

Coordenadores:

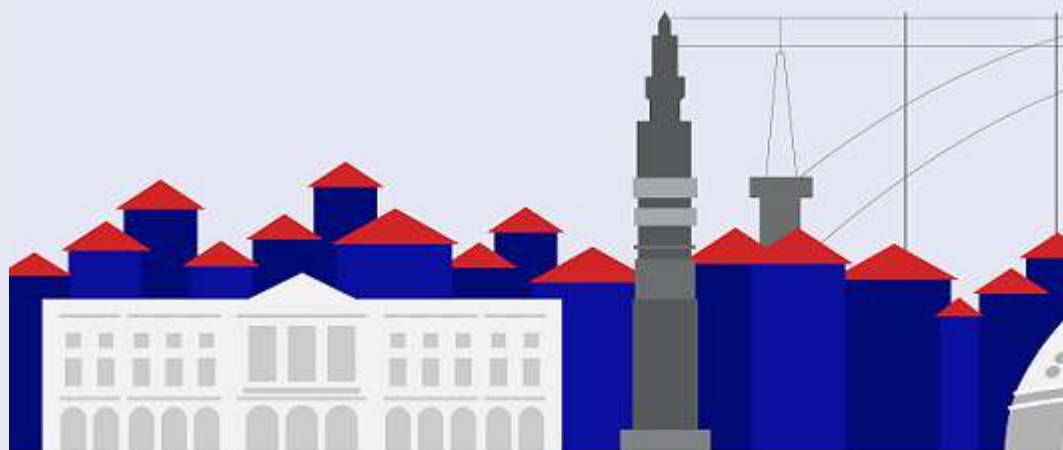
Cicilia M.Krohling Peruzzo

Vasco Ribeiro

Helena L. Dias Lima

Comunicação, identidades e diálogo na cidade mediatizada

Livro do XVII Congresso Ibero-Americano de Comunicação 2022



Porto, Portugal

2023

Livro de Atas Ibercom 2022

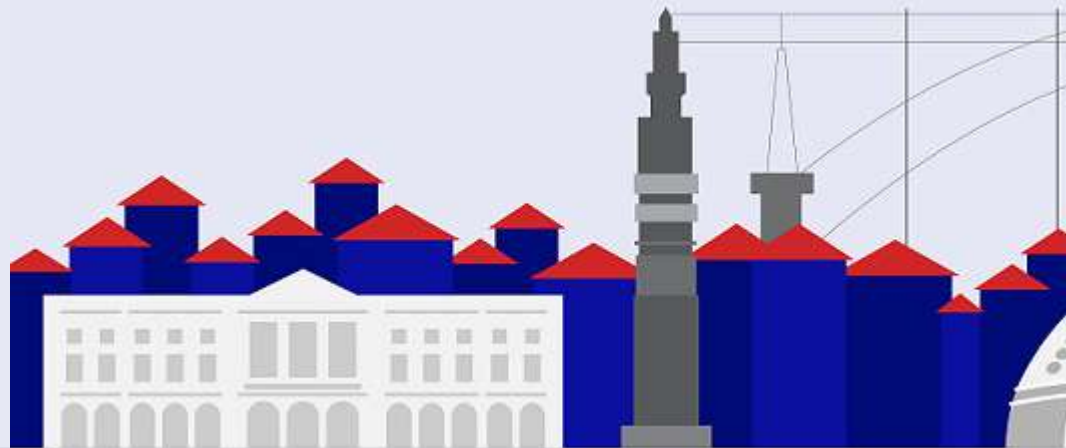
Cicilia M.Krohling Peruzzo

Vasco Ribeiro

Helena L. Dias Lima

Comunicação, identidades e diálogo na cidade mediatizada.

Livro do XVII Congresso Ibero-Americano de Comunicação 2022



CITCEM - Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória

Porto, Portugal

2023

XVII Congresso Ibero-Americano de Comunicação - IBERCOM 2022

Tema Central: Comunicação, Identidades e Diálogo na Cidade Mediatizada

Data: 26 a 28 de Outubro de 2022

Local: Universidade do Porto / Pavilhão Rosa Mota / Jardins do Palácio de Cristal – Portugal

Promoção: Associação Ibero-Americana de Investigadores de Comunicação (ASSIBERCOM) - Brasil

Realização: Faculdade de Letras, Universidade do Porto - Portugal

Ficha catalográfica

ASSIBERCOM Associação Ibero-Americana de Investigadores de Comunicação

Universidade do Porto (Portugal)

Data: 26 a 29 de outubro de 2022: Portugal

XVII Congresso Ibercom 2022 [livro eletrônico]: Comunicação, Identidades e Diálogo na Cidade Mediatizada / ASSIBERCOM Associação Ibero-Americana de Investigadores da Comunicação / Universidade do Porto; Organização Círculo Maria Krohling Peruzzo; Vasco Ribeiro; Helena Lima

Porto: Assibercom, 2023.

Título: **Comunicação, identidades e diálogo na cidade mediatizada**

Coordenação: Cíclia M. Krohling Peruzzo, Vasco Ribeiro, Helena L. Dias Lima

© 2023 Autores

Edição: CITCEM – Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória

Via Panorâmica, s/n | 4150-564 Porto | www.citcem.org | citcem@letras.up.pt

Este trabalho é sujeito a *double-blind peer review*.

Esta é uma obra em Acesso Aberto, disponibilizada online (link) e licenciada segundo uma licença Creative Commons de Atribuição Sem Derivações 4.0 Internacional (CC BY 4.0)



ISBN: 978-989-8970-61-9

DOI: <https://doi.org/10.21747/978-989-8970-61-9/com>

PERUZZO, C. M.K. C., RIBEIRO, V. & LIMA, H. , coord (2023). *Comunicação, identidades e diálogo na cidade mediatizada*. Porto: CITCEM

Porto, outubro de 2023 (1.ª edição)

Este trabalho foi elaborado no quadro das atividades do grupo de investigação «Informação, Comunicação e Cultura Digital», e é financiado por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia.



Nota:

A responsabilidade sobre fotografias, imagens e demais ilustrações de terceiros, bem como sobre o conteúdo e correção textual é inteira e exclusivamente dos autores.

SUMÁRIO

Apresentação | p. 14

Primeira parte: Textos das conferências proferidas nas sessões plenárias | p. 16

Capítulo 1

Cidade, comunicação para o diálogo e governança social na sociedade mediatizada e multifacetada | p. 17

O direito à cidade e os novos media | p. 18
Paulo Serra

Comunicación y gobernanza en una sociedad plataformizada | p. 29
Carlos M. Arroyo-Goncalves

La ciudadanía en la conversación política en Twitter: ¿quiénes son los influencers políticos digitales? | p. 37
Andreu Casero-Ripollés

SUMÁRIO

La necesidad de pluriversalizar la comunicación como pensamiento y práctica | p. 47

Erick R. Torrico Villanueva

Ciudadanías digitales: comunicación desde el Sur y diseños para el pluriverso | p. 56

Marisol Cano Busquets, Juan Ramos-Martín, Carlos Barreneche Jurado, Carlos Cortes Sánchez, Offray Vladimir Luna Cárdenas

Riesgos y beneficios de la Inteligencia Artificial para la ciudadanía | p. 64

Rosa Franquet

Capítulo 2

Comunicação e identidades histórico-culturais: direito à paz, à diferença e à cidadania | p. 74

Comunicação Libertadora. Desafios à Ciência da Comunicação na Era Pós-Pandemia | p. 75

Thomas Tufte

La voz ausente de América Latina | p. 86

Raúl Fuentes Navarro

As identidades transculturais e transnacionais. O caso das identidades lusófona e ibero-americana | p. 94

Moisés de Lemos Martins

Análisis de propuestas comunicacionales que pueden contribuir a la apropiación social de la “paz total” y el “vivir sabroso” | p. 106

Beatriz Elena Marín Ochoa

Telenovela e Direitos Humanos: a Narrativa de Ficção como Recurso Comunicacional para a Cidadania | p. 113

Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Segunda parte: Trabalhos apresentados nas Divisões Temáticas Ibercom | p. 129

1.DTI Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação | p. 130

Crítica e Resistência | p. 131

Tânia Maria de Oliveira Teixeira Pinto

SUMÁRIO

2.DTI Comunicação E Cidadania

I p. 142

**Produção transmídia de temática LGBTQIA+:
novas plataformas para novos conteúdos I p. 143**

André Fischer

**Expresiones violentas o de odio generadas en
torno a la renuncia de Evo Morales I p. 153**

Carlos M. Arroyo-Goncalves; Luis Alejandro Phillips
Pedriel; Lea Nathalia Camacho Peredo; Sofía
Vargas Vasquez; Lorena Quisbert Pinedo

**Repertório de ação e de comunicação dos
movimentos sociais: o ciberativismo durante a
Pandemia de Covid-19 I p. 161**

Caroline Kraus Luvizotto

Jornalismo, cotidiano e contra-hegemonia I p. 170

Cátia Guimarães

**Comunicação da ciência em engenharia: uso
do audiovisual para ações de transferência de
tecnologias de pesquisas em concreto resultante
de parceria público-privada no Brasil I p. 181**

Mirna Tonus, Adriana C Omena Santos, Antonio
Carlos dos Santos

3.DTI Educomunicação I p. 193

**Um olhar para o Reino Unido: Percepções e
transformações da media literacy no Brasil**

I p. 194

Ana Carolina Trindade

**Competência Crítica em Informação e Prática
Docente: uma análise sobre a relação do
professor com a desinformação I p. 204**

Ana Paula Alencar, Marco Schneider

**Maricá das artes: um projeto educacional de
transformação social e dinamização comunitária
pelo ensino gratuito de linguagens artísticas**

I p. 217

Mário Margutti

**TV FEBF on line: transformações televisivas na
formação de professores I p. 229**

Alita Sá Rego

SUMÁRIO

4.DTI Comunicação e Identidades Culturais | p. 239

**Por um Rio “verdadeiramente antirracista”:
ativismo de marca no caso Moïse Kabagambe**

| p. 240

Isabela Maria de Oliveira Borsani

**Publicidades e expressões simbólicas das
mulheres no espaço urbano: um estudo
comparativo entre as cidades brasileiras de Natal
(RN), Recife (PE) e Barcelona (Espanha)** | p. 254

Patrícia de Souza Nunes; Isaltina Maria de Azevedo
Mello Gomes; Nicolás Lorite García

**Com quem estás a falar? representação do
envelhecimento na campanha publicitária
“Atende, Que É Beirão” durante a pandemia da
Covid-19** | p. 270

Desirée Aguiar Suzuki Tonussi

**Que horas ela volta? um olhar sobre as muitas
“Vals” trabalhadoras domésticas** | p. 281

Rosinete de Jesus Silva Ferreira; Cleyciane Cássia
Moreira Pereira

**O Rio de Janeiro e seus mapas de distinção
social:um estudo sobre a memória de idosos
cariocas** | p. 289

Isabel Feix

**Relato de vida como forma de resistência:
representatividade LGBTQIP+ nas plataformas
digitais do Eita Preta PE** | p. 299

Carla Patrícia Pacheco Teixeira; Luiz Carlos Pinto
da Costa Júnior; Letícia Gabriela da Silva Lima

**Romper o silêncio, desconstruir imaginários:
narrativas de gênero na mostra “AMOTARA –
Olhares das Mulheres Indígenas”** | p. 310

Sthefane Felipa da Costa Pereira; Fabíola Orlando
Calazans Machado

5.DTI Comunicação e Cultura Digital | p. 325

**A construção identitária em ambientes
midiatizados: o papel das mídias sociais digitais**

| p. 326

Simone Antoniaci Tuzzo; Claudomilson Fernandes
Braga

SUMÁRIO

Uma real democracia digital? Análise comparativa de plataformas participativas governamentais | p. 336

Cláudia Maia Mendes

O vírus se multiplica por mensagens instantâneas? estratégias de comunicação do presidente Jair Bolsonaro sobre a covid-19 através do Telegram | p. 345

Francisco Sérgio Lima de Sousa; Márcia Vidal Nunes

O impacto dos vazamentos pelos media em empresas de games | p. 361

Luis Fernando Assunção; Gabriel Galam

“Estou só a ver”: o uso político das redes sociais pelos jovens portugueses | p. 369

Sara Monteiro Machado

Una ciudad interactiva a través de un modelo de periodismo de proximidad basado en el storytelling de big data | p. 383

José Sixto García; María Valcárcel Tabernero

Opinião Pública e Cultura Participativa na Era da Personalização | p. 394

Pedro Dourado; Sara Monteiro Machado

Uso de redes sociales en adolescentes catalanes. Hábitos y Competencias Mediáticas | p. 405

Roberto Sánchez-Reina, Davinia Hernández-Leo,

O acesso às tecnologias digitais: limites e potencialidades do acesso à informação digital nas escolas públicas de nível médio no Brasil | p. 417

Ma. Eunice de Jesus Santos; José Cláudio Alves de Oliveira

6.DTI Discursos e Estéticas da Comunicação | p. 427

A utilização da cor em campanhas políticas: o caso das eleições autárquicas de 2017 no Montijo | p. 428

Pedro M. Coelho Moço

O figurino de Kim Kardashian no MET Gala 2021: do “estranhamento” à alteridade | p. 444

Sintya de Paula Jorge Motta

SUMÁRIO

Enquadramentos identitários, modos de ocupar/habitar espaços da cidade, percepções sensíveis e narrativas desestabilizadoras | p. 459

Kati Caetano; Júlio César Rigoni

As possibilidades técnico-expressivas do metaverso a partir de suas formas de articulação de sentido dos sujeitos | p. 469

Lúcia Lemos

Pistas para a compreensão do discurso de Zelensky: o apelo emocional de um líder | p. 485

Márcia Marat Grilo; Adriana Mello Guimarães

7.DTI Recepção e Consumo na Comunicação | p. 493

Comportamento de consumo algoritmizado

| p. 494

Alessandra de Castro Barros Marassi

Plataformização do entretenimento e as novas práticas no consumo de mídias | p. 504

Cláudia Maria Moraes Bredarioli; Fernanda Elouise Budag

Pantanal na segunda tela: uma análise das estratégias de social TV da TV Globo | p. 513

Daiana Sigiliano; Gabriela Borges

Novos agenciamentos publicitários: da semiopragmática às mediações como abordagem teórico-metodológica das práticas midiáticas para os consumos | p. 526

Eneus Trindade; Daniel Dubosselard Zimmermann; Karla de Melo Alves Meira; Sara Carolina Barbosa

A percepção sobre publicidade a bebidas alcoólicas entre os jovens universitários no arquipélago de Cabo Verde | p. 536

Carlos Alberto Monteiro Cabral; Jorge Domingos Carapinha Veríssimo

8.DTI Estudos de Comunicação Organizacional | p. 554

Os media utilizados pelas agências de Relações Públicas em Portugal: a estratégia PESO | p. 555

Maria Inês Brito Morgado

SUMÁRIO

Ciência, dados e engajamento na comunicação organizacional: estudo comparado sobre a comunicação pública da ciência nas instituições de pesquisa em países europeus e americanos
| p. 577

Adriana C Omena Santos; Vinicius Durval Dorne;
Ana Paula Teixeira; Mirna Tonus; João Pedro O.
Santos; Paulo Otávio O. Santos

Bem-estar e organizações: reconhecimento e/ou aprisionamento? | p. 589

Glória Jungkenn; Andressa Soares

O papel da assessoria de comunicação na pandemia: estudo de caso Hospital Metropolitano Dom José Maria Pires, na Paraíba, Brasil | p. 601

Sandra Regina Moura; Luis Fernando Assunção;
Mayara Costa Franca Dantas

A comunicação interna na cultura geracional da Siemens Portugal | p. 615

Nuno Goulart Brandão; Carolina Cunha

Proposta metodológica para entendimento de tendências a nível da comunicação interna

| p. 629

João Simão

9.DTI Estudos de Televisão e Cinema | p. 641

Monstruosidade, maldade e beleza: os investimentos do olhar e a memória da imagem

| p. 642

Alessandra de Castro Barros Marassi

Política e afeto nas imagens de família no documentário democracia em vertigem | p. 655

Mirella Lopes de Aquino; Marcelo Bolshaw Gomes

O pós-modernismo e as faces do capitalismo global em “Ready Player One: Jogador 1” | p. 666

João Paulo de Carvalho dos Reis e Cunha

Agnès Varda: das telas do cinema às salas de exposição | p. 674

Carolina Ribeiro Rodrigues

Filme histórico como um modo de pensamento histórico: possibilidades de análise a partir da obra de Robert A. Rosenstone | p. 682

Zeloi Ap. Martins; Stela Maris da Silva

SUMÁRIO

Fluxos publicitários: as novas lógicas de produção entre veículo, formato e anunciantes | p. 691

Roberta Scórcio Maia Tafner; Rosilene Moraes Alves Marcelino

Cinema e resistência em “Helen” | p. 707

Stela Maris da Silva; Zelo Aparecida Martins

Indícios para uma estética da fotografia de pandemias: análise iconográfica e iconológica de imagens da gripe espanhola | p. 718

Eduardo Leite Vasconcelos

10.DTI Estudos de Rádio e Meios Sonoros | p. 730

Cartografia das rádios públicas brasileiras no contexto da plataformização | p. 731

Elton Bruno Pinheiro

11.DTI Estudos de Jornalismo | p. 746

Monkeypox e homofobia em notícias brasileiras e portuguesas | p. 747

Verônica Soares da Costa; Antonio Carlos Fausto da Silva Júnior; Carlos Alberto de Carvalho

Não é uma aventura! Aspectos de uma cobertura telejornalística sobre um crime na Amazônia | p. 757

Ana Carolina Rocha Pessôa Temer; Simone Antoniaci Tuzzo

Bruno A. Carvalho – repórter do lado de lá. Apontamentos sobre as reações à cobertura do lado russo da guerra da Ucrânia | p. 771

Alexandra Figueira; Rui Pereira; Luís Miguel Loureiro

Fact checking en España vs desinformación sobre coronavirus: el caso de Maldita y Newtral | p. 787

José Casás García

SUMÁRIO

12.DTI História da Comunicação e dos Meios | p. 805

A história da revista Intervalo sob ótica cultural: os estímulos midiáticos e a criação de novos hábitos de consumo | p. 806

Talita Souza Magnolo

A história dos media digitais em Cabo Verde: opercurso da diáspora e para as Ilhas | p. 823

Silvino Lopes Évora

Escaparate Imperial: fotógrafos y fotografía durante el siglo XIX en Puerto Rico | p. 836

Eliseo R. Colón Zaya

Narrativas sobre a proclamação da República no Brasil nos periódicos portugueses | p. 850

Adriana Mello Guimarães

13.DTI Estudos de Folkcomunicação

| p. 858

Bordando histórias, pontuando o futuro: arte popular como processo folkcomunicacional de ativismo e construção do patrimônio | p. 859

Cristina Schmidt; Eliane Mergulhão; Sônia Jaconi

O pós-modernismo e as faces do capitalismo global em “Ready Player One: Jogador 1”¹

João Paulo de Carvalho dos Reis e Cunha
Universidade de Sorocaba (Uniso)
joaopcrc@gmail.com
Sorocaba, Brasil

Resumo

O filme “Ready Player One: Jogador 1”, suas referências à cultura pop e representações do capitalismo global dentro do seu metaverso ficcional são o tema deste artigo. A partir de revisão bibliográfica de Jameson (1997) e Matte (2020), explicitamos como a cultura pop extrai elementos dos seus contextos históricos e geográficos originais e os agrega em novas obras da cultura de massa, constituindo-se como a forma cultural do capitalismo global, chamada pós-modernismo. Na sequência, discutimos como as estruturas desse capitalismo se apresentam no filme, uma vez que, dentro do metaverso, os jogadores são obrigados a coletar dinheiro para adquirirem vantagens estratégicas sobre os outros. Dessa forma, as estruturas do capitalismo mostram-se transpostas ao mundo digital, mas com um agravante: as vidas real e virtual, no contexto do filme, são entrelaçadas de forma que perder dinheiro no mundo virtual significa perder também no real. Concluímos que essa obra permite vislumbrar alguns possíveis caminhos para o desenvolvimento do metaverso no mundo real (alguns dos quais já são visíveis), com seus eventuais benefícios e riscos.

Palavras-chave: Pós-modernismo; Comunicação de massa; Cultura pop; Capitalismo global; “Ready Player One: Jogador 1”.

Keywords: postmodernism; mass communication; pop culture; global capitalism; “Ready Player One: Jogador 1”.

Introdução

Os setores de tecnologia e informática têm se agitado nos últimos tempos em torno do conceito de metaverso. Desde que, em 29 de outubro de 2021, o Facebook, empresa proprietária de algumas das maiores redes sociais e aplicativos de comunicação instantânea da atualidade, alterou o seu nome para Meta Platforms Inc. (ou apenas Meta), refletindo os seus planos de investir pesado nesta tecnologia (o que incluiu a contratação milionária de equipes dedicadas apenas a esse desenvolvimento), o metaverso promete inaugurar, nos próximos anos, uma nova era nas

¹ Trabalho apresentado na DTI 10 – Estudos de Televisão e Cinema, XVII Congresso Ibero-Americano de Comunicação – IBERCOM 2022, realizado de 26 a 29 de outubro de 2022 no Super Bock Arena, na cidade do Porto, Portugal, promovido pela Assibercom e pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

comunicações e formas de interação por meio da internet e da tecnologia digital (Gomes, 2021).

O metaverso, termo criado pelo escritor Neal Stephenson na obra “Snow Crash” (lançada originalmente em 1991), refere-se a uma tecnologia que mescla realidade virtual, realidade aumentada e o mundo físico. A realidade virtual é um ambiente imersivo gerado digitalmente, ao qual se tem acesso através de dispositivos desenvolvidos para tal fim, como óculos para visualizar esse universo, e outros acessórios, tais como luvas especiais conectadas ao mesmo sistema, que permitem a interação com objetos virtuais através de gestos e toques.

Portanto, o metaverso promete ser uma plataforma que permitirá aos utilizadores se encontrar, trabalhar, estudar e jogar virtualmente. Cada indivíduo terá, para essas interações, um “substituto digital”, chamado “avatar”, que poderá ser criado e customizado livremente, ao gosto do utilizador. Algumas aplicações que se imaginam possíveis (ou facilitadas) pelo metaverso no futuro são, no ramo corporativo, reuniões interativas, mesclando o físico com o virtual, e treinos feitos remotamente, através da presença simultânea no mundo virtual. Na medicina, cirurgias a distância e aulas em que alunos poderão estudar corpos virtuais também são cogitadas (Machado, 2022).

Atualmente, alguns aplicativos e jogos, como Roblox, Minecraft e Fortnite, já possuem os seus próprios mundos virtuais – inclusive, o rapper Emicida fez um show para ser exibido exclusivamente dentro do mundo do Fortnite (Arraz, 2022). Porém, os equipamentos disponíveis para desfrutar da imersão no metaverso, como os óculos de realidade virtual, ainda têm valores elevados e proibitivos para muitos utilizadores.

Além disso, mesmo com a adesão de grandes empresas do ramo da tecnologia, como o Facebook, Microsoft e Nvidia, essas tecnologias encontram-se num estágio de desenvolvimento ainda incipiente, e seu pleno desenvolvimento (que ainda apresenta diversos caminhos e possibilidades, sendo precoce antever com exatidão quais se consolidarão), levará mais alguns anos: o Facebook estima desenvolver aplicações de metaverso entre 2031 e 2036, após um longo período de desenvolvimento e testes (Machado, 2022).

Enquanto no mundo real as empresas de tecnologia estudam e desenvolvem projetos para o metaverso, a ficção científica permite vislumbrar como este conceito poderá se concretizar no futuro, em termos estéticos, sociais e económicos. O filme “Ready Player One: Jogador 1”, de Steven Spielberg (2018), mostra como pode vir a ser um universo de realidade virtual na sua plena realização, como os seus utilizadores interagem, se entretêm e consomem dentro dele, assim como a vida dos seus personagens transita entre os mundos real e virtual.

O objetivo deste artigo, portanto, será primeiramente explicitar como este filme mostra, dentro do metaverso representado na sua narrativa, uma maneira possível de incorporação de elementos diversos da cultura pop de várias épocas, elementos familiares e reconhecíveis de uma cultura de massa de circulação mundial, retirados dos seus contextos históricos e geográficos originais, tornando-se esta uma expressão cultural do capitalismo globalizado. Em seguida, discutiremos como o filme representa as consequências sociais e económicas das estruturas do capitalismo transpostas a esse mundo virtual, em um futuro distópico no qual a vida real e a digital são de tal forma imbricadas que a exploração do trabalho e o acesso ao consumo afetam simultaneamente ambos os mundos.

Veremos a seguir os referenciais teórico-metodológicos para nossa argumentação.

Metodologia e enquadramento teórico

A partir de uma revisão bibliográfica, adotamos dois autores para embasar este trabalho. Matte (2020) define a cultura pop como “linguagens, símbolos e formas que atingem escala massiva e transnacional através das mídias e da indústria cultural” (p. 83). Tomando impulso com o início do processo de globalização nos anos 1960, essa estética, característica do chamado pós-modernismo,

corporifica o capitalismo de produção em série de objetos e signos, que visa a uma padronização do consumo em escala global. Adotamos como referencial, além de Matte (2020), Fredric Jameson (2007) para a discussão das características culturais do pós-modernismo e do sistema capitalista global ao qual está associado.

Seguiremos vendo mais detalhes sobre “Ready Player One: Jogador 1” e como a cultura pop é apresentada neste filme.

A cultura pop em “Ready Player One: Jogador 1”

Baseado no livro homónimo de Ernest Cline, o filme “Ready Player One: Jogador 1” se passa na cidade de Columbus, Ohio (EUA), em 2045, anos após uma crise mundial que lançou parte da população do país a uma situação de profunda precariedade material. O protagonista, Wade Watts, um rapaz de 18 anos cujos pais morreram durante a crise, mora com a sua tia num bairro periférico chamado de “As Pilhas”, uma espécie de bairro de lata verticalizado, composto por várias estruturas parecidas com contentores ou trailers empilhados.

Semelhante a como o acesso à internet faz parte da vida de muitas pessoas atualmente, na época retratada pelo filme, existe um metaverso chamado “Oasis”, ao qual os utilizadores, dos mais ricos aos mais pobres, se conectam constantemente como forma escapista de se afastar da realidade hostil. Criado em 2025 por James Halliday e Ogden Morrow, o Oasis permite, através dos avatares, que os seus utilizadores sejam o que quiserem, interajam, façam amigos (que com frequência nunca se viram pessoalmente no mundo real) e possam levar uma vida quase que integralmente virtual (à exceção de comer, dormir e ir à casa de banho, como Wade destaca). Dentro desse universo, os utilizadores participam de jogos e desafios, em busca de artefactos valiosos que lhes garantem poderes e vantagens especiais ou dinheiro.

Como as pessoas passam a maior parte das suas vidas conectadas ao Oasis, o dinheiro que coletam nos jogos tem valor no mundo real. Quando o avatar “morre” dentro do jogo, ele perde todos os itens e artefactos coletados, incluindo o dinheiro (em forma de moedas), que podem ser coletados por outros avatares. Dessa forma, perder as suas posses no jogo também significa “ir à falência” no mundo real.

Halliday morre em 2040, mas deixa um desafio para todos os utilizadores do Oasis: encontrar três chaves que dariam acesso a um prémio supremo, na forma de metade das ações de Halliday da Gregarious Games, empresa fundada por ele (a maior do mundo e proprietária do Oasis), assim como o direito ao controle total desse metaverso. Isso desperta uma corrida para encontrar tais chaves, incluindo a cobiça de Nolan Sorrento, dono da segunda maior empresa, a Innovative Online Industries, que não poupa esforços e recursos para ganhar o prémio e se tornar o número 1.

Porém, após cinco anos da morte de Halliday, nenhuma chave ainda havia sido encontrada, e a única pista que ele deixou é que os desafios que levariam a elas estariam na sua cabeça, ou seja, em detalhes da sua vida e da sua obsessão por cultura pop. Dessa forma, todos passam a estudar a história do criador do Oasis, assim como referências a essa forma de cultura.

Por conta disso, o filme agrega uma imensa quantidade de personagens, objetos, cenas e músicas relacionados ao cinema e aos videojogos, reconhecíveis em maior ou menor grau por muitos espetadores, devido à sua presença em centenas de produtos culturais de ampla circulação mundial. A caçada empenhada pelos personagens (na forma dos seus avatares) à procura das chaves dentro do Oasis é espelhada pela busca de diversos espetadores em observar e identificar as centenas de “ícones pop” que aparecem simultaneamente nas cenas do filme.

Além da multiplicidade de referências ao universo pop espalhadas por todo o Oasis, em certo momento a busca pelas chaves leva os personagens a uma sala de cinema virtual em que está a ser exibido o filme “O iluminado” (1980), de Stanley Kubrick. Porém, ao invés de simplesmente assistirem

ao filme, eles adentram o cenário do hotel em que se passa esta obra e vivenciam uma detalhada reconstituição das cenas originais, sendo os personagens alçados à condição de protagonistas das situações assustadoras do filme de Kubrick a fim de atingirem os seus objetivos. Temos aqui não apenas uma reunião de elementos da cultura pop, mas toda uma citação e incorporação de cenas quase completas do filme, deslocadas do contexto original e ressignificadas para a narrativa do metaverso ficcional.

A reunião de elementos e referências díspares, com origens em múltiplas obras populares, tal como vemos em “Ready Player One: Jogador 1”, é uma das características marcantes do período que veio a ser chamado pós-modernismo nas artes,

[...] um momento em que a disponibilidade informacional e, portanto, o “repertório cultural” tornaram-se tão amplos e tão acessíveis que o artista encontra diante de si a possibilidade de estabelecer uma relação eclética com um conjunto de referências quase infinito” (Matte, 2020, pp. 85-86).

O termo “popular” aqui utilizado, também de acordo com Matte (2020), “tem a ver com a qualidade de ser vendável e coroado de sucesso comercial” (p. 77), ou seja, produtos de uma indústria cultural oriundos de um capitalismo globalizado. Dada a dinâmica e velocidade com que tais produtos culturais são lançados, de modo a sustentar um mercado mundial bilionário, a cultura pop passou a ser associada ao moderno e à novidade, principalmente por estar com frequência amparada pelas tecnologias da informação (Matte, 2020).

A cultura pop é, portanto, a forma assumida pela globalização da cultura, a qual, segundo Matte (2020), é “o estabelecimento de um padrão cultural em escala global” (p. 76), um fenómeno social amplo que opera não como soma ou encontro de unidades autónomas e distintas, mas como igualdade, baseada na supressão da distinção e autonomia de formas culturais localizáveis que estariam diretamente associadas a um lugar e tempo específicos.

Portanto, para Matte (2020), “para tornar-se cultura (uma cultura na qual estejam inscritos os seus interesses), a mundialização precisa aparecer em formas cotidianas, familiares e reconhecíveis (culturalmente operáveis) por qualquer pessoa em qualquer lugar do planeta” (p. 84), ou seja, necessita assumir a forma de objetos quotidianos, como as calças de ganga, a televisão, o telemóvel – ou os símbolos da cultura pop massificada, tal como vemos no filme.

“Ready Player One: Jogador 1” também se enquadra em outra característica típica do pós-modernismo: a nostalgia. Mesmo sendo uma ficção científica, situada num futuro distópico, suas referências pop são, na sua maioria, dos últimos 20 a 40 anos (décadas de 1980 a 2000). Dessa forma, os elementos culturais incorporados ao filme são descontextualizados e têm os vínculos históricos com as suas peças de origem rompidos: “O passado como referente é gradualmente colocado entre parênteses e depois desaparece de vez, deixando apenas textos em nossas mãos” (Jameson, 2007, p. 46). Num universo cultural globalizado em nível coletivo e social, os filmes de nostalgia, como este de que tratamos, buscam recuperar um passado perdido; porém, muitas vezes, um passado não histórico ou ainda idealizado: uma “miragem reluzente”, nas palavras de Jameson (2007, p. 48).

Essa rutura dos laços históricos dos elementos culturais é também “sintoma” da globalização, no sentido em que esta ocasiona uma desterritorialização, a qual, segundo Matte (2020),

Diz respeito a uma diminuição dos laços e da articulação cultural das sociedades locais com seu território geográfico imediato – o que é um dado típico da modernidade-mundo, em contraponto às formas tradicionais de cultura, em que se estabelece um universo de relações baseado na “animação” (social) de uma geografia específica, em que a cultura subsiste (seus pilares estão) nos traços característicos das formações e processos

sócio/ambientais locais. (p. 84)

Dessa forma, conclui Matte (2020), a globalização da cultura “é capaz de ‘aproximar o distante’ e nos afastar do nosso próprio entorno” (p. 85). Na medida em que essa cultura global, por meio das tecnologias da informação, forma-se eliminando distâncias e suprimindo o tempo (uma vez que a circulação da informação ocorre de maneira praticamente instantânea), Jameson (2007) afirma que se torna difícil para um sujeito inserido nesse contexto organizar o seu passado e o seu futuro como uma experiência coerente, resultando num conjunto de referências fragmentado e aleatório.

Tanto na dimensão espacial, quanto na temporal, é o que o metaverso do Oasis representa: uma forma de se afastar do entorno precário (e, ao que parece, culturalmente estéril, já que as Pilhas em que os personagens vivem se assemelham a um monte de caixotes empilhados num ambiente cinzento, quebrado apenas por telões que exibem anúncios), e da realidade que o próprio Wade chama “deprimente”. Em oposição, há o ambiente virtual visualmente estimulante do Oasis, que reúne (tanto do ponto de vista diegético quanto extradiegético) as centenas de referências à cultura pop; porém, de forma fragmentada, sem seus laços históricos.

Tendo visto esse panorama da cultura pop e de como ela se apresenta em “Ready Player One: Jogador 1”, discutiremos a seguir algumas das características do capitalismo global, do qual a cultura pop é sua materialização estética, e como ele se manifesta na narrativa do filme.

O Pós-modernismo como estética do capitalismo global

Conforme vimos, o acúmulo de referências de fontes diversas, tal como mostrado no filme, é uma forma típica do pós-modernismo, da qual os artistas dispõem para elaboração das suas obras. Nesse sentido, a arte absorve uma ideia do capitalismo que Matte (2020) chama de “argumentação positiva”, em que tudo ganha aparência de soma, de aumento, de sentimentos positivos, expansivos e alegres” (p. 87). Esse acúmulo de referências é a manifestação estética da produção em massa, em que os elementos se alinham tal como produtos nas prateleiras de um “supermercado cultural”, no aguardo para serem selecionados e combinados em novas peças.

Porém, observamos que essa cultura de massa, de impulso padronizador, “faz parte de um mecanismo mais amplo (histórico, político, econômico), produtor de desigualdades que dificultam o acesso a ela mesma, dando à heterogeneidade ‘um caráter estrutural’” (Matte, 2020, p. 76). Vemos no contexto do filme que as estruturas do capitalismo global são transpostas para o mundo virtual do Oasis: é necessário coletar e acumular dinheiro dentro do jogo, na forma das moedas, para conseguir participar ativamente das possibilidades que ele oferece. Isso ocorre logo nas primeiras cenas, quando Wade, “na pele” do seu avatar Parzival, vai participar de uma corrida de carros, almejando encontrar uma das chaves de Halliday. Estando com pouco dinheiro, ele vai para as últimas posições do grid de largada, a fim de poder coletar as moedas deixadas pelos outros competidores que “morrerem” pelo caminho e assim, poder abastecer o seu carro (o DeLorean da trilogia de filmes “De volta para o futuro”) e chegar até o fim da prova. Ao vencer o primeiro desafio em busca das chaves, Parzival recebe uma quantia significativa de dinheiro, a qual gasta num shopping center virtual, comprando itens que dão vantagens estratégicas dentro do jogo.

Ou seja, a mesma estrutura econômica criadora de desigualdades no mundo real se projeta no mundo virtual, com um agravante: conforme mostrado no filme, a economia que move o mundo real também está entrelaçada ao Oasis, de forma que a pobreza material significa pobreza “virtual” e vice-versa, e o acesso a bens materiais também se encontra condicionado ao desempenho nos jogos dentro do metaverso.

Dessa forma, mesmo os sujeitos das classes mais baixas não são vistos como “trabalhadores”, mas como “consumidores”, “por se inserirem no consumo dos produtos mundializados, participantes das novas formas desterritorializadas da cultura”, conforme afirma Matte (2020, p. 103). Mas, por outro lado, ocorre uma transmutação e, ao mesmo tempo, uma perpetuação dos “sujeitos monetários

sem dinheiro”: “São populações monetarizadas – isso é, as suas vidas passam obrigatoriamente pelo dinheiro – mas que não possuem moeda, não possuem os meios para consumir” (Matte, 2020, p. 114).

A dominação económica se manifesta também nessas passagens entre os mundos real e virtual. Uma vez que a economia de ambos os mundos é unificada, adquirir dívida em um significa ter que pagá-la em ambos. Para isso, a Innovative Online Industries mantém os “centros de retenção”, espécie de presídio em que as pessoas endividadas são confinadas em pequenas celas com todos os equipamentos de realidade virtual, obrigadas a desempenhar tarefas dentro do metaverso para acumular dinheiro, saldar as suas dívidas e enfim serem liberadas. Por trás da aparência festiva do Oasis, onde tudo é possível à medida que se tenha dinheiro acumulado para consumir, escondem-se facetas já bem conhecidas do capitalismo no mundo atual, “numa operação fabulística que disfarça a racionalização da vida e a contenção dos corpos que tal sistema necessita para se perpetuar” (Matte, 2020, p. 87).

Além das estruturas do capitalismo que vemos transposta para o mundo virtual em “Ready Player One: Jogador 1”, outros elementos do filme já estão presentes na economia da atualidade. Os gastos de jogadores adquirindo itens virtuais em jogos online cresceu 132% entre novembro de 2020 e o mesmo mês de 2021 (Szpacenkopf, 2021). Assim como no filme, alguns itens oferecem vantagens estratégicas dentro do jogo; outros, são apenas “cosméticos”, como as chamadas skins, que apenas alteram o visual dos objetos. Costa (2020) afirma que estes últimos servem para criar identidades e subjetividades dentro do jogo, diferenciando o jogador dos demais, com vistas a ter maior visibilidade, status ou indicar pertencimento a um grupo. Vemos isso no filme logo no início, quando Wade adquire um novo penteado de cabelo para seu avatar, e mais adiante, quando experimenta diversas roupas virtuais para seu encontro romântico com Art3mis numa discoteca do Oasis.

No nosso mundo real da atualidade, por sua vez, o jogador de futebol brasileiro Neymar já teve o seu património virtual de skins adquiridas para suas armas no jogo de tiro “Counter-Strike: Global Offensive” (CS:GO) avaliado em 40 mil dólares, tendo adquirido uma delas por 9.300 dólares (Carbone, 2021).

Como desdobramento disso, Costa (2020) explica que os consumidores de jogos online oscilam continuamente nas posições de “consumidores” e de “produtos”, à medida que, além de comprarem objetos virtuais para uso nos jogos, também portam e exibem as marcas de empresas e produtos nos seus avatares e personagens, tornando-se eles mesmos um meio cobiçado por empresas para divulgarem as suas marcas nos mundos virtuais. Nesse sentido, Nike, Gucci e até o Banco do Brasil já criam plataformas para marcar presença, respetivamente, os dois primeiros nos universos dos jogos Roblox e o último no GTA (Luiz, 2021; Machado, 2022).

O Facebook, que está se colocando atualmente à frente no desenvolvimento do metaverso, planeia levar-lhe o seu atual modelo de negócios, baseado na coleta de dados pessoais dos utilizadores para a venda de anúncios (Luiz, 2021). Vemos essa possibilidade de negócios sendo levantada, em “Ready Player One: Jogador 1”, pelo vilão Sorrento, o qual, assim que conseguisse encontrar todas as chaves e conquistar o controle sobre o Oasis, queria impor um modelo de publicidade agressiva, com anúncios sendo exibidos a todo instante em janelas flutuantes no campo de visão dos utilizadores – algo que o próprio Halliday, criador do Oasis, havia proibido.

Enfim, ainda que o metaverso se encontre na atualidade dando os primeiros passos no seu desenvolvimento, sua versão ficcional projetada por “Ready Player One: Jogador 1” nos permite antever alguns caminhos possíveis para sua concretização, o que implicará inescapavelmente relações múltiplas com as estruturas do capitalismo global e a sua expressão estética, a cultura de massa na forma da cultura pop.

Conclusões

O filme “Ready Player One: Jogador 1”, ao apresentar um metaverso no âmbito da ficção científica, permite-nos antecipar certas possibilidades de desenvolvimento dessa tecnologia no mundo real. A cultura pop, tradicional do pós-modernismo, associada à produção massificada do capitalismo global, já se configura como forma cultural difundida de maneira ampla, impulsionada ainda mais pelos avanços das tecnologias da informação, tornando as suas peças e elementos mundialmente presentes e reconhecíveis. Podemos especular que essa cultura continuará a ser a tônica dentro do metaverso, tal como observamos no filme.

Por outro lado, recuperando o conceito de desconexão com as origens históricas desses elementos agregados em novos produtos culturais, Jameson (2007) discute que essa nostalgia de um passado descontextualizado associa-se à concepção de Platão do simulacro, “a cópia idêntica de algo cujo original jamais existiu” (p. 45). Matte (2020) reforça essa ideia, comentando sobre a televisão e os media de massa (mas que sem esforço podemos associar a futuros desenvolvimentos do metaverso), e alerta que:

ao criarem esse “plano de existência macrocontextual flutuante”, ofereceriam uma vivência que afasta o espectador de seu contexto cultural imediato, nacional ou comunitário, oferecendo-lhe, depreende-se, uma “virtualidade”, uma cultura “irreal” e “sem materialidade”. O resultado dessa formulação, no entanto, se levada ao limite, é o da conceituação da cultura como um platonismo – em que ela, sendo transcendental, pode, de acordo com o estágio técnico, estar completamente descolada da experiência material, cotidiana. (p. 116)

Vimos, de fato, a partir da narrativa de “Ready Player One: Jogador 1”, que os utilizadores do Oasis permanecem a maior parte do seu tempo de vida conectados ao metaverso – e, portanto, desconectados da experiência física do seu entorno. Além disso, essa é uma cultura que nivela os seus utilizadores a partir do acesso à tecnologia. Dessa forma, considerando que o metaverso se desenvolva em direção semelhante à do filme, a desigualdade social presente no mundo atual fará com que uma grande parcela da população permaneça à margem de eventuais benefícios da tecnologia do metaverso e dos bens culturais que por ele venham a circular. Mesmo que no filme até os mais pobres tenham condições de acessar o Oasis, a desigualdade ainda estará presente, pois, de acordo com o que vimos nessa obra, a estrutura do capitalismo e do consumo tende a ser replicada dentro do mundo virtual.

Neste artigo, focamos em discutir o pós-modernismo, a cultura pop e o capitalismo global tal como são apresentados em “Ready Player One: Jogador 1” e no seu metaverso ficcional, o Oasis. Dessa forma, outras discussões que se fazem relevantes sobre o metaverso no mundo real, seus benefícios e riscos (como violação de privacidade, aumento da desinformação, golpes, problemas psicológicos e vício), foram deixadas de fora. Sendo assim, este assunto de forma alguma se esgota com a nossa discussão, e ficam em aberto pesquisas futuras a partir de outros objetos, além de novas leituras a partir desse mesmo filme e relatos e estudos sobre futuras evoluções desta tecnologia.

Referências

- Araz, L. (2022, Maio, 2). Como foi o show do Emicida no Fortnite. Canaltech. <https://canaltech.com.br/games/como-foi-o-show-do-emicida-no-fortnite-215321/>
- Carbone, F. (2021, Janeiro, 5). CS:GO: Neymar tem inventário de skins avaliado em mais de R\$ 210 mil. GE. <https://ge.globo.com/esports/csgo/noticia/csgo-neymar-tem-inventario-de-skins-avaliado-em-mais-de-r-210-mil.ghml>
- Costa, J. F. G. G. (2020). O universo dos jogos eletrônicos: Investigando os “kits de subjetividade”

online no caso do League of Legends [Dissertação de mestrado não publicada]. Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Gomes, N. (2021, Outubro, 29). Facebook muda de nome e se chama Meta a partir de hoje. Tekimobile. <https://www.tekimobile.com/noticia/facebook-muda-nome-para-meta/>

Jameson, F. (1997). Pós-Modernismo: A lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática.

Spielberg, S. (Diretor). (2018). Ready Player One: Jogador 1 [Filme]. Amblin Entertainment; Warner Bros.

Luiz, A. (2021, Dezembro, 5). O que é Metaverso, realidade que o Facebook aposta? Tekimobile. <https://www.tekimobile.com/o-que-e-metaverso/>

Machado, S. (2022, Abril, 28). Metaverso: como participar do 'futuro da tecnologia'? Saiba tudo. Tilt UOL. <https://www.uol.com.br/tilt/faq/metaverso-o-que-e-como-entrar-e-mais.htm>

Matte, G. A. (2020). A moderna tradição brasileira: Relações entre modernização e cultura da tropicália / marginália à geração marginal periférica [Tese de doutoramento não publicada]. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Szpacenkopf, M. (2021, Dezembro, 21). Gastos com games na internet cresceram 132% em um ano, revela pesquisa. O Globo. <https://blogs.oglobo.globo.com/lauro-jardim/post/gastos-com-games-na-internet-cresceram-132-em-um-ano-revela-pesquisa.html>

ORGANIZAÇÃO



COM O APOIO

