasia, e *play*=brincar. A palavra *cosplay* se aplica a qualquer interpretação de personagens em locais além do palco.

Como futura cientista social, a prática de fuga da realidade, ou a imersão na ficção, como forma de resistência contra os padrões impostos pela sociedade sempre me chamou a atenção e entendo que isso se dá nas mais diversas formas e fases da vida, como na infância, com os desenhos animados e brincadeiras; na adolescência, com jogos, livros e filmes fictícios, e na fase adulta, com aprofundamento e desenvolvimento das utopias. Com o crescimento do uso das novas mídias e a proeminência da cultura nerd, que engloba animes, filmes de ficção-científica, fantasia, jogos eletrônicos, jogos de tabuleiro, quadrinhos, mangás e diversas tecnologias, coloquei meu interesse nas conferências de *cosplay* e tracei como objetivo entender sua dinâmica.

Em minha pesquisa bibliográfica, que realizei para dar início ao estudo, encontrei poucos trabalhos na área de Ciências Sociais que abordam especificamente esse fenômeno. Encontrei maior quantidade de textos sobre o tema nas publicações da Comunicação e Psicologia. Entendo, então, que esta é uma oportunidade de estudos nas ciências sociais por possibilitar acompanhar o ritmo e a forma que as gerações mais novas interagem com a tecnologia e as adaptações que eles realizam na cultura e como reproduzem diversas relações sociais.

Este artigo, ao estudar o *cosplay*, tem como principal objetivo explorar a questão da hipersexualização do corpo feminino no mundo nerd e usa o Instagram como campo de pesquisa, pois a maioria dos *cosplayers* publicam suas artes através de fotos, ao invés de vídeos. Serão analisados aqui dois perfis: o de Jessica Nigri, reconhecida como a mais popular *cosplay* mundial, e o de Heykro, uma *cosplayer* brasileira, que ainda é considerada iniciante.

## MUNDO NERD

A cultura *cosplay* teve início com a criação das primeiras conferências que abordam a

cultura *nerd*. A maior delas é a *Comic-con*, que originou em 1974, nos Estados Unidos, a competição de fantasias (Marasciulo, 2019). A prática do *cosplay*, ao longo do tempo, se popularizou e ganhou novos contornos graças ao que se convencionou chamar de ciberespaço (Monteiro, 2018), que projetou o consumo participativo, ou a cultura dos fãs (*fandoms*)<sup>2</sup>.

O ciberespaço não impõe limites ao ato de compartilhar. De fato, se não houver compartilhamento, não há troca entre pessoas, logo não há interação, que é fundamental para a produção e a prática da cultura. Barato e Crespo (2013) enfatizam, inclusive, que as trocas e os compartilhamentos da vida cotidiana atravessam as trocas e compartilhamentos on-line, e vice-versa, apontando como a cultura deve ser entendida como algo amplo e permeável.

Foi justamente através desta cultura de compartilhamento de experiências, informações, conteúdos e opiniões que o grupo social denominado “nerds” alcançou maiores números de adeptos, reunindo interessados nos debates sobre filmes, séries, personagens, jogos etc. e trazendo unidade entre eles, gerando identidade e uma (sub) cultura própria.

Os primeiros registros de uso da palavra *nerd* são de 1950 e a origem do termo é imprecisa. Numa das versões, o termo teria surgido no Canadá, onde um grupo de jovens cientistas só se interessavam em passar horas realizando pesquisas e desenvolvimento de projetos na *Northern Electric*, conhecida pela sigla *NERD* (*Northern Electric Research and Development*). Segundo Pereira (2008), o laboratório “batizou” o grupo de jovens interessados em computador e com pouca vivência ao ar livre. O fato é que o termo *nerd* era utilizado tempos atrás para designar uma pessoa que possui uma inteligência maior que a média, entretanto tendo dificuldade em se encaixar em padrões sociais nos quesitos aparência, comunicação, carisma... o que afeta diretamente na forma que eles se relacionam socialmente. *Nerd* era utilizado quase como um xingamento.

As representações mais atuais dos *nerds* na mídia representam esse grupo de modo diferente: como pessoas que diminuíram as barreiras de se relacionar, que têm amigos, namoram e sabem se comunicar. Matos (2011) diz que “o advento da Sociedade da Informação” seria o fator responsável pelo tom de elogio que o termo ganha nos dias atuais.

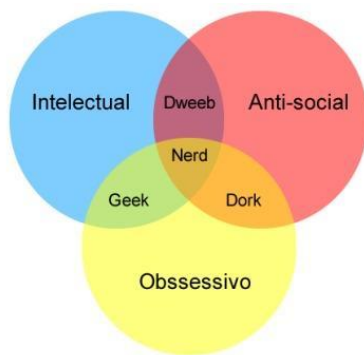
Com a popularização da cultura *nerd* e o crescimento do grupo, surgiram subdivisões. O gráfico abaixo, divulgado na internet e sem autoria definida, apresenta as principais características de cada subgrupo de *nerds*. Atualmente, ser *nerd* não está relacionado exclusivamente ao desempenho escolar, sendo aceito até um *nerd* que não tenha boas notas.

---

2 O fandom enquanto estrutura social: ler Jenkins (2006).

São consideradas características fundamentais da “nerdice”: a curiosidade, o autodidatismo além do gosto por tecnologia e cultura pop. (Matos, 2011)

Imagem 1 – subgrupos *nerds*



Fonte: Matos, 2011 p. 4.

Com o crescimento das indústrias tecnológicas e redes sociais, houve grandes possibilidades da ascensão dos *nerds* no mercado de trabalho, impactando diretamente na cultura através de suas invenções como: sites, dispositivos tecnológicos e assim por diante. Na representação midiática e até nas falas dos próprios *nerds* surgem algumas figuras como símbolos do “orgulho *nerd*”, como Steve Jobs e Bill Gates, a quem é atribuída a frase “seja bonzinho com os nerds, você pode acabar trabalhando para eles” (Matos, 211). Vemos a valorização da cultura *nerd* no crescimento de séries e filmes de sucesso que colocaram o “*nerd*” como protagonista e não um personagem secundário, sendo alguns deles Chuck (2007), The Big Bang Theory (2007), The IT Crowd (2006), Young Sheldon (2017), Silicon Valley (2014) e, um sucesso recente, Stranger Things (2016).

## MUDANÇA DO PAPEL DA MULHER NA CULTURA NERD AO LONGO DOS ANOS

Falando especificamente sobre gênero, e de um ponto de vista binário, as representações das personagens femininas foram mudando ao longo do tempo nos trabalhos publicados pelas editoras de quadrinhos, produto de grande relevância para o público *nerd*. Entre essas publicações estavam as da Marvel Comics e as da DC Comics, que sofriam influência dos consumidores e do contexto político-cultural da época.

De acordo com as pesquisas realizadas por Ribeiro (2020), a “Era de Ouro” dos quadrinhos foi em 1930-1950, quando as personagens tinham traços de independência, força e inteligência, consequência das contribuições econômicas das mulheres no trabalho durante a Segunda Guerra. No período pós-guerra, entre as décadas de 1950 e 1960, com o retorno dos veteranos na sociedade americana e a volta das mulheres para as obrigações “do lar”, as personagens começaram a ser escritas enfatizando o emocional, sempre expostas ao perigo, interessadas em romance e em tarefas domésticas.

Nas décadas de 1960-1970, houve a “segunda onda” dos debates feministas, que questionaram sobre os papéis de gênero e as normas sociais. Foi nesse período que grandes personagens femininas foram escritas, como Feiticeira Escarlata, Viúva Negra, Carol Danvers, Zatanna e uma nova Batgirl. Nessa época as personagens começaram a ser desenhadas com traços mais curvos, expondo mais a região dos seios e quadril, e com roupas mais provocativas. (Ribeiro, 2020)

Em 1980 a 2000 houve a denominada “Era Escura/Era Moderna”, tendo mudanças significativas no mercado de quadrinhos. A mudança nestas últimas duas fases resultou em histórias mais adultas no cenário, com personagens femininas hipersexualizadas e personagens masculinos supermusculosos. Segundo Ribeiro (2020),

A pose “Brokeback” se tornou cada vez mais comum: as personagens eram colocadas com uma postura torcida não-natural e arqueadas, de forma a demonstrar suas curvas. Ao mesmo tempo em que eram desenhadas dessa forma, as personagens eram mal desenvolvidas e postas em situações de violência física e verbal, estupro e até assassinato, apenas para servirem como dispositivo de enredo cujo objetivo é evoluir a história de um personagem masculino. (Ribeiro, 2020, p. 29-30)

A partir de 2010, com o avanço das tecnologias de comunicação através das redes sociais, a influência dos consumidores se tornou maior, exigindo uma maior representatividade de grupos considerados minoritários. Apesar disso, Ribeiro (2020), ao analisar as histórias em quadrinhos, filmes e séries produzidas pela Marvel, identifica os papéis em que normalmente as mulheres ocupam nas histórias, reforçando alguns estereótipos, que são secretária, estragaprazeres (Pepper Potts), donzela em perigo e troféu de herói (Pepper Potts, Jane Foster...), garota descolada (Viúva Negra, Feiticeira Escarlata), espiã sexy (Viúva Negra), garota forte (Gamora), ajudante e conselheira (Frigga), excêntrica (Mary Jane, de Homem aranha), Megera (para as vilãs como Nebulosa e Hela) e “boneca de porcelana” (papel executado especialmente por mulheres asiáticas demonstrando obediência e docilidade, como Mantis, em Guardiões da

Galáxia 2). A autora observa que as personagens que apresentam mais autonomia e força são as mais sexualizadas, como vemos no exemplo da Viúva Negra e Feiticeira Escarlate. Essa posição a elas concedida é mais uma maneira de reproduzir a desigualdade do papel da mulher na sociedade, reproduzindo o machismo, reforçando a ideia que a mulher “empoderada” deve expor seu corpo para alcançar algum lugar na mesa dos poderosos.

## CULTURA COSPLAY

Os autores Coelho e Silva (2007), em seu texto *Cosplayers Como Fenômeno Psicossocial: Do Reflexo Da Cultura De Massa Ao Desejo De Ser Herói*, identificam que a maior parte das fantasias se originam de personagens orientais apresentados pelos mangás ou animes, e que a razão por detrás desta preferência é o desenvolvimento que os personagens orientais ganham ao decorrer da história. Além disso, eles não possuem um perfil genérico, como os personagens apresentados por produções ocidentais. Esse desenvolvimento dos personagens, dos seus medos, falhas, vontades, motivações e histórias antes do tempo central da história narrada, permite que os consumidores criem um tipo de vínculo e identificação ou desejo de ser aquele personagem. Por esta identificação com personagens e seus colegas que dividem os mesmos gostos, eles se denominam “*otakus*”.<sup>3</sup>

Os autores explicam que, em japonês, o termo *otaku* possui dois significados: o primeiro corresponde à habitação e o segundo significado é distanciamento. Os *otakus* têm aversão por aprofundar as relações pessoais e preferem ficar fechados em casa.

Sendo *otaku*, o indivíduo se aparta do seu grupo, o que sem dúvida é um choque social. O processo de modernização levou a que o sujeito possua seu bem-estar quando está a sós com sua maquinaria moderna (aparelhos de televisão, microcomputadores, aparelhos de DVD etc.) ao invés de estar compartilhando dos interesses do grupo. (Coelho; Silva, 2007, p. 67)

Por ter as características de se isolar em casa, não querer aprofundar relacionamentos e não gostar de contato físicos, os *otakus* utilizam das redes sociais para socialização sem qualquer incômodo. Com esta individualização característica da cultura nerd, é comum que as pessoas tenham pouco acesso aos outros, onde cada um se torna estranho dentro do próprio grupo. Tendo isto em consideração, a relação entre ser *otaku* e produzir *cosplays* passa a ficar um pouco mais clara porque nos eventos a pessoa se fantasia do personagem que quiser e, assim, tem uma nova maneira de lidar com os outros. Segundo os autores, o *cosplay* passa a ser um

<sup>3</sup> Otaku é um fã de animes, mangás ou romances gráficos e videogames japoneses.

instrumento de otimização das relações sociais, que foi perdendo a força por causa do individualismo crescente, e é utilizado como um placebo temporário baseado numa fuga da realidade, um tipo de lazer, como refúgio do imaginário juvenil. Coelho e Silva (2007) resumem a sensação de ser *cosplayer* na resposta de um dos entrevistados:

[...] o bom é que quando a gente gosta muito de uma pessoa a gente tenta aproveitar o máximo o que ela tem de bom prá dar a gente, e quando é cosplay aquela imagem bacana, você se sente bem se vendo como o personagem que você gosta, o desenho que você gosta. [...] Tá brincando de ser a pessoa que você gosta.” (Coelho; Silva, 2007, p. 73)

## A PESQUISA

Minha pesquisa começou em dezembro de 2022. Procurei dentre os perfis indicados por sites que comentam o mundo *nerd* aqueles que mais fariam sentido para esse trabalho. Inicialmente o site<sup>4</sup> que usei para pesquisa me indicou as seis mulheres mais populares no mundo *cosplay*, todas estrangeiras. No corpo da matéria que trazia a lista havia um vídeo com uma entrevista com uma brasileira sobre o tema. Assim sendo, escolhi analisar os perfis de Instagram de Jessica Nigri, a *cosplayers* mais famosa do mundo, indicada pela lista, e Heykro, a entrevistada brasileira, considerada uma *cosplayer* iniciante.

Para análise, me concentrei nas postagens e suas fotos. Selecionei, através da ferramenta “Top Nine”, que faz uma espécie de colagem de fotos com maior interação, as fotos mais “curtidas” de cada perfil<sup>5</sup>, tentando verificar se eu poderia comprovar, ali, minha hipótese sobre a hipersexualização do corpo da mulher.

Quando acessamos um perfil de usuário do Instagram, temos as informações sobre a quantidade de publicações (demonstrando a quantidade de conteúdo que a pessoa “postou”), seus seguidores (usuários que seguem aquela conta) e quem o usuário segue (na aba “seguindo”), a autodescrição (informações ou mensagem que a pessoa considera importante transmitir para aqueles que visualizarem seu perfil) e os destaques (conteúdos realizados pelo usuário que ele considera importante para serem vistos por novos “seguidores” ou revistos pelos demais).

<sup>4</sup> CONHEÇA AS COSPLAYERS MAIS FAMOSAS AO REDOR DO MUNDO. Manual do Homem Moderno. Disponível em: [Conheça as cosplayers mais famosas ao redor do mundo \(manualdohomemmoderno.com.br\)](http://Conheça as cosplayers mais famosas ao redor do mundo (manualdohomemmoderno.com.br)) Acessado em: 05 de dezembro de 2022.

<sup>5</sup> Ver em [https://top-nine.br.uptodown.com/android#google\\_vignette](https://top-nine.br.uptodown.com/android#google_vignette). Acesso em: 28 dez. 2023.

No perfil da brasileira Heykro, vemos imediatamente que seu perfil conta com 55.200 seguidores, 618 usuários que ela segue e um total de 270 publicações. Vemos também os “destaques”: CCXP22 (um evento de *cosplay* realizado em 2022), OOTD (*looks* dela para eventos e viagens), PlayStation (a empresa de videogames que a patrocina) e SNKH (tênis comprados ou ganhados por ela).

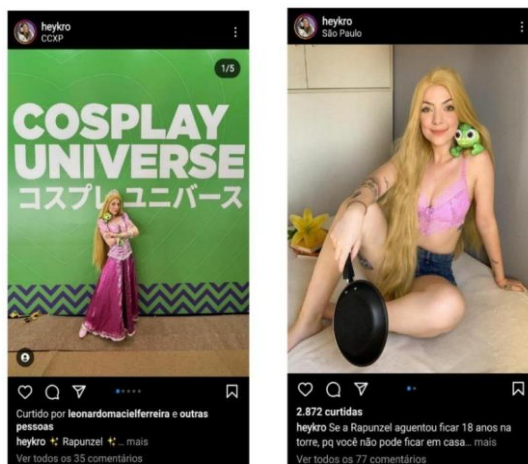
Imagem 2 – Perfil de Heykro



Fonte: @heykro. Reprodução.

Analisando o perfil da brasileira “Heykro”, selecionei duas fotos para este estudo.

Imagem 3 – Comparativo de duas representações de Rapunzel





Fonte: @heykro. Reprodução.<sup>6</sup>

Nas fotos vemos a mesma personagem em duas perspectivas. Note que a “Rapunzel” tradicional recebeu 35 comentários, enquanto a outra versão recebeu 77 (uma diferença de 42 comentários, mais que o dobro).

Já no perfil da mundialmente conhecida Jessica Nigri, vemos que 4 milhões de pessoas a “seguem”, que ela “segue” 581 usuários e que ela “postou” 3.416 publicações. Em sua legenda está escrito em português “Eu faço fantasias/ às vezes coisas de voz! Neste momento da minha vida, estou apenas feliz por estar aqui (emoji de “joinha” e coração) COLA QUENTE+ H03 SONHOS!” (traduzido pela plataforma do Instagram). E seus destaques: “FANART” (desenhos que alguns seguidores lhe marcaram em homenagem), “GEAR” (alguns produtos e perfis que ela indica para cosplay), “COSPLAY” (cosplay que ela fez), “YOUTUBE” (o link do seu canal na plataforma do Youtube).

Imagem 4 – Perfil de Jessica Nigri



Fonte: @jessicanigri. Reprodução.

Jessica Nigri se tornou reconhecida mundialmente depois do seu *cosplay* de “sexy Pikachu”. O seu perfil é muito ativo e visto como referência no universo *cosplay*. Das nove postagens com mais interação, utilizando a numeração da ordem que o site apresentou,

<sup>6</sup> A segunda foto foi excluída no perfil pela Heykro em 2023.

selecionei quatro que julguei significativas. Faço aqui a descrição:

Foto 1: Três mulheres, em uma fila indiana, com seios e pernas a mostra, usando somente um *corset* cor de areia e uma peça íntima preta por baixo, tecidos rasgados e acessórios que remetem guerreiras que terminaram de sair de uma luta. A foto foi cortada e só aparece abaixo do pescoço, não apresentando seus rostos, só o corpo.

Foto 2: Assentada no que poderia ser uma cabana oriental antiga, a foto é tirada pelo ângulo das costas, de baixo para cima, dando ênfase às suas nádegas. Nesta foto ela utiliza um top vermelho, uma calcinha fio-dental, uma meia vermelha que vai até os joelhos, uma peruca de cor cinza azulado e uma tiara.

Foto 7: Ela se posta de pé, aparentemente diante de um espelho, utilizando um *corset cropped* branco, um colar com uma pedra preta de tamanho mediano, calcinha branca, uma peruca de cor preta no corte chanel curto e um chapéu de abas largas preto.

Foto 8: Assentada em uma banheira com uma perna arqueada para acentuar o tamanho de suas coxas e nádegas, utiliza uma toalha de rosto dobrada para tapar a parte central de seus seios, uma tiara de chifre vermelho. A imagem não apresenta mais vestimenta alguma. O ângulo desta foto é de cima para baixo.

Como pesquisadora, decidi descrever as imagens ao invés de apresentá-las no artigo, pois acredito que poderia tirar a atenção do foco principal da crítica, que é exatamente não tratar do corpo feminino como objeto sexual.

A maior parte dos comentários nestas publicações tiveram conotação sexual, entretanto o comentário que se destacou ao meu olhar foi o do @chefman83 na foto 7 (sete), em que ele diz “senão o cosplay de Lady Dimitrescu mais convincente que eu já vi.”<sup>7</sup>

Neste ponto, é relevante a observação de Pereira (2017):

[...] não existe muita resistência quanto à entrada das mulheres como *cosplayers*, até porque elas já fazem parte da lógica da prática desde o início. Porém, o que existe é uma certa resistência por parte masculina de aceitar corpos diversos em cosplays de personagens que foram moldadas para o imaginário deles com corpos “perfeitos”. Outro problema que se repete é o assédio que também está presente na cena *cosplay*. (Pereira, 2017, p. 60)

O trabalho da autora também fala sobre o assédio, muito comum em eventos *cosplays*. Ela lembra que a Comic-Con realizou em 2014 uma campanha contra o assédio chamada “*Cosplay is not Consent*” (“Cosplay não é consentimento”, em português), repudiando qualquer

<sup>7</sup> Personagem do jogo de terror Resident Evil Village, desenvolvido e publicado pela Capcom em 2021.

tipo assédio, fosse moral ou sexual, todo e qualquer tipo de desrespeito e intimidação. (Pereira, 2017)

Imagem 5 - Placas espalhadas durante a New York Comic-Con sobre assédio em 2014



Fonte: nycc-cosplay-consent.jpg (2448×3264) (wp.com).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pelos dados obtidos e baseada nas pesquisas bibliográficas, compreendo que o ciberespaço e o avanço tecnológico foram determinantes para o crescimento do grupo *nerd*. Através das interações via internet foi criado o que denominamos “cibercultura”, esta cibercultura reproduz ações preconcebidas pela sociedade como: preconceitos raciais, machismo, misoginia... e no mesmo espaço, se encontram possibilidades de enfrentar e combater padrões tóxicos da sociedade.

No que se refere a gênero, mesmo tendo o aumento de papéis femininos nessas produções, esbarramos com o machismo, que reforça estereótipos e utiliza da objetificação das mesmas para atrair o público a consumir mais desse conteúdo. A tentativa de fuga da realidade, entretenimento e descontração que as mulheres que escolhem fazerem *cosplay* buscam é frustrada através da reprodução do machismo social e sexualização delas.

## REFERÊNCIAS

- BARATO, S. S.; CRESPO, L. F. Cultura digital ou cibercultura: definições e elementos constituintes da cultura digital, a relação com aspectos históricos e educacionais. **Rev. Científica Eletrônica UNISEB**, Ribeirão Preto, v. 1, n. 2, p. 16-25, ago./dez. 2013.
- COELHO JUNIOR, Leconte de Lisle; SILVA, Sara Santos. Cosplayers como fenômeno psicossocial: do reflexo da cultura de massa ao desejo de ser herói. **Rev. Bras. Crescimento Desenvolv. Hum.** [online]. 2007, vol.17, n.1, pp. 64-75.
- JENKINS, Henry. **Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture**. Nova Iorque e Londres: New York University Press, 2006.
- MARASCIULO, Marília. Comic-Con: 4 curiosidades sobre a história do evento. **Revista Galileu**, 18 jul. 2019. Disponível em: <https://manualdohomemmoderno.com.br/video/games/conheca-as-cosplayers-mais-famosas-ao-redor-do-mundo> Acessado em: 20 dezembro de 2023.
- MATOS, Patrícia. O nerd virou cool: identidade, consumo midiático e capital simbólico em uma cultura juvenil em ascensão. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 16. 2011, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/r24-1149-1.pdf> Acessado em: 20 dezembro de 2023.
- MONTEIRO, Silvana. O Ciberespaço: o termo, a definição e o conceito. **DataGramZero - Revista de Ciência da Informação**, v.8 n.3 Jun. 2007. Disponível em [https://www.brapci.inf.br/\\_repositorio/2010/01/pdf\\_31a590c998\\_0007547.pdf](https://www.brapci.inf.br/_repositorio/2010/01/pdf_31a590c998_0007547.pdf) Acessado em: 20 dezembro de 2023.
- PEREIRA, Stephany Lins. **Meu Cosplay, minhas regras**: Uma análise sobre o cosplay feminino e do espaço da mulher no mundo nerd e geek. 72 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Produção Cultural) – Universidade Federal Fluminense. Departamento de Arte, Niterói, 2017.
- RIBEIRO, Ericka Lourenço da Silva. **Dilemas de representatividade**: estereótipos de gênero no Universo Cinematográfico Marvel. 113 f. Orientadora: Luanda Dias Schramm. Monografia (Graduação em Comunicação Social. Habilitação em Publicidade e Propaganda) — Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.