

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS (UNISINOS) UNIDADE
ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NÍVEL
MESTRADO**

MARIANA SOBCZACK MATTÉ

**O MEU EU DIGITAL:
Avatarização na Construção Tecnocultural de Imaginários**

**São Leopoldo
2024**

MARIANA SOBCZACK MATTÉ

**O MEU EU DIGITAL:
Avatarização na Construção Tecnocultural de Imaginários**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Ciências da Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

Orientador(a): Prof. Dr. João Ricardo Bittencourt

**São Leopoldo
2024**

M435m Matté, Mariana Sobczack.

O meu eu digital : avatarização na construção
tecnocultural de imaginários / Mariana Sobczack Matté.
– 2024.

88 f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do
Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em
Ciências da Comunicação, 2024.

“Orientador: Prof. Dr. João Ricardo

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Bibliotecária: Silvana Dornelles Studzinski – CRB 10/2524)

MARIANA SOBCZACK MATTÉ

O MEU EU DIGITAL:

Avatarização na Construção Tecnocultural de Imaignários

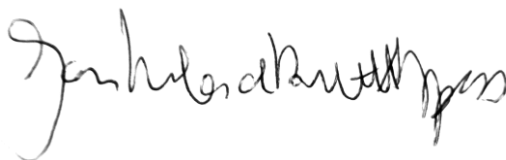
Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Ciências da Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)

APROVADA EM 11 DE JULHO DE 2024.

BANCA EXAMINADORA

**PROFA. DRA. ANA PAULA DA ROSA – UFRGS
(PARTICIPAÇÃO POR WEBCONFERÊNCIA)**

**PROF. DR. TIAGO RICCIARDI CORREA LOPES - UNISINOS
(PARTICIPAÇÃO POR WEBCONFERÊNCIA)**



PROF. DR. JOÃO RICARDO BITTENCOURT - UNISINOS

AGRADECIMENTOS À CAPES

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance Code 001.

AGRADECIMENTOS

Essa pesquisa se iniciou através da minha vontade e amor pela comunicação, porém só foi finalizada com uma rede de apoio impecável e sem ela não iria se concretizar. Mas quero destacar que ele não começou no momento da minha inscrição, mas sim com todas as(os) minhas(eus) professoras(es) que me ensinaram e se empenharam em cada aprendizado compartilhado.

Quero destacar o meu eterno agradecimento as minhas principais inspirações como professoras e que sem dúvidas foram fundamentais na história escolar de muitas pessoas, minha mãe Vera e minhas tias Simone e Nara.

Ao meu noivo, meu companheiro de vida e de caminhada, que sem o seu incentivo e apoio esse percurso seria mais árduo, você se fez calma e conforto sempre quando se fez necessário.

Agradeço ao meu orientador Prof. Dr. João Ricardo Bittencourt por me instruir de maneira formidável no melhor caminho metodológico e principalmente por me aceitar como orientanda.

Por fim, mas não menos importante, agradeço a todos os amigos, familiares e colegas me apoiando e incentivando, sem dúvidas essa é só a primeira de muitas pesquisas que estão por vir.

“[...] O próprio da escrita é, a cada frase, parar para recomeçar. [...]”

(BENJAMIN, 2011, p. 15)

RESUMO

Essa dissertação discute o processo de criação dos avatares na tecnocultura contemporânea. A partir dessa reflexão sobre o que são avatares, procuramos a forma de implementação e utilização dessas personas com o objetivo principal de compreender como os avatares atualizam-se nas diferentes experiências com a tecnocultura, ainda de forma mais específica entender o contexto da tecnocultura contemporânea, questionar a convergência do avatar em diversas representações digitais, compreender o contexto dos avatares nas publicações digitais e entender a cultura da convergência e os mundos imaginários em que os avatares estão inseridos. Partimos de um pressuposto epistemológico dos mundos imaginários abordados por Flusser e os mundos convergentes de Jenkins. Porém o percurso metodológico é agregado com a arqueologia dos imaginários de Kluttenberg e realizado as constelações benjaminianas, estabelecendo uma metodologia com um pensamento crítico construtivo em relação a produção dos avatares e o relacionamento com as comunidades inseridas. Essa metodologia possibilita pensar de forma representativa dos avatares e o objetivo de eles estarem inseridos ou posicionados onde estão com objetivos estabelecidos tanto pelos usuários, mas também em conjunto com as empresas que os acompanham. Foi possível concluir através das três coleções desenvolvidas que o usuário tem a necessidade de se representar no virtual, essa representação pode ser tanto igual ao atual, mas também um eu interior de cada usuário.

Palavras-chave: arqueologia do imaginário, avatares, constelações, tecnocultura.

ABSTRACT

This research discusses the process of creating avatars in contemporary technoculture. Through this reflection on what avatars are, we seek to understand their implementation and use as personas, with the main goal of comprehending how avatars evolve in different experiences within technoculture. More specifically, we aim to understand the context of contemporary technoculture, question the convergence of avatars in various digital representations, grasp the context of avatars in digital publications, and comprehend the culture of convergence and the imaginary worlds in which avatars are situated. We depart from an epistemological assumption of imaginary worlds as addressed by Flusser and the convergent worlds of Jenkins. However, the methodological journey is supplemented with the archaeology of imaginaries by Kluttenberg and Benjaminian constellations, establishing a methodology with a constructively critical approach concerning the production of avatars and their relationship with the involved communities. This methodology enables a representative consideration of avatars and the objectives behind their placement or positioning, established both by users and in conjunction with the accompanying companies. It was possible to conclude through the three collections developed that users have the need to represent themselves in the virtual realm. This representation can be both identical to the current self and also an inner self of each user.

Keywords: archaeology of the imaginary, avatars, constellations, technoculture.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Pinturas Rupestres.....	17
Figura 2: Pintura de Franz Alekseevich Roubaud.....	18
Figura 3: Detalhes da pintura panorâmica de Roubaud.....	18
Figura 4: Livro pioneiro no termo metaverso.....	19
Figura 5: Constituição do mundo paralelo.....	20
Figura 6: Dentro do Second Life.....	23
Figura 7: Ilha Unisinos I Second Life.....	24
Figura 8: Splo.....	25
Figura 9: Instagram – Mark Zuckerberg.....	28
Figura 10: The Corporate Hitchhiker’s Guide to the Metaverse.....	30
Figura 11: Filme Matriz (1999).....	31
Figura 12: Jogador número um	32
Figura 13: The Sims 2000.....	33
Figura 14: Grand Theft Auto Online.....	34
Figura 15: Pokemon Go.....	36
Figura 16: Fortnite.....	37
Figura 17: Ação de influenciadoras brasileiras – Dia da Mulher 2023.....	41
Figura 18: Octópode.....	43
Figura 19: Avatares ligados ao mercado digital.....	54
Figura 20: Coleção Humanidades Digitais.....	61
Figura 21: Constelação Humanidades Digitais.....	61
Figura 22: Lu, a garota digital do Magalu.....	64
Figura 23: Gato Murumuru, animal de estimação da Nat	65
Figura 24: Ilustração política.....	66
Figura 25: Contágio da tendência Pixar/Disney.....	66
Figura 26: Coleção: Eu digital	68
Figura 27: Constelação Eu digital.....	68
Figura 28: Cantora Luiza Possi	70
Figura 29: Coleção Contágio.....	71
Figura 30: Constelação: Contágio.....	72
Figura 31: Fantasia do filme Avatar.....	74

Figura 32: Encontro com a Turma da Mônica	74
Figura 33: Funko da Billie Eilish	75

▪

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 AVATARIZAÇÃO.....	17
2.1 SECOND LIFE	22
2.2 EMPRESA META E OUTRAS INICIATIVAS	26
2.3 REPRESENTAÇÕES SIMILARES	29
2.4 OS AVATARES	38
3. MUNDOS IMAGINÁRIOS DIGITAIS E CONVERGENTES	42
3.1 OS MUNDOS IMAGINÁRIOS	42
3.2 OS MUNDOS CONVERGENTES.....	47
3.3 IMAGINÁRIOS CONVERGENTES	49
4 PERCURSO METODOLÓGICO.....	51
4.1 ARQUEOLOGIA DOS IMAGINÁRIOS - KLUTTENBERG.....	51
4.2 AS CONSTELAÇÕES BENJAMINIANAS.....	55
5. AS CONSTELAÇÕES DAS AVATARIZAÇÕES	59
5.1 CONSTELAÇÃO: HABITANTES DIGITAIS.....	61
5.2 CONSTELAÇÃO: EU DIGITAL	67
5.3 CONSTELAÇÃO: CONTÁGIOS	71
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	77
REFERÊNCIAS.....	83

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, testemunhamos uma evolução significativa dos ambientes digitais. Com o rápido desenvolvimento da tecnologia, a internet se tornou mais acessível e os digitais tornaram-se parte integrante da vida cotidiana de muitas pessoas. Essa transformação foi impulsionada por uma série de fatores móveis, incluindo o avanço dos dispositivos, a expansão das redes sociais e o aumento da conectividade global.

Essas experiências dos ambientes digitais trouxeram mudanças sociais e culturais. A sociedade está mais conectada dando abertura a possibilidade de se comunicar instantaneamente com indivíduos de diferentes partes do mundo. As redes sociais se tornaram plataformas para expressão pessoal, compartilhamento de informações e engajamento com causas sociais.

Phillip Kotler (2021) defende que nós estamos passando por uma quinta onda importante para o marketing, a que estamos vivendo é a chamada por Kotler de Marketing 5.0 onde o foco é a utilização da tecnologia para a humanidade que falaremos mais adiante.

Podemos alinhar esse pensamento de Kotler (2021) com o de Henry Jenkins (2006) que possui trabalhos que defendem a cultura da convergência que é uma conexão que impulsiona as mídias, Jenkins cita que as transformações midiáticas reafirmam o direito de que a sociedade possui de contribuir para a cultura (posição 3248-3251). A cultura da convergência tem uma participação mútua de todos os usuários e membros da sociedade enquadrando os seus diferenciais e influências de cada um.

Essa convergência possui como característica chave a interatividade que se refere ao modo como as tecnologias foram planejadas e o feedback recebido pelo usuário (Jenkins 2016, posição 32558-3258)

Com essa nova onda da tecnologia onde é desenvolvido e pensado em grande massa para experiências do usuário, ao mesmo tempo temos muitas tecnologias e experimentos realizados e isso nos faz obter diversas opiniões, críticas e experiências de forma convergente.

Essa convergência midiática trará oportunidades para diversas marcas em relação ao seu marketing, temos em vista que a mídia em massa está cada dia mais concentrada e uma comunicação em rede ativa. Quando temos uma contra a outra

se torna fundamental para obter uma compreensão no que estamos vivendo atualmente. Em entrevista para a Intercom, Henry Jenkins (2016) afirma que “a mídia em massa está aprendendo a incorporar aspectos de um público participativo em suas práticas” e isso nos faz ter a ciência na prática da estratégia do marketing 2.0 de Kotler onde é mercantilizado o desejo do consumidor, dando a ele mais voz e assim impactando no que é circulado pelas marcas.

Com essa análise feita por Jenkins (2016) será realizado nesta pesquisa uma análise olhando o conjunto de relações entre seus diferentes, como no caso do surgimento do metaverso e posteriormente uma análise mais detalhada em um de suas características que é o avatar e da forma que essa criação se tornou convergente em diversas ações sociais.

O metaverso é definido neste trabalho como um espaço virtual compartilhado, no qual as pessoas podem interagir umas com as outras e com objetos digitais em tempo real (STEPEHNSON, 1992). Esse termo é utilizado com base no livro do Neal Stephenson (apresentado no capítulo 2) mas também com pesquisas de Schlemmer e Backes (2008). O termo vai além das tradicionais da internet, permitindo uma experiência mais imersiva e participativa. O metaverso ganhou popularidade devido a uma série de avanços tecnológicos, como Realidade Virtual, Realidade Aumentada e Inteligência Artificial. Essas tecnologias têm possibilitado a criação de ambientes digitais cada vez mais complexos, nos quais os usuários podem explorar, criar, consumir conteúdo e participar de atividades interativas.

No contexto sociocultural, o metaverso está alterando a forma como as pessoas se relacionam e se engajam. Ele oferece oportunidades para conexões globais e colaborações entre indivíduos de origens culturais, permitindo maior diversidade e troca de experiências. Além disso, o metaverso também está se tornando um espaço para eventos virtuais, como conferências, shows e exposições, ampliando o acesso a essas experiências para um público mais amplo.

Do ponto de vista econômico, o metaverso apresenta oportunidades para o comércio digital e a criação de novos modelos de negócios. Empresas e empreendedores estão explorando a possibilidade de estabelecer presença no metaverso, oferecendo produtos e serviços digitais, bem como criando experiências exclusivas para os usuários. Isso tem o potencial de sustentar o crescimento econômico e abrir novas fontes de receita.

No entanto, é importante considerar também os aspectos territoriais relacionados ao metaverso. Embora seja um espaço virtual, o metaverso está intrinsecamente ligado à infraestrutura física necessária para sustentá-lo. Isso inclui servidores, centros de processamento de dados e redes de comunicação, que possuem uma localização geográfica específica. Além disso, as políticas e regulamentações governamentais podem desempenhar um papel importante na governança e no acesso ao metaverso.

Neste trabalho entendemos que os avatares são uma forma de transcender as dimensões técnicas e colocá-las em uma face cultural da sociedade contemporânea, que neste caso é uma forma de virtualizar o seu “eu digital”. Vamos trabalhar mais sobre esse ponto no decorrer deste trabalho através da teórica de mundos imaginários de Flusser. As materialidades das mídias e os hábitos dos seus usuários em meio de suas atualizações se torna abrangente de forma virtual. Com base nisso, é citado o pensamento de Fischer (2013) que reflete em pesquisas do audiovisual no olhar da tecnocultura.

[...] teria o papel de reforçar esse processo de desnaturalização [do olhar do pesquisador], ao convocar a exploração dos sentidos produzidos pelas entranhas dos aparatos como essenciais para a compreensão deste contemporâneo, certamente aí demandando outras formas de instrumentalizar esse movimento. (FISCHER, 2013, p. 51.)

Proponho assim, que o assunto relacionado a essa dissertação traz consigo uma nova etapa da tecnocultura, no qual, é realizado não somente uma imersão na tecnologia e no digital que se agrega ao consumo cultural. A avatarização se imerge ao ponto de se representar como o meu “eu digital”, espero conseguir esse meu processo de reflexão no decorrer do meu trabalho que trará mais nas constelações elaboradas com a finalidade de demonstrar as diversas ramificações digitais que o uso de avatares a compõem.

Criar espaços, ideologias, procedimentos em um formato tecnológico, sendo caracterizado por uma cultura de sujeitos que criam e recriam mensagem entre essas tecnologias. O metaverso requer representações visuais e interativas de ambientes virtuais e de seus elementos, bem como a capacidade de analisar e exibir grandes quantidades de informações em tempo real.

Sou formada em Publicidade e Propaganda e possuo MBA em Gestão de Projetos e Marketing Digital, além de ser amante de tecnologia e suas mutações.

Possuo experiência no desenvolvimento de plataformas digitais interativas para diversas marcas, assim como também, a idealização de ambientes imersivos com desenvolvimento de personas digitais (avatars). Tive a vivência de marcas que havia um propósito claro em querer estar nesse mundo digital e outras que apenas queriam estar na tendência digital, com isso, me causou a provocações que tento respondê-las neste trabalho.

Com base nesse contexto e pela experiência que obtive no mercado de trabalho a presente dissertação trata-se de um movimento de constelações relacionando as rearticulações dos avatares.

O problema dessa pesquisa é: como é atualizada a avatarização nas experiências tecnoculturais? E definimos o problema com base no modo intuitivo de Bergson que nos ajuda a refletir sobre o modo de ser e principalmente no meu “eu digital” que é apresentado no decorrer dessa dissertação.

Temos como base Gilles Deleuze (1991) que frequentemente dialoga com o pensamento de Bergson (1859-1941), especialmente no que diz respeito à noção de tempo, movimento e realidade. Ao mergulharmos na pesquisa deleuziana, encontramos uma exploração profunda do bergsonismo, que por sua vez nos leva a uma reflexão sobre os conceitos de virtualidade, realidade e a problemática dos falsos problemas.

Bergson, em suas obras, como "Matéria e Memória" e "A Evolução Criadora", destacou a importância do tempo como uma dimensão qualitativa e não apenas quantitativa. Deleuze (1991) absorve essa perspectiva e a expande, desenvolvendo o conceito de duração pura como uma multiplicidade intensiva e heterogênea. Para Deleuze (1991), o bergsonismo oferece uma ferramenta conceitual para pensar não apenas o tempo, mas também a complexidade do real e do virtual.

Em sua abordagem, Deleuze (2011) argumenta que o real não deve ser entendido como algo estático ou acabado, mas sim como um campo de possibilidades em constante devir. Ele introduz o conceito de "virtual" para descrever esse aspecto do real que ainda não se atualizou, mas que contém potencialidades de ser. O virtual não é oposto ao real, mas sim uma dimensão imanente a ele, uma reserva de possibilidades que aguarda ser atualizada através de processos de diferenciação e individuação. (DELEUZE, 1991)

Uma das contribuições mais significativas de Bergson é a crítica aos "falsos problemas". Para ele, muitas das questões filosóficas tradicionais são baseadas em

pressupostos equivocados ou mal colocados, levando a becos sem saída conceituais. Deleuze propõe uma abordagem criativa e experimental para pensar, que rompe com esses falsos problemas e abre novos horizontes de investigação. Isso implica uma constante reinvenção dos conceitos e uma disposição para explorar territórios filosóficos ainda não mapeados.

Assim, ao examinar a pesquisa de Deleuze (1991) sobre o bergsonismo, somos convidados a repensar nossa compreensão do tempo, da realidade e dos problemas filosóficos. A noção de virtualidade nos leva a reconhecer a multiplicidade e a potencialidade do real, enquanto a crítica aos falsos problemas nos incentiva a adotar uma postura mais criativa e experimental na investigação filosófica.

E com o auxílio dos fundamentos de Deleuze, o objetivo geral dessa pesquisa é analisar e compreender como os avatares atualizam-se nas diferentes experiências tecnoculturais e para isso teremos os objetivos específicos que são: entender o contexto da tecnocultura contemporânea, questionar a convergência do avatar em diversas representações digitais, compreender o contexto dos avatares nas publicações digitais e entender a cultura da convergência e os mundos imaginários em que os avatares estão inseridos. Para isso vamos dialogar também com Jenkins e Levy sobre a convergência midiática, indagar a arqueologia dos imaginários em que elas estão inseridas conforme Kluttenberg e analisar casos de avatares através das constelações de Benjamin

Com base no que foi apresentado anteriormente esse trabalho terá o percurso estrutural de contextualizarmos o termo avatar e sua usabilidade dando início com as pinturas rupestres, passando pela primeira criação de imersão digital com o Second Life e analisando ações de empresas relacionadas a vida digital e equipamentos tecnológicos para essa experiência.

Em relação ao referencial teórico iniciamos com uma análise aos mundos imaginários digitais e aos mundos convergentes e o referencial metodológico temos a presença de Kluttenberg quando citamos arqueologia dos imaginários e as constelações benjaminianas que deu largada ao nosso processo metodológico que aplicamos a constelação e coleção em três momentos, sendo eles: habitantes digitais, eu digital e os contágios.

Está organizado em 6 capítulos no 2 chamei de avatarização, no qual focamos em um processo de contextualização do termo e de sua utilização. Em seguida no capítulo 3 entramos no referencial teórico onde falamos sobre os

mundos imaginários digitais e convergentes, dialogamos com Jenkins e Flusser sobre essa convergência de mundos. O capítulo 4 é responsável por contextualizar e descrever nosso percurso metodológico no qual passamos pela arqueologia do imaginário com as pesquisas de Kluttenberg e as constelações de Benjamin. Já o capítulo 5 é a descrição do percurso metodológico no qual apresentamos o resultado da nossa pesquisa através de três constelações e o capítulo 6 é as nossas considerações finais.

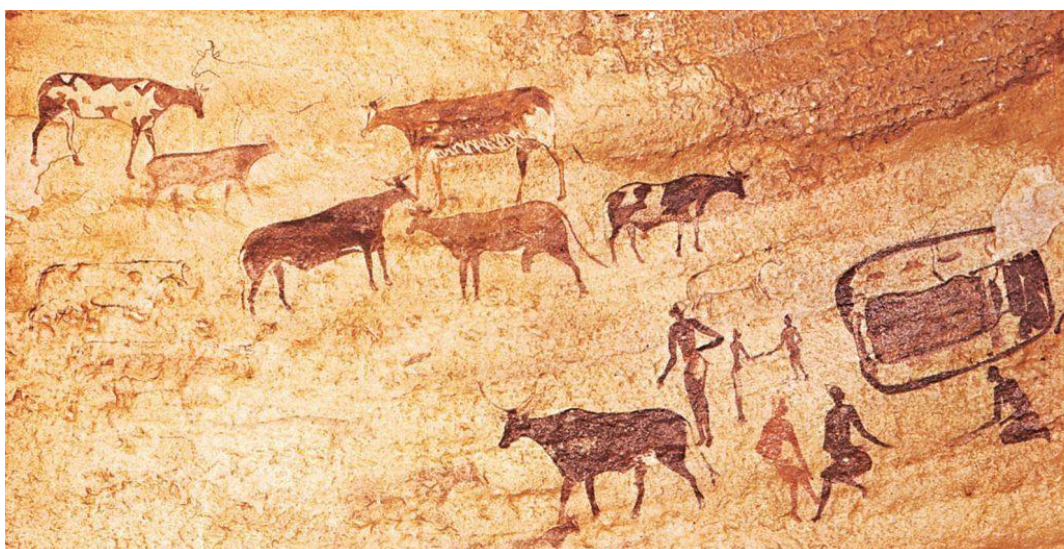
Na introdução foi utilizado por mim a escrita em primeira pessoa, porém vejo a necessidade daqui em diante trocar a voz porque entendo que a pesquisa é feita no diálogo, na colaboração e na Co criação.

2 AVATARIZAÇÃO

É caracterizado e documentado em livros históricos a época em que o ser humano contava suas experiências por meio de figuras, desenhos e rabiscos. Esses registros nos auxiliaram a entender que a humanidade registra a sua evolução e com o tempo foi modificando à sua maneira de contar esses fatos.

Os pioneiros em contar histórias foram os hominídeos. no período entre os anos de 40 mil a.C. e 8 mil a.C. As pinturas rupestres (Figura 1) representavam animais que eram vislumbrados pelos humanos para realizar a caça. Segundo historiadores¹ as pinturas tinham o objetivo de apresentar o poder sobre os animais e quanto mais realista o desenho mais poder se tinha.

Figura 1: Figuras Rupestres



Fonte: Acrilex²

Em meados do século XIX, foi realizado as primeiras tentativas de representação 360°, dessa forma o espectador teria a possibilidade de uma imersão no local em que não está presente e dessa forma impor a telepresença. Na Figura 2 temos como exemplo dessa ação a pintura da “A Batalha de Borodino” em 26 de agosto de 1812. Terceiro Ataque Francês, 1913 e na Figura 3 temos a cavalaria francesa e russa se enfrentando atrás do reduto de Raevsky.

1 Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/historiageral/a-arte-rupestre.htm>

2 Disponível em: <https://acrilex.com.br/acrilex-cultural/pintura-rupestre/> Acessado: em 31 de julho de 2023

Figura 2: Pintura de Franz Alekseevich Roubaud



Fonte da Figura: Site Meeisterdrucke

Figura 3: Detalhes da pintura panorâmica de Roubaud

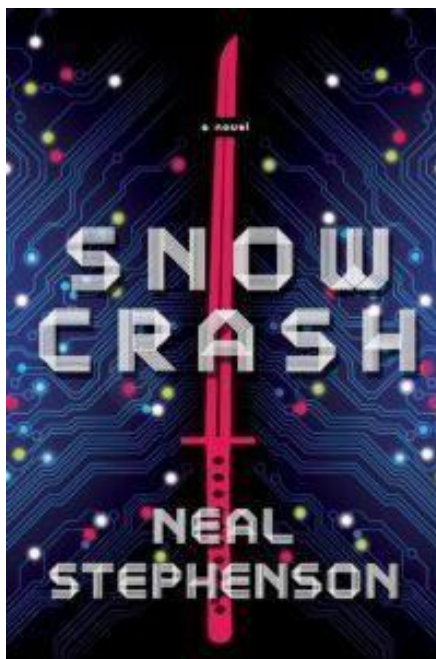


Fonte da Figura: Site História Militar em debate:

Ao contrário do que muitos pensam, o fato de se imergir em uma arte ou um fato para entender o seu conceito não é uma novidade, a única diferença é que atualmente esse fato é contado em um mundo virtual através da Realidade Virtual (VR) com aparelhos com a tecnologia imersiva (Oculus Quest é um exemplo), desktop ou através de dispositivos móveis.

O termo metaverso é relativamente novo sendo citado pela primeira vez no livro Snow Crash do Neal Stephenson (Figura 4) no ano de 1992, o livro contextualiza que o metaverso é uma rede de mundos virtuais tridimensionais que permite a interação social com outros habitantes de todo o mundo.

Figura 4: Livro pioneiro no termo metaverso



Fonte: Google

Não podemos deixar de mencionar *Neuromancer* (1984) de William Gibson que destacou o termo *matrix*. Navegar na internet é “surfear” pelo ciberespaço plugando-se a mente biológica a um dispositivo eletrônico. A mente entra em uma realidade paralela, tal imaginário, é inspirador para os dispositivos de realidade virtual. Apesar de não utilizar especificamente o termo metaverso Gibson fornece as bases ficcionais para pensar um mundo imaginário interativo forjado em bits, inclusive com uma representação de um avatar nesta realidade, entende-se neste trabalho (que será dialogado posteriormente) que o termo avatar são representações digitais de forma personificada (ou não) em ambientes virtuais. Essa definição vem através da pesquisa de Bergson (DELEUZE, 1966) no qual o modo de ser (neste caso fazendo ligação a um avatar) não são limitadas a formas estáticas, dando liberdade de serem modificadas e adaptadas conforme a intenção do usuário que está conduzindo aquela representação. Esse formato nos permite transcender limitações físicas e explorar diversas formas de interação interpessoal.

O século XXI é marcado por um grande salto de evolução humana no qual nunca se teve tanta tecnologia para se alimentar uma história e para explicar o mundo e suas ficções de futuro. Schlemmer e Backes (2008) definem como mundos paralelos algo que é construído pela própria comunidade e o que não é idealizado em termos de substituição, mas de uma coexistência em relação a vida humana. A

constituição desses novos ambientes é referente a um universo no qual Levy define como cibercultura. A Figura 5 retrata de forma visual essas definições de Schelemmer e Backes, onde nós temos duas constituições que é a humana e a idealização coexistente, quando elas se cruzam ocorre uma coexistência permitindo que seja apresentado o mundo paralelo. Esse mundo nos traz a interpretação de universos distintos vivendo em conjunto como o caso de avatares de marcas com interações no mundo físico que vamos falar no capítulo 3.

Figura 5: Constituição do mundo paralelo



Fonte: Criado pela autora

Mas também temos acesso a pesquisa de Manuel Castells (2013) no qual define no seu livro “Sociedade em Rede” esse universo como consequência desses novos mundos. Nós temos o surgimento de novas tecnologias e novos formatos de representação como o uso de símbolos e de personificações (SCHLEMMER, BACKES 2008)

Mel Slater (2022) defende que o usuário é um participante desse ambiente pois ele realiza interações nele e não os usa. Mas além disso, Slater defende que o participante não usa o VR mais do que usa o espaço 4D real.

Com base nessas definições, o metaverso é uma tecnologia que constitui o ciberespaço, ela materializa o meio de mundos digitais 3D, possuindo a diferença de um espaço de viver, mas ao mesmo tempo pode ser convivido paralelamente com o universo contemporânea. (SCHLEMMER, BACKES 2008).

É importante destacar que o metaverso pode ser um ambiente de total imersão com conexões cognitivas ao ser humano tendo mais naturalidade com o uso de aparelhos de realidade virtual (SCHLEMMER, BACKES 2008), os mais

conhecimentos são os Óculos Quest criado pela empresa Meta. Porém existe ferramentas que possibilitam interações interpessoais sem a imersão com a utilização dos óculos VR como o Gather e Hubs Mozilla por exemplo. Seria um mundo físico dentro do espaço virtual ou vice e versa.

Para se ter um processo completamente imersivo é necessário um investimento financeiro expressivo, com isso foi desenvolvido plataformas paralelas (além do Gather e do Hubs Mozilla citados anteriormente) que propõem uma utilização dessa tecnologia parcialmente.

Entendo e concordo com Slater, Schelemmer e Backes porém é válido ter embasamento teórico mais robusto para se ter uma definição estabelecida do que é metaverso. O pesquisador Sbardelotto (2023) defende que esse termo dá referência a um ambiente digital tridimensional e dinâmico, esse ambiente via além da mídia tradicional, dando o acesso à informação através das interfaces bidimensionais (textos e imagens).

Temos também o diVerso: Laboratório de Estudos sobre Metaverso ³idealizado pela ITS Rio que tem como objetivo mobilizar contribuintes e interessados no metaverso para contribuir com o ponto de vista sensorial que o metaverso possibilita. O laboratório define o metaverso como “a convergência do mundo físico com o mundo digital, consolidando, portanto, um espaço virtual onde as pessoas, interagindo por meio de “avatares”, poderão trabalhar, socializar e consumir”, ⁴porém é possível definir que a tecnologia metaverso é seletiva em relação aos consumidores, usuários e amantes da tecnologia.

Neste trabalho, concordamos com todas essas definições, pois, cada usuário consegue ter um olhar e uma definição conforme a sua experiência com características similares como à convergência imagética, a ambientação digital através de interfaces. Na carta aberta de Zuckerberg, ⁵o CEO do Facebook definiu o metaverso como “o novo capítulo da internet” (ZUCKERBERG, 2021, n.p., tradução literal)

Destacamos que compreender os conceitos de metaverso trouxe uma inquietação e uma curiosidade para focarmos em um aspecto específico que são as

³ diverso- Laboratório de Estudos sobre Metaverso.

Disponível em: <https://itsrio.org/pt/projetos/diverso-laboratorio-de-estudos-sobre-metaverso/>

⁴ Citação disponível em: <https://itsrio.org/pt/projetos/diverso-laboratorio-de-estudos-sobre-metaverso/>

⁵ “Mark in the metaverse. Face-book’s CEO on why the social network is becoming ‘a metaverse company’.” Entrevista concedida a Casey Newton. The Verge, [s. l.], 2021a. Disponível em: https://is.gd/verge_zuckerberg Acesso em: 30 abr. 2023.

representações digitais nestes ambientes, a questão da avatarização. O termo avatar teve início nos vídeos games onde as representações precisavam da sua criação para o decorrer do jogo, porém com o tempo, foi evoluindo a utilização desses avatares para fora das gamificações. Tivemos intensificação do termo ao trazer as representações virtuais similares as reais das pessoas no mundo físico. O cabelo, corpo, jeitos fosse o mesmo para que assim o ser humano estivesse 100% representado nos games virtuais pois o seu pensamento e opinião seriam de si próprios para as interações necessárias.

Com isso o foco principal desse estado da arte se dá ao modo de se avatarizar no qual o usuário busca plataformas com similaridades a tecnologia do metaverso como forma de estar/viver a vida virtual paralela com a física. Com isso, vamos dialogar sobre a plataforma Second Life que foi pioneira no uso imersivo 3D, as iniciativas da principal empresa de comunicação social virtual Meta e citaremos representações e demonstrações dessas tecnologias dentro do entretenimento mundial.

2.1 SECOND LIFE

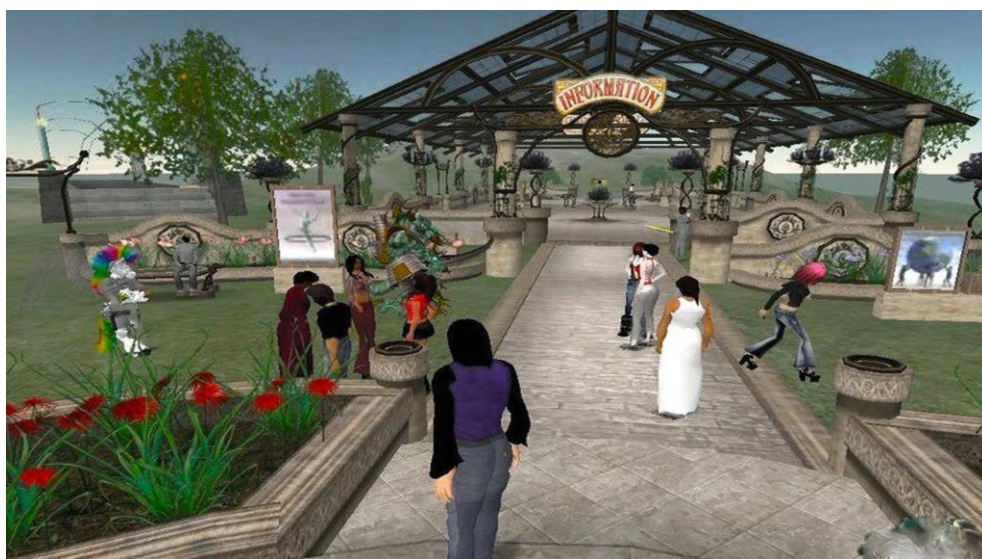
Se tratando de pioneirismo dentro do universo 3D imersivo nós temos o Second Life que foi um software idealizado em meados de 1999 por Philip Rosedale, mas realmente desenvolvido em 2009 pela empresa norte-americana Linden Lab.

No software os participantes transitam em um universo capitalista digital pois foi usado como um simulador social para criação de redes (SCHLEMMER, BACKES 2008). A sensação de pertencimento e uma nova vida em comunidade foi possível pela sua imersão e telepresença do participante. SCHLEMMER E BACKES (2008) chamam a convivência no Second Life de uma nova convivência que possui a sigla de CDV, Convivência Digital Virtual. Com base em Schlemmer e Backs (2008) a CDV se trata de uma criação virtual (avatar) mas a troca de comunicação e a convivência com outros usuários de tratam em um ambiente digital.

Porém se tratando da plataforma, o seu único objetivo é proporcionar interação entre os usuários presentes na plataforma digitalmente. Para dar início a vida virtual dentro do Second Life o usuário pode customizar seu avatar de forma representativa ou não pois existe a possibilidade de alterar aspectos físicos como

etnia, olhos, peso e altura por exemplo. Na Figura 6 podemos observar a vista do usuário dentro da plataforma, a visualização é na terceira pessoa comum olhar 180º grau do cenário em torno do personagem, porém também é possível ter uma visualização dos personagens ao mesmo momento do que é vivenciado. A troca entre os usuários também é de forma imediata tendo assim uma experiência simultânea com a real, a vida física e a vida nos bits.

Figura 6: Dentro do Second Life



Fonte: Tectudo

A localização dentro da plataforma é realizada mediante a ilhas que inicialmente remetem a ilhas tropicais, porém o espaço é de um tamanho representativo pela plataforma de tecnologia Tectudo com os continentes reais. Na Figura 7 nós conseguimos ter um olhar sobre o cenário criado dentro do Second Life pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) de São Leopoldo cidade no estado do Rio Grande do Sul.

Figura 7: Ilha Unisinos I Second Life



Fonte: Second Life⁶

Essa gamificação pode ser analisado como um mecanismo de realidade virtual e uma rede social pois os usuários querem interagir com ambientes, fazer compras e adquirir conhecimento, por exemplo.

No decorrer de suas criações possui experiências dentro do Second Life que agregou em diversas experiências imersivas e interativas. Em 2006, uma equipe de cientistas, professores e especialistas em web de São Francisco no Canadá se investiram no ensino de ciências através do Second Life (DOHERTY, 2006). A equipe criou um museu prático chamado “Splo” ⁷para demonstrar o eclipse solar, através do Splo⁷ foi possível a construção e o comissionamento de mais de 50 exposições desde abril de 2006. Na Figura 8 temos um demonstrativo de como foi estruturado o auditório para a visualização desse eclipse, é possível observar diferentes tipos de avatares que apresentam as pessoas, do lado superior esquerdo temos um exemplo de avatar mais ilustrativo, já no centro temos avatares personificados

⁶ Disponível em: <https://secondlife.com/destination/ilha-unisinos> Acessado em: 17 de julho de 2023

⁷ Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Daniel-Livingstone-2/publication/220094900_Second_Life_Education_Workshop_at_the_Second_Life_Community_Convention_San_Francisco_August_20_2006/links/5529929e0cf29b22c9bf5094/Second-Life-Education-Workshop-at-the-Second-Life-Community-Convention-San-Francisco-August-20-2006.pdf?origin=journalDetail&_tp=eyJwYWdlIjoiam91cm5hBERldGFpbCJ9#page=28

Figura 8: Splo



Fonte: O anfiteatro e o eclipse, registro de Torley Linden

Outro projeto idealizado com o Second Life foi o “Camp Global Kids” ⁸uma organização educacional sem fins lucrativos com sede na cidade de Nova York (FELDMAN, 2006). Eles se consideram a primeira organização a construir terras públicas e oferecer atividades dentro do chamado Teen Second Life. Esse projeto se tornou um lugar para os residentes adolescentes conversarem e trocarem questões sociais e assuntos mundiais.

A construção do projeto foi realizada a quatro mãos, ou seja, os organizadores da Global Kids mas também os adolescentes participantes que realizaram uma construção que inclui um labirinto de conteúdo do mundo real brindes relacionado aos relacionamentos com o conteúdo e alinhado a isso agregara uma visitação presencial.

Mesmo tendo a sua popularidade deixada de lado, o Second Life oferece um ambiente de ensino e aprendizagem e com potencial para diversos projetos de pesquisa assim como também a evolução da tecnologia utilizada que é o assunto principal desta pesquisa.

Porém no decorrer do tempo a simples interação entre usuários ficou ultrapassada onde os jogadores gostariam de mais funcionalidades visto que as simples possibilidades de interação foram replicadas em outros aplicativos e para dar andamento no seu processo no Second Life era necessário fazer investimentos

⁸ Disponível em: <https://radar.gsa.ac.uk/7843/1/SL%20Ed%20Workshop%20SLCC%202006.pdf#page=20>

financeiros e os jogadores não estavam cientes do potencial lucrativo do ambiente virtual e com isso pararam de utilizar essa plataforma.

Nos capítulos a seguir irei citar e descrever formas diferentes de que marcas desenvolveram ativações de marketing dentro do metaverso ou até mesmo a utilização de avatares para representar a marca.

2.2 EMPRESA META E OUTRAS INICIATIVAS

Constantemente é notável transformações tecnológicas e comportamentais, impactando em um grande avanço nas mídias digitais. Ter sucesso nos conteúdos postados em rede é obter atenção do usuário, Silvio Alvez (2018) defende que “as narrativas midiáticas surgiram como uma alternativa eficiente para aliviar ou mitigar obstáculos” e visivelmente concluímos que essa evolução midiática é exponencial com base na utilização e importância dos dispositivos móveis na vida da sociedade.

Em uma pesquisa realizada em parceria com a SMWSP-Futech⁹, é apresentado os principais investimentos e apostas para o ano de 2021. Nessa pesquisa demonstra que as principais tecnologias de interesse de agências e marcas para começar a utilização são: chatbots com 26%, inteligência artificial com 24% e Realidade Virtual e Aumentada (que foi utilizada como uma única categoria) com 22%. É possível observar que, em um ano onde ocorreu um aumento dos e-commerces devido à pandemia. é notório a relevância para essas tecnologias.

Atualmente podemos encontrar com facilidade marcas que estão investindo em Realidade Virtual e essa atitude tem o objetivo de melhorar a experiência de marca perante o usuário. Temos um exemplo que teve grande repercussão no início de 2021 em rede nacional com realidade aumentada, quando a C&A realizou um desfile utilizando a tecnologia no reality show Big Brother Brasil da emissora Globo¹⁰, esse desfile ocorreu ao vivo para os participantes do programa onde o país se encontrava em lockdown por conta da pandemia. Outra empresa também do ramo do varejo em que recentemente investiu na tecnologia foi a Renner, onde lançou camisetas com estampas inspiradas no jogo digital League of Legends ¹¹essas

9 Pesquisa com equivalência ao ano de 2021 chamada Perspectivas para o Mercado Digital disponível em: https://contents.mlabs.com.br/pesquisa-perspectivas-mercado-digital-2021?_ga=2.93926740.893296640.1711757422-1697292857.1711214108

10 Disponível em: <https://adnews.com.br/ca-e-globo-promovem-acao-inedita-de-realidade-aumentada-no-bbb-21/> Acessado em junho de 2022

11 Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/voxel/227762-league-of-legends-renner-lanca-camisetas-realidade-aumentada.htm> Acessado em junho de 2022

estampas eram ativadas através da leitura de um QR Code e apresentava uma interação para o consumidor com base na estampa escolhida.

Essa tecnologia não está sendo utilizada somente para fins econômicos e culturais, mas também para progressos esportivos. Lebron James, Drake e Naomi Osaka que investem na empresa StartusPro que tem objetivo de utilizar a realidade virtual e realidade aumentada com os dados dos jogadores e criar produtos de treinamento e engajamento dos torcedores.¹²

O impacto no mundo digital e tecnológico que pode ser responsável pela alta busca do termo metaverso e de suas tecnologias agregadas foi a mudança do conglomerado Facebook para Meta, dando ênfase ao seu planejamento a médio prazo de investimento do mundo do metaverso (TILT, 2021)

Além da mudança de nome, Mark Zuckerberg já informou sobre o novo produto que iniciará essa expansão da Realidade Aumentada que pretende personalizar com avatares, mas também será necessário utilizar equipamentos específicos, que também foi desenvolvido pela empresa Meta. Mark usou a estratégia da alta visibilidade e repercussão do seu anúncio para publicar nas redes sociais um dos aparelhos para melhorar a experiência das pessoas no metaverso, esse produto seria uma luva que dará ao usuário a sensação de toque e sentir objetos virtuais ¹³na Figura 9 temos a postagem do proprietário do conglomerado Meta realizada em maio de 2022, ele postou um vídeo em sua rede social no qual “borra” o outro produto que agregará aos seus planos tecnológicos.

12 Disponível em: <https://portalrapmais.com/drake-lebron-james-naomi-osaka-investem-em-empresa-de-tecnologia-e-jogos-esportivos/> Acessado em junho de 2022

13 Disponível em: <https://tecnologia.ig.com.br/2021-10-28/metaverso-mark-zuckerberg-facebook.html>

Figura 9: Instagram – Mark Zuckerberg



Publicação realizada pelo CEO da Meta para antecipar o lançamento futuro da marca ligado ao metaverso. Fonte: Instagram

Mas não é somente o Facebook que está investindo nesse universo, a empresa neozelandesa *Soul Machines*¹⁴ criadores da Sam, a primeira avatar digital da empresa no qual interage com as pessoas. Ela é capaz de responder em tempo real e isso nos traz a reflexão de que já pode existir uma possível humana a povoar o novo universo do Mark Zuckerberg.

Temos no mercado outras empresas que também já investiram nesse universo, como a Nvidia que possui parceiros como a Dell Technologies e Lenovo para distribuir o software que ajuda desenvolvedores a criar o mundo virtual¹⁵. Nike e Microsoft¹⁶ também estão mirando este universo onde a empresa do varejo solicitou registro para utilização da sua marca e dos seus produtos de forma virtual.

Conforme as pesquisas abordadas anteriormente a realidade virtual e aumentada são tecnologias que mais crescem atualmente se tratando pelo uso e investimento de empresas,

Além de representações projetadas em uma adaptação da realidade aumentada, nós também temos as representações virtuais 3D por meio de avatares, a possibilidade de você ter uma persona dentro do ambiente tridimensional foi uma característica que foi extraída para o mundo real.

14 Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2021/10/27/internet-e-redes-sociais/pessoas-digitais-vao-povoar-o-metaverso-empresa-acredita-que-sim/#:~:text=A%20empresa%20neozelandesa%20de%20tecnologia,natural%20aos%20olhos%20do%20p%C3%ABlico.>

15 Disponível em: <https://exame.com/inteligencia-artificial/dell-anuncia-novo-portfolio-de-ia-generativa-para-negocios/>

16 Disponível em: <https://exame.com/future-of-money/virou-moda-depois-de-facebook-e-microsoft-nike-tambem-mira-metaverso/>

2.3 REPRESENTAÇÕES SIMILARES

Com base nas oportunidades que o metaverso possibilita para as marcas e empresas, um estudo feito pelo *The Corporate Hitchhiker's Guide to the Metaverse* (Bobier, Jean-François, et al.2022) ¹⁷informou que se estima um salto de 250 bilhões para 400 bilhões de dólares em investimentos na tecnologia até 2025. Esse investimento poderá impactar exponencialmente as áreas de economia de ativos virtuais, informações e comunicação, hardwares e softwares de AR (realidade aumentada), VR (realidade virtual) e mixada e infraestrutura de rede.

Essa oportunidade comercial beneficia diretamente não só a geração atual, mas também as próximas, pois fornece facilitadores tecnológicos como 5G, WIFI e novos sistemas operacionais como lojas de aplicativo e de criação de conteúdo.

O ecossistema virtual é ampliado e novos produtos vão ser apresentados para movimentar o comércio como aplicativos, programas e equipamentos que auxiliam na imersão na plataforma. Essa ampliação poderá render em torno de 50 bilhões de dólares conforme projeto no estudo da BCG (Boston Consulting Group). ¹⁸Conforme Figura 10 conseguimos observar que o metaverso utiliza três tecnologias bases que podem ser utilizadas. Essas tecnologias são os M-Worlds que é o local onde está reunindo os milhões de usuários podendo ser também chamado como os territórios virtuais, também as tecnologias imersivas como a realidade virtual (VR), realidade aumentada (AR) e a realidade mixada (MR) são headsets que evoluem a distribuição dos dispositivos e da tecnologia como por exemplo o Meta Quest da empresa Meta e a tecnologia *Assets Virtual* que são abastecidos por uma tecnologia chamada Web3 que é uma inovação na qual permite a troca e compra de objetos.

O termo metaverso foi mencionado 84 mil vezes em redes sociais ao longo de 2021 de acordo com a pesquisa realizada pelo *Comscore*¹⁹, o metaverso pode ser considerado uma realidade mixada pois está dentro das características de realidade aumentada e realidade virtual.

Porém, o primeiro mundo virtual é um *Multi-user Dungeon* (MUD) que ocorreu em 1978, com o livro *Snow Crash* conforme citado anteriormente, porém depois disso o metaverso foi palco para outras obras serem conhecidas, um exemplo é o

¹⁷ Disponível em: <https://web-assets.bcg.com/89/23/ae97d6e74e149e5951543b1202d3/the-corporate-hitchhikers-guide-to-the-metaverse-apr-2022-r.pdf>

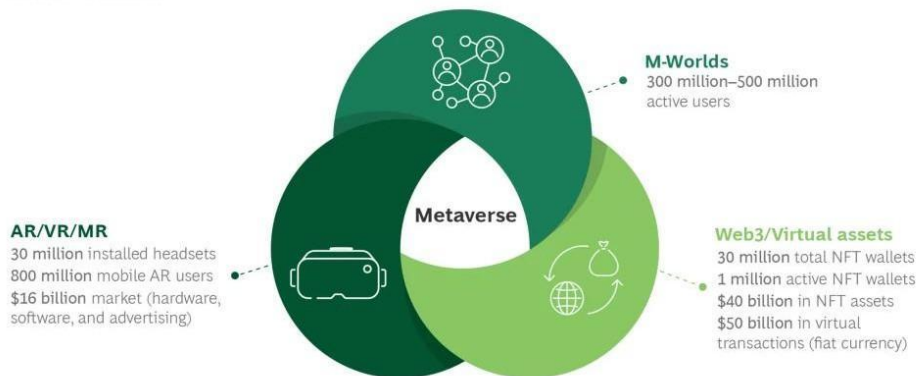
¹⁸ Disponível em: <https://web-assets.bcg.com/89/23/ae97d6e74e149e5951543b1202d3/the-corporate-hitchhikers-guide-to-the-metaverse-apr-2022-r.pdf>

¹⁹ Disponível em: <https://tangerina.uol.com.br/games/o-que-e-metaverso/> Acessado em 18 de julho de 2023

filme Matrix (1999) na Figura 11 e no livro Jogador nº 1 na Figura 12 que também posteriormente foi adaptado para o cinema.

Figura 10: The Corporate Hitchhiker's Guide to the Metaverse

Exhibit 1 - The Metaverse Lies at the Intersection of Three Technologies and User Bases



Sources: Matthew Ball; Bloomberg; ARtillery Intelligence; Binance Research; BCG analysis.

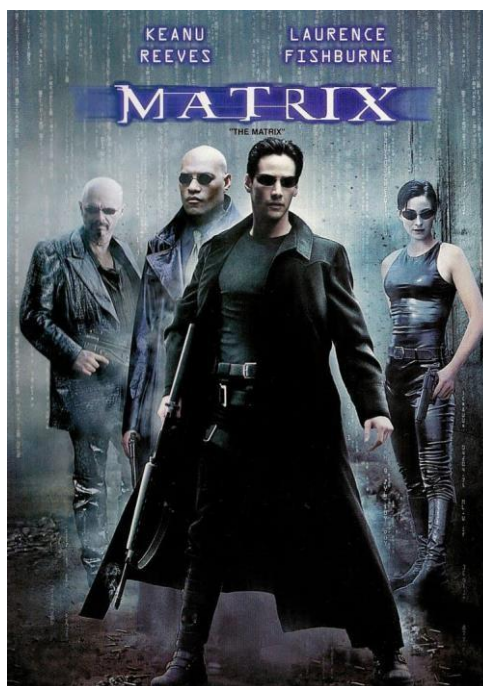
Note: 2021 figures.

Fonte: The Corporate Hitchhiker's Guide to the Metaverse

Na Figura 11 temos o cartaz do filme Matrix, que utiliza o termo "avatar" frequentemente associado aos corpos digitais que os seres humanos conectados à matriz podem habitar enquanto estão em um estado de realidade virtual. Os avatares são criados e utilizados de várias maneiras ao longo do filme: No mundo Matrix, avatares com poderes especiais e o ato de plugar e desconectar os personagens.

No mundo Matrix, os avatares são usados pelos seres humanos conectados à Matrix para interagir com o mundo virtual criado pelos computadores controladores. Nesse mundo simulado, as pessoas podem assumir formas diferentes das de seus corpos físicos reais, tornando-se avatares que variam de acordo com suas preferências ou necessidades. Os avatares dentro da Matrix possuem habilidades especiais, como velocidade sobre-humana, força aumentada e a capacidade de realizar acrobacias impossíveis. Essas habilidades são uma representação dos poderes que os personagens ganham dentro do mundo virtual da Matrix.

Figura 11: Filme Matriz (1999)



Fonte: Adoro Cinema²⁰

E os avatares são acessados pelos humanos através de uma conexão neural, onde um cabo é conectado à parte posterior de suas cabeças, permitindo-lhes entrar e sair da Matrix. Essa ação de "plugar" e "desplugar" os indivíduos é central para o conceito de avatares no contexto do filme.

Já no filme "Jogador Número 1" também conhecido como *Ready Player One* (cartaz do filme e capa do livro na Figura 12), a criação e utilização de avatares são elementos-chave da trama, já que a maior parte da história se passa em um mundo virtual chamado OASIS.

²⁰ Disponível em: <https://www.adorocinema.com/filmes/filme-19776/> Acessado em: 18 de julho de 2022

Figura 12: Jogador número um



Fonte: Amazon ²¹ e Seu lado Geek ²²

No universo de "Jogador Número 1", o OASIS é um vasto mundo virtual onde os usuários podem escapar da realidade e assumir avatares de sua escolha (lembrando a utilização do metaverso). Esses avatares variam amplamente em termos de aparência, habilidades e personalização, permitindo que os usuários sejam quem eles quiserem ser dentro do ambiente virtual.

O protagonista, Wade Watts, possui um avatar chamado Parzival dentro do OASIS. Este avatar é sua representação virtual e é usado por Wade para participar de competições e aventuras dentro do mundo virtual.

Grande parte da trama do filme gira em torno de uma competição dentro do OASIS, onde os jogadores procuram por um prêmio valioso deixado pelo criador do mundo virtual. Os jogadores competem usando seus avatares em uma variedade de desafios e jogos, cada um exigindo habilidades específicas para serem superados.

Os usuários do OASIS podem personalizar seus avatares de acordo com suas preferências pessoais. Isso permite uma ampla gama de expressão e

²¹ Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Jogador-N%C3%BAmero-Um-Duologia-Vol/dp/6555601582> Acessado em: 18 de julho de 2022

²² Disponível em: <https://seuladogeek.com.br/cinema/jogador-no-1/> Acessado em: 18 de julho de 2022

identidade dentro do mundo virtual, já que os avatares podem refletir a personalidade, interesses e estilos individuais de cada jogador.

Dentro do OASIS, os avatares permitem aos usuários assumirem identidades anônimas e escaparem das restrições da vida real. Isso cria um ambiente onde as pessoas podem se conectar e interagir com outras sem as limitações da aparência física ou das barreiras sociais.

Mas se tratando de gamificação temos títulos como The Sims do ano 2000, Second Life de 2003 (citado anteriormente) e Grand Theft Auto Online de 2013 e sucessos da contemporaneidade como Pokemon GO em 2016 e Fortnite em 2017.

Em The Sims (Figura 13), os avatares dos jogadores, conhecidos como Sims, enfrentam uma variedade de necessidades básicas que precisam ser gerenciadas para garantir seu bem-estar e felicidade. Isso inclui necessidades como fome, higiene, sono, diversão e socialização. Os jogadores devem equilibrar essas necessidades para manter seus Sims saudáveis e felizes, o que por sua vez afeta sua produtividade e satisfação geral. Na Figura 13 demonstramos a troca de interação entre os usuários onde pode se ter representações de relações íntimas como um relacionamento entre usuários dentro do The Sims.

Figura 13: The Sims 2000

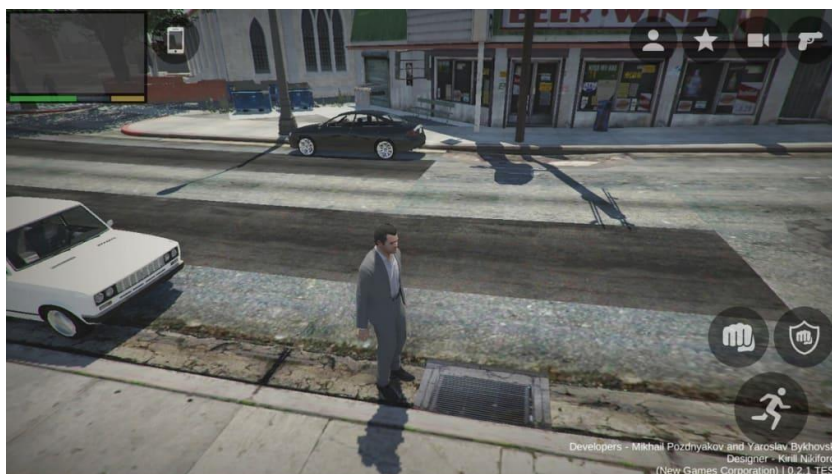


Fonte: The Sims Wiki²³

23 Disponível em: https://www.thesimswiki.com/wiki/The_Sims Acessado em 19 de julho de 2023

Além disso, a personalização do avatar é uma parte fundamental da experiência de jogo. Os jogadores têm a liberdade de criar Sims com características além disso, a personalização do avatar é uma parte fundamental da experiência de jogo. Os jogadores têm a liberdade de criar Sims com características

Figura 14: Grand Theft Auto Online



Fonte: Softonic²⁴

A personalização do personagem é outra característica importante. Os jogadores podem personalizar seus avatares com uma ampla variedade de roupas, acessórios e alterações físicas para refletir seu estilo e preferências individuais. Essa personalização permite aos jogadores criarem personagens únicos e expressar sua identidade dentro do mundo do jogo.

Além disso, Grand Theft Auto Online oferece aos jogadores a oportunidade de participar de atividades criminosas e missões que contribuem para a progressão da história do jogo. Isso inclui desde pequenos delitos até grandes assaltos, cada um oferecendo recompensas e desafios únicos. Os jogadores também podem interagir com outros jogadores em um ambiente multiplayer, colaborando em atividades ou competindo em eventos e desafios.

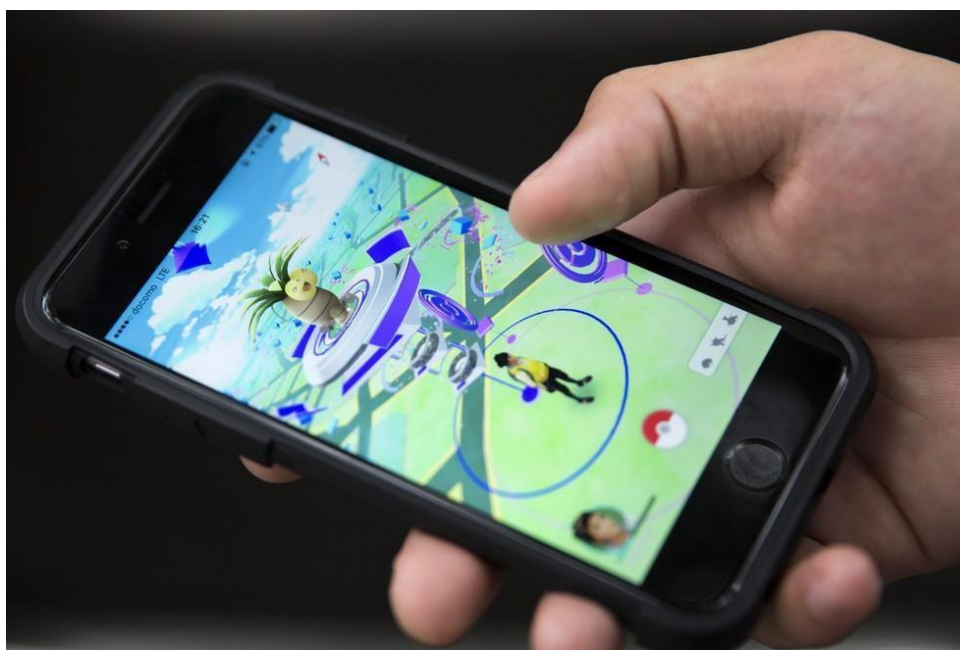
Em Pokémon GO, os avatares dos jogadores precisam lidar com a captura, treinamento e batalha de Pokémon em um mundo que mistura realidade aumentada com jogabilidade móvel. Os jogadores precisam explorar o mundo real para encontrar Pokémon, PokéStops e ginásios, incentivando a atividade física e a exploração ao ar livre.

²⁴ Disponível em: <https://gta-v.softonic.com.br/> Acessado em 19 de julho de 2023

A captura e o treinamento de Pokémon são aspectos centrais do jogo. Os jogadores devem capturar Pokémon selvagens usando suas Pokébolas e, em seguida, treiná-los e evoluí-los para aumentar suas habilidades de batalha. Isso envolve estratégias de tipo, habilidades de batalha e gerenciamento de recursos.

Colaboração e competição são outras facetas importantes de Pokémon GO. Os jogadores podem colaborar com outros para derrotar chefes de raids ou competir em batalhas PvP em ginásios. Essas interações sociais incentivam a formação de comunidades locais e a participação em eventos sociais do jogo. Na Figura 15 é apresentada temos a visualização de como é a interface apresentada na gamificação onde o usuário tem a visualização do seu personagem e do mapa para a caçada Pokemon.

Figura 15: Pokemon Go



Fonte: Globo²⁵

Em Fortnite, os avatares dos jogadores enfrentam desafios relacionados à sobrevivência e competição em um ambiente de batalha PvP. Os jogadores devem coletar recursos e construir estruturas para se protegerem e sobreviverem em um ambiente hostil.

A construção e a sobrevivência são elementos-chave do jogo. Os jogadores devem coletar materiais, como madeira, metal e pedra, para construir estruturas

25 Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/noticia/pokemon-go-niantic-emite-comunicado-apos-criticas-dos-fas.ghtml/> Acessado em 18 de julho de 2023

defensivas, escadas, pontes e fortalezas durante as batalhas. Isso requer habilidade de construção e estratégia para se proteger dos ataques dos outros jogadores e do ambiente em constante mudança.

A personalização do avatar também é uma parte importante de Fortnite. Os jogadores podem personalizar seus avatares com uma variedade de skins, emotes e itens cosméticos para se destacarem no jogo e expressarem sua individualidade. Essa personalização permite que os jogadores criem personagens únicos e se destaquem em meio a uma multidão de competidores.

Além disso, Fortnite é conhecido por sua jogabilidade competitiva e eventos ao vivo que ocorrem regularmente no jogo. Os jogadores podem competir em partidas solo, duplas ou esquadrões, participar de torneios e eventos especiais, e ganhar recompensas exclusivas. Essa competição constante e a evolução contínua do jogo mantêm os jogadores engajados e incentivam o aprimoramento de suas habilidades de jogo. Na Figura 16 possui a visualização em terceira pessoa do usuário mostrando como é a visualização do jogador com suas habilidades e ferramentas para que ocorra a participação nos eventos e desafios.

Figura 16: Fortnite



Fonte: Screenshot of Fortnite ²⁶

Esses games possuem propostas diferentes de metaverso, o The Sims tem o objetivo de criar todas as etapas de uma vida com pequenas missões, já o Second Life só tem como objetivo a interação interpessoal.

²⁶ Disponível em: <https://www.mobygames.com/game/104208/fortnite-battle-royale/screenshots/playstation-4/954703/> Acessado em 18 de julho de 2023

Porém, uma característica interessante é que cada jogo digital possui suas particularidades diferentes de metaverso de acordo com a época no qual foi lançado, afinal estamos tratando de uma rearticulação digital no qual destaca a constante evolução e expansão da tecnologia. A mesma criação, mas de forma diferente de apresentação, Imersividade e experiência. Podemos trazer aqui novamente o que Bergson (DELEUZE, 1966) cita anteriormente sobre o modo de ser um avatar e com base nessa interação do usuário x máquina x outro usuário é possível além de ter interações sociais e a troca de conhecimento, cultura e até mesmo consumo o que faz com que as plataformas se adaptam de acordo com a realidade atual se mutando no decorrer dos usuários e tempos.

A Kantar IBOPE Media analisou os efeitos e propostas da nova palavra “*metaverso*” logo após o investimento de US \$150 milhões do conglomerado Meta para desenvolvimento de um ambiente que amplie a realidade atual. Nas pesquisa do Kantar²⁷ foi identificado que 6º dos internautas no Brasil passam tempo em ambientes virtualidades (Second Life e World of Warcraft), porém também foi identificado os *early adopters* que são usuários da vanguarda dispostos a consumir produtos e serviços de tecnologias, esse usuário resultou em 90% dos entrevistados.

A convergência dos mundos físicos e digitais foi oportuno as marcas em ações de marketing até por que 78% dos usuários em ambientes virtuais gostam de serem impactados por anúncios relacionados ao que visitam e consomem (KANTAR IBOPE, 2021).

Com base na abordagem anterior ao metaverso entende-se que esses mundos não são pensados em termos de substituição, mas em uma alternativa de coexistência. Os mundos paralelos são formas que se diferenciam da forma de viver e conviver em uma vida física e concordamos com Schelmmmer (2008, p.442), em que o metaverso possui “caráter real em quesitos privados ou públicos pois é uma ampliação do espaço real.”

Esse trabalho compreende e entende que metaverso é uma tecnologia constituída no ciberespaço (Levy, 1999) e se materializa por meio dos mundos virtuais digitais sendo utilizado pela sociedade em rede (Castells, 2008). Esses mundos virtuais são constituídos por diversas características que em conjunto se

27 Disponível em: <https://adnews.com.br/kantar-ibope-media-lanca-relatorio-sobre-metaverso-e-publicidade/>. Acessado em 18 de julho de 2023

tornam um, mas individualizados não perdem as suas características únicas e a capacidade de levarem a identidade do metaverso em seu “DNA”.

Apresentarei posteriormente arte da avatarização e processo para posteriormente focarmos nos mundos imaginários de Flusser a convergência das mídias de Castells, Jenkins e Levy. Esse olhar e a ligação com o teórico dos autores e pesquisadores dá o contexto ideal para a proposta deste trabalho.

2.4 OS AVATARES

É estabelecido neste estudo que a avatarização do “eu digital” que é definido como a manifestação de uma corporificação (LEVY, 1999), esse corpo tem como objetivo a imersão de telepresença que é o ato de estar presente, porém de forma virtual, essa telepresença possibilita o agir e interagir no mundo. Essa avatarização pode representar as características físicas da persona ou características do seu imaginário.

Neal Stephenson (1992) foi um dos pioneiros na citação científica do termo avatar, ele define que o termo é usado para definir a representação gráfica de um sujeito no mundo virtual. Levy (1993) chama isso do “eu digital” no qual são corpos teologizados e que se organizam em meio a comunidades. Exemplo primário de universo 3D, porém, não imersivo é o The Sims, onde o usuário realiza a imersão e a criação de afeto com o game por conta da sua narrativa de evolução do avatar, também criado pelo usuário

Esse “eu digital” possibilita o caminhar, correr, voar, pular, interagir e se comunicar sendo via chat, vídeo e/ou voz além de outras características que o software em questão possibilite. De acordo com o Bergsonismo (DELEUZE, 1966) o modo de ser se refere à natureza fluida e em constante transformação da realidade. Ele argumenta que a realidade não pode ser completamente compreendida por meio de conceitos fixos e estáticos, mas sim através da intuição e da experiência direta. Essa experiência é possível ser vivida em meio a acessos, participações e conexões, isso alinha aos avatares pois a compreensão é realizada quando é obtida a experiência de convivência com as personificações do seu “eu digital” ou o digital de algo ou alguém. Além disso, estamos em contante movimento (virtual e físico

conectado) no qual estamos sendo impulsionados e convidados a ser imagens e/ou criarmos personas para a nossa representação online.

No contexto dos avatares, podemos entender que são representações digitais personificadas de um usuário em um ou mais ambientes virtuais. De acordo com Gough (2013) a primeira vez em que a palavra avatar apareceu na língua inglesa foi em 1784. O contexto da época ligada a palavra era dando referência às manifestações da mitologia hindu, onde era ligado ao próprio deus encarnado no formato de avatar. Logo em seguida, esse termo foi passado para os games, onde representa a figura do avatar que permite a habitação do jogador ao metaverso do jogo.

Segundo Lopes (2012) o jogador faz a utilização de ferramentas de forma tecnológica e assim, ocorre a permissão da personificação gráfica do sujeito. Com base nisso, é garantido ao usuário a escolha dos atributos físicos e estéticos. Lopes (2012) também destaca que “constrói-se assim nesse ambiente uma nova perspectiva do “eu no mundo””. Isso reforça os termos e definições utilizadas nessa pesquisa no qual existe o “eu físico” referente a personificação no mundo fora dos bits e o “eu digital” que é a personificação dentro do mundo dos bits.

Dessa forma, o avatar é apresentando para materializar o corpo virtual com sua relação subjetiva. Le Breton (2003) acredita que a fronteiras nos mundos são realizadas com base no corpo que se apaga, já que as demais características como face, toque e corporificação são configuradas somente na interface.

Essas representações são fluídas e mutáveis, onde permite ao usuário assumir diferentes identidades ou personificações quando ele desejar isso faz com que ocorra uma representação não somente em suas interações verbais e em ações dentro da plataforma, mas também de forma visual, pois, não são considerados entidades estáticas. As modificações e adaptações realizadas pelos usuários de acordo com suas interações e intenções. Os avatares nos ambientes digitais nos permitem transcender nossas limitações físicas e explorar novas formas de ser e interagir.

Assim, os avatares podem ser vistos como manifestações de uma espécie de modo de ser fluido e em constante mudança. Algo que existe em potência e que se manifesta de várias formas. Eles encapsulam a ideia de que a identidade não é fixa, mas sim uma construção flexível e adaptável. Os avatares nos permitem

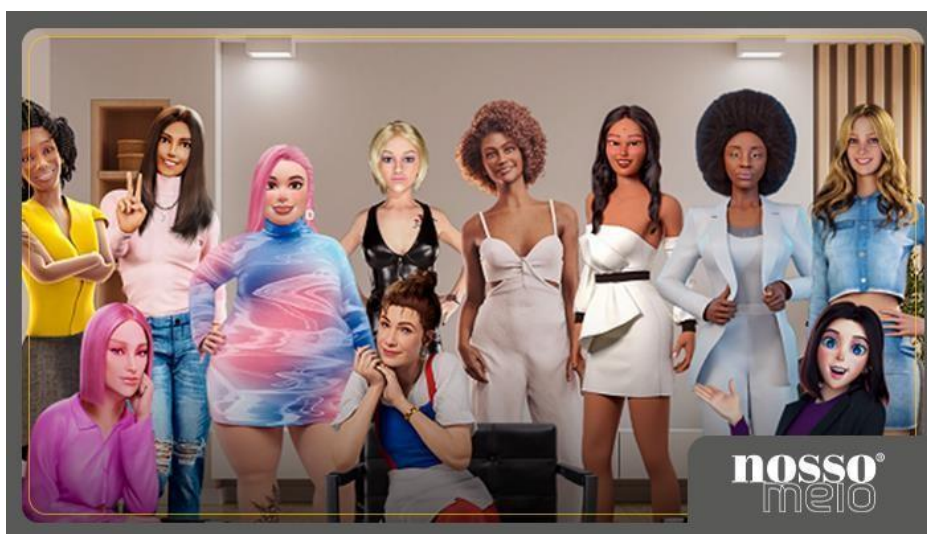
experimentar diferentes aspectos de nós mesmos e explorar diferentes possibilidades de existência.

É importante ressaltar que, apesar da fluidez e mutabilidade dos avatares, eles também refletem uma extensão da identidade e das intenções dos usuários. Embora possam ser diferentes da nossa aparência física ou do nosso eu cotidiano, eles ainda são uma expressão de quem somos ou de quem gostaria de ser dentro desses espaços virtuais.

Em suma, podemos entender os avatares como manifestações do modo de ser fluido e em constante transformação. Eles nos permitem explorar diferentes identidades e possibilidades dentro dos ambientes digitais, refletindo a natureza mutável e adaptável da realidade

Com a alta visibilidade para metaverso, diversos influenciadores digitais começam a se representar por meio de avatar com a finalidade de auxiliá-los em publicidade, visibilidade e engajamento não somente para fins rentáveis, mas também para causas sociais. Temos um exemplo disso na ação realizada no dia da mulher em 2023 no qual foi reunido diversas influencers digitais virtuais femininas brasileiras em parceria com a marca Leite Moça. Na ação da marca foi aberto um espaço nas redes sociais das donas desses avatares para mulheres reais falarem sobre desafios em seu ramo profissional a Figura 17 é o registro dessa união e acordo entre as influencers.

Figura 17: Ação de influenciadoras brasileiras – Dia da Mulher 2023



Fonte: Site Nosso Meio

Essa homenagem no dia da mulher deu abertura para as redes sociais das próprias avatares virtuais para mulheres contarem seus desafios na área profissional. Além disso, foi realizado no Instagram na marca Moça uma live com mulheres de diversas áreas de atuação para debater sobre sororidade, empreendedorismo e o mercado de trabalho.

3. MUNDOS IMAGINÁRIOS DIGITAIS E CONVERGENTES

A ascensão da era digital trouxe consigo uma profunda transformação na maneira como concebemos e interagimos com os mundos imaginários. Estes, por sua vez, têm desempenhado um papel fundamental na construção e compreensão das realidades sociais e culturais. No âmbito da comunicação, a exploração desses mundos imaginários digitais e convergentes torna-se cada vez mais relevante e instigante.

Este capítulo se propõe a explorar os intricados caminhos percorridos pelos mundos imaginários digitais e convergentes, desdobrando-se em três principais abordagens: Os Mundos Imaginários, Os Mundos Convergentes e "Mundos Convergentes Imaginários.

3.1 OS MUNDOS IMAGINÁRIOS

Como parte do fundamento teórico desta dissertação, Flusser (2002) se faz presente pela sua pesquisa que apresenta a relação entre imagens e imaginário, no qual o pesquisador problematiza o lugar da racionalidade, da consciência e da autonomia nas sociedades contemporâneas.

Flusser (2002) defende que o homem existe como sujeito quando ele vê, sente ou escuta uma “representação” não somente de uma intuição, mas também de uma imaginação (FLUSSER, 2022, p.71). Com base nisso, o autor não reconhece diferença significativa na imagem e realidade. Flusser não concorda com o termo “simulação” no uso de representações através da imagem, para o autor é uma ideia do real de forma insustentável.

Flusser nos apresenta o termo imaginação, no qual é citada pelo mesmo como “a capacidade de fazer e decifrar imagens” (FLUSSER, 2022, p.7), é defendido nessa tese a utilidade de caráter mágico das imagens e o poder de substituírem cenas de momentos físicos (também chamado de reais), dessa forma, ocorre uma compreensão do mundo ou do que quer se passado ao mundo. Entretanto Flusser também destaca os riscos de idolatria na situação no qual “o homem ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função da imagem.” (FLUSSER, 2022, p.9).

Para que essa definição e teoria seja mensurada e sustentada, será utilizado da analogia de Vilem Flusser de 2011 chamado *Vampyroteuthis infernalis* ²⁸no qual o autor explora o imaginário do mar e se suas criaturas para pensar nas tecnologias digitais e dos fluxos técnicos da contemporaneidade. Esse trabalho de Flusser foi escolhido para dar fundamento a este trabalho visto que sua reflexão é fundamental sobre a identidade em relação aos aparatos tecnológicos digitais.

Vilem Flusser aborda três complexos principais: o primeiro é a complexidade dos códigos e a sua tradução ao intercultural, o segundo é o debate em volta do tema alienígena e na estranheza em relação as figuras alteridades e o terceiro que é o que nos interessa nesse momento é o imaginário do oceano com o foco nos octópodes (Figura 18). Nós vamos focar apenas nos pontos um e três para que não ocorra a perda do foco deste trabalhando podendo assim abrir novos questionamentos e indo para caminhos opostos ao proposto.

Figura 18: Octópode



Os octópodes também são socialmente conhecidos como polvos. Fonte: CS Monitor²⁹

O ponto relevante para essa reflexão proposta é que Flusser desenvolve de forma continua a questão de como diferentes culturas e esferas culturais se movimentam entre si. Essa interação existe entre um intervalo da imaginação da ficção e afirmações da ciência. Entre esses dois campos (ciência e ficção) é

²⁸ Livro disponível em: <https://www.amazon.com.br/Vampyroteuthis-Infernalis-Vil%C3%A9m-Flusser/dp/853910315X>

²⁹ Disponível em: <https://www.csmonitor.com/The-Culture/In-a-Word/2019/0702/An-octopus-has-many-arms-and-also-plural-forms>
Acessado em: 29 de dezembro de 2023

defendido pelo pesquisador a ideia de que a ciência contemporânea é participativa também de uma ordem imaginativa ficcional.

É compreensível esse ponto pois é considerável que a ciência poderia ser absolutamente desinteressante se almejasse produzir apenas proposições de diálogos platônicos e o pesquisador sugere “a totalidade dos edifícios da ciência é uma ficção” (FLUSSER, S/data: p.1). Para Flusser o conhecimento é uma função do interesse e/ou se for permitido estender a argumentação. A teoria do conhecimento de Flusser é o desenvolvimento de uma capacidade imaginativa (FLUSSER, s/data, p.2) no qual possui a estratégia de imergir no ficcional para encontrar o não-ficcional.

Em sua análise Flusser afirma que em uma comunicação com alienígenas teria uma dificuldade para a formulação desse diálogo tendo em vista uma outra espécie de outro planeta, diferente de um ser humano que vive no mesmo ambiente e compartilha histórias e destino ontológicos. Com base nisso, podemos estabelecer uma analogia dessa adaptabilidade de com o ser humano em criar um “eu” personagem no ambiente virtual para que seja mais fácil a ambientação, comunicação e entrosamento do mesmo com os demais participantes desse universo.

A analogia está presente nessa reflexão proposta pois é possível criar um personagem no ambiente virtual, porém os seus pensamentos, a sua fala ou a sua personalidade pode ser afetada comparando-a com a do seu criador (usuário), pois, ele estará em um ambiente diferente em busca de uma ambientação diferente da vivida no mundo físico.

Os pensamentos de Flusser giram em torno de realizações e propostas de novas tecnologias. É possível ter a ciência sobre o consumo da sociedade esses novos mecanismos vão além tecnologias e sim de uma nova sociedade temática, novas ciências, novos imaginários e novas potências de criatividade.

Na obra de Flusser “Vampyrotheuthis Infernalis”, foi dada a busca a uma nova filosofia capaz de realizar a tarefa de combinar valores humanistas com perspectiva contemporânea. Considero a ficção filosófica de Flusser uma forma de sintonizar essas novidades dentro da sociedade, uma combinação de ciência e arte. Neste caso a estética se torna um fenômeno da reprodução pois tendo o meu “eu digital” o meu “eu dos meios” se tratando de vida virtual nem sempre é a realidade.

É possível enxergar a obra Vampyrotheuthis como uma possibilidade identitária e de escolha da sociedade tecnológica cibernética, o usuário está constantemente

se reproduzindo em telas, em sua existência virtual e em suas modificações tecnológicas do corpo e da mente estando assim em uma teia de aranha de oportunidades e que o levam ao mesmo ponto.

Com base nisso e na forma com que o usuário define o seu ponto de vista, o faz tomar uma posição e ter o seu lugar ocupado por si mesmo, porém, não existe um ponto de vista único e correto. Assim como Flusser afirma, ele está escapando de uma forma constante das redes de pesca como também as redes epistemológicas (2011, p. 23). Não há porto seguro em tecnologia imersivas, pois elas estão construindo se adaptando e até mesmo solidificado (ou não)

Retomando ao ponto de vista de Flusser e a sua analogia ao oceano, pode-se ligar essa construção ao fato dos discursos e termos utilizados atualmente na cibercultura: Navegar na internet, oceano de dados, rede de dados, ondas de dados ou de dados, mergulhar nas informações, corrente de dados, programas piratas e entre outros.

Com base nessas informações, vivemos em uma cultura líquida e as metáforas listadas são considerados uma arqueologia profunda da cultura computacional e tecnológica. O homem da era digital se aproxima progressivamente do Vampyrotyeuthis. O oceano tecnológico como cita Flusser é um excessivo otimismo onde o trabalho manual e artesanal se torna um local criativo, tecnológico e com a criação de novos mundos virtuais.

Portanto, no imaginário marítimo de Flusser indica uma sociedade humana e harmoniosa. Independente da tecnologia ou do momento, é sempre tratado como um encontro com o outro, a diferença se torna nas características apresentados para esse encontro onde elementos e composições caracterizam o processo de interação.

Essa obra de Flusser oferece uma visão singular sobre a condição humana através de uma analogia. Esta obra, ao ser analisada em paralelo com o conceito contemporâneo de avatarização, revela um fascinante diálogo entre a filosofia e a era digital. Em "Vampyrotyeuthis Infernalis", o octópode emerge como uma metáfora poderosa da jornada humana em busca de entendimento e identidade. Assim como essa criatura habita um ambiente marinho misterioso e alienígena, os avatares digitais ocupam um espaço virtual, muitas vezes desconhecido e surreal, refletindo nossa própria busca por significado em um mundo cada vez mais digitalizado.

A avatarização nos confronta com indagações sobre a natureza dos avatares digitais: até que ponto eles possuem uma identidade própria e agem independentemente de seus usuários? Essas reflexões nos convidam a explorar os limites da identidade digital e a relação complexa entre usuário e avatar.

Além disso, "Vampyroteuthis Infernalis" explora a interação do octópode com seu ambiente e outras criaturas. Analogamente, a avatarização nos confronta com a dinâmica das interações digitais, destacando a comunicação entre avatares e usuários e sua influência na percepção da realidade virtual.

Assim como o octópode está em constante estado de transformação e evolução, adaptando-se ao ambiente em mudança, os avatares digitais também estão sujeitos a um processo contínuo de modificação e personalização. Esta evolução dos avatares reflete as mudanças na identidade e na percepção dos usuários em um mundo digital em constante transformação.

Em síntese, ao unir a obra "Vampyroteuthis Infernalis" de Flusser com o conceito contemporâneo de avatarização, somos convidados a refletir sobre a identidade, existência e interação tanto na ficção quanto na era digital, revelando insights fascinantes sobre a complexidade da condição humana.

Flusser também desbrava os intrincados meandros da cultura digital, propondo uma análise profunda e provocativa sobre os impactos da tecnologia na sociedade contemporânea. No em sua obra denominada mundo codificado (2007), Flusser nos conduz por um fascinante itinerário que transcende as fronteiras tradicionais entre a realidade e a virtualidade, lançando luz sobre os processos de codificação que permeiam nossas interações com o mundo.

No cerne da visão de Flusser (2007) está a noção de que vivemos em um mundo cada vez mais dominado pela linguagem dos códigos, onde a mediação tecnológica molda não apenas nossas percepções, mas também nossas experiências e relações. Ao explorar as implicações dessa "sociedade codificada", o pesquisador nos convida a refletir sobre os modos como os mundos imaginários se entrelaçam com as novas formas de representação e comunicação proporcionadas pela tecnologia digital.

Para Flusser (2007), os avatares emergem como personificações simbólicas desse universo codificado, representando manifestações concretas das nossas identidades e fantasias projetadas no espaço digital. São através dessas figuras

virtuais que adentramos os mundos imaginários, explorando novas narrativas e possibilidades de expressão que transcendem as limitações da realidade física.

Em um determinado momento levando essa composição e encontros entre elementos podemos ligar a tecnocultura e o processo convergente de canais, meios e veículos falando e tratando desse mesmo assunto. Sendo assim nos da abertura para o ponto de Henry Jenkins e a cultura da convergência.

3.2 OS MUNDOS CONVERGENTES

Não seria de bom feitio da minha parte como pesquisadora falar sobre a convergência na comunicação atual sem falar de Jenkins, um escritor e pesquisador da tecnocultura que possui a dezoito anos um livro escrito que permanece com grandes recomendações e atualizado de acordo com a sociedade.

A cultura da convergência, conforme proposta por Henry Jenkins (2006) em seu livro "Cultura da Convergência", é um conceito fundamental para entender as dinâmicas da comunicação e narrativa na sociedade contemporânea. A obra descreve como diferentes formas de mídia e entretenimento convergem em uma experiência mais rica e interativa para o consumidor. Neste artigo, examinaremos em detalhes essa teoria e exploraremos exemplos que ilustram seu impacto.

Uma das principais ideias da cultura da convergência é a transmídia, que envolve a expansão de histórias e universos narrativos por meio de diferentes plataformas e mídias (JENKINS, 2006). Um exemplo notável é o universo da Marvel, que se desdobra em quadrinhos, filmes, séries de televisão, jogos e atuante do entretenimento mundial. Essa abordagem não apenas maximiza o alcance da marca, mas também enriquece a experiência do fã, permitindo que os consumidores mergulhem mais profundamente nas histórias.

A convergência também desempenha um papel fundamental na transformação de consumidores em produtores, conhecidos como *prosumidores* (JENKINS, 2006). Plataformas como o YouTube ilustram esse conceito, onde qualquer pessoa pode criar seu próprio conteúdo de vídeo, compartilhar suas paixões e talentos, e interagir com uma audiência global. Os *prosumidores* têm o poder de moldar a cultura e influenciar a conversa em todo o mundo.

Para Jenkins essa cultura se manifesta de forma criativa na fanfiction e remix culture, onde os fãs reimaginam e remixam histórias e personagens em novos

contextos (JENKINS, 2006). Um exemplo notável é a série "Harry Potter" de J.K. Rowling, que inspirou inúmeras criações de fãs, incluindo histórias alternativas, fan films e reinterpretações dos personagens. Isso demonstra como a cultura da convergência capacita as pessoas a participarem ativamente da narrativa, tornando-se parte do processo criativo.

Conforme delineada por Henry Jenkins em seu livro "Cultura da Convergência", representa uma transformação fundamental na forma como consumimos mídia e participamos da cultura na era digital. Ela nos convida a ser ativos na criação, compartilhamento e remixagem de narrativas, permitindo que os consumidores explorem histórias em profundidade, tornem-se parte delas e moldem a cultura de maneiras nunca imaginadas. Ela é uma força poderosa que está redefinindo a narrativa contemporânea e as interações entre mídia e público (JENKINS, 2006). A cultura da convergência é um campo de estudo rico e em constante evolução, à medida que continuamos a explorar como ela afeta a educação, a política e a sociedade como um todo.

A cultura da convergência é um conceito empolgante que oferece inúmeras oportunidades para a participação ativa e criatividade nas mídias digitais. No entanto, é importante abordá-la com um senso de responsabilidade e crítica. A representação de personagens nas redes sociais é um exemplo de como a convergência pode ser poderosa, mas também complexa (JENKINS, 2006).

Nossa identidade digital não deve substituir nossa identidade pessoal, e a interação nas redes sociais deve ser realizada com empatia e respeito. Além disso, devemos estar cientes de como as empresas podem capitalizar nossas paixões sem perder de vista o valor intrínseco de nossas experiências pessoais.

Segundo Sanseverino e Gruszynski (2018), surgiram diversas formas de comunicação onde auxiliou nas formas de expressão, interação e relação entre as pessoas. Com base nisso, é possível com a cultura participativa (JENKINS, 2009) uma forma de explicar o que estamos vivendo atualmente, no qual a participação e a interferência do público na sua interação suportam o crescimento midiático.

"A Internet abriu novos espaços públicos de discussões sobre os conteúdos midiáticos e a web tornou-se um importante mostruário para a produção cultural de base. [...] A web tornou possível para as produções midiáticas alternativas de todos os tipos ganhar maior visibilidade e ir além de públicos localizados, em direção a uma circulação muito mais ampla." (JENKINS, 2006, p. 555, tradução literal da autora)

O fato de os usuários interagirem, compactua com as mudanças apresentadas pelas novas mídias, isso dá início a processo de esferas que não são somente ligadas as tecnologias. Esse processo de convergência, caracteriza o uso também de marcas e usuários.

Com base nisso, é ligado a ideia da inteligência coletiva (SANSEVERINO, GRUSZYNSKI, 2018) é a forma de expressão nas novas relações entre conhecimento e poder no qual se aprofunda no debate e na organização da produção participativa. Ou seja, a inteligência coletiva nos traz as somas de diversas informações onde os usuários individualmente guardam para si. (LÉVY, 2000).

Com base nisso, a cultura da convergência nos dá a compreensão de que nenhum usuário sozinho possui a capacidade de ter todas as informações, mas no momento da conexão com os outros avatares pode ser associado a diversas habilidades e uma soma de conhecimento mútuos para assim agregar na ambientação virtual.

3.3 IMAGINÁRIOS CONVERGENTES

O conceito de imaginários convergentes é a lente teórico-metodológica que fundamenta a análise dos avatares nesta pesquisa. Ele se constitui como um terreno de sinergia entre o "mundo imaginário" de Vilém Flusser (1987) e a "cultura da convergência" de Henry Jenkins (2008), permitindo investigar como os avatares operam como mediadores nesse espaço híbrido.

Para Flusser (1987), o avanço tecnológico, especialmente o desenvolvimento de "aparelhos", redefine a nossa percepção de mundo. Ele propõe uma reflexão sobre a iminente convergência entre o mundo físico — que Flusser denomina como "mundo real" ou "do acontecimento" — e o mundo dos "programas", que se manifesta em imagens técnicas e no que hoje reconhecemos como o universo digital. Essa intersecção borra as fronteiras entre a materialidade atômica e a informação, redefinindo a identidade e a nossa relação com a realidade.

A essa perspectiva, soma-se o conceito de cultura da convergência de Jenkins (2008), que descreve um movimento cultural impulsionado pela forma como a mídia e as tecnologias se entrelaçam. A convergência, para o autor, não é apenas tecnológica (a união de diferentes mídias em uma única plataforma), mas também cultural, pois incentiva a participação ativa dos usuários na produção e disseminação

de conteúdo. Assim, os consumidores se tornam co-criadores, navegando e adaptando narrativas e conteúdos por diferentes plataformas.

É na junção dessas duas visões que se materializa o conceito de imaginários convergentes. Eles se referem à sobreposição e ao diálogo constante entre o universo simbólico-imaginário delineado por Flusser (1987) e a dinâmica participativa e transmídia da cultura da convergência, conforme descrita por Jenkins (2008). Nesse contexto, os avatares digitais emergem como o ponto nodal, a representação visual e agencial que navega e media ativamente esses mundos. Eles não apenas habitam um ambiente virtual, mas também atuam como pontes, permitindo que os indivíduos transitem entre o mundo físico e o digital, participando da criação e do compartilhamento de novas identidades e conteúdos.

Portanto, os avatares desempenham um papel crucial como agentes de conexão. Eles capacitam os usuários a explorarem ativamente esses mundos, a interagirem com outros participantes e a experimentarem novas identidades dentro desses espaços híbridos, desafiando as fronteiras entre realidade e ficção. A importância de Flusser e Jenkins para esta pesquisa reside, assim, na capacidade de suas obras em nos fornecer um arcabouço teórico para entender como os avatares funcionam como mediadores entre essas realidades, refletindo sobre questões de identidade, participação e interação em um mundo cada vez mais interconectado.

4 PERCURSO METODOLÓGICO

Uma abordagem metodológica crucial para a presente pesquisa reside na Arqueologia dos Imaginários de Eric Kluitenberg (2010). A escolha por esta perspectiva teórica, em detrimento de outras arqueologias midiáticas (como a de Jussi Parikka ou Friedrich Kittler), se justifica pela ênfase de Kluitenberg na dimensão cultural e simbólica. Enquanto outras vertentes frequentemente se concentram na materialidade e na técnica como determinantes do meio, Kluitenberg nos convida a escavar as camadas de representações, mitos e aspirações que moldam a nossa percepção e uso da tecnologia. Sua abordagem é menos focada em um determinismo tecnológico e mais em como os "imaginários" – as imagens mentais e culturais sobre o futuro da tecnologia – são construídos socialmente, se interligando em diferentes tempos e espaços.

É nesse sentido que conceituo os "imaginários convergentes" como a intersecção de mitos e representações culturais de diferentes épocas que se manifestam e se materializam nas tecnologias contemporâneas. Nesta pesquisa, o avatar emerge como um ponto de convergência desses imaginários, pois ele carrega vestígios de figuras míticas, de narrativas de duplos e de representações de identidade que se estendem muito além do universo digital.

4.1 ARQUEOLOGIA DOS IMAGINÁRIOS - KLUTTENBERG

Na obra provocativa *"On the Archaeology of Imaginary Media"*, Eric Kluttenburg (2010) nos conduz por um fascinante território intelectual, onde a arqueologia se entrelaça com o imaginário. Esta jornada de conhecimento proposta por Kluttenburg transcende a mera análise das tecnologias, lançando-nos em uma exploração profunda das raízes culturais e históricas que permeiam o universo midiático imaginário.

A abordagem de Kluttenburg (2010) nos convida a considerar a arqueologia como uma ferramenta essencial para desvendar as camadas do imaginário. Não se trata apenas de escavar objetos tangíveis, mas de mergulhar nas representações culturais que dão forma às nossas percepções. O conhecimento se torna uma escavação intelectual, revelando conexões sutis entre a materialidade e a imaginação.

Ao explorar as teorias de Kluttenburg, somos desafiados a considerar as mídias imaginárias não apenas como produtos de uma era tecnológica, mas como manifestações profundas enraizadas em mitos, narrativas e imagens históricas. Essa perspectiva ampliada não apenas enriquece nosso entendimento contemporâneo, mas lança uma luz crítica sobre como as tecnologias atuais têm raízes que se estendem por séculos (KLUTTENBURG, 2010).

Kluttenburg (2010) destaca a interseção vital entre tecnologia e cultura. A arqueologia do imaginário se torna um ponto de encontro, onde as inovações tecnológicas se entrelaçam com as narrativas culturais, formando uma tapeçaria complexa. Isso nos impulsiona a questionar não apenas o que as tecnologias fazem, mas como elas são moldadas e significadas por quem as utiliza.

Ao desenterrar as camadas do imaginário relacionadas ao virtual, Kluttenburg (2010) nos convida a ir além da superfície das interfaces digitais. Ele propõe que a experiência virtual é um reflexo de representações culturais mais amplas, uma construção imaginária que tem raízes em mitos, sonhos e aspirações coletivas. Essa exploração crítica abre portas para uma compreensão mais profunda das tecnologias emergentes.

No entanto, essa exploração não está isenta de desafios. A complexidade das camadas culturais e históricas exige uma abordagem cuidadosa e multidisciplinar. A compreensão do imaginário não se dá de forma linear, mas como um quebra-cabeça que exige paciência e reflexão.

Ao final desta exploração na arqueologia do imaginário com base nas teorias de Kluttenburg (2010), emergimos não apenas com um conhecimento mais profundo, mas com uma apreciação renovada pela interconexão entre cultura, tecnologia e imaginação. O conhecimento se torna uma jornada, uma escavação intelectual que revela não apenas as camadas do passado, mas também lança uma luz sobre as possibilidades futuras. A arqueologia do imaginário, como proposta por Kluttenburg, não é apenas uma teoria; é uma convocação para uma exploração constante, uma busca ininterrupta para desvendar as riquezas do conhecimento que residem nas profundezas do imaginário humano.

A abordagem de Kluttenburg oferece uma perspectiva única que pode ser aplicada à compreensão dos avatares nos mundos digitais convergentes. Ao destacar a importância de desenterrar as camadas do imaginário relacionadas ao

virtual, Kluttenburg (2010) nos convida a explorar não apenas as interfaces digitais, mas também os significados culturais e simbólicos por trás delas.

No contexto dos avatares, essa abordagem nos leva a questionar não apenas o que essas representações digitais fazem ou como são utilizadas, mas também o que elas significam e como são moldadas pelas narrativas culturais. Os avatares são mais do que meras manifestações visuais dos usuários; eles refletem aspirações, identidades e narrativas culturais mais amplas.

Assim, podemos interpretar os avatares como artefatos culturais, produtos de uma construção imaginária que tem raízes em mitos, sonhos e aspirações coletivas. Eles são expressões digitais de identidade e agência, moldados por uma complexa interação entre tecnologia e cultura. Portanto, ao explorar os avatares nos mundos digitais convergentes, estamos desenterrando não apenas evidências materiais, mas também produtos imaginários, divagações e suposições que revelam aspectos profundos da nossa sociedade e da nossa relação com a tecnologia.

Essa ligação entre a abordagem de Kluttenburg e os avatares nos mundos digitais convergentes nos convida a uma compreensão mais profunda das implicações culturais e sociais das tecnologias emergentes, destacando a importância de considerar não apenas sua funcionalidade, mas também seus significados e representações culturais subjacentes.

Com base nisso, os avatares são representações principalmente em alguns avatares na coleção eu digital e habitantes digitais citados no capítulo 5), onde eles estão habitando um plano material atômico concreto, mas em um universo de marcas.

Nesse caso, tratam-se como marcas não somente empresas que estão no comércio, mas também influenciadores e criadores de conteúdo para fortalecer a sua presença como marca digital. A Figura 19 possui uma coleção unitária e distinta com alguns desses exemplos relacionando marcas x avatares e influenciadores x avatares.

4.2 AS CONSTELAÇÕES BENJAMINIANAS

A relação entre um conjunto de pontos - estrelas – elementos que foram uma linha imaginária que desenham um agrupamento constelar é o que Benjamin (2011) origina a “constelação”. A relação entre esses pontos e linhas não é definido somente a sua proximidade entre as estrelas, mas também a possibilidade de um significado ou o sentido em que pode ser extraído.

A constelação é um conjunto de imagens que de forma conceitual são compostas por estrelas, no qual, cada estrela é responsável por marcar um ponto, ao se ligar em outra estrela em outro extremo de uma forma singular. Essa imagem conceitual pode ter imagens mais fortes e outras mais fracas. Nessa ligação de pontos pode-se observar um conjunto de uma forma e não um ponto central.

Essa imagem construída de forma benjaminiana se torna produtiva, tanto no processo de observação do pesquisador, como também, na observação do imaginário e no caminho percorrido para determinado pensamento. Como por exemplo, neste trabalho foi percorrido quatro caminhos que se originou olhares diferentes sobre o processo de construção do imaginário do avatar e vamos falar melhor sobre isso posteriormente.

Benjamin (2006) em seus trabalhos tem como característica um prólogo ao drama onde é apresentado um programa para o seu processo criativo. Para o pesquisador alemão, as ideias são relacionadas em coisas como as estrelas em suas constelações. Para ele as constelações são ferramentas de um método capaz de relacionar coisas e fenômenos particulares, nos quais, esses fenômenos são classificados em particulares para o criador desse processo.

Para que ocorra essa classificação são mediados os conceitos nos quais se concretizam em ideias. Essas ideias são colocadas em representações, em operadores de conhecimento ou em funções para uma melhor compreensão. Um exemplo dado por Rita Veloso (2019) do processo benjaminiano é no pensamento sobre o urbano, a pesquisadora cita que é necessário aumento dela em relação a estratégia benjaminiana no qual conceitos são colocamos em pauta a partir de seus extremos e assim agrupando-os para conseguir fazer as ligações e para ocorrer a distinção de suas diferenças e não desde as suas homogeneidades.

Veloso (2019) também diz que é colocado sob a lente não somente a forma de cidade como é o mais apropriado do urbano, mas também sua ordenação física,

seus desdobramentos materiais a um território ou até mesmo em seus planos de desenvolvimento.

É possível analisar que a constelação é uma estratégia grandiosa pois trata-se de uma metodologia de pesquisa que permite observar os extremos, os fragmentos, suas descontinuidades, mas também algo incontornável no esforço de seu conceito. Ao meu ponto de vista, a constelação corresponde a diversos métodos de estudo, paradigmas em relação a outras áreas de estudo e gêneros filosóficos e literários tratados por Benjamin (e não só ele).

Molder (2010) afirma que a filosofia benjaminiana é um reposicionamento em relação da origem e ao informarmos a origem como um momento ou um instante se dá o fluxo da experiência para iluminar o caminho a ser percorrido. Tanto no observatório do passo, do presente ou do fluxo abordado.

A predominância de uma lógica é o objeto em que se está trabalhado, dando movimentos, construções e transformações na forma. Para Benjamin a origem é uma categoria histórica e não uma categoria lógica revelando o presente. De tal forma, que uma construção começa quando o pesquisador demonstra que o fato investigado possa revelar um fenômeno de origem, de forma autêntica. De tal forma, seja através de experiências ou demonstrações de sua consciência. (BENJAMIN, 2011, p. 35).

A origem não designa o devir do que é nascido, mas aquilo que está nascendo no devir e no declínio. A origem é um turbilhão no fluxo do devir... em cada fenômeno de origem define-se a figura na qual uma idéia não cessa de cronfotar-se no mundo histórico até que ela se torne, se encontre incluída na totalidade de sua história. Em consequência, a origem não emerge de fatos constatados, mas ela toca sua pré e pós história. (BENJAMIN, 2011, p. 44)

Em outra linha de pensamento, ao construir o pensamento sobre a vida urbana através de sua visibilidade, é apresentado vestígios, cicatrizes, posições e incompletudes. A imagem pode nos dizer um indício do que haverá no futuro ligado a algo através de fragmentos reconstruídos da constelação. Com o método benjaminiano é possível obter um diálogo com as imagens sem a qual a experiência em sua potência materialista.

Quando tratamos por aqui de uma experiência visual, estamos aliados a Benjamin (2011) onde é associado ao conhecimento de um ou mais imagens relativas e com diferentes experiências históricas em uma mesma constelação. A

percepção destas imagens é identificável a sua origem em momentos históricos diferentes, porém elas se expressam em um mesmo momento histórico.

De acordo com Benjamin, ao considerar um mesmo objetivo em vários pontos de sua significação o pensamento toma um folego e recebe, ao mesmo tempo, um estímulo para o recomeço perpétuo, porém ocorre interrupções de seu ritmo para suas justificações (BENJAMIN, 2004, p. 15).

De tal forma, a proposta de Benjamin é a construção de uma constelação que ofereça uma imagem da verdade sem total necessidade de sua descrição e o método de ser utilizado é o da apresentação.

“O método deste trabalho: montagem literária. Não tenho nada a dizer. Somente a mostrar... Não surrupiarei coisas valiosas, nem me apropriarei de formulações espirituosas. Porém os farrapos, os resíduos: não quero inventariá-los, e sim fazer-lhes justiça da única maneira possível: utilizando-os.” (BENJAMIN, 2006, p. 1030)

Essa apresentação instigada por Benjamin traz consigo a capacidade de falar por si mesma, onde produz elementos heterógenos, que apresentam em si, seu modo sempre novo. O pesquisador tem como principal objetivo fazer ser compreendido, o método crítico benjaminiano, no qual, fórmula e conceitua conjunto de correlações entre fenômenos, de modo, a reduzi-los a uma unidade identitária pode ser conceituado em uma afirmação do autor: “fórmula: construção por disposição e reunião de fatos”. (BENJAMIN, 2006, p. 1033). Possuímos essa reunião de fatos criação da figura 19 citada anteriormente onde ocorre uma disposição dos usuários, da tecnologia e dos profissionais que desenvolveram os personagens a unir com as marcas ou influenciados.

Por fim, a empiria conduzida pela filosofia de Benjamin, faz justiça aos múltiplos sedimentos da experiência urbana, onde a imagem, o tempo, a ação e apolítica se cruzam em uma natureza comunitária de tal modo a ser configurada aos extremos historicamente específico.

É possível ver aplicado também o método benjaminiano nas constelações e coleções apresentadas posteriormente, onde após colecionar uma série de imagens se inicia o processo de criação das constelações como representações visuais formadas de diferentes imagens que são afetadas pelo conceito de avatarização. Imagens agrupadas não em classes pré-definidas ou usando simplesmente critério de uma temporalidade, mas que são potentes e representam ideias/conceitos no

mesmo plano combinado diferentes temporalidades. Também não podemos esquecer que o processo de constelar é afetado pelo olhar do pesquisador que formam e cristalizam diferentes arranjos. Não existe uma pretensão de nossa parte totalizar esta análise, mas angular aspectos instigantes dos avatares que se atualizam nas experiências tecnoculturais contemporâneas.

Em síntese, a metodologia desta pesquisa se constitui na articulação entre a arqueologia do imaginário de Kluitenberg e o método das constelações de Benjamin. Kluitenberg nos oferece a lente teórica para escavar as raízes culturais do avatar, enquanto Benjamin nos fornece a ferramenta para organizar e interpretar o material empírico, revelando, através da montagem, a verdade que emerge da justaposição de fragmentos. Não se trata de uma análise totalizante, mas de uma busca por ângulos de visão instigantes que revelam as tensões e os potenciais dos imaginários do avatar nas experiências tecnoculturais contemporâneas.

5. AS CONSTELAÇÕES DAS AVATARIZAÇÕES

O presente capítulo detalha o percurso metodológico que guiou esta pesquisa, articulando a teoria da Arqueologia do Imaginário de Eric Kluitenberg e o método das constelações de Walter Benjamin. Diferente de abordagens quantitativas ou de uma arqueologia midiática focada na materialidade tecnológica, a metodologia aqui empregada privilegia a dimensão cultural e simbólica. A escolha por Kluitenberg (2010) se justifica pela sua ênfase em escavar as camadas de mitos e representações que moldam a nossa percepção e uso da tecnologia, ao invés de um determinismo técnico. Essa perspectiva nos permitiu ir além da superfície das interfaces digitais, buscando as raízes históricas e culturais que se manifestam na figura do avatar.

A partir desse arcabouço teórico, o processo de pesquisa foi estruturado em duas fases principais e interligadas: a coleta e organização do corpus visual e a análise e construção das constelações.

A primeira fase consistiu em um mergulho exploratório e qualitativo na cultura visual digital. A coleta de imagens não foi um processo aleatório, mas uma busca intencional por manifestações do avatar no cenário contemporâneo. A pesquisa foi realizada em buscadores e navegadores online, com um foco especial em plataformas de mídias sociais (Instagram, Facebook, LinkedIn, X, Artstation e Pinterest) e sites de notícias e conteúdos especializados. A busca foi orientada por termos-chave como “avatar digital”, “influenciadora virtual”, “personagem 3D”, “metaverso” e “identidade digital”. A intenção não era quantificar, mas sim reunir um corpus heterogêneo e significativo de imagens que pudessem representar as diversas e complexas manifestações do avatar.

Com o corpus visual em mãos, a segunda etapa consistiu na organização desse material em pranchas, que funcionam como coleções temáticas. Esse processo de agrupamento, ilustrado por arranjos como a Figura 19, foi o primeiro passo para a análise. Nele, as imagens de avatares foram agrupadas por sua função e relação com o mercado digital, permitindo a identificação de padrões e temas recorrentes. Essa organização inicial facilitou a observação de como os avatares se posicionam como representações de marcas, influenciadores ou criadores de conteúdo, estabelecendo as primeiras conexões conceituais que seriam aprofundadas na etapa seguinte.

A passagem das coleções (pranchas) para as constelações foi o momento central da análise, guiada pelo método de Walter Benjamin. A constelação, para Benjamin, não é um agrupamento formal de imagens, mas um arranjo conceitual que revela uma ideia a partir da justaposição de fragmentos heterogêneos (BENJAMIN, 2011). É um método de apresentação que ilumina a verdade ao colocar elementos díspares em uma nova relação, sem a necessidade de uma descrição totalizante.

Foi nesse momento que, a partir da observação atenta das pranchas, isolei imagens que, mesmo de diferentes contextos e temporalidades, dialogavam entre si. O "olhar" do pesquisador, nesse sentido, é fundamental para formar e cristalizar esses arranjos, que não se baseiam em classes pré-definidas ou em uma linearidade temporal. As constelações deste trabalho, portanto, não são apenas figuras ou imagens, mas o resultado da análise de quatro arranjos principais. Em cada constelação, uma imagem funciona como uma "estrela" que, quando conectada a outras, ilumina um aspecto específico do imaginário do avatar. A síntese é alcançada não por uma generalização, mas pela revelação de uma ideia que emerge da relação entre os fragmentos.

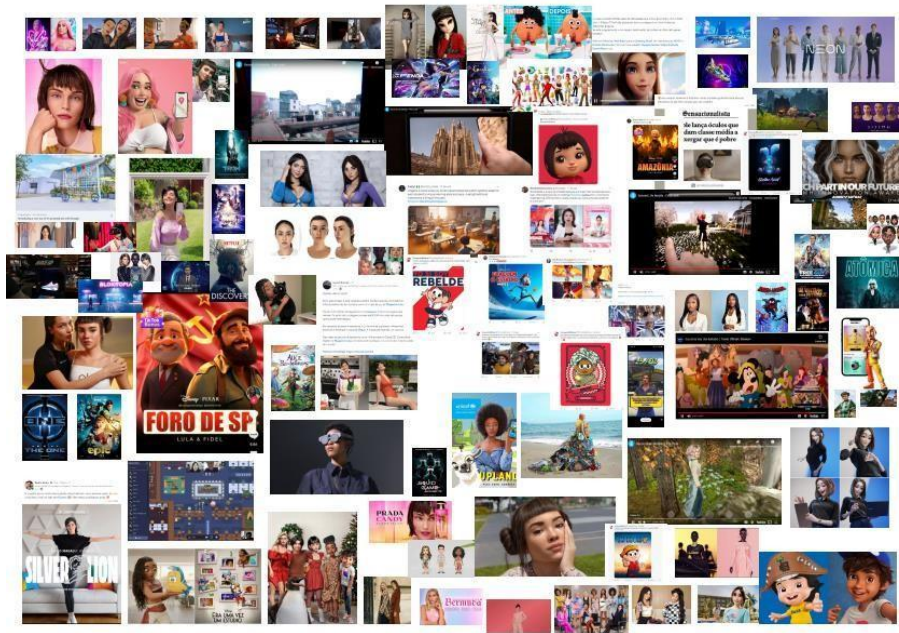
Com base nesse processo, foram estabelecidas três coleções principais³⁰, que posteriormente deram origem às constelações, cada uma com uma "personalidade" distinta: "Habitantes Digitais", focada em avatares e elementos gerados no ambiente digital; "Eu Digital", que une a forma e os meios de desenvolvimento de avatares que representam pessoas de forma similar ou idêntica ao seu eu físico; e "Contágios", que representa as movimentações no físico que se refletem no digital, e vice-versa. A análise dessas coleções define o universo do usuário como o mundo desenvolvido em torno do indivíduo, digital ou físico, que expõe o seu "eu digital", e foi a partir das interconexões nesses universos que a pesquisa se desdobrou.

30 Constelações desenvolvidas pela autora: <https://www.figma.com/proto/r7rEunGUgTmAonKMY2XXnq/Constela%C3%A7%C3%B5es?type=design&node-id=1-2&t=5LCQFJgSDrVVNj0z-1&scaling=min-zoom&page-id=0%3A1&mode=design>

5.1 CONSTELAÇÃO: HABITANTES DIGITAIS

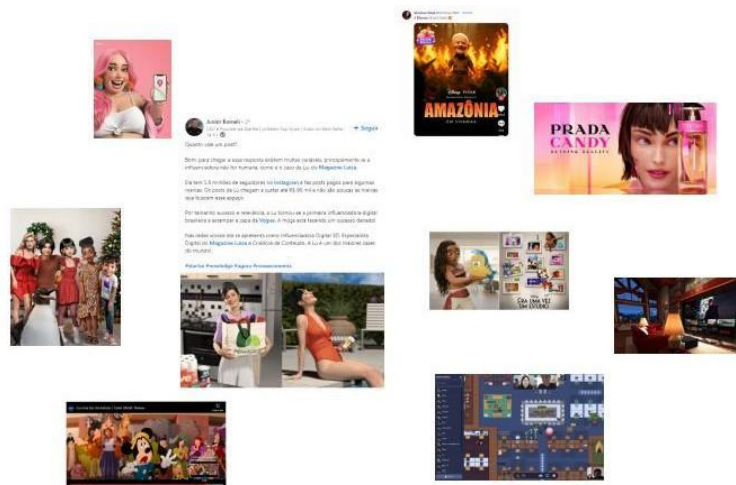
Inicialmente para construir a constelação é realizado uma coleção, composta por imagens que estão inclusas nessa representação das habitantes digitais por meio dessa coleção foi realizada a identificação das estrelas que seriam as imagens mais potentes para compor a constelação final.

Figura 20: Coleção Humanidades Digitais



Fonte: Desenvolvido pela autora

Figura 21: Constelação Humanidades Digitais



Fonte: Desenvolvido pela autora

Devido ao avanço digital é previsível que a realidade conhecida atualmente se reformule de acordo com o decorrer do tempo. Principalmente pelo movimento tecno cultural que está se constituindo uma nova humanidade irremediavelmente influenciada pela tecnológica computacional.

Essa constelação³¹ nos dá a origem do personagem ou do chamado neste trabalho o “eu digital”, classificamos esse termo o elemento, animal ou personagem ficcional criado pelo usuário com a finalidade de se representar ou representar a algo que o ligue.

Nesse momento podemos fazer ligação com pontos pesquisados por Flusser e Jenkins citados também anteriormente. Podemos utilizar inicialmente com Jenkins (2006) e sua cultura da convergência que nada mais é do que a expansão de histórias e universos por meio diferentes plataformas. Esse conceito dá início ao processo de nascimento dos habitantes digitais que surge com base nessa expansão.

Com base na constelação que criamos e ligada a Jenkins (2006), temos a compreensão de que o usuário sozinho possui plena capacidade de informação. Isso associa-se a diversas habilidades e a soma de conexões com outros usuários, avatares e interação com a ambientação virtual.

Já Flusser (2022) agrega a essa constelação atrelando o seu termo de imaginação que é caracterizado como “a capacidade de fazer e decifrar imagens” e para a constelação habitantes digitais nós ampliamos esse conceito para além de decifrar imagens, o usuário também decifra conteúdo.

Continuamos aqui o mesmo pensamento citado anteriormente no qual a ficção filosófica de Flusser sintoniza novidades dentro da sociedade, essa combinação é feita entre a ciência e a arte. E cito novamente o que foi falado anteriormente, no qual citado anteriormente “a estética se torna um fenômeno da reprodução pois tendo o meu “eu digital” o meu “eu dos meios” se tratando de vida virtual nem sempre é a realidade.”

Na constelação foi encontrado momentos de personificação como forma de representação em jogos digitais, em redes sociais, em plataformas de entretenimento. Mas essas representações de marcas eram vivenciadas e apresentadas em qualquer plataforma que tenha a finalidade de promover o

31 Constelações desenvolvidas pela autora: <https://www.figma.com/proto/r7rEunGUgTmAonKMY2XXnq/Constela%C3%A7%C3%B5es?type=design&node-id=1-2&t=5LCQFJgSDrVVNj0z-1&scaling=min-zoom&page-id=0%3A1&mode=design>

produto/marca em questão. Fortalecendo o pensamento de que a tecnologia imersiva está em contante adaptação e construção, não deixando o seu conceito ou seu entendimento solidificar.

Porém em alguns momentos é possível observar um excesso por parte dos usuários dando abertura a personagens, situações ou “coisas” que não essencialmente são aceitas pela comunidade digital. Temos o caso da marca Gillete realizado em 2023 a campanha (momentânea) que foi desenvolvida um avatar representativo do órgão genital feminino chamado de “ppk da Claudia”. Esse personagem possui esse nome lembrando a atriz Claudia Ohana ³²que esteve envolvida em polêmica nos anos 80 por ter pelos aparentes em uma revista adulta. Em três semanas o perfil do avatar conquistou 21 mil seguidores que consumiam o seu conteúdo sobre saúde íntima da mulher. A campanha não foi muito bem aceita por parte da comunidade da marca, visto que a marca preza pelo empoderamento, livre arbítrio e liberdade feminina. A principal queixa foi a infantilidade tratada para o público destinado.

Mesmo de forma não intencional, o digital possui um processo de retorno sobre as ações e forma rápida e ampla que faz com que se tenha comentários benefícios ou não de forma mais ágil. Essa ação nos traz a visão novamente de Flusser (2007) no qual vivemos em um mundo dominado por linguagens dos códigos com experiências e relações mediados pelo digital.

Porém foi possível encontrar também as representações personificadas de marcas no qual são utilizadas como meio de comunicação com a comunidade da marca. Temos como exemplo a marca Magalu (Figura 22) que possui a Lu, que possui diversos prêmios na área do digital ³³ e temos a Nat da Natura que possui também o Murumuru³⁴ (Figura 23) seu gato de estimação que também é avatar e auxilia no fortalecimento da marca Natura. Essas representações de marcas possuem redes sociais próprias além de um número alto seguidores.

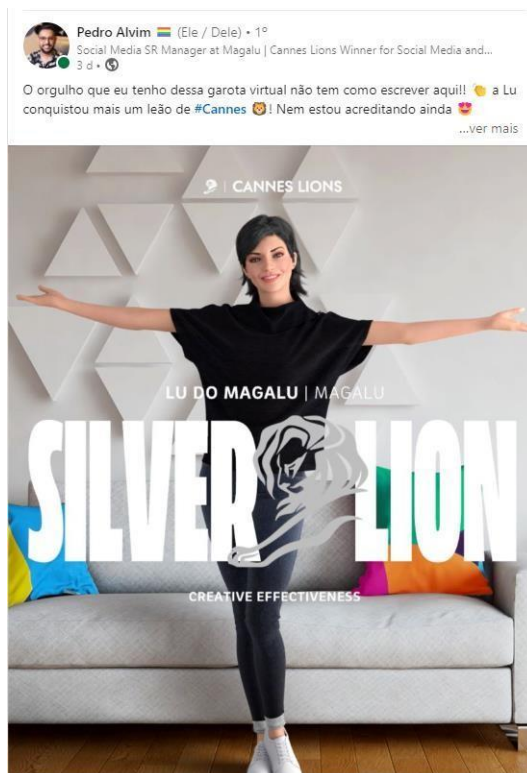
32 A atriz Claudia Ohana foi protagonista de polêmica envolvendo a higiene de suas partes íntimas nos anos 80. Disponível em: <https://extra.globo.com/entretenimento/tv/noticia/2023/07/claudia-ohana-relembra-polemica-de-pelos-em-regiao-intima-e-encoraja-mulheres-vamos-olhar-para-as-nossas-pepecas.ghtml>

33 Publicação de Pedro Alvim, Gerente de economia criativa da Magalu informando sobre a premiação da Lu. Disponível em: <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7077722383343661056?updateEntityUrn=urn%3A%3AfeedUpdate%3A%28V2%2Curn%3A%3Aactivity%3A7077722383343661056%29> Acesso em 30 de maio de 2023

34 Disponível em: <https://twitter.com/naturabrofficial/status/1387761083121692674> Acesso em 19 de junho de 2022

Mesmo com o caso da Magalu, da Nat ou da Claudia (Gilete) nós temos evidências maiores de que os mundos imaginários estão se entrelaçando com novas representações proporcionadas pela tecnologia digital.

Figura 22: Lu, a garota digital do Magalu.



Postagem realizada na rede social LinkedIn pelo Gerente de Social Media da Magalu se tratando da premiação da digital influencer. Fonte: Desenvolvido pela autora

É perceptivo que os avatares são personificações simbólicas não só dos universos codificados conforme Flusser (2007) cita, mas também, representações de manifestações populares e culturais, como o animal de estimação, as premiações e comemorações da Lu e as fantasias projetadas e desenvolvidas nesse digital.

Figura 23: Gato Murumuru, animal de estimação da Nat



Fonte: Twitter

Outro ponto também representativo para essa constelação de origem e que faz parte dessa linha é a representação do usuário dentro de um universo digital gamificado. A possibilidade de criação de avatares saiu das plataformas gamificadas e foram inclusas nas redes sociais, permitindo assim, o usuário a desbravar o universo dos avatares livremente escolhendo assim o seu “eu digital”, tanto do plural, como no singular.

Um movimento das redes sociais de transformar situações em capas de filmes da Disney utilizando a inteligência artificial, resultou em ilustrações de situações reais da política como forma de posicionamento político conforme a figura 24. Já na figura 25, temos a mesma tendência digital só que para uso próprio de um sonho e/ou vontade do usuário, é possível estabelecer assim uma ligação onde o desejo por um filme da marca Disney se torna realizável mesmo que de forma ilustrativa.

Figura 24: Ilustração política



Fonte: Twitter

Figura 25: Contágio da tendência Pixar/Disney



Fonte: Twitter

Com base nessa constelação, entendemos que as humanidades digitais são criadas e desenvolvidas no meio digital, mas não necessariamente ficam somente nele ou possui um contexto somente dentro do universo virtual. Existe a convergência midiática como forma de compartilhamento desses casos, o que resulta em uma convergência imagética tendo fluxos e compartilhamento em grande escala utilizando as redes sociais. Essas capturas citadas e outras realizadas desencadearam a coleção (Figura 20) e constelação (Figura 21) abaixo:

Assim, a constelação dos habitantes digitais é perceber que existem atores que habitam estes espaços digitais e existem somente forjados em bits, como criações imaginárias. Porém, essas criações imaginárias são pensadas com propósitos nem sempre de entretenimento ou de interação, mas sim também de fortalecimento de marcas na comunicação com a sua comunidade.

5.2 CONSTELAÇÃO: EU DIGITAL

Assim como na constelação anterior, a constelação eu digital foi realizado uma coleção para chegar a desejo final, a constelação. Foi construído grupos que se ligavam e posteriormente separados nas constelações. O foco dessa constelação foi o usuário do mundo físico construir o seu personagem no mundo virtual que chamamos de “eu digital” que também vamos falar um pouco mais no decorrer dessa análise. Com essa coleção (Figura 26), foi captado imagens representativas do pensamento crítico para que ocorra o desenvolvimento da constelação representativa a esses pontos destaque da avatarização

A segunda constelação da origem a um encontro de personificações estruturadas de forma física para o virtual, mas além disso, com o objetivo de agregar informações, entretenimento e/ou agregar diferentes participações gamificadas.

É possível observar que o usuário passa a existir como um sujeito que ele vê, no qual são representações não apenas por intuição, mas por uso criativo da sua imaginação. Essas imagens corporificadas e técnicas não são e não serão idênticas as imagens tradicionais, já que de fato, são compostas por bits.

Esse ato do usuário se representar por meio digital está alinhado a Jenkins (2006) em seu conceito da cultura da convergência no qual descreve e agrega as diferentes formas de mídia e de entretenimento que estão em constante convergência para a ampliação da experiência e interação do usuário.

Esse o fascínio por essas imagens e criações não rivalizam com o que emana nas imagens televisivas, cinematográficas pois elas não são colocadas no mesmo nível histórico e essa nova utilização tem sua sucessão histórica e conceitual (FLUSSER, 2002).

Flusser (2002) tem o pensamento em que a vida do mundo codificado é constituída a partir de relações comunicacionais que viabilizam a existência simbólica. A libertação da arte e força o pensamento crítico aos programas previstos aos aparelhos tecnológicos. Mas junto com Flusser, destaca-se novamente a cultura da convergência de Jenkins (2006) no qual essa transformação é fundamental para o consumo de mídias e participação cultural digital. A criação, compartilhamento e remixagem de narrativas faz com que os usuários a utilizem para se aprofundar em histórias e a fazer parte delas.

Foi possível observar que os avatares digitais estão inclusos na vida cotidiana da sociedade, tendo como solidez já construída. Temos casos de influenciadores virtuais que são contratados por marcas para auxiliar no seu reconhecimento e propagação de marca. Similar ao pensamento de Flusser (2022) que destaca que o homem só existe como sujeito quando se vê, sente ou escuta a sua ou outras representações.

Exemplo de representação é a de influenciadores digitais ou criadores de conteúdo, no qual utilizaram dessa tecnologia para se representar nas plataformas virtuais, e assim, entrar em um movimento em massa denominado “trend” nas redes sociais Tiktok e/ou Instagram, para alguns não se tem diferença, mas para outros

ocorre a dissociação entre o real e o virtual, conforme também abordado por Flusser e defendido que a ciência contemporânea é participativa também em uma questão imaginativa, sendo ela ficcional ou não.

Essa estratégia (e teoria do conhecimento para Flusser) ocorre quando é realizado uma forma de imersão ao ficcional para encontrar o não ficcional. O usuário imerge para que ocorra a participação do usuário no online e ele se conecta com a avatarização e o mundo imaginativo e se transforma parte dele, destacando o propósito do “se faço, logo participo”.

Nesse grupo de representações virtuais de influenciadores digitais e criadores de conteúdo temos Bianca Andrade, Luiza Possi (Figura 28), Lucas Rangel, Sabrina Sato, Deborah Secco e Ticiane Pinheiro.

O “eu digital” compactua diferentes momentos em que o virtual continua sendo virtual, porém com participação do usuário. É possível encontrar atualmente nas plataformas digitais software de inteligência artificial que possuem avatares atores no qual o usuário pode usar para diferentes informações. Uma tecnologia que deixou de ser novidade no universo digital foi a realidade aumentada, essa tecnologia dá a possibilidade de incluir na visão física elementos digitais e/ou modificar o usuário em questão através da AR. A realidade aumentada (AR) já foi incluída como funcionalidade padrão de diversas redes sociais tanto em quesitos estéticos para aperfeiçoar fotos e vídeos, mas também em agregar elementos para melhorar a experiência do usuário.

Figura 28: Cantora Luiza Possi



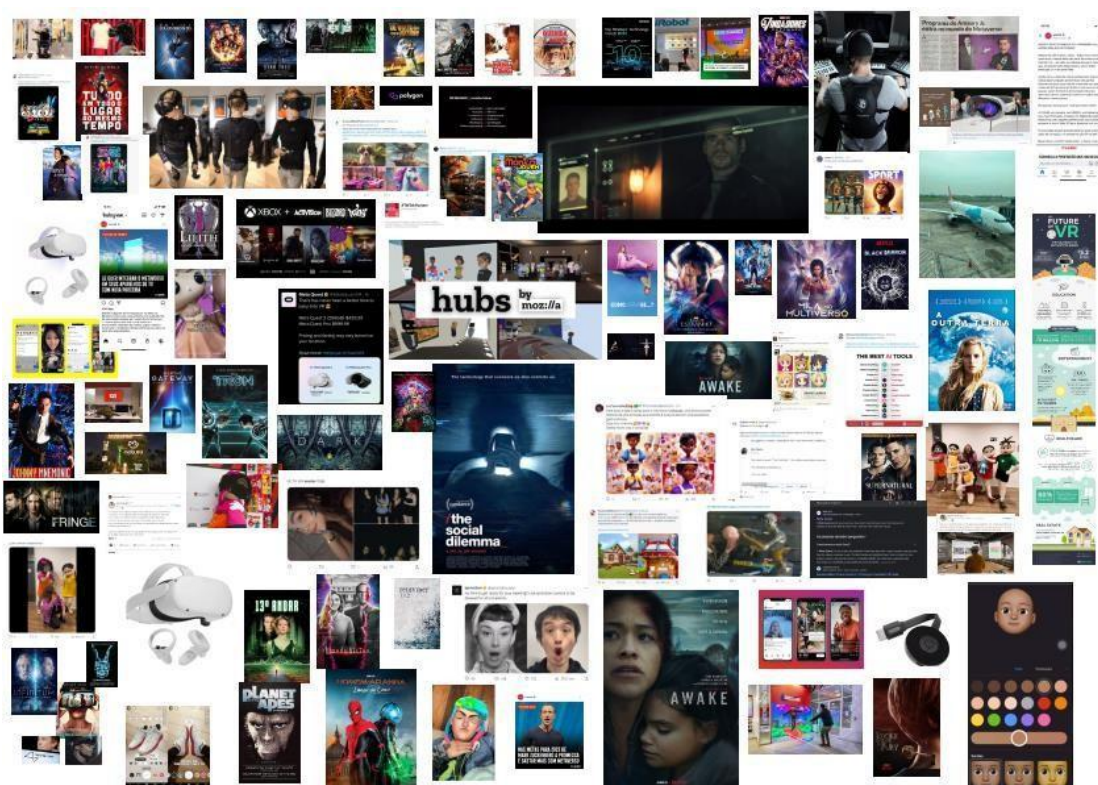
Fonte: Instagram

Essa possibilidade traz a sociedade uma adaptação para outras tecnologias imersivas como a realidade mixada e a realidade virtual. A realidade virtual traz com mais força o “eu digital” do usuário pois inclui ele em todos os cenários da experiência, o usuário se torna parte do que está vivendo e em alguns casos possui experiência utilizando todos os 5 sentidos que o ser humano possui.

Com base nessas observações e reflexões se fez a coleção “eu digital” que apresenta o conjunto dos pontos no qual o usuário não se faz somente um e sim vários de acordo com as suas criações e comportamentos virtuais.

5.3 CONSTELAÇÃO: CONTÁGIOS

Figura 29: Coleção Contágio



Fonte: Desenvolvido pela autora

adaptação do seu “eu físico” para tentar se assimilar com a sua personalidade no “eu digital”.

Essa cultura participativa (JENKINS, 2009) destaca a interferência do público na interação e participação do usuário no crescimento midiático. Essa convergência de imagens e participação se dá por meio de fantasias, vestimentas, estampas ou até mesmo decoração, baseadas em vivências fictícias como na Figura 29 representativa do filme Avatar, que se pode observar uma troca de personalidade pelo uso de características do personagem além se querer ser/estar dentro daquele universo fantasioso.

Porém, além de uma forma de incluir o meu “eu digital” dentro do universo do meu “eu físico” é possível observar não somente uma atividade dos usuários, mas também das marcas. Hoje personagens do ramo do entretenimento criaram vida, tendo redes sociais, entretanto, não se estagnando somente nessa jornada digital pois eles viram participantes assíduos do universo físico do usuário (Figura 31). É fácil encontrar empresas que são responsáveis por contagiar em um evento com a presença do personagem, temáticas e aprendizados utilizando essas personalidades. Na Figura 32 temos o encontro dos personagens da Turma da Mônica com seus fãs fazendo assim, um encontro do entretenimento digital ou ficcional para o mundo físico. Sanseverino e Gruszinski (2018) falam disso como uma inteligência coletiva, no qual novas relações estão sendo desenvolvidas e aprofundadas por meio da participação no físico ou no digital

Figura 31: Fantasia do filme Avatar



É possível observar na figura uma fantasia representativa do filme, porém apenas com características chaves e não a vestimenta completa. Fonte: Twitter

Figura 32: : Encontro com a Turma da Mônica



Fonte: Arquivo pessoal da autora capturado do Twitter

Porém junto com Flusser (2022) é importante nos atentarmos aos riscos de idolatria que o digital pode agregar na vida do usuário onde podemos deixar de viver para nós para viver ao universo digital. Na Figura 33 é o processo de personificação em formato “funko pop” (boneco criado como forma de representação de diferentes personagens com cabeça e olhos grandes e o corpo pequeno) da cantora Billie

Eilish. Esse é um formato de contágio onde o encantamento por uma personalidade de difícil alcance e de repercussão mundial se transforma em um avatar físico como forma de decoração.

Figura 33: Funko da Billie Eilish



Fonte: Tiktok

Essa criação e personificação não se dá somente em um processo de idolatria a algo ou alguém, mas também em um processo de se sentir parte de um grupo. Podemos cruzar com esse falo ao modo de ser do bergsonismo, onde se refere a ser natural a constante transformação da realidade (DELEUZE, 1966). Destaco também junto com Deleuze (1966) de que a realidade não pode ser compreendida por completo por questões fixas, mas sim por suas intuições, movimentos e experiências.

Porém o contágio é realizado não somente por meios visuais, mas por representações fluídas entre as interações verbais e ações dentro das plataformas. Com base nisso, a coleção contágios (Figura 29) traz diversas representações e elementos já inspirados para que esse processo de avatarização e metaversos seja apresentada e assim auxiliando em instigar esse processo mutável do usuário com seu “eu físico” e o “eu digital”.

Por isso, a constelação contágio representa todo e qualquer processo de replicação onde o usuário se apropria de algo digital ou virtual para utilização em si próprio, replicando assim o conteúdo para a comunidade em que está alocado

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim como na minha epígrafe destacamos Benjamin que diz “O próprio da escrita é, a cada frase, parar para recomeçar.” (BENJAMIN, 2011, p. 15) e para esse último capítulo paramos, para não recomeçar, mas para refazer o trajeto percorrido em um processo de diálogo com a própria pesquisa realizada.

Foi definido como objetivo geral dessa pesquisa: analisar e compreender como os avatares atualizam-se nas diferentes experiências tecnoculturais. Atingimos esse objetivo através da contextualização com o agir colecionador que foi realizado uma busca arqueológica e contextual que transitou em expressões culturais relacionadas as redes sociais e as expressões virtuais em uma ambiência cultural. Compreender que esta avatarização também se dá em três perspectivas evidenciadas nas constelações.

Já os objetivos específicos foram concluídos com exatidão, o objetivo entender o contexto da tecnocultura contemporânea foi realizado em conjunto com o objetivo geral, no qual, temos a introdução com o entendimento da tecnocultura atualmente dando ênfase ao uso da tecnologia imersiva. Já o objetivo questionar a convergência do avatar em diversas representações digitais, foi realizado através de Jenkins como principal referência da cultura da convergência além de claro, a constelação contágios que amplia nosso olhar perante a convergência entre o físico, o virtual e o real dando folego para um debate da utilização da tecnologia e como ela está inclusa no nosso dia a dia.

Já o objetivo específico compreender o contexto dos avatares nas publicações digitais e entender a cultura da convergência e os mundos imaginários em que os avatares estão inseridos. Foi realizado com base no diálogo com Jenkins e Levy sobre a convergência midiática no processo indagativo a arqueologia dos imaginários em que elas estão inseridas conforme Kluttenberg e analisar casos de avatares através das constelações de Benjamin que foram debatidas em conjunto no decorrer dessa dissertação, mas também na construção e aplicação das coleções para obter o processo conclusivo e destacamos alguns pontos.

Sobre a convergência midiática nós conseguimos estruturar a conceitualização da tecnocultura atual, Jenkins (2006) possibilitou a compreensão das atitudes dos usuários na quarta onda citada por Kotler (2020).

Porém o que foi problematizado nessa pesquisa a resposta da questão: como é atualizada a avatarização nas experiências tecnoculturais? Acredito ser necessário uma retrospectiva básica onde destacamos a utilização de avatarizações antes do momento atual onde tinham nas pinturas rupestres, dos games 2D e posteriormente 3D onde o usuário não pudesse ter interações ao vivo com os demais jogadores. Porém também podemos apresentar a utilização de avatarizações como em fantasias, acessórios e utensílios que lembram o personagem já criado para o entretenimento ou marcas do meu eu. Entretanto conseguimos responder abordando o modo intuitivo de Bergson que ajudou a contextualizar e refletir o modo de ser e estar com o meu “eu digital” conseguindo identificar nas constelações e coleções realizadas a dimensão quantitativa, mas também a qualitativa da multiplicidade digital, possibilitando assim, ter o pensar não no tempo, mas na crença do real e do virtual.

Além disso, nós dialogamos com o pensamento de Henri Bergson que nos auxiliou na contextualização e noção do tempo, movimento e realidade. Nos aprofundamos na pesquisa deleuziana e foi encontrado a reflexão de virtualidade que não podemos considerar o real somente como algo estático ou antiquado, mas uma possibilidade em ser e devir. Junto com Deleuze (2011) foi possível compreender que o virtual pode ser o real que não se atualizou e que precisou expandir a suas experiências e vontades que possibilita uma atualização futura dos processos de individualização e diferenciação (DELEUZE, 1991). Com isso conseguimos responder nosso problema de pesquisa que é “como é atualizada a avatarização nas experiências tecnoculturais?” A pergunta foi respondida também pelo modo de ser de Bergson no qual refletimos atualmente, mas a conclusão de fato ocorreu na visualização e compreensão das três coleções e três constelações. Ambas em conjunto é possível observar que o denominador comum além da avatarização é o usuário, que sem ele nada é criado. A marca não é fidelizada, o influenciador não tem as suas visualizações e até mesmo o usuário sem outro usuário não possui a sua interação. Então, com base nisso, é possível concluir a resposta dessa pergunta, a avatarização é atualizada nas experiências tecnoculturais na medida em que os conteúdos se disseminam entre os usuários dando oportunidades para empresas agregarem na tecnologia assim como as marcas para investir em suas plataformas e produtos, atualizando-se seja em

representações que habitam somente nos mundos imaginários ou como representações do sujeito que momentaneamente precisa habitar mundos imaginários digitais e finalmente quando ocorre os contágios materializando formas, roupas e representações físicas destes imaginários.

Assim, junto com Deleuze, Kluttenberg, Kotler e Bergson, foi possível repensar a nossa compreensão do virtual, digital e da forma de se virtualizar como personas. A diferenciação do que é virtualidade e do que é físico nos leva a conhecer a multiplicidade e a potencialidade do usuário com a tecnologia e o virtual.

Conclui-se então que para entender o contexto da tecnocultura contemporânea, é necessário que se tenha uma análise crítica em relação aos comportamentos e usabilidade dos usuários. Aliando assim o referencial teórico com as experiências digitais.

A convergência de múltiplos campos de estudo, como a cultura da convergência de Jenkins, a abordagem filosófica de Flusser sobre os mundos imaginários convergentes, e a perspectiva arqueológica do imaginário proposta por Kluttenburg, oferece um arcabouço conceitual rico para a compreensão dos avatares nos ambientes digitais contemporâneos. Essas abordagens interdisciplinares nos levam a enxergar os avatares não apenas como meras representações digitais, mas como artefatos culturais que refletem e influenciam profundamente as dinâmicas sociais, culturais e tecnológicas de nossa era.

Foi possível além de analisar e compreender, mas também explorar os avatares sob a ótica da cultura da convergência, compreendemos que eles são manifestações tangíveis da interseção entre diferentes formas de mídia e tecnologia, influenciadas pelas narrativas culturais e pelas práticas de participação ativa dos usuários. A análise dos avatares à luz da arqueologia do imaginário nos permite desenterrar camadas de significado subjacentes, revelando como essas representações digitais estão enraizadas em mitos, sonhos e aspirações coletivas, e como são moldadas pela interação complexa entre tecnologia e cultura.

Por fim, a perspectiva filosófica de Flusser nos convida a ir além da superfície das interfaces digitais, explorando os avatares como reflexos de representações culturais mais amplas e como construções imaginárias que ecoam questões existenciais e identitárias profundas. Essa análise crítica nos abre portas para uma compreensão mais profunda das tecnologias emergentes e dos avatares como mediadores entre os mundos convergentes da realidade e da ficção.

Dessa forma, a investigação dos avatares nos ambientes digitais convergentes revela-se não apenas como um exercício de compreensão tecnológica, mas como uma jornada interdisciplinar que nos convida a explorar os interstícios da cultura, da tecnologia e da imaginação humana. É nessa intersecção entre diferentes disciplinas e perspectivas que encontramos um terreno fértil para a reflexão crítica sobre o papel dos avatares na sociedade contemporânea e para a compreensão mais ampla das complexidades do mundo digital em que vivemos.

Por meio dessa dissertação, procuramos não apenas decifrar os avatares como fenômeno tecnológico, mas também desvendar as múltiplas camadas de significado, simbolismo e potencialidade que eles carregam consigo. Ao fazer isso, esperamos contribuir para um entendimento mais profundo e abrangente das interações entre seres humanos, tecnologia e cultura na era digital. Foi possível decifrar esse fenômeno tecnológico através das constelações realizadas, por elas, é possível observar diferentes camadas dessa potencialidade avatarização.

Na constelação habitantes digitais foi possível esclarecer que a representação não necessariamente possui uma persona de origem no mundo físico, esses habitantes digitais são criações que por algum motivo possui o objetivo de se aliar a algo ou alguém como forma de fortalecimento ou entretenimento. Temos como exemplo disso os avatares de marcas que auxiliam na solidificação da marca na área tecnológica ou na gestão de sua comunidade.

Porém também temos o exemplo dos personagens da Disney, que foram criados como habitantes do entretenimento e consequentemente digitais no decorrer dos tempos, através disso, se dá a movimentação dos personagens para o mundo físico por conta das suas interações e o seu modo de cativar os usuários. Essa ligação com os usuários amplia o poder comercial e mercadológico dos personagens apenas por disponibilizar a possibilidade de estar alinhado ao habitante digital em questão.

Já na constelação eu digital possui um espaço para debatermos sobre a representação do usuário, onde ele tem o poder de se representar no meio digital. Essa potencialidade dá abertura ao usuário de escolher o que ele quer ser no meio digital podendo ser algo ou alguém, independentemente da sua aparência física. Para esse momento, nós temos exemplos como os avatares de influenciadores digitais, que para se manter no meio atualizado, desenvolveram seus avatares como forma de estarem no “metaverso”. Porém, em nenhum momento esses personagens

são vistos em plataformas de interação imersiva, só foi exposto em momentos de interações preestabelecidas através de motion graphics ou outras ferramentas de geração de vídeos.

E a terceira constelação é a contágio que demonstra para nós o impacto que o mundo físico, no qual, os usuários têm a necessidade de estar presente e estar integrado. O contágio se faz com forma de participar da comunidade no qual aquela tendência está inserida, porém, todavia, se tem também ações que são incentivadas esse contágio, como por exemplo, filtros de realidade aumentada. Porém é possível se ter um contágio não somente como forma de representação, mas sim, como possibilidades de querer ser ou estar vestindo algo dentro do universo cinematográfico e/ou vestir algo relacionado.

Com base nisso, é desejado um estudo contínuo a fim de compreender e apresentar a cada pesquisa que tais avatares são múltiplos mundos. A existência e o exercício do olhar e do interagir garantem uma durabilidade própria, mas a amplia de forma visual. Com o cunho de tecnocultura e do imaginário, tendo esse trabalho como ponto de partida para uma tese de doutorado, onde é desejado pensar a tecnocultura na criação do imaginário entendendo a interação com avatares e personificação deles, possivelmente aprofundando questões de metaverso. Na presente pesquisa serviu como provocação inicial da pesquisa, mas durante o processo percebeu-se a necessidade de primeiramente compreender este fenômeno dos avatares.

A presente dissertação demonstra que, para entender a tecnocultura contemporânea, é essencial realizar uma análise crítica dos comportamentos e da usabilidade dos usuários, aliando o referencial teórico a um olhar minucioso sobre as experiências digitais. O arcabouço conceitual de Flusser sobre os mundos imaginários, a cultura da convergência de Jenkins, a arqueologia de Kluitenberg e a perspectiva filosófica de Bergson e Deleuze nos permitiram ir além da superfície das interfaces digitais. A investigação dos avatares revelou-se um exercício interdisciplinar que nos convida a explorar os interstícios da cultura, da tecnologia e da imaginação humana.

O termo "eu digital" foi cunhado neste trabalho como uma contribuição conceitual para a compreensão da avatarização, auxiliando a exemplificar as representações digitais não apenas de seres humanos, mas também de marcas, fenômenos e personalidades.

A pesquisa serviu como uma provocação inicial sobre o fenômeno da avatarização. Por sua natureza exploratória, reconhece-se a necessidade de continuidade dos estudos. O presente trabalho pode servir como ponto de partida para uma tese de doutorado, onde se deseja aprofundar a compreensão da tecnocultura na criação do imaginário, expandindo a análise da interação com avatares e suas personificações, e possivelmente focando em questões emergentes do metaverso.

REFERÊNCIAS

ALVEZ, Silvio André. **Possibilidade de contribuição do design estratégico para projetos de narrativas transmídia**. Porto Alegre, 2018

BANIS, David. **Archeology of Virtual Worlds. Networks Cultures**, [s. l.], 11 jan. 2021. Disponível em: <https://networkcultures.org/longform/2021/01/11/archeology-of-virtual-worlds/>. Acesso em: 17 nov. 2022.

BENJAMIN, W. **Comentário aos poemas de Brecht**. Revista inimigo rumor, Rio de Janeiro, n. 11, p. 151-179, 2001.

BENJAMIN, W. **Experiência e pobreza**. In: BENJAMIN, W. Magia e técnica, arte e política. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 114- 119.

BENJAMIN, W. **O conceito de crítica de arte no primeiro romantismo alemão**. São Paulo: Iluminuras, 1993.

BENJAMIN, W. **Origem do drama trágico alemão**. Lisboa: Assirio e Alvim, 2004.

BENJAMIN, W. **Passagens**. Organização de Willi Bolle. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2006.

BENJAMIN, W. **Prefácio epistemológico-crítico**. In: BENJAMIN, W. Origem do drama trágico alemão. Edição e tradução de João Barrento. Belo Horizonte: Autêntica, 2011. p. 15-47.

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2018.

BITTENCOURT, João Ricardo. **As ethicidades das imagens videojográficas aplicando analítica cultural em jogos digitais** São Leopoldo: Casa Leiria, 2022.

Bobier, Jean-François, et al. **The Corporate Hitchhiker's Guide to the Metaverse**. 2022. Disponível em: <https://webssets.bcg.com/89/23/ae97d6e74e149e5951543b1202d3/the-corporate-hitchhikers-guide-to-the-metaverse-apr-2022-r.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2022

C&A e Globo promovem ação inédita de realidade aumentada no bbb. Adnews. Disponível em: <https://adnews.com.br/ca-e-globo-promovem-acao-inedita-de-realidade-aumentada-no-bbb-21/> >Acesso em: 12, nov 2021

CABRAL, R. **Batalha de Borodino (1812)**. Disponível em: <https://historiamilitaremd debate.com.br/batalha-de-borodino-1812/>. Acesso em: 15 mar. 2023.

Castells, Manuel, et al. **A Sociedade em Rede**. São Paulo Paz E Terra, 2008.

CONSTELLATION. In: BUCHANAN, I. **Dictionary of Critical Theory**. Oxford: Oxford University Press, 2010. Acesso em: 12 dez. 2021.

CORTES, Dinis Ferreira. **Metaverso e Gamificação**. Anais de Resumos Expandidos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais, [S.l.], v. 1, n. 5, nov. 2022. ISSN 2675-4169. Disponível em: <<https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-resumos/article/view/1565>>. Acesso em: 14 nov. 2022.

D'ANDRÉA, Carlos. Colaboração por pares em rede: conceitos, modelos, desafios. **Performances internacionais e mediações sociotécnicas**. Salvador: EDUFBA, 2015.

DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano. Artes de fazer**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014. 22a edição.

DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano. Artes de fazer**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014. 22a edição

Deleuze, Gilles. **"Bergsonism"**. Trad. Hugh Tomlinson e Barbara Habberjam. Zone Books, 1991.

Deleuze, Gilles. **"Cinema 1: A Imagem-Movimento"**. Trad. Stella Senra e Henrique Monteagudo. Editora Brasiliense, 2011.

Deleuze, Gilles. **"Diferença e Repetição"**. Trad. Luiz Orlandi e Roberto Machado. Graal, 2006.

DELEUZE, Gilles. **Bergsonismo**. 1ª Edição, Rio de Janeiro, Editora 34, 1999.

Dias, Marlon. **"O Desassossego Das Imagens: Políticas de Sofrimento Em Redes Digitais"**. Repositório Jesuíta, 2022, Disponível em: <www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/11246/Marlon%20Santa%20Maria%20Dias_.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acessado em 1 de abril de 2023. <http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-416X2008000200015&lng=pt&nrm=iso>. Acessado em: 25 ago. 2022.

Drake, LeBron James e Naomi Osaka investem em empresa de tecnologia e jogos esportivos. Portal Rap Mais. Disponível em: <<https://portalrapmais.com/drake-lebron-james-naomi-osaka-investem-em-empresa-de-tecnologia-e-jogos-esportivos/>> Aceso em: 13.nov 2021

Drake, LeBron James e Naomi Osaka investem em empresa de tecnologia e jogos esportivos. Portal Rap Mais. Disponível em: <<https://portalrapmais.com/drake-lebron-james-naomi-osaka-investem-em-empresa-de-tecnologia-e-jogos-esportivos/>> Aceso em: 13.nov 2021

Entenda o que é o metaverso e porque ele pode não estar tão distante de você. CNN. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/entenda-o-que-e-o-metaverso-e-por-que-ele-pode-nao-estar-tao-distante-de-voce/>> Acesso em: 13.nov 2021

Espécies extintas ganham vida em lente de realidade aumentada do Snapchat. CNN. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/especies-extintas-ganham-vida-em-lente-de-realidade-aumentada-do-snapchat/>> Acesso em: 13.nov 2021

Facebook muda nome para Meta e anuncia investimento em metaverso e RV. Tilt UOL. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2021/10/28/facebook-lanca-o-metaverso-veja-as-novidades.htm>>. Acesso em: 146, nov 2021

FLUSSER, V. **La nueva imaginación.** 2004. Texto publicado originalmente em Art Forum com o nome de: “A New Imagination”/“On Discovery IV”. Foi traduzido em 2004 no marco do seminário on-line sobre Flusser realizado pela Unesco.

FLUSSER, V. **O mundo codificado:** por uma filosofia do design e da Comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FLUSSER, Vilém. **A História do Diabo.** São Paulo: Annablume, 2010.

FLUSSER, Vilém. **Bodenlos:** Eine Philosophische Autobiographie. Düsseldorf: Bollman, 1992.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta: Ensaios para uma Futura Filosofia da Fotografia.** Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado.** São Paulo. Cosac & Naify, 2007.

FLUSSER, Vilém. **Vampyroteuthis Infernalis.** New York: Atropos Press, 2011.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação.** Ubu Editora LTDA-ME, 2018.

FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do Saber.** 8. ed. Rio de Janeiro: Forense

FRAGOSO, S.; REBS, R. R.; BARTH, D. L. **Territorialidades virtuais: identidade, posse e pertencimento em ambientes multiusuários online.** **MATRIZES**, [S. l.], v. 5, n. 1, p. 211-225, 2011. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v5i1p211-225. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matriz/es/article/view/38317>. Acesso em: 12 nov. 2022.

GUMBRECHT, HU. **Produção de Presença: o que o sentido não consegue transmitir.** Rio de Janeiro: Contraponto/Ed. PUC-Rio, 2016

HERTZ, Garnet; PARIKKA, Jussi. **Mídia zumbi: desvio de circuito da arqueologia da mídia para um método de arte**. Teccogs: Revista Digital de Tecnologias Cognitivas, TIDD | PUCSP, São Paulo, n.14, p.93-113, jul-dez. 2016. Tradução de Alessandro Mancio de Camargo.

HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.

INHABITED stories: **An enactive media archaeology of virtual reality storytelling**. NECSUS, [s. l.], 19 jun. 2022. Disponível em: <https://necsus-ejms.org/inhabited-stories-an-enactive-media-archaeology-of-virtual-reality-storytelling/>. Acesso em: 17 nov. 2022.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009. 428 p

KITTLER, Friedrich. **Gramophone, Film, Typewriter**. Stanford, EUA: Stanford University Press, 1999.

KITTLER, Friedrich. **The Truth of the Technological World: essays on the Genealogy of Presence**. Stanford, California: Stanford University Press, 2013.

KITTLER, Friedrich. **Mídias Ópticas: curso em Berlim**, 1999. Trad. Markus Hediger. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

KLUITENBERG, Eric. **Book of imaginary média**. Amsterdam: NAI Publishers, 2006.

LATOUR, Bruno 'One more turn after the social turn,' in The Science Studies Reader, ed. Mario Biagioli, New York: Routledge, 1999, pp. 276–289.

LATOUR, Bruno 'Stengers's shibboleth,' Introduction to Isabelle Stengers' **Power and Invention: situating science**, Minneapolis: University of Minnesota Press, 1997, pp. vii–xx.

LATOUR, Bruno We Have **Never Been Modern**, trans. Catherine Porter, Hemel Hempstead: Harvester-Wheatsheaf, 1993.

League of Legends: Renner lança camiseta com realidade aumentada. Tecnomundo. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/voxel/227762-league-of-legends-renner-lanca-camisetas-realidade-aumentada.htm>> Acesso em: 12, nov 2021

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. (Trad. Carlos Irineu da Costa). São Paulo: Editora 34, 2009.

LÉVY, Pierre. **Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace**. Cambridge Mass Perseus Books, 1997.

LISTER, M. *et al.* **New Media: a critical introduction**. 2. ed. Novalorque: Rotledge, 2009.

LOPES, Danielly Amatte. **Cibercultura, Jogo, Corpo e Avatar: Possibilidades de Pesquisa em Comunicação**. Intercom: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/norte2012/resumos/R29-0126-1.pdf> Acessado em: 25.mar 2024

MANOVICH, L. **Software take comand**. 2008. Disponível em: <http://softwarestudies.com/softbook/manovich%5fsoftbook%5f11%5f20%5f2008.pdf>. Acesso em: 18 mar.2023

MANOVICH, Lev. Novas mídias como tecnologia e ideia: dez definições. Tradução de Luís Carlos Borges. In: LEÃO, Lucia (Org.). **O chip e o caleidoscópio**: reflexões sobre as novas mídias. 1. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2005. p. 24-50.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2009.

MEISTERDRUCKE. **Panorama da batalha de Moscou em 1812 ou Batalha de Borodino**. Disponível em: <https://www.meisterdrucke.pt/impressoes-artisticas-sofisticadas/Franz-Roubaud/351764/Panorama-da-batalha-de-Moscou-em-1812-ou-Batalha-de-Borodino..html>.

Nvidia lança ferramentas de software para criar mundos virtuais. EXAME. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/nvidia-lanca-ferramentas-de-software-para-criar-mundos-virtuais/> Aceso em: 15.nov 2021

OTTE, Georg; VOLPE, Miriam. **Um olhar constelar sobe o pensamento de Walter Benjamin**. Fragmentos, Florianópolis, n.18, o-35-47, 2000.

PARIKKA, Jussi. FEIGELFELD, Paul. **Média Archaeology Out of Nature: An Interview with Jussi Parikka**. e-Flux journal, n.62, p.1-14, fevereiro de 2015.

PARIKKA, Jussi. **Insect media: an archaeology of animals and technology**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2010.

PARIKKA, Jussi. **What is media archeology?** Cambridge, EUA: Polity Press, 2012.

Pessoas digitais vão povoar o Metaverso? Empresa acredita que sim. Olhar Digital. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2021/10/27/internet-e-redes-sociais/pessoas-digitais-vaio-povoar-o-metaverso-empresa-acredita-que-sim/> >. Acesso em: 14, nov 2021

RIBEIRO, José Carlos; FALCÃO, Thiago; SILVA, Tarcízio. **Gerenciamento de Impressões Pessoais através de Aplicativos Sociais: Uma proposta de análise**. In: Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2010. p. 1- 15

RIBEIRO, José Carlos; FALCÃO, Thiago; SILVA, Tarcízio. **Gerenciamento de Impressões Pessoais através de Aplicativos Sociais: Uma proposta de análise**. In: Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2010. p. 1- 15.

ROCHA, Angelo Eduardo. **Podcast no metaverso?: explorando o desconhecido**. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicacion. Disponível em: <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1073>
Acessado em: 20.mar 2024

SANSEVERINO, Gabriela Gruszynsk, GRUSZYNSKI, Ana Claudia. **Super- Wili: Um olhar sobre a cultura da convergência, inteligência coletiva e cultura participativa a partir do seriado Supernatural**. Midia e Cotidiano, 2018. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/10054/8495>
acessado em:
15. Mar 2024

SCHLEMMER, Eliane; BACKES, Luciana. **Metaversos: novos espaços para construção do conhecimento**. Rev. Diálogo Educ., Curitiba, v. 08, n. 24, ago.2008. Disponível em
<http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-416X2008000200015&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 25 ago. 2022.

SHAW, D. B. **Technoculture**: the key concepts. [S.l.]: Blooms- bury Academic, 2008

SLATTER, Mel; SANCHEZ, Maria V Sanchez. Is **Consciousness First in Virtual Reality?** *Frontiers in psychology*, 2022, Disponível em:
<<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35222187/>>

Stephenson N., **Snow Crash**, Bantam, New York 1992, tr. it. Snow Crash, Bur, Milano 2007.

TELLES, Marcio. **A(s) Arqueologia(s) das Mídias em Quatro Teses**. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba: Intercom, 2017. P. 1- 15.

TELLES, Marcio. **Des/Re/Escrevendo a história dos meios de comunicação: quatro contribuições a partir das Arqueologias das mídias**. Dispositiva, v. 7, n. 12, p.101-116,2018. Disponível em:
<http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/view/19235>

TELLES, Marcio. **Estilo Artístico na arte erada por inteligência artificial: um estudo de caso de Jim Lee**. Compós, São Paulo, julho de 2023.

VAN DIJCK, José. POELL, Thomas; DE WALL, Martijn. **The Platform Society: Public Values in a Connective World**. Londres: Oxford, 2018.

VAN DIJCK, José. POELL, Thomas; DE WALL, Martijn. **The Platform Society: Public Values in a Connective World**. Londres: Oxford, 2018.

Virou moda: depois de Facebook e Microsoft, Nike também mira metaverso. EXAME. Disponível em: <<https://exame.com/future-of-money/virou-moda-depois-de-facebook-e-microsoft-nike-tambem-mira-metaverso/>> Acesso em: 13.nov 2021

Virou moda: depois de Facebook e Microsoft, Nike também mira metaverso. EXAME. Disponível em: <<https://exame.com/future-of-money/virou-moda-depois-de-facebook-e-microsoft-nike-tambem-mira-metaverso/>> Acesso em: 13.nov 2021

Você poderá sentir no metaverso. Disponível em: <<https://thenewsc.com.br/2021/11/17/voce-podera-sentir-no-metaverso/>> Acesso em: 17.nov 2021

YIN, Robert K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010