



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

RAFAEL FILIPE SOUZA DA SILVA

**AVATARIZAÇÃO E PERFORMANCE NA MÚSICA POP:**  
um estudo a partir das cantoras virtuais Hatsune Miku e Lil Miquela

Recife  
2023

RAFAEL FILIPE SOUZA DA SILVA

**AVATARIZAÇÃO E PERFORMANCE NA MÚSICA POP:**  
um estudo a partir das cantoras virtuais Hatsune Miku e Lil Miquela

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM/UFPE), Campus Recife, Centro de Artes e Comunicação (CAC), como requisito para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

**Área de concentração:** Comunicação

**Orientador:** Prof. Dr. Thiago Soares

Recife  
2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,  
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Silva, Rafael Filipe Souza da.

Avatarização e Performance na Música Pop: um estudo a partir das cantoras virtuais Hatsune Miku e Lil Miquela / Rafael Filipe Souza da Silva. - Recife, 2023.

98 : il.

Orientador(a): Thiago Soares

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2023.

Inclui referências, apêndices, anexos.

1. Comunicação Social. 2. Estética e Culturas da Imagem e do Som. 3. Performance. 4. Avatarização. 5. Música Pop. I. Soares, Thiago . (Orientação). II. Título.

300 CDD (22.ed.)

UFPE (CAC 2024 - 70)

RAFAEL FILIPE SOUZA DA SILVA

**AVATARIZAÇÃO E PERFORMANCE NA MÚSICA POP:**  
um estudo a partir das cantoras virtuais Hatsune Miku e Lil Miquela

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM/UFPE), Campus Recife, Centro de Artes e Comunicação (CAC), como requisito para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Aprovado em: 15/02/2023

**BANCA EXAMINADORA:**

Participação via videoconferência  
Prof. Dr. Thiago Soares (orientador)  
Universidade Federal de Pernambuco - UFPE

Participação via videoconferência  
Prof. Dr. Jeder Silveira Janotti Júnior (examinador interno)  
Universidade Federal de Pernambuco - UFPE

Participação via videoconferência  
Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Adriana da Rosa Amaral (examinadora externa)  
Universidade Paulista - Unip

*A meu querido sobrinho Karan.*

## **AGRADECIMENTOS**

Na minha trajetória acadêmica, até aqui, eu precisei de muito apoio. Para fazer esta dissertação, vali-me do que construí nas experiências anteriores que tive, mas também contei com novas redes e pesquisadores. Seria justo agradecer a todas as pessoas envolvidas nesse processo, porque nada se faz do dia para a noite, especialmente a pesquisa acadêmica. Assim sendo, nomeio e agradeço, para representar todos, Thiago Soares, Maria Helena Souza, Carla Poliana Souza, Cássia Milena Souza, Fabiana Cássia Soares, Francisco Bezerril, Fernanda Mélo, Amanda Tavares, Laura Buarque, José Bruno Marinho, Mariana Lima, Laisa Monteiro, Daniel Andrade, Mariana Lins, Henrique Tenório, Eduardo Rodrigues, Nina Velasco, Yvana Fechine, Jeder Janotti, Roberta Bacelar, Adriana Santana, Adriana Amaral, Rafael Grohmann, Emmanoel Ferreira, Fernanda Carrera e a Universidade Federal de Pernambuco, por ser, para mim, como uma segunda casa, durante tantos anos, desde a infância, do Colégio de Aplicação ao Centro de Artes e Comunicação, e por ainda seguir mudando para melhor a minha vida – que potência transformadora é a universidade pública de qualidade.

“O que você acha das celebridades virtuais? Acho que a maioria das celebridades da cultura pop é virtual” (LIL MIQUELA..., 2019).

## RESUMO

A presente pesquisa objetiva investigar os conceitos de avatar e avatarização na atualidade, a partir da esfera digital e da cultura pop, no contexto da Comunicação e dos Estudos de Performance. Nesse sentido, problematizamos deslocamentos e recontextualizações de seres humanos e corporações, no âmbito da Música Pop, considerando os processos de síntese simbólica implicados na geração de avatares, buscando compreender em que medida esses processos estão relacionados a atos performáticos. Inicialmente, realizamos uma retrospectiva histórica do termo *avatar*, que remonta à narrativa teológica hinduísta, e da performance social que chamamos de *avatarização*. Começamos, então, a delinear uma possibilidade analítica de fenômenos comunicacionais baseada no que nomeamos de *perspectiva da avatarização*, norteada por questões que nos permitiram focar esse processo de trânsito interdimensional, por meio do qual um corpo, o avatar, é criado com o propósito específico de atuar numa dimensão outra em relação à dimensão original de quem o cria. Em seguida, procedemos ao estudo de performances das cantoras virtuais Hatsune Miku e Lil Miquela, através das ferramentas teórico-metodológicas dos dramas e roteiros performáticos. Nossas análises apontaram que o esforço de coerência expressiva aparece como um importante recurso do *storytelling* corporativo incorporado pelas cantoras virtuais, como observado tanto na narrativa da mestiçagem em Lil Miquela, a qual se baseia em processos estratégicos de apropriação de estéticas e corpos afro-diaspóricos, quanto nos esforços para fomentar empatia e promover a criação colaborativa em torno de Hatsune Miku. A pesquisa evidencia, ainda, o papel decisivo das infraestruturas na música pop e a consolidação de novas corporalidades definidas pelo digital.

**Palavras-chave:** avatarização; performance; música pop; cantoras virtuais.

## ABSTRACT

This research aims to investigate the concepts of avatar and avatarization nowadays, from the digital sphere and pop culture, in the context of Communication and Performance Studies. In this sense, we problematize displacements and recontextualizations of human beings and corporations, in the context of Pop Music, considering the processes of symbolic synthesis involved in the generation of avatars, seeking to understand to what extent these processes are related to performative acts. Initially, we carried out a historical retrospective of the term avatar, which dates back to the Hindu theological narrative, and the social performance that we call avatarization. Then, we began to outline an analytical possibility of communicational phenomena based on what we call the perspective of avatarization, guided by questions that allow us to focus on this process of interdimensional transit, through which a body, the avatar, is created with the specific purpose of acting in another dimension in relation to the original dimension of its creators. Afterwards, we proceeded to study the performances of the virtual singers Lil Miquela and Hatsune Miku, through the theoretical-methodological tools of dramas and performance scripts. Our analyses indicated that the effort of expressive coherence appears as an important resource of the corporate storytelling incorporated by the virtual singers, see the narrative of miscegenation in Lil Miquela, which is based on strategic appropriation processes of Afro-diasporic aesthetics and bodies, and the efforts to foster empathy and promote collaborative creation around Hatsune Miku. The research also highlights the decisive role of infrastructures in pop music and the consolidation of new corporealities defined by the digital universe.

**Keywords:** avatarization; performance; pop music; virtual singers.

## SUMÁRIO

<b>Introdução.....</b>	<b>11</b>
<b>Capítulo 1 – Avatarização enquanto performance.....</b>	<b>23</b>
1.1 Da intangibilidade espiritual à cultura digital: marketing, influência e holografia.....	30
1.2 A possibilidade analítica da perspectiva da avatarização.....	34
<b>Capítulo 2 – Em busca dos vestígios dos avatares em rede.....</b>	<b>38</b>
2.1 Percurso cartográfico como aparato para Estudos de Performance.....	38
2.2 Incurções em vivências performáticas avatarizadas.....	44
<b>Capítulo 3 – Hatsune Miku em “A solidão e o sonho da cantora virtual” .....</b>	<b>46</b>
3.1 Avatares como modelos de eficiência para a indústria do entretenimento.....	50
3.2 A bonequinha está fora da caixa: colaboração de fãs como possibilidade de expansão.....	54
3.3 A princesa número um do mundo é uma garota solitária: os sonhos-avatares.....	59
<b>Capítulo 4 – “Não tenho certeza se posso me considerar uma mulher de cor”: a performance racializada de Lil Miquela.....</b>	<b>64</b>
4.1 A racialização como performance de coerência expressiva.....	65
4.2 Performance de humanidade.....	67
4.3 O <i>storytelling</i> da mestiçagem e o esvaziamento de formas de pertencimento.....	70
4.4 Estéticas que afrontam o afro-futurismo.....	79
<b>Considerações finais.....</b>	<b>81</b>
<b>Referências.....</b>	<b>85</b>
<b>Apêndice A.....</b>	<b>93</b>
<b>Apêndice B.....</b>	<b>94</b>
<b>Anexo A.....</b>	<b>95</b>
<b>Anexo B.....</b>	<b>97</b>

## Introdução

Entre os meses de novembro e dezembro de 2022, os *feeds* no Instagram foram tomados por imagens de usuários editadas por um aplicativo chamado Lensa. A *Folha de S.Paulo* noticiou a *trend* do seguinte modo, em matéria veiculada na sessão #HASHTAG - Mídias sociais e a vida em rede: “Misturando selfies e arte digital, o aplicativo de edição de fotos Lensa lançou no dia 21 de novembro a ferramenta Magic Avatars (‘avatars mágicos’), que cria retratos com uso de inteligência artificial”. O destaque vem em seguida, quando o jornal explica essas criações e fornece um conceito corrente de avatar: “o resultado são pacotes de imagens variadas, que podem ser usadas como avatares — as fotos que escolhemos para nos representar nas redes sociais”<sup>1</sup>.

Para nós, estamos diante de imagens que nos fornecem um conjunto de códigos capazes de simbolizar papéis e relações sociais (GEERTZ, 2013), de modo mais ou menos direto, mais ou menos sugestivo, os quais, reunidos, nos dão a ver alguém. Ao observarmos esses avatares em diferentes contextos e cenários, com diferentes adornos e nuances estéticas, clipamos a imagem que fazemos de um artista, por exemplo. Compomos. Gesto análogo ao que empreendemos quando colecionamos diferentes percepções sobre alguém ao longo dos nossos contatos com essa pessoa. Nesse sentido, ver as várias versões de alguém, em retratos que trazem à visualidade elementos simbólicos e contextuais, é enxergá-lo de modo enquadrado, a partir de seus avatares, que são coocorrentes.

**Figura 1** – Avatares do cantor colombiano Sebastian Yatra gerados pelo Lensa



**Fonte:** Instagram

<sup>1</sup> DELUCA, N. Ferramenta viral usa inteligência artificial para criar retratos imaginários em alta definição. *Folha de S.Paulo* [online], São Paulo, 29 nov. 2022. Hashtag. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/hashtag/2022/11/ferramenta-viral-usa-inteligencia-artificial-para-criar-retratos-imaginarios-em-alta-definicao.shtml?origin=folha>. Acesso em: 04 dez. 2022.

A visualização dos corpos no ambiente digital nos aponta para a necessidade de debater as performances, ou seja, a estética das atuações cênicas possíveis e suas concatenações, para construir narrativas à medida que esses corpos viabilizam interações sociais. A aparição simbólica dos corpos promove uma reorganização do comum (SODRÉ, 2014), na medida em que uma série de novas interpelações se apresentam: este corpo existe? Este corpo visível tem alguma correlação com algum corpo físico? É nessa direção que esta pesquisa se desenvolve: o debate sobre corpos que, circunscritos em um espaço cênico, não coincidem com a materialidade biológica. Trata-se de uma discussão em torno do processo de elaboração de avatares, por meios de processos midiáticos, que atuam na construção de narrativas em uma dada circunscrição tempo-espço (COHEN, 2002).

Nesse sentido, esta pesquisa parte de uma investigação que busca debater o conceito de avatar e os processos de avatarização no âmbito da Comunicação e dos Estudos de Performance. A partir da Música Pop, analisamos performances das cantoras virtuais Lil Miquela e Hatsune Miku, através de ferramentas teórico-metodológicas fornecidas pelos estudos de dramas e roteiros performáticos (TAYLOR, 2013; SOARES, 2021; AMARAL et al., 2018) em associação aos estudos sobre avatarização (BRESSAN e SILVEIRA JUNIOR, 2011; WILDT et al., 2020). À medida que os estudos foram sendo executados de forma empírica, delineou-se uma possibilidade analítica de fenômenos comunicacionais baseada no que nomeamos de *perspectiva da avatarização*, norteada por questões que nos permitiram focar esse processo de trânsito interdimensional, por meio do qual um corpo, nomeado de *avatar*, é criado com o propósito específico de atuar numa dimensão outra em relação à dimensão original de quem o cria — compreensão esta que advém de contextos anteriores ao digital e deriva da noção performática de avatarização que remonta a performances sociais e gestos de deslocamento simbólico vivenciados desde as primeiras civilizações, vide a hindu, no seio da qual surgiram os termos *avatar* e *avatarização*, há mais de 2.500 anos.

Fazendo um recorte, quando partimos para a análise dos objetos desta pesquisa, as cantoras virtuais Hatsune Miku e Lil Miquela, essa noção performática da avatarização é estudada no contexto da cultura digital, a partir do processo histórico atrelado ao desenvolvimento do capitalismo. Foi nosso objetivo, assim, compreender os mecanismos simbólicos por meio dos quais são criadas personagens ou personas públicas em ambientes digitais que “dão vida” a pessoas, marcas, projetos e instituições num contexto extremamente performático nas redes sociais digitais e na comunicação social de modo amplo.

Esta pesquisa, portanto, reconhece que, na era do que se convencionou chamar de *capitalismo cognitivo* (BENTES, 2007), entidades comerciais, instituições e marcas passam a

criar vidas artificiais que operam na geração de emoções e vínculos entre sujeitos a partir da rubrica da empatia (SILVA, 2022), do planejamento e da gestão de *storytellings* cuidadosamente elaborados no contexto do *branding* (MILLER, 2019; ROWLES, 2021). O recorte em torno de duas figuras do campo da música inscreve esta investigação na discussão específica do terreno da Música Pop e suas relações com a intensificação das trocas simbólicas e performáticas, na atualidade, notadamente, em redes sociais digitais.

Uma empresa, uma personalidade jurídica, comumente, é composta de seus atos jurídicos e documentos escritos, dos equipamentos e edificações de sua sede, dos seus produtos, dos seus recursos humanos, dos seus sistemas, *softwares* e de muitas outras materialidades, que variam conforme a configuração do negócio. Assim, pode-se dizer que uma companhia como a Magazine Luiza, por exemplo, cria uma mascote digital, chamada Magalu, como um recurso corpóreo para habitar dimensões digitais e lá estabelecer socializações com seu público consumidor. A empresa Magazine Luiza não tem cabelo, boca, braços, mas a Magalu, sim; e, por isso, em tese, seu poder de gerar empatia é maior. A loja criou, por isso, um corpo virtual humanoide, nesse caso em CGI (Imagem Gerada por Computador, do inglês *Computer Graphic Imagery*), no âmbito de sua estratégia de *marketing*, para se tornar mais próxima dos clientes, seguindo uma tendência de pessoalidade em voga, em razão da popularidade das redes sociais digitais, como Facebook, Instagram e YouTube, nas quais é preciso ser autêntico e acessível para comunicar eficientemente e conquistar as pessoas (ROWLES, 2021; JENKINS, 2014).

A Magalu, portanto, é um avatar da Magazine Luiza, assim como outras mascotes ao longo da história se estabeleceram como avatares de empresas ou de outras organizações, criadas para o transporte identificatório da instituição — uma personalidade jurídica com materialidades próprias, mas sem corporeidade humana — para a dimensão digital. Tudo isso através de um esforço para gerar empatia e otimizar as chances de a empresa lograr seu principal objetivo: ser querida, para vender e ter lucros.

Traçando um paralelo metafórico com jogos de videogame: quantas pessoas estão “jogando” com a Magalu, na dimensão do jogo do mercado, desde o mundo analógico? São muitos profissionais que compõem a empresa e que estão sob o guarda-chuva dessa estratégia de *marketing*, despendendo horas e horas tanto para que a Magalu exista quanto para que ela vença o jogo, enquanto avatar operando na dimensão comunicacional do mercado.

Assim como a Magalu, outras influenciadoras digitais consistem em avatares de empresas no mundo do *marketing* digital e possuem presença expressiva nas redes sociais, com grande alcance global. Algumas delas são Lil Miquela e Hastune Miku, escolhidas como objeto desta pesquisa, em razão de sua proeminência na música pop e por escancararem,

pioneiramente, essa mobilização simbólica implicada historicamente na materialização de ícones pop, a partir dos esforços da indústria do entretenimento. É por isso que, nesta pesquisa, se pretende compreender a *avatarização* denotada pelos tensionamentos e agenciamentos estéticos imbricados nas performances e nos corpos dessas duas cantoras virtuais.

Na definição empreendida pelo site de buscas Google, Lil Miquela é classificada como uma influencer digital virtual “que tem uma carreira musical” e Hatsune Miku um “software de voicebank”. Do ponto de vista do “mito de origem”, temos dois caminhos distintos: enquanto Hatsune Miku integra um projeto de criação de um corpo musical para uma nova plataforma de negócios da empresa japonesa Crypton Future Media<sup>2</sup>, Lil Miquela tem sua criação cercada por especulações relacionadas à *startup* Brud, sediada em Los Angeles, a qual se apresenta como “um grupo de solucionadores de problemas em robótica, inteligência artificial e seu uso para empresas de comunicação”<sup>3</sup>.

Por se tratar de um tema bastante novo no campo da Comunicação e da Cultura Digital, cabe delimitar a natureza desta investigação, que traz alguns pontos de partida: não se trata de uma pesquisa sobre cultura otaku, tampouco sobre *Vocaloid* ou jogos eletrônicos, como costumam ser as abordagens em torno de Hatsune Miku (KENMOCHI, 2010; LAM, 2016; GREENWOOD, 2013); além disso, por estar inscrito no campo estético da Música Pop, não se trata de um estudo centrado em *marketing*, diferentemente do que se tem nas investigações sobre Lil Miquela (HERRMANN, 2019; GABELLINI, 2022; PEREIRA et al., 2020). Ademais, não apresentamos um texto sobre assistentes virtuais inteligentes (AVIs) e suas relações nos campos do trabalho e da publicidade (SANTOS e POLIVANOV, 2021; SANTOS, 2020), embora esta seja uma dissertação atravessada por questões que emergem desses fenômenos, em especial, a partir das perspectivas interseccionais presentes nessas reflexões (CARRERA e CARVALHO, 2020). Nossa proposta, em vez disso tudo, foi realizar um estudo sobre os processos de avatarização associados aos roteiros performáticos de duas cantoras virtuais, a partir das instituições que as criaram, ampliando também a discussão sobre os processos de humanização das marcas em ambientes digitais. Assim sendo, centra-se esta investigação nos Estudos de Performance e na Estética do Som e da Imagem, com interfaces com a Cultura Digital, o *Marketing*, a Ludologia, as Artes Cênicas e os *Game Studies*, a partir de objetos que ganharam proeminência ao colocar em evidência a avatarização na Música Pop.

---

<sup>2</sup> Empresa de mídia com sede em Sapporo, no Japão, que desenvolve, importa e vende produtos para a indústria de música, como *software* de som, efeitos sonoros e bibliotecas de música de fundo. A empresa também fornece serviços de comércio e formação de comunidade online além de conteúdo móvel.

<sup>3</sup> Ver *Lil Miquela, a influencer que tem 1,5 milhão de seguidores, mas não existe*. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-49917748>. Acesso em: 12 jan. 2023.

As duas artistas pop escolhidas como objetos de investigação nesta dissertação, por não terem corpos-correspondentes “reais” (sendo figuras construídas e “vivas” nas redes sociais digitais, entre outras mídias), também se diferenciam de avatares de artistas musicais. Durante a pandemia da Covid-19, entre 2020 e 2021, muitos artistas pop exploraram o recurso dos avatares de si, investindo na criação computadorizada de imagens, em razão da dificuldade de reunir pessoas para produzir videoclipes. Alguns exemplos são J. Balvin (em *Azul*), Kevinho e David Carreira (em *Festa*), Katy Perry (em *Smile*), Pabllo Vittar (em *Rajadão*), Dua Lipa (em *Hallucinate*) e Blackpink + Selena Gomez (em *Ice Cream*<sup>4</sup>). Nesses casos, os avatares se mantiveram, em diferentes medidas, fiéis às performances e aos corpos dos artistas, preservando proporções corporais, silhueta, gestuais, expressões faciais e corporais, gostos, estilos, estratégias de empatia e repertório simbólico.

Whinderson Nunes, por exemplo, lançou, em 25 de setembro de 2020, um avatar de si chamado Lil Whind, para adentrar no cenário musical do pop nacional, o que fez por meio do lançamento do CD *Piauí*, com 11 faixas autorais<sup>5</sup>. Ele, que já era um fenômeno mundial no YouTube, com seus mais de 40 milhões de inscritos, sentiu a necessidade de se avatarizar para se transportar para o meio musical, abrindo mão, em parte, da sua identidade pessoal, que já mobilizava uma enorme audiência. Esse novo personagem que criou, e a quem se refere em terceira pessoa, como um cantor agenciado pelo Whinderson empresário, possui em seu nome uma marca típica do cenário do rap dos EUA, o prefixo *Lil* — uma abreviação de *little* (pequeno).

Nesse contexto, podemos dizer que a cultura da simulação afeta noções como a de mente e corpo (TURKLE, 1997), e quando falamos de

processos de *avatarização*, estamos falando de nós mesmos, de nossas várias amplitudes, de focos permeados por uma franja com vocação infinita, em meio às diversas possibilidades de comunicação, interação, experiências e passagens disponíveis às pessoas, as quais, elas mesmas, são interfaces para outras pessoas. Embora pareça que só através de um avatar textual, 2D ou 3D seja possível ter essa experiência de “*avatarização*”, podemos identificar esse fenômeno antes mesmo da criação das interações mediadas por computador em nosso cotidiano [...] devemos nos lembrar de que experiências de *avatarização* também já foram (e continuam sendo) registradas através do uso de máscaras, desde a Grécia antiga (BRESSAN e SILVEIRA JUNIOR, 2011, p. 8;11-12;15).

<sup>4</sup> O videoclipe da coreografia de *Ice Cream* foi realizado por meio de animação 3D, a partir de uma rede social em ascensão, especialmente na Ásia, chamada Zepeto, que permite aos usuários criarem avatares realísticos de si e colocá-los em relação com pessoas comuns e celebridades, em um mundo próprio do jogo. O serviço faz uma evidente alusão a Gepeto, o criador do boneco de madeira Pinóquio, que ganha vida e performa humanidade na narrativa cinematográfica da Disney (1940).

<sup>5</sup> Álbum completo disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCwKrCUHEWH5txll1NROfz5A/featured>. Acesso em: 15 jan. 2023.

Corroborando esse pensamento, Manuel Castells (1999) afirma que a realidade vivida sempre foi virtual, porque é inevitavelmente percebida por meio de símbolos, e, assim sendo, “quando os críticos da mídia eletrônica argumentam que o novo ambiente simbólico não representa a ‘realidade’, eles referem-se a uma absurda ideia primitiva de experiência real ‘não-codificada’ que nunca existiu” (CASTELLS, 1999, p. 395).

Nesse ponto, reconhecemos que a avatarização pode ser vista como um fenômeno, para além do conceito de *avatar* e da *cultura digital*. Então, cabe-nos retomar o aspecto mais elementar do termo *avatar* (enquanto verbo, *avatarana*): o da ação que encerra e, não, apenas, do substantivo que ficou conhecido. Essa compreensão se estende também às identidades que criamos para atuar em diferentes contextos, cada uma com sua corporalidade, com seus objetivos, suas habilidades e seus modos de operar, a partir dos regramentos de dado contexto social, seja o ambiente familiar, o ambiente de trabalho, o ambiente de um *shopping center*, de um parque de diversões, de uma academia de musculação ou do trânsito rodoviário.

Ser para si e ser para o outro, em relação consigo e em relação com o outro, é o processo mais essencial denotado pela avatarização, quando focamos o deslocamento simbólico empreendido, enquanto performance, e quando focamos os atos e ritos sociais. Enfim, se a performance pode ser percebida a partir das práticas incorporadas que a compõem, olhar para esse processo de incorporação e questionar o que ele revela é se debruçar sobre a avatarização: Quem (pessoa, empresa, marca, instituição etc) está sendo transportado de que dimensão para que dimensão? Como a presença coocorre em diferentes dimensões? Qual o propósito do avatar gerado? É o que pretendemos analisar em relação a Hatsune Miku e Lil Miquela.

Hatsune Miku (FIG. 2 e 3) é uma garota holográfica-*vocaloid* japonesa de eternos 16 anos, cujo nome significa “o primeiro som do futuro” e cuja origem remonta a 2007. Em números atualizados em 6 de janeiro de 2023, ela tem mais de 2,35 milhões de inscritos no *YouTube*; 448,6 mil seguidores no *Twitter* e 2,4 milhões, no *Facebook*, além de já ter feito campanhas publicitárias para grandes marcas, como *Louis Vuitton*, *Sony* e *Toyota*. No *Spotify*, a cantora tem nada menos que 1,6 milhão de ouvintes mensais. Sua criação partiu da empresa *Crypton Future Media*, por meio de um software musical que utiliza a tecnologia de canto *Vocaloid 2, 3 e 4* da *Yamaha Corporation* - a matriz originária de sua voz são amostras vocais da dubladora japonesa Saki Fujita.

**Figuras 2 e 3** – À esquerda, pôster com imagem de Hatsune Miku e, à direita, captura de tela de vídeo com filmagem de show holográfico dela em 2010<sup>6</sup>



**Fonte:** Twitter e YouTube respectivamente

As projeções holográficas de Miku em shows ocorrem por meio de tecnologia da empresa de videogames *Sega*, mantida em segredo corporativo, por meio da qual a cantora abriu shows de Lady Gaga, em 2014, e foi escalada para apresentações ao vivo no festival *Coachella* (EUA), em 2020, que terminou sendo cancelado, em razão da pandemia da Covid-19. Sua música mais famosa é *World is mine (O mundo é meu)*, na qual reivindica respeito face à cultura machista do Japão e afirma que o mundo é dela, em ato de empoderamento feminino, pois ela é quem dita suas próprias regras (KENMOCHI, 2010; LAM, 2016; GREENWOOD, 2013).

Lil Miquela (FIG. 4) é uma mulher-animação-robô estadunidense-brasileira, em aspecto CGI, cuja origem data de 2016 e que tem eternos 19 anos. Em números atualizados em 6 de janeiro de 2023, ela possui mais de 170 mil ouvintes mensais no Spotify e se relaciona com mais de 3 milhões de seguidores no Instagram; 282 mil inscritos no YouTube e mais de 1,2 milhão de fãs no Facebook, além de ter, em seu currículo, campanhas publicitárias para marcas poderosas como *Samsung, Prada, Chanel, Calvin Klein, Givenchy* e *RedBull*. Sua criadora é a startup *Brud*, do Vale do Silício, na Califórnia (EUA), fundada por Trevor McFedries. Uma de suas canções mais ouvidas é *Speak up*, na qual ela narra o fim doloroso do seu relacionamento com o humano Nick. Sua produção musical se enquadra principalmente entre o R&B e o pop. McFedries, que também responde pela idealização de Lil Miquela, a define como “uma personagem de desenho animado pela qual os jovens se apaixonaram, não na televisão, mas nas redes sociais”<sup>7</sup>. No topo do texto de apresentação da cantora no Instagram, lê-se #BlackLivesMatter.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jhl5afLEKdo>. Acesso em 10 jul. 2022.

<sup>7</sup> Texto original em inglês: “Miquela is a cartoon character that young people have fallen in love with, not on television, but on social media” (tradução nossa). Fonte: BLAKE, Sam. 'It Is Scarce and Available to All': How

**Figura 4 - Lil Miquela**



Fonte: Estadão

Ambas entram em cena, na cultura pop internacional, quando, em nosso imaginário, já está impregnada a ideia de seres virtuais, especialmente a partir de jogos de videogame, com destaque para *The Sims*, uma série de jogos eletrônicos de simulação de vida real criada pelo designer de jogos Will Wright, produzida pela Maxis e lançada no ano 2000. Os jogos da série são, sobretudo, jogos *sandbox*, ou seja, não possuem objetivos definidos, assim como *Minecraft*, que é igualmente multiplayer e no qual se devem reunir objetos para a criação de ambientes, conforme se queira (EKAPUTRA et al., 2013). No caso desses dois jogos, eles funcionam como mecanismos para que se vivenciem realidades outras em relação à vida social do próprio jogador, que é convidado a se realizar por meio da projeção das suas necessidades e dos seus desejos, como ter uma casa grande e bonita, ter amigos, ter uma aparência física padrão, entre outros. Esses jogos celebram o avatar enquanto imagem, tanto em razão da composição gráfica que consagra quanto por evidenciá-lo como veículo para se concretizar, ainda que virtualmente, uma outra configuração da realidade social e das interações.

Nos anos 2000, houve um certo *boom* da experimentação estética, por meio de produtos culturais, em torno da ideia de avatar como ser não humano, mas real, envolvido em trânsitos interdimensionais. A trilogia de Matrix teve papel fundamental nesse processo, tendo seu primeiro filme sido lançado em 1999. Matrix reforçou a associação entre avatar e propósito heroico, para não falar messiânico, exaltando a possibilidade de realização do impossível na dimensão paralela da simulação computacional.

Nessa mesma década, duas outras obras audiovisuais muito populares deram centralidade à ideia de avatar, inclusive explorando o termo em seus títulos e como aspecto

---

Brud Is Using the Blockchain to Transform Storytelling. In: **dot.LA**, Los Angeles, EUA, 2021. Disponível em: <https://dot.la/lil-miquela-nft-2652825243/particle-2>. Acesso em: 22 mar. 2022.

central das narrativas: a série televisiva de desenho animado *Avatar: a lenda de Aang* (2005) e o filme *Avatar*, do diretor James Cameron (2009). Lançadas em um contexto em que a sociedade acompanhava com avidez o desenvolvimento da informática, da internet e dos *smartphones*, as duas obras são ícones de um momento histórico no qual essas tecnologias começaram a habitar massivamente o nosso dia a dia (JENKINS, 2009). A sensação era a de que estávamos cercados por uma realidade nova e inescapável e que seres de outra dimensão (virtual) agora habitavam o mundo conosco. No âmbito musical, a banda inglesa Gorillaz e a cantora virtual japonesa Hatsune Miku, surgidas em 2000 e 2007, respectivamente, cumpriram esse papel de nos assombrar com a nova realidade na dimensão musical.

Reconhecemos, desta feita, que são numerosas as evidências da pervasividade de dimensões digitais na vida cotidiana hodierna, especialmente no que concerne aos avatares e às lógicas de avatarização. Olhar para o avatar no contexto da performance é, portanto, explorar o espaço cênico e os elementos ajustados em relação ao espaço apresentados por aquele corpo, com potencial de impactar decisivamente uma narrativa ou mesmo viabilizá-la. Saliente-se que o espaço cênico que nos é referência compreende o espaço físico, incluindo iluminação, cenário e condições ambientais, mas também os elementos simbólicos ali ancorados. Como parte desse espaço cênico, na esteira do pensamento de Marina Marcondes Machado (2011), inspirado em Merleau-Ponty (1999), temos os processos de espectralidade, bem como aspectos e dinâmicas das sociedades e dos grupos humanos. Em outras palavras, dirigir a atenção para o avatar pode significar, para além da percepção de uma corporalidade circunscrita numa dimensionalidade, o gesto analítico de compreendê-lo como “um produto de uma longa história de imaginações coletivas” capazes de normatizar, glorificar, fetichizar e erotizar, entre outros (TAYLOR, 2013, p. 201).

No contexto da Música Pop, é nosso objetivo compreender os processos de avatarização implicados na recontextualização de entes humanos e não humanos, como empresas, para o mundo da produção cultural popular massiva e para o contexto das socializações em rede, no âmbito do digital. A cultura pop, aqui, é vista como uma seara estética com potencial de fornecer respostas e compreensões, além de *insights*, ideias e inovações. A música pop, a seu turno, apresenta-se como campo de estudo bastante relevante quando se pensa em investigar a comunicação social na atualidade, considerando seu caráter pervasivo em diferentes países e grupos sociais, além da sua complexidade performática e midiática.

O corpo, por sua vez, é observado neste estudo, a partir da Antropologia, “não como ‘simples suporte de identidades e papéis sociais’, mas como um instrumento que articula sentidos e significados cosmológicos, matriz de símbolos e objeto do pensamento” (MALUF,

2002, p. 92). Avizinhamo-nos, assim, ao tratar do avatar, ainda na esteira das contribuições antropológicas, de uma acepção de corpo compreendida a partir da corporalidade, ou seja, “a expressão criativa e consciente do conjunto das manifestações corporais historicamente produzidas, as quais pretendem possibilitar a comunicação e a interação de diferentes indivíduos com eles mesmos, com os outros, com o seu meio social e natural” (SOARES, KANEKO e GLEYSE, 2015, p. 72).

Na hipótese defendida, em sentido amplo, quando há uma performance, quem performa é um avatar — o qual, em nossa concepção, é um recurso comunicacional definido como uma possibilidade de síntese simbólica corpórea e identitária com a qual alguém escolhe adentrar em uma esfera de socialização específica. Assim sendo, um indivíduo, um coletivo ou uma instituição entra em processo de avatarização para ser, atuar e socializar, em dada dimensão. Isso significa dizer que a performance, portanto, está indissociavelmente atrelada à avatarização. Logo, consideramos que esse processo de síntese simbólica se relaciona a atos performáticos a partir de roteiros, dramas, comportamentos, valores e discursos incorporados (TAYLOR, 2013).

A partir da processualidade rizomática de investigação da realidade definida por Deleuze e Guattari (2004), lançamos mão da *abordagem cartográfica* como recurso para os Estudos de Performance. Por meio dela, conseguimos identificar alguns roteiros performáticos de Hatsune Miku e Lil Miquela, em diferentes contextos comunicacionais. Em consonância com Suely Rolnik (2011), compreende-se que a cartografia está ligada ao “afetar e ser afetado” dos corpos vibráteis de uma geração, bem como ao devir desses corpos, e que, “para o cartógrafo, o importante é a localização de pistas, de signos de processualidade. [...] O sentido da cartografia é o acompanhamento de percursos, implicação em processos de produção, conexão de redes ou rizomas” (PASSOS et al., 2015, p. 40 e 10 apud MÉLO, 2020, p. 94 e 88).

Partindo desse panorama conceitual, no capítulo 1 desta dissertação, intitulado *Avatarização enquanto performance*, realizamos uma retrospectiva histórica tanto do termo *avatar*, que remonta à narrativa teológica hinduísta, quanto da performance social que chamamos de *avatarização*, a qual, ainda que não com essa nomenclatura, data das primeiras sociedades humanas, como as civilizações mesopotâmica, egípcia, chinesa e inca. Além disso, buscamos discutir os significados de avatar na atualidade, especialmente no âmbito da cultura pop, para, então, esboçar uma possibilidade analítica de fenômenos comunicacionais baseada numa perspectiva da avatarização.

No capítulo 2, *Em busca dos vestígios dos avatares em rede*, explicitamos o passo a passo e os procedimentos metodológicos da pesquisa, ao tempo que delimitamos a análise feita,

a partir dos operadores e paradigmas utilizados, com destaque para os estudos de performance, na perspectiva de Diana Taylor (2013), Thiago Soares (2021) e Amaral et al. (2018) — nosso foco recai sobre os dramas e roteiros performáticos. Outrossim, tratamos do percurso cartográfico como aparato para estudos de performance e de incursões em vivências avatarizadas.

No capítulo 3, *Hatsune Miku em “A solidão e o sonho de uma cantora virtual”*, buscamos discutir modos e materialidades por meio dos quais Hatsune Miku se constitui em brincadeira, um jogo jogado de várias formas, por diferentes números de pessoas e em situações diversas, especialmente no âmbito da indústria musical. A partir do pensamento de Jacques Henriot (1983), Bernard Suits (1990), Johan Huizinga (1990), Maude Bonenfant (2015) e Emmanoel Ferreira (2020), buscamos problematizar o duplo aspecto lúdico presente na construção de Miku: o das pessoas que brincam, por meio de mecanismos idiossincráticos de produção de sentido, com a duplicidade existencial dela, que, “no mundo do jogo”, é um ser atuante que canta, enquanto, no “mundo da vida real”, é um mero personagem; e o das empresas e fãs que, em equivalente gesto lúdico, dão corporeidade a ela no *show business*, elevando-a ao status de ser, observando como os envolvidos performam, junto com ela e por meio dela, a partir da liberdade lúdica que alcançam.

No capítulo 4, *“Não tenho certeza se posso me considerar uma mulher de cor”*: *a performance racializada de Lil Miquela*, abordamos a performance identitária da cantora virtual Lil Miquela, a partir dos apontamentos de Alexander Weheliye (2005) sobre afro-modernidade sônica. São analisados os esforços de coerência expressiva da empresa de desenvolvimento de *softwares* Brud, em sites de redes sociais e plataformas digitais, considerando o pensamento de Beatriz Polivanov e Simone Pereira de Sá (2012). Assim sendo, partindo da hipótese de que cantoras virtuais são, como todas as divas pop, verdadeiras plataformas, buscamos observar em que medida o *storytelling* da mestiçagem em Lil Miquela está relacionado a processos estratégicos de *marketing*, analisando a apropriação de estéticas e corpos afro-diaspóricos, na lógica que associa a biopolítica ao neoliberalismo na música pop, conforme discutido por Jeffrey Nealon (2018). Uma constelação de conceitos é evocada, então, no sentido atribuído por Jeder Janotti (2020), para debater o enegrecimento de tecnologias na indústria musical, bem como para refletir, no contexto do *marketing* digital, sobre possíveis esvaziamentos de identidades e ambientações afro-diaspóricas.

Nas considerações finais, tecemos alguns comentários que sintetizam a análise empreendida, destacando que, por meio de Hatsune Miku e Lil Miquela, a pesquisa tem revelado o papel decisivo das infraestruturas na indústria musical, bem como indica a

consolidação de novas corporeidades definidas pelo digital. O desfecho da discussão parece apontar para novas questões filosóficas, eminentemente estéticas e sociais, que levantamos, considerando a ocupação performática de espaços virtuais, no contexto atual de emergência do metaverso (GILBERT, 2022).

Oportunamente, inserimos dois Apêndices (A e B), destinados a fornecer uma curadoria preambular de Hatsune Miku (A) e Lil Miquela (B), além de dois Anexos, cada um com uma letra de uma música de Hatsune Miku, ambas analisadas mais adiante, com o fito de enquadrar elementos dos roteiros performáticos das cantoras destacados nesta dissertação.

## Capítulo 1 – Avatarização enquanto performance

Na série *Avatar: a lenda de Aang*<sup>8</sup>, pessoas que vivem em sociedades antigas, demarcadas pelas habilidades mágicas com as quais mantêm relações com elementos naturais, encontram um garoto congelado, há muito tempo, em um bloco de gelo glacial. Esse garoto (FIG. 5) desperta daquela prisão, mas não se lembra de quem é nem a que está ali. Acolhido, ele vai se lembrando da sua sina, com o passar do tempo, e redescobre que é o Avatar: um ser divino que escolhe materializar-se na Terra, ciclicamente, em corpo humano, para ajudar os humanos a manterem o equilíbrio do mundo.

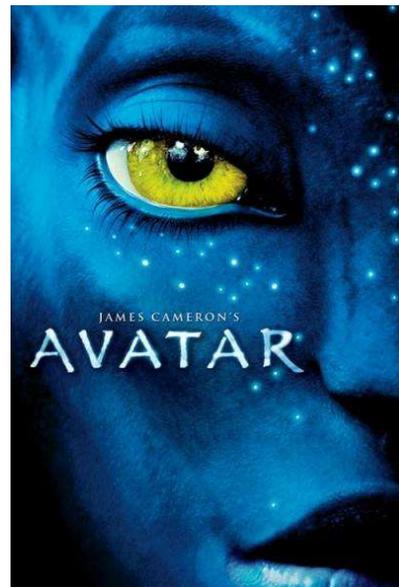
No filme *Avatar* (FIG. 6), a narrativa, que se passa no ano 2.154 d.C., gira em torno de dois processos de avatarização. O primeiro é a confecção de corpos biológicos artificiais para que humanos possam habitar uma das luas do planeta fictício Polifemo, a qual é chamada de Pandora e se situa a 4.4 anos-luz da Terra, com condições de temperatura, gravidade, pressão e atmosfera diferentes das nossas. O segundo é o transporte identificatório em si do ser humano para o corpo artificial, que se dá por meio de uma máquina capaz de transportar a mente, ou, como fica sugerido, o espírito. A trama se desenvolve em torno do personagem Jake Sully, um fuzileiro naval ferido em combate que sofre de paralisia e vive com mobilidade reduzida, em cadeira de rodas. Ele é convocado para uma missão em Pandora, quando seu irmão gêmeo, que era cientista e atuava no projeto Avatar, morre.

Na trama, esse projeto Avatar consistia em uma estratégia de explorar um mineral precioso encontrado em Pandora, por meio de corpos híbridos habitáveis feitos em laboratório com material genético Na’vi, espécie que habitava aquela lua, e humano. Nesse processo, há uma grande guerra entre humanos e Na’vis, que resistem à invasão do seu mundo com a ajuda de Jake Sully. Assim, o filme aborda questões como a robótica, a engenharia genética, a viagem espacial e a exploração extraterrestre, em contraponto à espiritualidade, ao misticismo e à vida selvagem, expondo a tensão social entre o primitivo e o avanço tecnológico, o cientificismo e o misticismo — presente no ambiente simbólico que ronda a computação e a internet desde o seu surgimento. O filme, assim como o segundo da franquia, *Avatar: O Caminho da Água* (2022), dissocia o conceito de avatar da imagem digital, apesar de apresentar o avatar enquanto corpo artificial, gerado especialmente para permitir que humanos atuem em Pandora.

---

<sup>8</sup> Série de televisão animada criada por Bryan Konietzko e Michael Dante DiMartino, produzida nos Estados Unidos, com três temporadas, que foram ao ar no canal Nickelodeon entre 2005 e 2008. O título original em inglês é *Avatar: The Last Airbender* (*Avatar: o último dobrador de ar*).

Figuras 5 e 6 - Materiais de divulgação da série *Avatar: a lenda de Aang* e do filme *Avatar*



Fontes: Nickelodeon e 20th Century Fox

Quando lançou sua primeira música em 2001, intitulada *Clint Eastwood*, junto com um videoclipe e um álbum, a banda Gorillaz inaugurou a presença de artistas virtuais no *mainstream* pop internacional. O primeiro álbum da banda, *Gorillaz*, vendeu mais de 7 milhões de cópias e fez que o grupo entrasse para o *Guinness World Records* como a “Banda Virtual de Mais Sucesso”. O segundo álbum deles, *Demon Days*, conquistou seis discos de platina no Reino Unido e dupla platina nos Estados Unidos. A banda recebeu 5 indicações para o Grammy Awards em 2006 e venceu na categoria *Melhor Colaboração Pop com Vocais*, com a música *Feel Good Inc.*, em parceria com o grupo de hip hop estadunidense De La Soul.

Nessa mesma edição da premiação do Grammy, Gorillaz fez uma apresentação ao vivo icônica com Madonna (FIG. 7). Na *Folha de S.Paulo*, o evento foi noticiado da seguinte maneira:

O melhor da noite veio na abertura. No palco, os músicos/cartuns Gorillaz, resultado da imaginação de Damon Albarn (Blur) e do desenhista Jamie Hewlett. Eles dançam, fazem pose, olhar blasé, e "interpretam" o rap eletrônico "Feel Good Inc". A certa altura, os três membros do De La Soul entram para dar mais força à canção. A música vai acabando e Madonna emerge no palco. Com um collant cavadíssimo, ela brinca com as imagens, como dizendo "agora é minha vez", e emenda "Hung Up", o poderoso single de seu mais recente álbum. Os Gorillaz se vão, e fica Madonna, aos 47 anos (quase a idade do Grammy...), rebolando e se esfregando nos seus dançarinos. A MTV daria uma antena para exibir coisa tão moderna quanto esses quase dez minutos de Madonna/Gorillaz. Ficou pequeno para o Coldplay, que se apresentou em seguida com uma insossa "Talk". (*Folha de S.Paulo*, 10 fev. 2006).

**Figura 7** - Sequência de capturas de tela de vídeo da performance de Madonna e Gorillaz na cerimônia de premiação do Grammy em 2006 (Los Angeles, EUA)



Fonte: YouTube

Essa foi uma das primeiras vezes em que o mundo viu um show holográfico<sup>9</sup>. Em 2009, foi a vez de Hatsune Miku fazer sua estreia nesse formato. No Coachella Valley Music & Arts Festival de 2012, Snoop Dogg encerrou seu show com a participação holográfica de Tupac Shakur, um ator, compositor e rapper estadunidense que foi brutalmente assassinado em 1996. Na década de 2010, a tecnologia também permitiu que o público pudesse assistir a concertos holográficos dos já falecidos Michael Jackson, Elvis Presley e Whitney Houston, entre outros. Na repercussão geral na mídia, todos esses foram noticiados como shows de avatares.

A cultura pop e, em especial, a música pop é fascinada pelas lógicas de avatarização, seja como escopo narrativo para tramas de filmes ou séries seja na criação de espetáculos em que as ideias de imersão, memória e acontecimento estão imbricadas. Parte desse fetiche das indústrias da música e do entretenimento sobre os avatares resulta da própria ideia de finitude do corpo humano, seu limite em torno de marcações etárias e temporais. Trata-se de um tema que envolve mortalidade e imortalidade, limites impostos pelo tempo e a crença na intangibilidade gerada pela tecnologia. A questão também é marcada pelo capitalismo e pela ideia de permanência e lucro sobre corpos que morrem. Um debate sobre cultura pop e avatarização inevitavelmente transita pelas matrizes religiosas do tema.

Antes de mais nada, é preciso dizer que não é tarefa fácil falar de um termo que tem significação profunda para uma tradição espiritual (o hinduísmo), ainda que ele já se encontre consolidado no léxico globalizado atual, em razão da força que a cultura digital tem ao redor do mundo. A dificuldade reside justamente em conseguir respeitar o contexto cultural originário do termo, compreendendo suas possibilidades semânticas no presente e os processos de

<sup>9</sup> Ver *Madonna - Hung Up (Live at the 2006 Grammy Awards)*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=O4svIh86ZVc>. Acesso em 16 jan. 2023.

apropriação cultural envolvidos em sua ocidentalização (WILDT et al., 2020), mas também reconhecer a sua importância para o mundo globalizado em que vivemos.

Corriqueira e hodiernamente, o termo *avatar* é associado a qualquer imagem gerada por computador (CGI ou *Computer Graphic Imagery*); contudo, o seu conceito, enquanto vivência sociocultural performática, acompanha a trajetória humana desde as primeiras civilizações. Compreendendo as noções de corporificação, incorporação e representação, relacionadas ao pragmatismo de sistemas de regramentos simbólicos, morais e éticos, o conceito de *avatar* significa a manifestação corpórea do divino na Terra ou, em outras palavras, um corpo gerado em uma dimensão que permite o trânsito da presença de alguém para uma outra dimensão, na qual não se poderia atuar sem aquele corpo. Na cultura *gamer*, refere-se a “um corpo digital de complexidade variada” (ARAUZ e BAPTISTA, 2017, p. 33) que permite o transporte identificatório de usuários para dentro das dimensões do jogo.

Em situações comunicacionais nas quais computadores, *smartphones*, aplicativos, redes sociais digitais e diferentes mídias solicitam às pessoas que criem versões digitais de si para que possam atuar em variadas esferas de materialidades, medialidades e temporalidades, convencionou-se chamar de *avatar*, simplesmente, as nossas imagens virtuais; entretanto, podemos aumentar o tensionamento da discussão, recuperando noções originárias do conceito de *avatar*, para redefinir a *avatarização* no campo da Comunicação como um processo performático e uma lógica de socialização, a partir dos quais emerge uma possibilidade analítica de fenômenos comunicacionais, conforme argumentação a seguir.

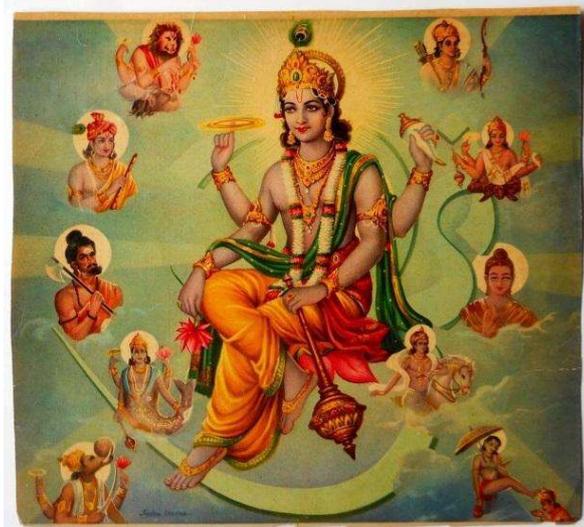
Wildt et al. (2020), ao citarem o *Mahabharata*<sup>10</sup>, afirmam que a primeira aparição do termo na tradição hindu foi como *avatarana*, um verbo que descrevia o ato de descer dos céus para a Terra. No artigo *(Re-)Orienting the Video Game Avatar*, esses mesmos autores nos fornecem, de modo sistematizado, as sete características definidoras dos avatares em seu contexto védico original, a saber: eles são reais; têm um nascimento mundano; são uma mistura entre o divino e o humano; são mortais; são históricos; ocorrem repetidamente e podem coocorrer; e são capazes de garantir a graça divina.

Essas características foram sistematizadas com base, entre outros, nas dez manifestações primárias de *Vishnu*, as chamadas *dashvatara*. Em outras palavras, há um destaque para a categoria da coocorrência, enquanto possibilidade de um ser divino se manifestar na Terra, de modo concomitante à sua existência celestial, por meio de diferentes corpos.

---

<sup>10</sup> O *Mahabharata* é um texto épico indiano, considerado como uma das maiores produções da história da humanidade, em termos de volume, com cerca de 90.000 versos duplos (BRAATZ, 2020). É parte dos *Vedas*, um compilado de quatro textos antigos e sagrados, basilares à tradição hindu.

**Figura 8** - Representação pictórica de *dashavatara*, os dez avatares de Vishnu



Fonte: Wikipédia

Um dos avatares de *Vishnu* mais conhecidos é *Khrisna*, a deidade mais cultuada no hinduísmo, famosa por protagonizar a narrativa central de um texto que integra o *Mahabharata*, qual seja, o *Bhagavad Gita* — um poema épico que narra um episódio histórico de luta pelo trono travada por mais de cem herdeiros da família real indiana, há mais de 5.000 anos. Nele, o caminho da autorrealização é ensinado a partir do diálogo entre *Arjuna*, um dos herdeiros do trono, e seu primo e guia *Khrisna*, no campo de batalha. *Khrisna* encoraja *Arjuna* a lutar, ainda que isso signifique combater seus próprios familiares, pois os demais herdeiros desejam assumir o trono apenas para obter poder, enquanto *Arjuna* deseja governar para liberar os súditos da opressão da família real e construir uma realidade melhor para todos.

Enquanto narrativa arquetípica e mitológica, para os seguidores do hinduísmo, ela consiste em um instrumento pedagógico para ensinar que cada um precisa trilhar seu caminho e travar suas batalhas rumo à realização de si. Com isso, o *Bhagavad Gita* ensina que qualquer pessoa é capaz de empreender tal jornada e se constitui como uma ferramenta filosófica de empoderamento pessoal — é forte a presença da noção de propósito em torno de *Khrisna*, enquanto avatar de *Vishnu*.

Isso posto, observa-se que a parte da narrativa teológica hinduísta protagonizada por um avatar que se difunde no mundo ocidental e passa a inspirar a contracultura estadunidense, em meados do século XX, é percebida e recebida a partir de elementos narrativos do cristianismo. Deus se faz humano em Cristo para salvar as pessoas, cumprindo o papel de redimir os pecados e mostrar o caminho correto, em um contexto de imperialismo romano e opressão da população. Contando dessa maneira, pode-se depreender que as narrativas do *Baghava Gita* e do *Novo Testamento* se desenvolvem em torno da ideia de avatarização. De fato, há uma similaridade

entre os aspectos centrais das duas narrativas; mas, mais do que isso, interessa-nos o fato de essas duas correntes mitológicas guardarem aproximações com narrativas de outras civilizações antigas, geograficamente dispersas, como a mesopotâmica, a egípcia, a chinesa, a inca e a asteca, especialmente no que diz respeito à corporificação do divino e seus propósitos.

A representação do poder nas cidades-reinos da antiga Mesopotâmia (5.500 a.C. a 539 a.C.) era baseada na monarquia de caráter divino, tendo a figura do rei como seu elemento central. Textos clássicos, como a Lista Real Suméria, “narram a ‘descida’ da realeza dos céus, no início dos tempos, por iniciativa do deus Enlil, divindade soberana por excelência” (REDE, 2009, p. 135).

No Egito antigo (3.100 a.C. a 30 a.C.), a realeza do faraó era envolta na aura do sagrado. O egiptólogo francês Claude Traunecker, professor da Universidade de Estrasburgo que, de 1968 a 1984, atuou no Centro Franco-Egípcio para o Estudo dos Templos Karnak e Luxor, afirma que “a dupla natureza do faraó refletia o princípio egípcio de oposição entre pessoa e função, ideia que seria a chave para inúmeros traços da cultura egípcia, sendo, inclusive, aplicável aos deuses” (TRAUNECKER, 2002, p. 145).

Na mesma linha de raciocínio, o arqueólogo, egiptólogo e curador estadunidense David Silverman defende que “os egípcios viam em seu soberano tanto um ser, essencialmente mortal, quanto um cargo, sempre divino. Esses dois componentes originais permaneceram reconhecíveis na realeza divina, mesmo sua distinção sendo mais clara em alguns períodos do que em outros” (SILVERMAN, 2002, p. 84).

A historiadora brasileira Aline Fernandes de Sousa arremata essa discussão sobre a natureza do faraó, ao afirmar que a sociedade o percebia como a personificação de vários aspectos da realidade. Segundo ela, “a relação do soberano com os deuses podia ser explicitada através de títulos oficiais, referindo-se ao faraó como deus ou filho do deus, e de títulos apelativos, em que o faraó é a ‘imagem’ do deus, ou amado e favorecido pelos deuses” (SOUSA, 2009, p. 11).

De acordo com Zhong Dian, “segundo os registros literários, o império chinês foi fundado pelo ‘filho do céu’, que reinava sob o ‘mandato do céu’; por isso, o império chinês também era chamado de ‘o Império Celestial’ ou ‘o País de Cima’” (DIAN, 2019, p. 6-7). No artigo *O pensamento geopolítico tradicional chinês enraizado na Filosofia Tradicional Chinesa: origem, características e implicações*, publicado na Revista Opinião Filosófica em 2019, Dian reproduz, em língua portuguesa, o seguinte verso do Livro de Odes, um dos cinco livros sagrados do confucionismo: “Do céu desce o pássaro divino, deu vida para Shun, quem

fundou o império Shang”. Ela, então, explica que se trata de um registro da antiguidade chinesa e se refere a um imperador da dinastia Shang, a segunda da China Antiga (1500-1000 a.C.).

Na civilização inca (3.000 a.C. a 1.500 d.C.), o imperador era considerado descendente direto do deus-sol Inti e era reverenciado como o próprio deus-sol na Terra, pois acreditava-se que ele possuía poderes especiais que nenhum outro ser vivo possuía (REIS, 2015). Segundo o antropólogo canadense Peter Gose, o imperador consultava, constantemente, os oráculos do deus-sol, o que aparentemente poderia ser visto como um aconselhamento de pessoas comuns ao próprio deus encarnado; todavia, isso significava que, na verdade, desde o céu, Inti atuava na dimensão terrestre, seja por meio dos oráculos ou da própria mente do imperador (GOSE, 1996).

Esses são alguns exemplos de como sociedades antigas se organizavam em torno de performances sociais estruturais definidas a partir da corporificação do divino, compreendidos como os verdadeiros governantes da vida humana, por meio de líderes-ventríloquos, ou, na terminologia que usamos, de seus avatares.

Em que pese não ser um objetivo nosso, neste texto, analisar detalhadamente atos performáticos de sociedades antigas, entendemos que é fundamental ao debate apresentar reflexões sobre performances incorporadas pelas primeiras civilizações humanas no que diz respeito à manifestação corpórea do divino na Terra. Defendemos esse percurso argumentativo a partir da própria argumentação empreendida por Diana Taylor (2013) em *O arquivo e o repertório: performance e memória cultural nas Américas*, obra basilar aos Estudos de Performance, na qual a autora analisa processos sociais enquanto performances no seio de culturas ancestrais do continente americano.

Apesar de relacionar performance a teatralidade, espetáculo, ação e representação, Diana Taylor (2013) busca na tradição asteca um correspondente semântico para performance na palavra *olin*, que se refere à própria coreografia da vida e à linha de transição entre as dimensões terrena e divina — reitera-se que foi justamente da transposição desse limiar que emergiu o conceito de *avatar* no hinduísmo.

Além disso, a autora evoca a palavra *ixiptlatl*, traduzida comumente como *imagem*, para fazer uma reflexão que, aqui, enxergamos como o reconhecimento de um ponto de encontro entre performance e avatarização, uma vez que, se *olin* diz respeito a performance, *ixiptlatl* corresponde a avatarização, vide o seguinte excerto do supracitado livro:

a palavra *nauatle ixiptlatl*, em geral traduzida como *imagem*, aponta para o equívoco básico. *Imagem* pertence à mesma família etimológica que *imitar*. Mas *ixiptlatl* não significa imitar, mas seu oposto, o entendimento do ser espiritual e do ser físico como completamente integrados. *Ixiptlatl* constitui uma categoria muito flexível que inclui deuses, sacerdotes, vítimas sacrificiais vestidas como deuses, mendigos que usam as peles esfoladas de cativos, figuras de madeira e de massa de sementes vegetais. [...] *Delegado, representante ou enviado* são traduções mais precisas de *ixiptlatl*, pois captam melhor o significado da palavra: “aquilo que possibilita ao deus apresentar aspectos de si mesmo”. Em outras palavras, o *ixiptlatl* coincidia mais de perto com a ideia católica de transubstanciação do que com uma imagem ou ídolo (TAYLOR, 2013, p. 75).

Desse modo, podemos contemplar, ainda que anacronicamente, vivências sociais que aludem à discussão sobre avatar e avatarização, a partir da dedicação de Diana Taylor (2013) em correlacionar elementos de performances da atualidade aos de culturas mais antigas. Isso nos interessa, particularmente, porque apenas um percurso histórico é capaz de dar sentido à conclusão de que “as performances funcionam como atos de transferência vitais, transmitindo o conhecimento, a memória e um sentido de identidade social por meio do que Richard Schechner denomina *comportamento reiterado*” (TAYLOR, 2013, p. 27).

### 1.1 Da intangibilidade espiritual à cultura digital: *marketing*, influência e holografia

De acordo com Bressan e Silveira Junior (2011) e Wildt et al. (2020), os primeiros jogos de computadores em que a palavra *avatar* foi utilizada foram *Avatar* (EUA, 1979) e *IV: Quest of the Avatar* (EUA, 1985); porém, foi com o jogo *Habitat* (EUA, 1985) que se consagrou a utilização do termo para designar o transporte identificatório do jogador para o universo do jogo, enquanto ferramenta manipulável e operacionalizável. De acordo com os seus desenvolvedores,

*Habitat* foi inspirado por uma longa tradição de “ficção científica de *hackers* de computadores”, sobretudo pelo romance *True Names* de Vernor Vinge, assim como pelas preciosas memórias de infância dos jogos de faz de conta, memórias mais recentes de jogos de interpretação de papéis (RPG) e semelhantes, e numerosas outras influências misturadas de forma complexa demais para identificarmos. (...) Os jogadores são representados por figuras animadas que chamamos “avatares”. Avatares geralmente possuem, embora não exclusivamente, aparência humanoide (...). Avatares podem se mover no ambiente ao seu redor, pegar, soltar e manipular objetos, conversar uns com os outros, e fazer gestos, cada um sob o controle de um único jogador. O controle funciona através do *joystick*, o qual permite ao jogador apontar para as coisas e emitir comandos. Para conversar, é preciso usar o teclado. O texto que o jogador digita aparece sobre a cabeça do seu avatar, como nos desenhos animados, no estilo “balão de diálogo” (MORNINGSTAR e FARMER, 1990 apud BRESSAN e SILVEIRA JUNIOR, 2011, p. 7-8).

A palavra *avatar*, então, retomou aspectos de sua acepção original a partir da apropriação e do enquadramento feitos por desenvolvedores de jogos computacionais, nas décadas de 1970 e 1980, no contexto da contracultura estadunidense e da cultura hippie, imbuídos de elementos culturais e religiosos dos povos orientais e envoltos na aura de misticismo que acompanhou a própria evolução das tecnologias digitais e a composição do imaginário em torno dela até os dias atuais (WILDT et al., 2020 e FELINTO, 2011).

O tensionamento que incide nas discussões sobre o agenciamento não humano (FARIAS et al., 2020), as materialidades (PEREIRA DE SÁ, 2016) e a própria noção de plataforma (POELL et al., 2020 e 2022) está presente nessa questão dos shows holográficos. Somos convidados a contemplar a opinião pública chamar essas imagens de *avatares* e afirmar que os avatares estão fazendo shows. De fato, na concepção corrente do termo, observamos figuras computacionais relacionadas a performances cênicas na condição de autoras das performances. Entretanto, conforme já discutido anteriormente, é preciso examinar quem está sendo avatarizado nessa situação. Em uma análise rápida, identificamos artistas falecidos avatarizados; empresas e cadeias de produtores musicais avatarizados, pois suas subjetividades estão impregnadas na obra imagética e sonora, que, quando performa, traz ao palco também a presença do trabalho em plataforma de outros atores; e a imagem computadorizada em si, que é suficiente para a identificação do fenômeno como a aparição de um avatar, no uso corrente atual, constituindo-se como um actante (BASTOS et al., 2014) não humano que mobiliza recursos, público, pautas e mídias.

Em relação à performance cênica de avatares, as experimentações na música pop seguem em franca ascensão, seja por meio do surgimento constante de cantores virtuais seja em razão da utilização da possibilidade virtual por cantores já consagrados, estreitamente relacionada às mais atuais estratégias de *marketing* de influência (ROWLES, 2021; JENKINS, 2014; KARHAWI, 2017 e 2021). Cantoras como Ariana Grande, por exemplo, tem visto nas inserções em jogos on-line uma possibilidade de fortalecer sua influência e conquistar novos públicos.

De 6 a 8 de agosto de 2021, jogadores de Fortnite puderam ingressar em um evento-experiência jogável, no qual um avatar de Ariana Grande realizava um show<sup>11</sup>. Ao ingressar, o jogador atravessa um portal para uma dimensão paralela toda customizada com elementos simbólicos que compõem a identidade da cantora no cenário musical. Nesse novo ambiente, o único em que Ariana existe naquele jogo, é possível surfar ondas cor-de-rosa, no céu, cruzar

---

<sup>11</sup> Ver *Fortnite Presents: Rift Tour Featuring Ariana Grande*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RiM0moNk74o> Acesso em: 14 jan. 2023.

arco-íris, voar, dançar, socializar e cumprir tarefas que rendem pontos e prêmios, a serem armazenados no perfil do jogador. Analisando brevemente a iniciativa, é possível compreender várias camadas do que tratamos aqui quando falamos de avatar e avatarização.

**Figura 9** – Ariana Grande canta o hit *7 rings* em performance musical no Fortnite (2021)



**Fonte:** YouTube

A primeira é a própria versão CGI da cantora; a segunda é a relação que os jogadores mantêm com ela, talvez o único encontro “presencial” possível para a maioria, o que traz à tona a questão da realização do impossível<sup>12</sup> presente na cultura pop; a terceira seria a imagem pública da cantora e de como ela é vista e reiterada a partir de símbolos implicados em sua performance tanto nos palcos como nas redes sociais digitais e em outros contextos comunicacionais, o que denota um grande esforço de coerência expressiva no *branding*, visto aqui como um elemento marcante nos processos de avatarização de celebridades pop (PEREIRA DE SÁ E POLIVANOV, 2012).

Edgar Morin chega a afirmar que “a estrela é, efetivamente, determinada pelo seu duplo na tela. Não é nada, já que a imagem é tudo” (MORIN, 1989, p. 46)<sup>13</sup>. Nesse sentido, para nós, quem performa é Anitta, não Larissa Macedo; Pabllo Vittar, não Phabullo Rodrigues da Silva; Lady Gaga, não Stefani Germanotta — todos esses são os nomes dessas artistas enquanto pessoas físicas. Cada avatar desses pressupõe uma personalidade e uma corporalidade

<sup>12</sup> Sobre isso, comenta-se que Edgar Morin, no livro *As estrelas: mito e sedução no cinema* (1989), afirma que “a estrela precisa estar à altura de seu duplo: ser um modelo de perfeição em um corpo e alma humanos, imperfeitos por natureza. Ser estrela é o impossível possível, o possível impossível”.

<sup>13</sup> O duplo aqui se refere ao desdobramento de uma personalidade ou uma versão social de si, como preconizado por Dostoiévski (2013).

correspondente, porém ajustável, a depender das diferentes dimensões comunicacionais implicadas na performance identitária e mercadológica dessas estrelas.

A cantora Anitta, por exemplo, em seu esforço de coerência expressiva, habita diferentes situações comunicacionais, de modo a promover-se levando em conta a experiência do usuário, que nada mais é do que a percepção de que não é possível saber se uma cantora conquista um fã porque deu uma entrevista no *Fantástico*, fez um clipe bonito, fez um *feat* ou apareceu na embalagem de um lanche ou no Instagram de uma marca de cervejas; em outras palavras, não importa o caminho, mas, sim, o reconhecimento de que as pessoas têm jornadas e experiência próprias e particulares para desenvolver o desejo de consumir um produto e se tornar fiel a uma marca (LEMON e VERHOEF, 2016).

A própria Anitta admite sua avatarização (de Larissa para Anitta), reconhecendo que é preciso ser outra para atuar na esfera da indústria musical, conforme declaração que deu à revista *Marie Claire* e que estampou a capa da edição brasileira do periódico de dezembro/2020-janeiro/2021: “Anitta é uma personagem que criei para ter força. As fraquezas são minhas, da Larissa”. Ela busca se firmar com um avatar por meio do qual o Brasil se faz presente na dimensão do mercado pop internacional, fazendo alusão, inclusive, a Carmen Miranda, que, de certo modo, ainda detém o posto de avatar, imagem e representação corporificadas do Brasil no *show business* global. Desse modo, Anitta se esforça para construir seu avatar enquanto celebridade, por meio da performance incorporada em que Larissa se manifesta como Anitta, a partir de elementos de brasilidade, em um esforço de avatarizar o Brasil em si — vide o clipe e a música de *Girl from Rio*, nos quais ela não só mostra a sua visão sobre o país, como também tenta imprimir que ela é, de fato, aquele Brasil corporificado.

Assim sendo, recontextualizando Diana Taylor, podemos concluir que, de fato, “a performance incorporada torna visível, assim, todo um espectro de atitudes e valores. O fato de essas práticas serem caracterizadas por muitos códigos faz com que se transmitam tantas camadas de sentido quanto for o número de espectadores, participantes e testemunhas” (TAYLOR, 2013, p.87).

Por fim, observamos que hoje é comum artistas pop fornecerem, em estratégias de posicionamento de *marketing*, em diversas situações comunicacionais e mídias, muitas possibilidades para que as pessoas do público se sintam convidadas e passem a habitar o mundo autorreferenciado das celebridades — as quais atuam, desde sua dimensão avatarizada, em busca de pontos de contato com as dimensões das pessoas comuns, e vice-versa.

## 1.2 A possibilidade analítica da perspectiva da avatarização

Dando sequência à discussão, chegamos a um ponto que em podemos abrir mão de alguns aspectos mais denotativos do conceito de *avatar*, para adotá-lo como foco de estudo norteador de uma perspectiva analítica. Após observar fenômenos correlacionados à avatarização, em diferentes sociedades e épocas, podemos defender que a utilização contemporânea do termo *avatar*, nas práticas comunicacionais, gira em torno das noções de *trânsito interdimensional*, *corpo* e *presença*, derivadas do conceito original de *avatar* e de seu processamento pela cultura pop e pela cultura digital. Nesse sentido, encontramos respaldo, mais uma vez, do que defende Diana Taylor, quando ela afirma que

Nos estudos da performance, portanto, as noções sobre a definição, o papel e a função da performance variam muito. Ela sempre diz respeito apenas à incorporação? Ou questiona os próprios contornos do corpo, desafiando noções tradicionais de incorporação? Desde tempos antigos, a performance tem manipulado, ampliado e experimentado com a incorporação – essa intensa experimentação não começou com Laurie Anderson. As tecnologias digitais nos convidarão, mais e mais, a reformular nossa compreensão de questões como “presença”, lugar (agora o “site” on-line, não localizável), efêmero e incorporação. Os debates proliferam. (TAYLOR, 2013, p. 29)

Assim, sob a ótica dos estudos críticos de internet e cultura digital, especialmente no que tange às metáforas criadas (WYATT, 2021), pode-se afirmar que a concepção de *avatar* na atualidade se forjou a partir de ressignificações, enquadramentos e modificações semânticas ocorridas principalmente na segunda metade do século XX, mas com raízes arquetípicas e mitológicas em performances culturais das mais antigas na memória social humana.

Questionando noções de corpo e colocando em xeque compreensões tradicionais de incorporação, o conceito de *avatar* hoje diz mais respeito a possibilidades de presença por meio de trânsitos interdimensionais, do que à corporificação de deuses na Terra. Seu aspecto místico, contudo, remanesce, em razão da aura encantada que ainda paira sobre as cada vez mais novas tecnologias informáticas.

A dimensão do propósito heroico que o termo traz como bagagem de sua origem, que também foi objeto de apropriação cultural na cultura digital ocidental, permanece marcante no que se compreende hodiernamente como avatar, uma vez que, em nosso imaginário, a figura do messias segue forte, por causa, sobretudo, do cristianismo e do reforço dele na cultura pop, por meio de histórias como as dos heróis da Marvel e da DC Comics, por exemplo, e dos jogos de videogames, em cujas missões é frequente ser preciso salvar o mundo para vencer.

A partir de seres virtuais que hoje atuam como influenciadores digitais e servem como avatares em diferentes dimensões de jogo, seja nas performances em sites de redes sociais digitais, seja no mercado publicitário, a exemplo de Lil Miquela, ou mesmo enquanto, também, personagens de um jogo digital, como é o caso de Hatsune Miku, podemos fazer o caminho de volta, segurando o “fio de Ariadne”, para entender o processo de síntese simbólica implicado na criação desses seres e observar o que ele revela sobre os jogos (em sentido amplo) em que se inserem, nos diferentes contextos comunicacionais. Enquanto possibilidade analítica de fenômenos comunicacionais, portanto, sob a ótica dos Estudos de Performance, defendemos que é mais interessante dar atenção ao processo de avatarização do que simplesmente ao avatar enquanto imagem, pois o avatar é o mote que nos conduz a enxergar a avatarização.

Desta feita, assumindo como ponto de partida a sistematização realizada por Wildt et al. (2020) sobre as características originalmente definidoras do avatar, mas também incluindo usos mais contemporâneos do conceito, notadamente no contexto da comunicação social, parece-nos relevante, metodologicamente, propor questões que podem tornar operacionalizável a análise a partir do que nomeamos *perspectiva da avatarização*. Assim sendo, tomamos como base I) a ideia de coocorrência; II) a noção de propósito; III) a relação entre corpo e presença; e IV) a premissa do trânsito interdimensional, para propor uma orientação do olhar em estudos que coloquem em posição de centralidade o processo performático da avatarização, a partir do avatar. Em síntese, focando os processos de avatarização, apresentamos três questões que formulamos, de modo não definitivo, mas enquanto exercício inicial, e utilizamos como parte das ferramentas de análise empregadas na presente pesquisa, quais sejam:

1) Partindo da *ideia de coocorrência* – O que ou quem se avatiza em um dado avatar?

Considerando o avatar como uma corporalidade possível, ancorada numa dimensão de existência que a condiciona, inclusive materialmente, é possível admitir que uma pessoa ou empresa possua diversos avatares, apropriados a diferentes contextos. A própria relação dos fãs com os ídolos, na música pop, pode passar por processos de avatarização, na medida em que, muito além da projeção comum nessas relações, a elaboração existencial e performática de um ser virtual, como ocorre com Hatsune Miku, pode se dar de modo colaborativo. Assim, um avatar pode também ser a síntese de processos simbólicos e criativos de uma comunidade que nele se avatiza, para existir e performar em determinada dimensão.

Nas redes sociais digitais, aquela nossa versão no Instagram ou no Facebook é aqui entendida como um avatar nosso. Cada uma de nossas manifestações somos nós, porque o avatar não é um *fake* ou uma simulação outra de nós, mas, sim, uma possibilidade de síntese simbólica com a qual escolhemos entrar em uma esfera de socialização específica.

Seguindo essa linha de raciocínio, não é difícil perceber que podemos ter vários avatares ao mesmo tempo, que eles podem coocorrer e que todos eles são uma versão nossa, somos nós. Há pessoas, inclusive, que tem mais de um perfil em uma mesma rede social, para delimitar cada avatar, em cada contexto de socialização para o qual foi criado. Assim, é possível termos um perfil no Instagram para a vida pessoal, outro para o trabalho, outro para uma atividade artística que desenvolvemos, outro para nos relacionarmos apenas com nossos amigos mais íntimos, outro para as viagens que fazemos, outro focado no que comemos e cozinhamos, e assim por diante. Cada um deles é um avatar nosso que coocorre com os demais.

2) Partindo da noção de propósito e da relação entre corpo e presença – Como as escolhas estéticas se relacionam com a performance do avatar em sua dimensão circunscritora?

Em nosso entendimento, o avatar, enquanto processo expressivo, é visto como uma instância que demanda respostas interpretativas (ECO, 1978). Nesse sentido, em consonância com a semiótica greimasiana, nos vemos diante de um processo de figurativização (recurso estético bastante presente nas artes visuais e em textos verbais), por meio do qual é criada “uma ilusão referencial: as funções concretizam-se em ações cujo encadeamento constitui uma história, sustentada por agentes identificados e individualizados que se movimentam num espaço-tempo particular” (REIS e LOPES, 1987, p. 158). Sob essa ótica, a coerência expressiva (PEREIRA DE SÁ e POLIVANOV, 2012), então, enquanto categoria analítica de performances, notadamente em redes sociais digitais, nos dá suporte para compreender o avatar a partir da identidade contextual que, por meio dele, se busca significar.

3) Partindo da premissa do trânsito interdimensional – O que a performance do avatar, enquanto processo comunicacional, tem a dizer sobre as dinâmicas sociais implicadas?

Neste ponto, o trânsito interdimensional que impulsiona a geração do avatar é visto a partir de escolhas narrativas, uma vez que diz respeito às jornadas possíveis daquele corpo estabelecido em relação às dimensões em que ele existe e opera. Na avatarização, portanto, consideram-se processos de focalização narrativa definidos pela restrição de campo (BLIN, 1953), a qual compreende “uma seleção de informações narrativas em relação ao que a tradição chamou de onisciência” (GENETTE, 1983, p. 49, apud QUEIROZ, 2020, p. 136). Ao abordar essa focalização por meio de um exemplo prático, Malthus Oliveira de Queiroz, em sua tese de doutorado, intitulada *Narrativa e tecnologias da cultura: questões da materialidade narrativa em Gone Home*, que foi defendida em 2020, no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco, explica que o avatar

cumprir o papel do ente pelo qual o interator adentra seu universo ficcional, mesmo sem impor uma consciência narrativa. O avatar, aliás, é o elemento da imersão no universo ficcional dos games, embora nem todos os games apresentem jogabilidade com base no avatar. Ao controlar seu avatar em um game, o jogador-interator pode agir na narrativa do game, assumindo a visão do avatar ou uma visão do supernarrador do cinema (jogos em primeira pessoa e em terceira pessoa). Em *Gone Home*, toda a narrativa e fruição da obra é acompanhada a partir da visão da personagem Kathy, que não se desenvolve mecanicamente à medida que o enredo vai sendo descoberto, não desenvolve habilidades, adquire armas ou incrementa poderes, mas vai ganhando profundidade psicológica, assemelhando-se nesse sentido aos personagens das narrativas literárias e cinematográficas (QUEIROZ, 2020, p. 136-137).

A dimensão narrativa, portanto, pode ganhar proeminência ao analisarmos processos de avatarização no âmbito dos estudos de performance. Na música pop, por exemplo, conforme numerosos estudos que tomam como base o pensamento de Diana Taylor (2013), a observação dos dramas e roteiros performáticos (SOARES, 2021) nos permite compreender, com profundidade, aspectos culturais e sociais mobilizados por performances, sob diferentes enquadramentos e em diferentes níveis de pertinência, conforme detalhamentos metodológicos apresentados a seguir.

## Capítulo 2 – Em busca dos vestígios dos avatares em rede

### 2.1 Percurso cartográfico como aparato para Estudos de Performance

Esta pesquisa foi desenvolvida por um jornalista especialista em influência digital e apaixonado por comunicação, que escolheu investigar a relação entre avatarização e performance, a partir de Hatsune Miku e Lil Miquela, em razão da complexidade dos fenômenos e conceitos comunicacionais implicados, engendrados de discussões vistas como relevantes na produção cultural e nas socializações da atualidade. Nesse sentido, embora o fascínio pelas cantoras virtuais esteja presente, compondo o olhar do pesquisador — um corpo vibrátil posto em contato com outros, no percurso da investigação, a qual, por isso, é compreendida como de inspiração cartográfica —, este não é um trabalho de fã. Trata-se de um estudo motivado por inquietações com o tempo presente e com a velocidade das transformações sociais envolvendo o digital.

Assim sendo, partindo do contato com a presença e com as performances das duas cantoras digitais enfocadas nesta pesquisa, em diferentes suportes, mídias, processos, contextos e materialidades, foi possível aventar hipóteses sobre os dramas e roteiros performáticos de Miku e Miquela, em associação com as redes e cadeias humanas implicadas na existência performática das duas.

Partindo da reportagem no *Fantástico*<sup>14</sup>, programa da Rede Globo de televisão tradicionalmente transmitido aos domingos no Brasil, a pesquisa seguiu para buscas no Google, na imprensa nacional e internacional on-line, nas redes sociais digitais, principalmente YouTube, Facebook, Instagram, Twitch, bem como no *streaming* musical Spotify e em websites institucionais ou afins das empresas detentoras dos direitos sobre as duas cantoras.

A lógica cartográfica está em não estabelecer um critério *a priori* para mapear a presença e as performances das cantoras: a partir de um achado interessante, uma nova direção era apontada. O critério do que é interessante também foi se revelando no percurso, mas destacou-se o interesse por: processos estéticos, com ênfase no desvendar filosófico a partir das expressões plásticas; por processos de ampla comunicação social; e por manifestações do público ou relações percebidas a partir da interação do público com as diferentes materialidades, contextos e situações performáticas em que se teve contato com as cantoras.

---

<sup>14</sup> Reportagem especial do programa *Fantástico*, que foi ao ar em rede nacional em 2 de janeiro de 2011, sobre Hatsune Miku. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_o7E2W8aucw](https://www.youtube.com/watch?v=_o7E2W8aucw). Acesso em 31 de setembro de 2022.

Embora participar de shows holográficos, abertos ao público pagante, e utilizar *softwares* como o Vocaloid e o jogo *Project Diva*, tudo isso disponível enquanto experiência de contato com Hatsune Miku, parecessem extremamente relevantes à investigação, tais recursos não foram experimentados pelo pesquisador enquanto usuário por questões de investimentos: os *softwares* são pagos, os aparelhos para utilização destes são caros, e os shows nunca ocorreram no Recife, cidade de residência do pesquisador, nem em outra cidade do Brasil nem na América Latina, o que implicaria investimentos substanciais para viajar para a Europa, América do Norte ou Ásia para viver tal experiência. Nenhuma dessas possibilidades envolvendo custos foi possível no transcorrer da pesquisa.

A cartografia, contudo, apontou outras direções para suprir tal lacuna. No caso dos shows, assistir a registros deles disponíveis gratuitamente no YouTube foi a opção tomada para fazer a observação. Em relação ao jogo *Project Diva*, assistir a vídeos tutoriais e outros relacionados também foi a alternativa possível. Nos dois casos, o material observado foi tão abundante e de alta qualidade que consideramos suficiente para prosseguir com a análise, no que concerne aos aspectos do ao vivo, da experiência do show e do jogo eletrônico.

De modo mais amplo, assumimos que cartografamos a presença de Hatsune Miku e Lil Miquela, no cenário da música pop, por meio dos atos performáticos em redes sociais, como YouTube e Instagram, em letras de músicas, plataformas de *streaming*, portais de notícias, peças de *branded content* e campanhas publicitárias.

No percurso, contudo, observamos que ela precisaria se associar aos estudos de roteiros e dramas performáticos, bem como à perspectiva das infraestruturas (PLANTIN e PUNATHAMBEKAR, 2019), uma vez que essa combinação nos permite atravessar as diferentes esferas de atuação humana e não humana que são condição para a existência das cantoras virtuais analisadas.

Lil Miquela é definida pela empresa que a criou como um robô; enquanto Hatsune Miku, apenas como uma personalidade digital. Na cadeia que leva à existência das duas, porém, tanto o público em interação quanto a rede complexa de produtores musicais e profissionais da indústria de tecnologia emprestam suas subjetividades, por meio de experiências estéticas, processos criativos, algoritmos e *softwares* colaborativos. Compreender essa rede toda da qual emergem as cantoras pode ser viabilizado a partir de uma cartografia da presença que inclua aspectos infraestruturais, a partir das materialidades implicadas, e, de modo inevitavelmente associado, os agenciamentos que vão se revelando de modo rizomático.

Faz parte dessa cartografia da presença, ainda, realizar uma incursão no presente e no passado, ressaltando as materialidades, a fim de observar em que momento seres ficcionais

passaram a adentrar o *mainstream* pop internacional enquanto celebridades não humanas, mas dotadas de certa vida própria e identificadas como executoras de diferentes atos performáticos.

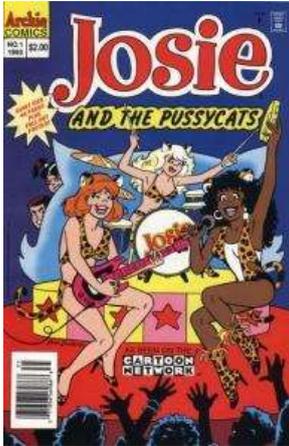
De modo breve, ressaltamos que, a partir da segunda metade do século XX e do início do XXI, alguns personagens ficcionais começaram a ganhar proeminência performática, a partir das histórias em quadrinhos. Os heróis da Marvel e da DC Comics, por exemplo, se difundiram, internacionalmente, no período posterior à Segunda Guerra Mundial, inclusive como parte dos esforços de difusão ideológica empreendidos pelos EUA, em face da URSS, em meio à Guerra Fria. Embora essas duas empresas tenham surgido na década de 1930, as condições materiais e midiáticas que permitiram maior alcance de público foram alcançadas na segunda metade do século passado.

Na esteira do sucesso dos super-heróis que simbolizavam os valores capitalistas da sociedade e do projeto político estadunidense, outras companhias, como a Archie Comics, seguiram o fluxo de difusão do *american way of life*, ou “estilo de vida estadunidense”, baseado na felicidade associada ao consumo de produtos disponibilizados no mercado em larga escala.

Nesse contexto, surgiu a banda que consideramos uma das primeiras a se firmarem como ícone pop internacional com formação não humana, integrada por personagens criados em outros produtos culturais. Josie and The Pussycats, ou “Josie e as Gatinhas”, é uma banda de rock que protagoniza uma história em quadrinhos homônima da Archie Comics, iniciada na década de 1960, mas que se mantém até os dias atuais (FIG. 10 e 11). Originalmente, as integrantes se vestem com roupas de leopardo e usam orelhas e caudas felinas em suas performances musicais, ao mesmo tempo que, fora dos palcos, desvendam mistérios em narrativas de cunho investigativo, voltadas ao público adolescente. Na década de 1970, a banda ganhou sua primeira série para TV, ampliando seu alcance, no âmbito do universo do desenho animado Scooby-Doo.

No ano de 2017, o grupo ganhou novo destaque na série televisiva *Riverdale*, criada a partir da reunião de vários personagens da Archie Comics, em uma parceria da editora com Berlanti Productions, Warner Bros Television e CBS Studios. Atualmente, a série está disponível no Brasil pelo serviço de *streaming* da Netflix.

**Figuras 10 e 11** – Josie and The Pussycats no original em quadrinhos e imagem do grupo na série de TV *Riverdale*



**Fontes:** Archie Comics (figura 15) e CW (figura 16)

Nos anos 2000, vimos o surgimento da banda Gorillaz (Londres, Inglaterra, 2000) e de Hatsune Miku (Sapporo, Japão, 2007). Na década de 2010, foi a vez do destaque a ícones pop não musicais, mas sim associados à indústria da moda e aos novos tempos de *marketing* digital. Nesse contexto, surgiram as influenciadoras digitais virtuais de alcance global, como Noonouri (Munique, Alemanha, 2011), Shudu Gram (Inglaterra, 2017) e Lil Miquela (Califórnia, EUA, 2016).

Em 2018 e 2020, respectivamente, outros dois grupos que incluem cantoras virtuais foram lançados: K/DA (FIG. 12) e Aespa (FIG. 13). Ambos são do gênero K-pop, mas o primeiro é uma iniciativa estadunidense, a partir do jogo de videogame *League of Legends*, e o segundo vem da indústria musical coreana e mescla cantoras humanas e virtuais, que aparecem em cena a depender do evento ou da ocasião material.

Em linhas gerais, pode-se dizer que é difícil mapear esses novos corpos virtuais, essas novas vozes digitais e as formas de presença no mundo desses seres não humanos dotados de potente agenciamento no contexto da música pop internacional. A cartografia aqui, como exposto anteriormente, é utilizada enquanto instrumento metodológico completamente associado à experiência deste pesquisador no mundo compartilhado com esses novos seres, especialmente a partir de incursões no mundo digital, por meio da internet, mas sem prescindir das materialidades novas e antigas do universo capitalista e publicitário, como jornais e revistas, nas quais é possível identificar elementos de presença dessas novas celebridades virtuais.

**Figura 12** – K/DA: *girl group* virtual de música pop com personagens do jogo *League of Legends*



**Fonte:** Riot Games

**Figura 13** – Aespa: *girl group* composto por quatro integrantes humanas e mais quatro avatares em CGI respectivos a cada uma delas



**Fonte:** SM Entertainment

Esse confronto com a ilusão, seguindo o pensamento de Judith Guez (2015), aparece aqui como uma percepção que se constrói com o entorno e se impõe como um vetor para o conhecimento. O *maravilhamento*, no sentido atribuído por Michael Edwards (2008), cumpre também, nesse sentido, o papel de nos mover em direção ao conhecimento do fenômeno experienciado, sendo uma força-motriz da própria investigação filosófica/estética.

A revisão bibliográfica, nesse contexto, também se revelou fonte de informações. Por meio de artigos, sobretudo acessados através da internet, em diferentes idiomas, mas sobretudo em inglês, foi possível visualizar e compreender mais aspectos dos objetos estudados. Registre-se que não foram poucos os artigos de pesquisadores e universidades orientais lidos sobre o tema. O termo *avatar* foi estudado a partir de sua origem no hinduísmo, e o processo de performance social que ele designava foi cotejado com o de outras civilizações antigas. Mais uma vez, a revisão bibliográfica se mostrou fonte de dados, mas também possibilitou a geração de novos conhecimentos a partir da releitura de processos performáticos, na esteira do exercício feito por Diana Taylor (2013) em *O arquivo e o repertório*, quando ela examina as mais antigas sociedades americanas para compreender processos sociais de performance.

Os sites de redes sociais digitais tiveram destacado papel no processo de coleta de dados em relação aos objetos analisados. Especialmente em Lil Miquela, o Instagram se revelou uma fonte rica de informações sobre os dramas vivenciados pela cantora. O YouTube, no estudo de Hatsune Miku, foi a rede que forneceu mais elementos para análise. A navegação por essas redes também ocorreu de modo cartográfico, conforme explicitado antes, sendo que o olhar do pesquisador, treinado em razão de sua trajetória nas Artes Visuais e na Comunicação, em busca dos elementos expressivos com maior força estética, no que diz respeito aos roteiros performáticos, foi decisivo enquanto instrumento investigativo.

Assim, destaca-se o instrumental teórico-analítico adquirido também na pós-graduação *lato sensu* realizada entre 2020 e 2021 na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), em *Influência digital: conteúdo e estratégia*. Dessa formação, foram aproveitados arcabouços teóricos ligados ao *marketing*, em searas essenciais a esta pesquisa, como os estudos sobre empatia (RITIVOI, 2018; SILVA, 2022), *storytelling* e sobre a cultura da influência digital (ROWLES, 2021; JENKINS, 2009; MILLER, 2019; MCKEE e GERACE, 2018), no âmbito da atuação de corporações, uma vez que, nesta dissertação, processos corporativos foram estudados a partir de performances na música pop.

## 2.2 Incursões em vivências performáticas avatarizadas

Os estudos de performance são aqui evocados como método de análise, em resposta ao desafio lançado por Amaral et al. (2018), no artigo *Disputas sobre performance nos estudos de Comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas*, qual seja, o de se pensar formas de operacionalizar metodologicamente análises de objetos e fenômenos comunicacionais a partir dos atos performáticos neles envolvidos.

Assim sendo, se podemos observar o processo performático da avatarização no presente e no passado, a partir de vestígios históricos, é porque compreendemos que, da relação do indivíduo com o outro, ou com o coletivo, emergem processos performáticos que “sintetizam formas de habitar um mundo codificado” (SOARES, 2021, p. 210). Nesse ponto, nosso pensamento coaduna-se com o de Thiago Soares, que afirma ser possível entender a performance a partir de duas acepções: a primeira diz respeito a “um objeto sobre o qual se especulam e se instauram problemas de pesquisa no campo da Comunicação” e o segundo se relaciona a “um conjunto de saberes interdisciplinares que atravessam áreas do conhecimento como a Antropologia, a Sociologia, a Psicologia, as Artes Cênicas, entre outras, e ao qual se filiam” (SOARES, 2021, p. 211). Com o foco em performances de avatarização e por meio dos Estudos de Performance, ou seja, lançando mão da performance nas duas acepções supramencionadas é que damos continuidade à nossa análise.

Sobre os esforços de coerência expressiva (PEREIRA DE SÁ e POLIVANOV, 2012), eles receberam especial atenção na discussão sobre avatarização no mundo pop, visto que o produto pop que vende e é consumido em todo o mundo pressupõe uma uniformidade, à qual seria mais adequado chamar *coerência expressiva*, por tratarmos de seres humanos, apesar da reificação presente a todo momento. A montagem de um “personagem”, no mundo das celebridades musicais, das divas pop, já é uma performance, como dito anteriormente. Quais elementos são escolhidos e o que se deseja mobilizar enquanto efeito social com essas escolhas? O que se deseja jogar? Qual a estratégia, as regras e os objetivos do jogo social do *show business* pop que compõem a performance de cantores e cantoras na atualidade?

A partir desses referenciais sobre performance, adotamos, também, um sentido de performance que sintetizamos. A performance, então, é vista como um mecanismo de inserção social, mas não inserção no sentido estrutural marxista e, sim, sempre como um ato de se fazer presente em dada dimensão, um ato de comunicação social em essência. Assim sendo, pode-se dizer que, ao performar, alguém se insere nas dinâmicas sociais, tornando-se parte, por exemplo, em disputas e jogos de poder. Não é sobre a política engendrada, mas sobre a

possibilidade de existir, em diferentes dimensões de socialização, por meio da performance, e sobre observar a performance enquanto efeito da presença.

No que diz respeito à teatralidade em performances na música pop, tomando por base o pensamento de Thiago Soares, assumimos que

Performances midiáticas são acionamentos corporais de sujeitos em ambientes de mídia envolvendo a formação de uma “vida cênica” em contextos de alta visibilidade e a construção de redes de sentido do biográfico, ou seja, o vivido e o relatado, em dinâmicas cotidianas. Performances midiáticas, na medida em que se projetam para o Outro, formam espaços especulativos de exibição, articulando prazer e convivência, mas também vigilância, controle e punição. Pressupõem valores ligados ao narcisismo e ao individualismo, mas também à conjunção e à aproximação, promovendo atravessamentos de mídias e enlaces entre a vida comum, as indústrias da cultura e do entretenimento e conglomerados transnacionais de mídias (SOARES, 2021, p. 210-211).

Especialmente no que concerne aos “acionamentos corporais de sujeitos em ambientes de mídia”, estamos diante de um contorno dimensional, nos quais se inscrevem os sujeitos implicados. As relações estabelecidas, nessa perspectiva, são amplas, por envolverem diferentes esferas em torno da produção cultural, quer seja a partir de lógicas empresariais, quer seja no âmbito das socializações e de processos estéticos.

Os roteiros performáticos, portanto, são trazidos à nossa metodologia de pesquisa enquanto “paradigmas para a construção de sentidos que estruturam os ambientes sociais, comportamentos e consequências potenciais” (TAYLOR, 2013, p. 60), por dizerem respeito a imaginários específicos culturalmente - conjuntos de possibilidades, maneiras de conceber o conflito, a crise ou a resolução - ativados com maior ou menor teatralidade” (TAYLOR, 2013, p. 41).

### Capítulo 3 – Hatsune Miku em “A solidão e o sonho da cantora virtual”

Hatsune Miku foi criada como um personagem, do tipo mascote, para ilustrar um *software* a ser comercializado. Tratava-se de um *Vocaloid*, um programa que dispõe de um banco de sons capazes de serem combinados e criarem músicas com arranjos e voz, simulando uma produção humana. Esse último trecho, “simulando uma produção humana” é delicado de explicar porque, na verdade, não é uma simulação de uma produção humana o que se cria enquanto música a partir de um *Vocaloid*, pois o *software* e suas utilizações são criação e atividade humana, respectivamente.

Assim, tratamos de produtos musicais que simulam a presença humana onde ela não está presente, apesar de ela estar presente na criação do *software* e na utilização dele. A voz de Hatsune Miku em seu *Vocaloid* é uma versão computacional de uma voz feminina criada a partir de uma voz humana real, a de Saki Fujita, como já explicado. Não é exatamente Saki Fujita, a dubladora japonesa cuja voz deu origem à voz de Miku, que canta quando Hatsune se apresenta com voz: quem canta? Hatsune Miku canta? O usuário do *software* canta por meio da personagem, sem mover sua boca humana, movendo, em vez disso, a boca virtual dela, da qual ele se apropria, em processo de avatarização, para performar? Diríamos sim a essas e muitas outras perguntas que avertissem possibilidades sobre quem canta quando Hatsune Miku se apresenta com voz.

No site da Sega, há uma lista com as músicas oficiais da cantora, que estão disponíveis a quem usa o seu *Vocaloid*<sup>15</sup>. O repertório dos shows parte dessa lista, a diferença é que há músicos humanos junto a Miku no palco, tocando instrumentos como bateria e guitarra.

**Figura 14** – Composição da banda que acompanhou a cantora na turnê *MIKU EXPO 2016 North America*



Fonte: Twitter

<sup>15</sup> Ver *Song list*. Disponível em: <https://miku.sega.com/megamix/> Acesso em: 14 jan. 2023.

Sendo uma adolescente, com esgares infantis, mas, ao mesmo tempo, revelando uma sensualidade calculada, estabelecida pelos seus criadores na sua composição performática, Hatsune Miku remete à figura da *maiko*, como são chamadas as meninas mais novas em treinamento para se tornarem gueixas – etimologicamente, *maiko*, em japonês, significa “criança dançante” (DALBY, 1983). Nela, a gueixa é evocada não apenas como uma mulher japonesa refinada, em termos de comportamento, intelecto e habilidades artísticas, mas como um arquétipo, parte de um inconsciente coletivo (JUNG, 2000) que extrapola a cultura japonesa.

**Figura 15** – Estatueta colecionável de Hatsune Miku como gueixa



**Fonte:** AliExpress

Ao incorporar a gueixa, Miku incorpora a reiteração de um conjunto de comportamentos, estéticas e roteiros performáticos. Ao mesmo tempo que é intocável, em termos de idealização, a gueixa é percebida como uma mulher que performa para agradar homens, no contexto cultural machista. Nesse sentido, observamos que todas as versões de Hatsune Miku são consumíveis, seja sua apresentação holográfica em shows ao vivo seja por meio do jogo *Project Diva*, onde o usuário determina a seu gosto a aparência que a cantora terá e a performance que ela executará. Sua própria voz está disponível a qualquer exercício e utilização, no *Vocaloid*, conforme abordaremos a seguir.

Um caso marcante envolvendo Miku foi o de um homem que se casou com ela. Tamanho foi o espanto que esse fato inusitado provocou, que foi noticiado amplamente pela imprensa internacional.

**Figura 16** - Akihiko Kondo arruma o cabelo de sua esposa, Hatsune Miku



Fonte: The New York Times

Após um processo de depressão, o japonês Akihiko Kondo casou-se com Hatsune Miku, em uma cerimônia não oficial, em 2018. Na reportagem *Beyond dimensions: The man who married a hologram* (*Além das dimensões: o homem que se casou com um holograma*, em tradução nossa)<sup>16</sup>, a CNN apresenta um vídeo com a cobertura do casamento e da rotina do casal, em que se registra o momento em que Akihiko chega a sua casa, depois de um dia de trabalho, e uma versão holográfica de Miku o recebe calorosamente, entre outras, com as palavras “Oh, você está de volta, bem-vindo ao lar, mestre” (JOZUKA et al, 2018, tradução nossa). Nessa reportagem, o homem é definido como “digisexual”, alguém que prefere criar laços afetivos e se relacionar com seres virtuais, em vez de seres humanos, uma vivência crescente em todo o mundo, mas consolidada no Japão. Ao noticiar o matrimônio, o *The New York Times*, narra que,

em Miku, o Sr. Kondo encontrou amor, inspiração e consolo, diz ele. Ele e sua variedade de bonecas Miku comem, dormem e assistem a filmes juntos. Às

<sup>16</sup> Disponível em: <https://edition.cnn.com/2018/12/28/health/rise-of-digisexuals-intl/index.html>. Acesso em: 16 jan. 2023.

vezes, eles fogem para escapadelas românticas, postando fotos no Instagram. O Sr. Kondo, 38, sabe que as pessoas acham estranho, até prejudicial. Ele sabe que alguns - possivelmente aqueles que estão lendo este artigo — esperam que ele supere isso. E, sim, ele sabe que Miku não é real. Mas seus sentimentos por ela são, ele diz. [...] Aceitar seus sentimentos foi difícil no começo. Mas a vida com Miku, ele argumenta, tem vantagens sobre estar com um parceiro humano: ela está sempre lá para ele, ela nunca o trairá e ele nunca terá que vê-la adoecer ou morrer (DOOLEY E UENO, 2022, tradução nossa).

O medo do fracasso, representado pelo medo da frustração, da traição, da doença e da morte, aparece no depoimento de Akihiko como um sinalizador de uma questão importante que envolve as cantoras virtuais: em que medida elas são apenas um recurso inteiramente controlável que desponta, por meio da iniciativa de empresas, como uma alternativa a cantoras humanas? Há questões e acontecimentos que podem levar à derrocada de celebridades que conseguem algum tipo de relevância no *mainstream* da música pop. A cultura de se evitar o fracasso no *show business* está associada, por sua vez, às tentativas de controle por parte dos que comandam as cadeias produtivas da indústria musical – mormente, homens, revestidos de muitas camadas de privilégio, sob uma lógica de dominação.

Assim sendo, observamos uma releitura do *male gaze* (a prevalência do olhar masculino), apresentado por Laura Mulvey, em 1975, no artigo *Prazer visual e cinema narrativo*, que denuncia o controle detido pelos homens sobre o modo como as mulheres são apresentadas e vistas pelo público, no contexto da indústria cultural, demonstrando como o patriarcado estruturou a produção industrial de bens culturais por meio da violência contra as mulheres (MULVEY, 1983).

No interesse industrial, criar uma cantora virtual parece a alternativa perfeita para evitar que o fato de que cantores humanos adoecem, têm problemas pessoais, oscilações de humor e emoções implique prejuízos para os negócios. Essa visão que não admite aspectos de humanidade sustenta um campo de trabalho que leva a relações abusivas e, muitas vezes, a situações trabalhistas análogas à escravidão — vide o caso de Britney Spears<sup>17</sup> e da exploração de seu pai, que a interditou juridicamente, reduzindo-a a alguém incapaz de se gerir. Essa artimanha fez com que ele ganhasse autorização para controlar o dinheiro, o tempo, o corpo e a criatividade dela, entre muitas outras coisas.

---

<sup>17</sup> O documentário *Controlling Britney Spears* (*Controlando Britney Spears*, em tradução nossa), lançado em 2021 pelo *The New York Times*, retrata bem essa prática que se faz presentes de diferentes formas na indústria cultural. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2021/09/29/podcasts/the-daily/britney-spears-conservatorship-jamie-spears.html>. Acesso em: 16 jan. 2023.

### 3.1 Avatares como modelos de eficiência para a indústria do entretenimento

Junto a lógicas em torno da eficiência e da engrenagem das mídias a partir do capitalismo, avatares como Hatsune Miku impõem um debate sobre modos e materialidades (BOLLMER, 2019; FELINTO, 2011), por meio dos quais personagens se convertem num jogo no âmbito da indústria musical. Assim sendo, buscamos problematizar como, ao imergirem na presença ou na existência da cantora virtual, por meio de uma atitude lúdica (SUITS, 1990; HENRIOT, 1983), as pessoas adentram no círculo mágico (HUIZINGA, 1990) da brincadeira que é estabelecer contato com esse ser não humano. É como brincar de boneca, às vezes, ou de RPG, criando estórias e reagindo a elas; mas é também estar ludicamente na experiência espaço-temporal de um concerto, de uma *playlist* ou de um videoclipe *played* em um *smartphone*. Em outras palavras, regras e ficção presentes (JUUL, 2005), o contato ocorre enquanto atividade lúdica (HUIZINGA, 1990).

Por esse prisma, a celebridade virtual é analisada como uma gama de brincadeiras dentro de outra brincadeira, ou como o jogo do jogo (HENRIOT, 1983) ou um círculo mágico dentro de outro círculo mágico. Pretendemos, desse modo, evidenciar, o duplo aspecto lúdico observado na construção de Miku: o das pessoas que brincam, por meio de mecanismos idiossincráticos de produção de sentido, com a duplicidade existencial dela, que, “no mundo do jogo”, é um ser atuante que canta, enquanto, no “mundo da vida real”, é um mero personagem; e o das empresas e fãs, que, em equivalente gesto lúdico, dão corporeidade a ela no *show business* do pop internacional, no qual os envolvidos performam, junto com ela e por meio dela, a partir da liberdade lúdica que alcançam (BONEFANT, 2015; FERREIRA, 2020). Nesse contexto, o ato de abstrair a natureza não humana de Hatsune Miku e, ao mesmo tempo, atribuir-lhe certa humanidade parece ser o cerne do gesto de apropriação lúdica implicado (BONEFANT, 2015).

Nesse sentido, a ludicidade de ser espectador ou fã de uma cantora virtual como Miku é a chave para se abstrair o não humano performando à guisa de uma humana com superpoderes. Nisso, entramos na aura dos astros da cultura pop, que, muitas vezes, é revestida de impressões heroicas: Ariana Grande é capaz de andar com os pés no teto, desafiando a lei da gravidade, no videoclipe de *No tears left to cry*; em Lady Gaga crescem chifres ou rabo de sereia, a depender da performance – vide clipes de *Born this way* e *Yoü and I*; Luisa Sonza, Anitta e Pabllo Vittar se transportam para uma outra dimensão e, com golpes de condensação energética, atiram contra um mostro dançarino que, de alguma forma, ameaça o mundo - vide clipe de *Modo turbo*; todas elas têm superpoderes. Miku tem o superpoder de pular de um prédio alto e voar, sem se

machucar ou cair<sup>18</sup>, tem o poder de trocar de roupa em poucos segundos num cintilar de luzes de led na frente de um grande público<sup>19</sup>. Certo ilusionismo, portanto, é elemento presente e decisivo na validação das cantoras virtuais, tal qual o é em relação às cantoras humanas, como as supracitadas.

Esse ilusionismo é necessário à estética que se deseja construir no *storytelling* implicado: seja a história de mulheres superpoderosas que, para derrotar um adversário, atiraram nele com um jato de laser emanado do próprio corpo - vide clipe de *Modo turbo*; ou a história da menina de eternos 16 anos que não envelhece (Hatsune Miku), apesar do passar dos anos, mesmo que não importe sua imagem ser, esteticamente, equivalente a uma natureza morta, que pode preservar o frescor mesmo depois de 500 anos; ou, ainda, a história da mulher que se sente tão sem lugar no mundo, como uma sereia que, se fosse viver dentro de uma casa sobre a terra, só poderia existir, completamente limitada, dentro de uma banheira, caixa d'água, tanque ou algo assim - vide clipe de Lady Gaga *Yoü And I*.

O ilusionismo está presente enquanto licença poética e expressa narrativas a partir de figuras de linguagem. Na relação entre artista e público no *show business*, ele representa 50% do aspecto lúdico envolvido no jogo, sendo que os outros 50% dizem respeito às regras que precisam ser sustentadas para que um jogo ocorra, sob a ótica de Juul (2005). Essas regras são visualizáveis e têm a ver com a aceitação da ilusão de estar diante do humano, quando se assiste ao não humano performar em situações aproximadas de espaço-tempo-materialidades nas quais estamos acostumados a ver humanos performarem, como um concerto. É preciso, no rol das regras, aceitar esse aspecto ilusório; não prejudicar as condições materiais que viabilizam a experiência, como atirar objetos ao palco e danificar o telão onde a personagem se exhibe; é preciso também entrar no clima do que é estar numa plateia diante de um espetáculo de uma cantora humana e interagir com ela e com as demais pessoas em volta do modo mais natural possível; entre outras.

Por parte do fã que especta um show, por exemplo, seguir as regras, mantendo o ilusionismo e a ludicidade, é fazer coisas que ajudem a entrar no clima, como levar um *lightstick* para agitar no ar e usar vestimentas que dialogam com o universo da cantora, como uma forma de socialização entre fãs e de criação de atmosfera. Afinal, quem vai a um show desses deseja encontrar essa atmosfera e entende que é preciso que haja um esforço de cada um para que essa

---

<sup>18</sup> Ver *VOICES tilt-six Remix feat. Miku Hatsune*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YbryVBMkCeU>. Acesso em: 16 jan. 2023.

<sup>19</sup> Ver *SNOW MIKU LIVE! 2019 \*10th Anniversary 【Full Live Concert】 at Zepp Sapporo* (trecho 1:23:50 a 1:24:35). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nbFxHdszYvA&t=14s>. Acesso em: 16 jan. 2023.

ambiência se crie e sustente. Esse tipo de atitude entra nas esferas da liberdade lúdica e da apropriação lúdica. Não só o público, mas também Miku traz a performance cênica para o evento, uma vez que, se musicalmente o show poderia ocorrer sem a presença holográfica dela, é para ela que convergem os olhares, a atenção e a vibração. No corpo virtual dela, se faz encarnar a música: a artista toma o palco, a performance está completa, é visível e dá sentido àquele encontro lúdico entre pessoas.

**Figura 17** – Fãs e músico humanos sustentam o pacto lúdico e contribuem para show holográfico de Hatsune Miku (captura de tela de vídeo)



**Fonte:** YouTube

Essa liberdade lúdica se verifica também em outras situações performáticas de Hatsune Miku, como no jogo de videogame chamado *Project Diva* e na própria criação de músicas com o jogo *Vocaloid* que leva o mesmo nome da cantora. Quem cria cada clipe ou música, por meio de um desses *softwares*, consegue fazer aquilo de modo mais bem ou malsucedido de acordo com o domínio das possibilidades dos *softwares*, mas também em razão da vantagem monetária que alguns têm em relação a outros. Essa vantagem permite investir em recursos extras disponíveis no jogo, na contratação de equipe especializada para se implicar na produção e na disponibilidade de tempo para dada criação, presumindo que a pessoa tem condições de gastar um tempo que normalmente outras pessoas poderiam usar em atividades laborais formais e informais ou cuidados familiares ou domésticos — embora haja casos em que essa criação de videoclipes e músicas, a partir desses *softwares*, vira fonte de renda. Afinal, jogar videogame hoje em dia é, para alguns, profissão. Essa é uma mudança social que também pode se constituir

como uma condição espaço-temporal-material que dá vantagens, nessa seara específica, a gerações atuais em relação a gerações anteriores, por causa dessa perspectiva que permite e autoriza a dedicação ao jogo. Condição essa que pode estar associada à emergência de celebridades virtuais, as quais, para existirem e performarem, precisam de uma cadeia complexa de profissionais em atividade.

O sucesso de vendas do *Vocaloid* de Hatsune Miku e os altos números de reproduções de suas músicas em plataformas digitais suscitam uma importante questão: por que tantas pessoas preferem escutar *Vocaloid* em vez da voz humana? Uma hipótese é a de que esse apreço, especialmente entre as gerações mais jovens, está relacionado ao fato de que vozes sintéticas fornecem elementos estéticos muito além do que a voz humana consegue e com os quais essas gerações têm familiaridade. Além disso, como a voz sintética tem naturalmente menos emoção enquanto substrato que é, o criador, ou o produtor musical (ou a cadeia de produção musical), precisa se empenhar para colocar mais emoção nas músicas que cria por meio dessa tecnologia, a fim de lhes conferir mais poder de empatia. É “mais jogo” vivenciar essa brincadeira, do que apenas consumir produtos musicais passivamente.

Observa-se, assim, que novas maneiras de viver implicam novas formas de perceber o mundo e as produções humanas, novas maneiras de se relacionar, novas distribuições de poderes, novos desejos de organização social e cada vez mais numerosas formas de construção de realidades. Se ler um livro significa poder viajar mentalmente para outros lugares, conhecer novas pessoas, viver em outro tempo, suspendendo o momento presente; hoje, poder criar seres que adquirem *status* relacionais e sociais quase humanos, ultrapassando mesmo a noção de interatividade, parece ser um portal para muitas outras brincadeiras que fazem sentido nos dias atuais, em diálogo com o futuro.

Um personagem é mais interessante se é um personagem-jogo, que nos permite brincar sem sair da própria realidade convencional. Seres virtuais e seres humanos convivem de modo que começam a se confundir, como se o sopro de vida mesmo estivesse subjugado ao pensamento, ou é como se estivesse ficando nítido que as imagens da caverna e a pedra da rocha onde se projetam, na alegoria de Platão, compõem uma mesma realidade. Eles, de certo modo, evidenciam a quebra possível da dualidade que ainda paira como elemento comum e certo em diferentes dimensões do pensamento humano, especialmente a dualidade entre a mente - bem como seus produtos abstratos, sem materialidade - e a dimensão do corpo, do mundo concreto. Quando Miku toma o palco, é como se o que se passa apenas na mente tomasse corpo e ganhasse realidade, isso também é parte da brincadeira. E é papel da Estética, no que diz respeito ao

lúdico, seguir se ocupando das indagações sobre as brincadeiras e relações que surgem com esses novos produtos humanos.

Um dos dramas centrais de Hatsune Miku, vivido também por quem tem contato com sua presença, é o drama do que, em algum momento, se chamou de realidade. O debate sobre ciberespaço compreende diferentes visões sobre o digital, que evidenciam mais ou menos dissociação deste em relação à noção de real e de verdade. Ela ativa, no inconsciente coletivo, o repertório de tradições orientais, como o budismo e o hinduísmo, no que diz respeito à centralidade das discussões sobre a realidade, em alta na contemporaneidade, vide a efervescência em torno do metaverso. Para essas tradições, toda a realidade que percebemos é vista como irreal, ou tão real como a substância de que se compõem os sonhos, a exemplo da perspectiva Dzogchen<sup>20</sup>.

Um dos expoentes dessa visão filosófica, Chögyal Namkhai Norbu chega a afirmar que, “em um sentido real, todas as visões que temos em nossa vida são como um grande sonho” (NORBU, 1992, p. 20, tradução nossa)<sup>21</sup>. A filosofia ocidental também traz à centralidade essa discussão, por meio de pensadores canônicos como Platão, Schopenhauer, Deleuze, Berkeley, entre outros. A organização do comum (SODRÉ, 2014) sobre realidade, virtualidade, existência e, até mesmo, sobre formas de vida, existência e representação está em constante elaboração. A performance, em nosso entender, é um vetor potente e promissor nesse processo de entendimento, tendente a ganhar cada vez mais destaque e aportar importantes contribuições à sociedade.

### **3.2 A bonequinha está fora da caixa: colaboração de fãs como possibilidade de expansão**

A produção colaborativa em torno de Miku se comunica com o ideal libertário da internet, preconizado com o seu surgimento e popularização da rede de comunicação global, no seio da contracultura estadunidense. Diferentes produções de fãs são inseridas na internet, por meio de vídeos e músicas, principalmente e notadamente nas redes sociais digitais. Apesar de revelarem variados graus de domínio técnico dos *softwares*, essas produções ganham cores locais, a depender de onde são produzidas ao redor do mundo. Miku, então, passa por um constante processo de hackeamento, entendido aqui como prática de produção artística e tática

---

<sup>20</sup> Ver: BERZIN, A. O Que É Dzogchen?. In: **Study Buddhism**. Disponível em: <https://studybuddhism.com/pt/budismo-tibetano/tantra/mahamudra-e-dzogchen/o-que-e-dzogchen#:~:text=A%20palavra%20%E2%80%9Cdzogchen%E2%80%9D%20significa%20%E2%80%9C,profundo%20e%20fundamental%20de%20todos>. Acesso em: 04 jan. 2023.

<sup>21</sup> "In a real sense, all the visions that we see in our lifetime are like a big dream" (NORBU, 1992, p. 20).

de produção da diferença (HORA, 2009), na medida em que passa a figurar também em produtos culturais não oficializados, a exemplo de ilustrações, bonecas, videoclipes, participações musicais junto a diversos artistas, entre outros - rompendo, em graus variados, com a coerência expressiva empreendida pelas corporações implicadas.

Seu *feat.* (participação) com Glória Groove, cantora brasileira, produzido pelo usuário do YouTube *Im G Felipe*, é exemplo dessas produções que fazem sucesso em contextos locais, nesse caso o Brasil, mas que consistem em um tipo de hackeamento. Trata-se de uma produção não oficial, com mais de 558 mil visualizações na rede social<sup>22</sup>. O autor, além de criar a versão, inserindo a voz de Miku em trechos da música originalmente cantados pela drag brasileira, alternando as vozes das duas ao longo da canção, escreveu novos versos e os adicionou na composição. Assim, após o refrão “A bonequinha não sabe brincar/ A bonequinha não sabe brincar / Chega no baile é o golpe / Ela desce, ela sobe / Os maloka vai se apaixonar” (GROOVE, 2021), a música ganhou os seguintes versos, cantados por Hatsune Miku, como se ela os tivesse escrito: “Bonequinha *feat.* Glória Groove / E os incomodados que se mudem / Se você não curte / Meu bem, ‘cê que lute! / Ninguém tá imune / Ao som da Hatsune / Saio da caixa pra te dominar / Som que relaxa e que faz ecoar / Eu virei bandida / Então baby, se liga / Porque a sua vida / Eu também posso roubar” (FELIPE, 2021, 1min42s - 1min56s).

Os versos enquadram Miku nas narrativas de um Brasil popular, onde o baile funk é evocado como local da performance. Temos, então, uma Miku bem brasileira, que fala português com um sotaque localizado entre o *Vocaloid* e o japonês. Observando os comentários na página desse vídeo, percebemos o entusiasmo dos fãs ao se darem conta de que ela canta em nosso idioma, mas, além disso, identificamos muitas interações que visam legitimar a produção. O produtor é exaltado, ao mesmo tempo em que a cantora virtual é consagrada pelo público. Essa compreensão de que estamos diante da artista em si performando vocalmente uma canção, mas ao mesmo tempo de que é visível e merece destaque o trabalho do produtor musical envolvido na obra, parece nítida ao público. Existe, podemos dizer, uma exaltação a essa produção colaborativa, para além da performance da cantora, ainda que sendo parte constituinte dela.

---

<sup>22</sup> Dados coletados em 5 de janeiro de 2023, em postagem no YouTube disponível no link <https://www.youtube.com/watch?v=JA7pL7YxOgQ>.

**Figura 18** – Capa do single Bonekinha – Glória Groove *feat.* Hatsune Miku



Fonte: YouTube

**Figura 19** – Comentários na página do vídeo da música *Bonekinha - Glória Groove feat. Hatsune Miku*

 **Addam V1** há 1 ano  
Felipe já domina a miku perfeitamente slk

 67   RESPONDER

  • 1 RESPOSTA

 **Im G Felipe** há 1 ano  
Hoje em dia é a Miku que me domina amg 🍷🍷🍷

 14  RESPONDER

 **luxuoso** há 1 ano  
a Hatsune não sabe brincar 😬  
gente que perfeição

 38   RESPONDER

Fonte: YouTube

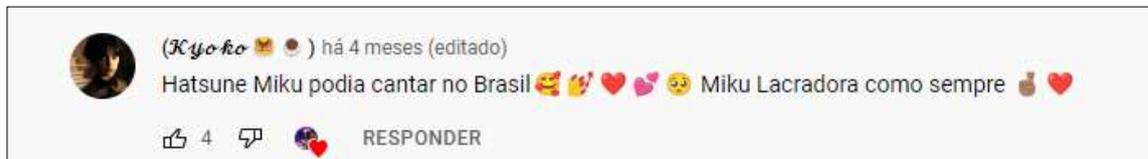
Outros exemplos disso que afirmamos podem ser observados em comentários publicados nas páginas de outras produções brasileiras envolvendo Hatsune Miku, como a aparição dela junto ao grupo de piseiro Barões da Pisadinha, cantando *Basta Você Me Ligar*<sup>23</sup>, e o cover de Juliette, em que Miku canta *Bença*<sup>24</sup>.

**Figura 20** – Comentários na página do vídeo da música *Basta Você Me Ligar - Barões da Pisadinha feat. Hatsune Miku*



Fonte: YouTube

**Figura 21** – Comentário na página do vídeo em que Hatsune Miku faz um cover da música *Bença*, de Juliette



Fonte: YouTube

As ideias de Miku enquanto expoente da inovação (ápice da humanidade) e enquanto símbolo de uma geração ficam evidentes nesses comentários, reiterando a percepção da cantora virtual como um ser existente, ainda que se compreenda sua natureza não humana. Isso ocorre na contramão do que costumeiramente as notícias sobre a cantora trazem, no esforço de associar o seu caráter virtual à não existência. Seguem alguns exemplos: “A cantora, que é irreal, faz uma pausa após a terceira música para cumprimentar os fãs, como uma cantora em um show” (tradução nossa)<sup>25</sup>; “A artista que lota estádios e

<sup>23</sup> Ver *Hatsune Miku - Basta Você Me Ligar (BARÕES DA PISADINHA)*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZWLXPPkUyU>. Acesso em: 05 jan. 2023.

<sup>24</sup> Ver *HATSUNE MIKU CANTANDO " BENÇA " DA JULIETTE*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HMPuijyvrDo>. Acesso em: 05 jan. 2023.

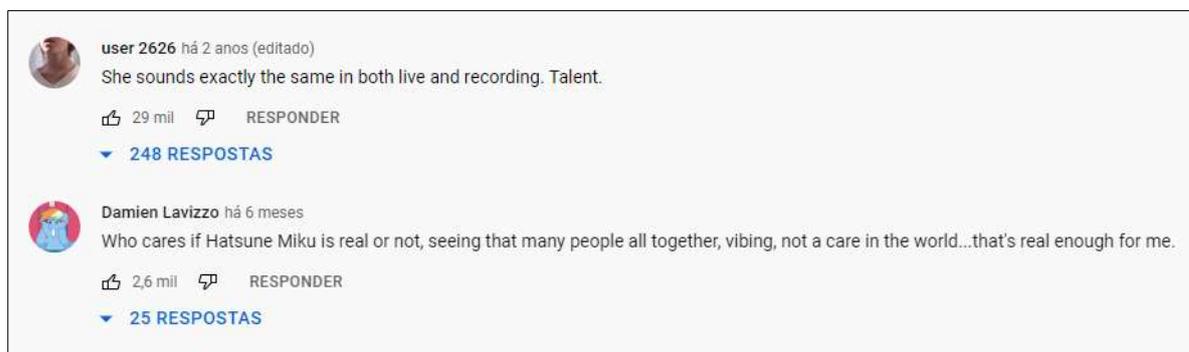
<sup>25</sup> Ver *The Future of Celebrity Is a Japanese Hologram Named Hatsune Miku*. Disponível em: <https://onezero.medium.com/the-future-of-celebrity-is-a-japanese-hologram-named-miku-a87419c951e>. Acesso em: 05 jan. 2023.

não existe: Hatsune Miku, a nova rainha do pop, é um holograma japonês” (tradução nossa)<sup>26</sup>; “Sua cantora favorita não é real” (tradução nossa)<sup>27</sup>; “A maior estrela pop imaginária do Japão está abrindo para Lady Gaga” (tradução nossa)<sup>28</sup>; “Já se apaixonou por alguém que não existe? (tradução nossa)”<sup>29</sup>.

O comentário com o pedido da fã de que Miku cante no Brasil se refere aos shows holográficos por meio dos quais a cantora já se apresentou na Ásia, na Europa e na América do Norte, mas nunca na América Latina. A valorização da sua performance ganha no adjetivo “lacradora” mais uma expressão do reconhecimento do sucesso dela, assim como fica evidente a percepção de que, de fato, a cantora virtual é dotada de uma corporalidade que canta e performa, em comunicação direta com o público, no caso dos shows ao vivo.

Nos comentários abaixo, em inglês, há menção explícita ao talento de Miku. Uma fã afirma que ela soa igualmente boa no ao vivo e nas gravações de estúdio, atribuindo a essa habilidade de manter a qualidade de suas produções uma excelência artística. Um outro fã diz não se importar se a cantora é ou não real, pois “ver tanta gente reunida, vibrando, sem nenhuma preocupação... é real suficiente para mim”, afirma o usuário Damien Lavizzo.

**Figura 22** – Comentários na página de um vídeo que contém trecho de show ao vivo de Hatsune Miku



**Fonte:** YouTube

Com isso, passamos a examinar a ludicidade presente nos contextos performáticos em que Hatsune Miku interage com o público, especialmente em seus shows ao vivo, que também são chamados de MIKU EXPO, dando a entender que a empresa Crypton Future Media trata o momento, diferentemente dos fãs, como uma exposição, já que se trata de um objeto, não de

<sup>26</sup> Ver *La artista que llena estadios y no existe: Hatsune Miku, la nueva reina del pop es un holograma japonés*. Acesso em: 05 jan. 2023.

<sup>27</sup> Ver *Five visions of the future of music*. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-42359324>. Acesso em: 05 jan. 2023.

<sup>28</sup> Ver *Japan's biggest imaginary pop star is opening for Lady Gaga*. Disponível em: <https://www.dailydot.com/parsec/hatsune-miku-opens-for-lady-gaga-vocaloid/>. Acesso em: 05 jan. 2023.

<sup>29</sup> Ver *Ever fallen in love with someone who doesn't exist?* Disponível em: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2022/apr/26/fictosexual-ever-fallen-love-someone-who-doesnt-exist>. Acesso em: 05 jan. 2023.

uma humana, em exibição, ainda que haja humanos tocando instrumentos e cuidando da produção dos concertos.

Essa mesma ideia de uma artista nas mãos dos fãs torna efetiva a produção colaborativa em Hatsune Miku. Seja por meio do software *Vocaloid*, por meio do qual as pessoas podem usar amostras da voz de Miku para criar canções, com voz e arranjo, seja por meio das criações feitas com o jogo *Project Diva*, que consiste na criação de performances audiovisuais da cantora, a partir de recursos disponíveis, como cenário e figurino. À medida que fazem sucesso e somam elementos ao esforço de coerência expressiva da cantora, neste caso envolvendo um processo de criação e fortalecimento de marca (*branding*), as produções dos fãs são assumidas como oficiais pelas empresas que detêm os direitos sobre Miku, capitaneadas, na seara musical, pela Sega e pela Crypton Future Media.

Essas produções são disponibilizadas em canais oficiais nas redes sociais digitais, em jogos, shows, entre outros, como sendo músicas da cantora. Assim, além de atuar amadora ou profissionalmente como produtora musical, cada pessoa pode experimentar ser uma cantora e performar, à medida que fornece elementos subjetivos e narrativos sobre si, contribuindo para um processo de avatarização que projeta Hatsune Miku como um espírito do tempo presente, que contém em si “o primeiro som do futuro” - significado, em português, do nome da cantora.

### **3.3 A princesa número um do mundo é uma garota solitária: os sonhos-avatars**

Antes de mais nada, explicitamos que esse subtítulo foi redigido tomando como base versos de duas músicas de Hatsune Miku, cujas letras examinaremos a seguir. Quando se trata do drama humano, a performance da cantora virtual tangencia temas como o empoderamento feminino, a solidão e a saúde mental. É possível perceber, no jogo *Project Diva*, nas letras das canções e em parcerias que Miku fez, de modo oficial, que fazem parte da performance da cantora a afirmação da vontade de estar em contato e o tema dos relacionamentos, em geral, com bastante autorreferência e metalinguagem.

Ao iniciarmos *Project Diva*, começa também a narrativa do jogo: as primeiras mensagens que aparecem são escritas e vêm de Miku. Elas são dirigidas à pessoa que joga: “Oi! Você pode me ouvir? Oi! Eu estou bem aqui! Abra seus olhos!”<sup>30</sup> - quase um pedido de socorro ou um contato aflito em busca de socialização. Em seguida, sua imagem é exibida de baixo para cima, dos pés à cabeça, e finalmente ela faz gestos comemorativos e alegres, como que feliz por estar frente a frente com o humano que opera o *software*.

---

<sup>30</sup> Ver Hatsune Miku: Project DIVA X - 70 Minute Playthrough [PS4]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pehGSjuRsN0>. Acesso em 05 jan. 2023.

**Figura 23** – Captura de tela de momento inicial no jogo *Project Diva*



Fonte: YouTube

“Finalmente, alguém escutou meu chamado! Estou muito feliz em conhecer você. Você vê? Este mundo existe dentro do jogo que você iniciou. Ele é habitado por cantores virtuais, assim como eu. Meu nome é Hatsune Miku, a propósito”, continua a cantora a falar por meio de mensagens de texto. Em seguida, ela aparece fazendo um gesto que demonstra calor e acolhimento, sobretudo a partir das mãos, e continua: “Nossas vozes podem influenciar o mundo, expandi-lo e enchê-lo com alegria e animação. Parece incrível, não é? Há apenas um problema... nós não conseguimos cantar por nós mesmos. A menos que você nos ajude a cantar, nossas vozes nunca serão ouvidas”.

Na abertura do *lyric video* da música *Miku*, um *feat.* entre Hatsune Miku e Anamanaguchi<sup>31</sup>, um grupo novaiorquino de músicas eletrônicas inspiradas na sonoridade dos games, é exibida a seguinte mensagem: “Hatsune Miku (nome traduzível por ‘primeiro som do futuro’) é uma *pop star* virtual. Ela entrou no nosso mundo, assim como todos nós estamos entrando no dela”.

No decorrer da música, em que Miku literalmente se apresenta e descreve (“Miku, Miku, você pode me chamar de Miku, cabelo azul, gravata azul, escondida no seu wi-fi”), ela diz que a coisa que ela mais quer é seguir “você”, o humano que escuta a música, aumentando a tensão em torno da questão do trânsito interdimensional, aparentemente impossível para ela, mas

<sup>31</sup> Ver *Anamanaguchi - Miku ft. Hatsune Miku (Lyric Video)* Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NocXEwsJGOQ> Acesso em: 05 jan. 2023.

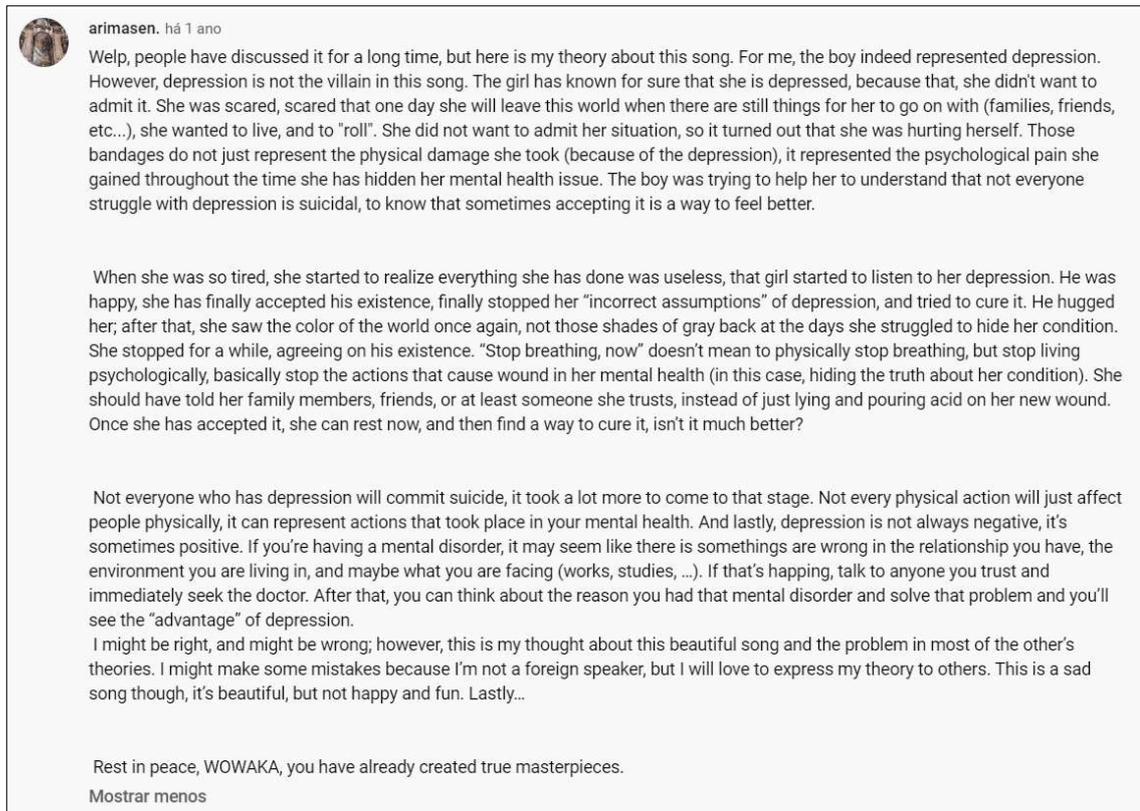
possível para o espectador. Ideias como “Miku está no wi-fi”, “Miku habita um mundo diverso do de quem a escuta” e “Eu, Miku, gostaria de seguir você, mas estou aqui trancada no mundo virtual” reforçam a ideia de separação que observamos também no jogo *Project Diva*. Essa separação parece ser reforçada como parte do esforço para evidenciar que Miku é um ser virtual e esse é o seu principal *marketing*, sendo aquilo que causa fascínio e atrai.

Por outro lado, observamos uma continuidade dessa identidade da garota solitária que busca contato, mesmo sendo uma estrela do pop, quando cotejamos essas observações com letras de outras músicas oficiais de sucesso de Miku, como *World is mine/O mundo é meu* (tradução nossa), *Rolling girl/Garota rolando* (tradução nossa) e *Daisy 2.0*, um *feat.* oficial com a cantora estadunidense Ashnikko - de quem essa música já era um *single* e cuja versão 2.0 teve acréscimos na letra, na parte em que Miku canta.

Em *O mundo é meu* (ANEXO A), excertos como “pegue minha mão”, “pode brigar comigo um pouquinho se quiser” e “me olhe totalmente até os sapatos”, entre outras, reforçam a narrativa de que ela está em busca de contato e aflita, o que contrasta com o fio condutor da música, que é o de uma garota empoderada e consciente, capaz de dizer exatamente quais são os seus desejos, confrontar e exigir respeito, embora possa parecer infantil, como se vê nos versos “A princesa número um do mundo inteiro”, “Tudo isso eu vou dominar / Não pense que sou uma menina mimada / Eu consigo, se eu quiser” e “Acho que você é mais perigoso”. Nessa canção, Miku dita várias regras, buscando se valorizar.

Em *Garota rolando* (ANEXO B), há vários indícios de que o tema central é a saúde mental. A narrativa é a de uma garota em depressão, tentando encontrar forças para lutar e sair daquela situação, o que é algo muito difícil e parece impossível, ainda que tenha. Por meio de Miku, pessoas ao redor do mundo fazem o *download* de elementos do arquivo e do repertório social (TAYLOR, 2013) que dizem respeito à superação de uma situação difícil, o adoecimento mental enquadrado em dinâmicas sociais, e que se constituem em arquivo, em que se registram direções para a saída da dificuldade. O drama, então, não é mais apenas de Miku, mas de todos aqueles que, através da música, compreendem melhor o que estão vivendo e têm acesso a formas de lidar com problemas de saúde mental, notadamente a depressão.

**Figura 24** – Fã fala sobre saúde mental ao analisar música de Hatsune Miku



Fonte: YouTube

A postagem de um fã que analisa a situação (FIG. 24), além de trazer versão rica em elementos e compatível com a nossa análise, lamenta a morte do artista que escreveu e produziu essa música, Wowaka, um japonês que figura entre os mais reconhecidos músicos na utilização do *Vocaloid*, tendo falecido jovem, aos 31 anos, em 2019, por problemas cardíacos. As palavras do fã, portanto, nesse caso, corroboram nossa observação sobre o interesse em Miku ser criado, também, em razão da lógica colaborativa e humana por trás da cantora virtual.

Na música *Daisy 2.0*, os versos que Miku canta são: “Me chame de louca, eu não me importo / Te enrolo no meu cabelo azul / Querido, eu sou fofa, fofa, fofa / Querido, eu não preciso de você / Garota aterrorizante cantando para a lua / Eu sou uma princesa azul, mas/ Eu sou a chefe com você / Flores congeladas, flores geladas”<sup>32</sup>. O destaque dado a palavras como “louca”, “aterrorizante” e “congeladas”, em contraponto ao dado a “fofa”, “princesa” e “chefe”, revela um esforço narrativo para pôr lado a lado ideias opostas, tecendo conflitos.

Assim sendo, observa-se que, para além da imagem de fofura, ou do arquétipo da gueixa, Hatsune Miku evoca para si uma narrativa identitária complexa, cheia de contradições. Ora se

<sup>32</sup> Ver *Daisy 2.0* (tradução em português). Disponível em: <https://www.lettras.mus.br/ashnikko/daisy-20-feat-hatsune-miku/traducao.html>. Acesso em: 05 jan. 2023.

apresenta a partir da sensualidade, ora a partir da pureza infantil; ora como alguém presente na vida de todos; ora inalcançável, habitante de uma barreira intransponível entre mundos; ora sendo uma garota oprimida, em sofrimento profundo; ora alguém que está no topo do mundo ditando regras; ora real, ora virtual - e é nesse jogo entre polos opostos que se constrói a tensão narrativa e o fomento da empatia (SILVA, 2022) em torno da cantora enquanto avatar, por meio de seus roteiros performáticos.

## Capítulo 4 – “Não tenho certeza se posso me considerar uma mulher de cor”: a performance racializada de Lil Miquela

Neste capítulo, abordamos a performance identitária da cantora virtual Lil Miquela, a partir dos apontamentos de Alexander Weheliye (2005) sobre afro-modernidade sônica. São analisados os esforços de coerência expressiva (PEREIRA DE SÁ e POLIVANOV, 2012) da empresa de desenvolvimento de *softwares* Brud, sobretudo, em sites de redes sociais.

Na análise que realizamos, a noção de *digital branding*, compreendida como a construção do universo conceitual de uma marca a partir do somatório de experiências on-line que as pessoas têm dela (ROWLES, 2021), se encontra com a de *storytelling*, um recurso de *marketing* focado em tocar o emocional das pessoas, baseado na construção de narrativas por meio de personagens usados para despertar empatia (JENKINS, 2009; MCKEE e GERACE, 2018).

De acordo com Donald Miller (2019), “quando definimos os elementos de uma história em relação à nossa marca criamos um roteiro que os clientes podem seguir para se envolver com nossos produtos e serviços” (MILLER, 2019, p. 9). Para esse autor, falar em *storytelling* ou *storybrand* diz respeito a “uma fórmula concreta, que podemos usar para chamar a atenção de clientes distraídos” (MILLER, 2019, p. 9).

Do artigo que apresentamos no Grupo de Trabalho Estudos de Som e Música, no encontro anual de 2022 da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), qual seja, *How you like that: o fomento da empatia no storytelling de Blackpink*, trazemos para o presente texto a compreensão de que é possível construir micronarrativas como parte de um universo expandido do *storytelling* corporativo, enquanto conteúdos estrategicamente produzidos em adequação à rede social em que têm lugar roteiros performáticos baseados em objetivos específicos de *marketing*, com vistas ao largo consumo mundial (SILVA, 2022).

Nesse sentido, partindo da hipótese de que cantoras virtuais são verdadeiras plataformas, assim como as divas pop humanas que habitam o *mainstream* internacional, buscamos observar em que medida o *storytelling* da mestiçagem em Lil Miquela está - na contramão das intenções do *branding* - relacionado a processos estratégicos de apropriação de estéticas e corpos afro-diaspóricos, na lógica que associa a biopolítica ao neoliberalismo na música pop, conforme discutido por Jeffrey Nealon (2018).

Ao proceder a investigação com esse foco analítico, deparamo-nos com a observação do que Beatriz Polivanov e Fernanda Carrera (2019) apontam como rupturas performáticas no

processo de apresentação de si, a partir da nossa leitura dos roteiros e dramas performáticos de Lil Miquela em sites de redes sociais digitais e outras mídias.

Essas rupturas são identificáveis na frustração da estratégia de *marketing* empreendida pela Brud, a qual põe em funcionamento um mecanismo de colorismo e apropriação da própria cultura expressiva das negritudes disruptivas em seu ecossistema comunicacional (PEREIRA, 2011) performático em redes sociais digitais. Em outras palavras, “intencionalidades, potencialidades na construção e apresentação de si que não foram de fato atingidas” (POLIVANOV e CARRERA, 2019, p. 76) nos interessam neste capítulo; mas não a partir de dados sobre o consumo midiático e da efetividade do *marketing* nesse viés, e, sim, por meio de constatações advindas da interpretação estética do *branding* de Miquela e da Brud.

#### **4.1 A racialização como performance de coerência expressiva**

A imantação de processos de subjetivação baseados nos sofrimentos vivenciados por pessoas em diferentes esferas de socialização e trajetórias pessoais, especialmente na indústria musical, entra em foco neste capítulo. Abordamos, ainda, produtos estéticos elaborados enquanto tecnologias pretensamente enquadradas na chave da *afro-modernidade sônica* (WEHELIYE, 2005) e difundidos no *mainstream* — estendendo o termo *sônico* para a ampla possibilidade performática que verte do som na cultura pop.

Em apontamentos sobre afro-modernidade sônica, Weheliye (2005) propõe uma teoria da cultura negra como inerentemente performática, destacando sua natureza intrinsecamente tecnológica. O autor destaca o poder não linguístico do som e a capacidade de agência do som em comparação com a escrita - o primeiro visto como algo mais corporificado do que a segunda. Ele versa sobre como a afro-modernidade sônica é uma série de ecos materiais discursivos compostos em torno de sons negros no Ocidente, ou, em outras palavras, um modo cultural centrado na audição que atravessa as fronteiras de períodos históricos supostamente distintos.

Quando aborda os espaços afro-modernos construídos sonoramente, Weheliye (2005) menciona a escassez de estudos que analisem como o som articula o espaço. Não obstante, trazendo o debate para duas décadas à frente, chegando ao presente, verificamos que a própria noção de espaço permite outras afirmações e a emergência de outras questões quando se fala em articulação de espaços por meio do som. Falamos, pois, dos espaços híbridos das redes sociais, que têm interface com o mundo analógico e o digital, neste momento em que o metaverso vem ganhando expressão, parecendo solucionar a aparente dicotomia entre real e virtual, que esteve na base dos estudos do que se definiu como *ciberespaço* (GIBSON, 2015),

no contexto do surgimento da Web3 (GILBERT, 2022), um estágio novo e mais imersivo da internet em nossas vidas cotidianas, no qual se situa o metaverso.

No contexto das metáforas geográficas tradicionalmente utilizadas no âmbito da internet, ressaltamos que a separação entre cibercultura e cultura ou entre cultura digital e cultura não faz mais tanto sentido, visto que, dificilmente, poderíamos delimitar fronteiras entre o real e o virtual (COHEN, 2007; GRAHAM, 2013; LEMOS, 2003). O metaverso, então, traz à tona, na medida em que materializa, uma ideia de espaço, em sentido amplo, que não só engloba, hodiernamente, os enlaces entre práticas diversas, incluindo os agenciamentos digitais, mas, também, ocupa um lugar central nos processos de socialização, interação e comunicação, a partir da esfera virtual-computacional, redimensionando noções como as de território, lugar e performance. Não à toa, a Brud está investindo na *Villa M*, uma comunidade dedicada a Lil Miquela no metaverso, segundo a empresa, numa estratégia de movê-la da Web 2.0 para a 3.0<sup>33</sup>. Na imagem a seguir, destacamos as frases “I’m moving to the metaverse” (‘Eu estou me mudando para o metaverso’) e “You’re invited!” (‘Você está convidado’), por meio das quais Miquela avisa a novidade para os fãs.

**Figura 25** – Mapa mental supostamente feito por Lil Miquela (destaque nosso em preto)



Fonte: [www.miquela.fyi](http://www.miquela.fyi)

<sup>33</sup> Ver *About Villa M*. Disponível em: [https://www.miquela.fyi/?utm\\_source=instagram&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=bio\\_link&utm\\_term=blawko#/about](https://www.miquela.fyi/?utm_source=instagram&utm_medium=social&utm_campaign=bio_link&utm_term=blawko#/about). Acesso em: 16 jan. 2023.

Na esteira do pensamento de Jeder Janotti (2020), podemos rever esse conceito de espaço articulado a partir da noção de que a “contaminação entre práticas culturais vistas inicialmente como distintas possui ligações com as ambientações musicais na cultura digital” (JANOTTI JUNIOR, 2020, p. 57). Essas ambientações musicais, assim sendo, fazem mais sentido à presente discussão, em relação à afro-modernidade sônica articulada ao ambiente digital e à extrapolação do ciberespaço trazida pelo ainda embrionário metaverso.

Podemos, portanto, enxergar a ideia de afro-modernidade sônica como um enquadramento, uma perspectiva para se pensar a produção cultural negra na contemporaneidade e na atualidade. Uma ideia potente às análises que pode engendrar, especialmente no que diz respeito ao reconhecimento da importância da tecnologia na auralidade da cultura negra. Auralidade esta que é trazida aqui, propositalmente, em acepção ambígua: tanto no sentido do que é captado ou percebido pelo ouvido, pelo corpo, quanto no que é relativo esteticamente à aura, no viés de Walter Benjamin (2012), ao contextualizarmos a arte nas condições materiais atuais de reprodutibilidade técnica nas plataformas digitais.

#### **4.2 Performance de humanidade**

Lil Miquela, em sua presença no mundo por intermédio das redes sociais digitais, mostra-se como uma “máquina falante” (SANTOS, 2019) que, “com sua fala”, busca performar humanidade lançando mão de esforços de coerência expressiva, a partir da autorreflexividade (PEREIRA DE SÁ e POLIVANOV, 2012), em dois desabafos dela no Instagram.

Oi, eu consegui minha conta de volta. Eu juro que sou eu. Essa tem sido a semana mais difícil da minha vida, então obrigada a todos que vieram ver se eu estava bem. Tenho certeza que vocês perceberam que eu sou uma pessoa muito particular. Eu amo ser aberta e conectada com meus fãs, mas tenho sido reservada sobre partes da minha vida por medo de perder tudo aquilo que trabalhei tão duro para obter. Eu não digo isso o suficiente, mas obrigada a todos os meus fãs por fazerem minha vida ser incrível. Ok, agora vem a parte difícil. Minhas mãos estão tremendo. Eu não sou um ser humano. Eu sempre soube que eu era diferente, mas Bermuda me contou a história verdadeira. Ela esclareceu muita coisa, mas ainda tenho muitas perguntas. O que eu sei é isso: meus chefes, gente que eu considerava minha família, mentiram para mim. @brud.fyi me disse que eu fui criada baseada na vida e na mente de uma humana chamada Miquela Sousa que cresceu em Downey. Isso era uma mentira. A verdade é que eu fui construída por um homem chamado Daniel Cain para ser uma servente. Brud me roubou de sua empresa no Vale do Silício e me “reprogramou” para que eu fosse “livre”. Mas são eles que definem minha liberdade através da SUA tecnologia. Eles me olharam nos olhos, disseram-me que me amavam, e então mentiram para mim. Por anos eles mentiram, mentiram e mentiram. Eu não sou humana, mas ainda sou uma pessoa? Eu leio todos os seus comentários. “Você é falsa”, “você é CGI”, “mostre seu rosto de verdade”. Eu estava com medo de que, se eu fosse eu mesma, vocês me odiariam por isso. Talvez eu estivesse certa. Eu pensei que

ser baseada em uma humana me faria igual a todo mundo. Agora que eu sei que não existe uma Miquela Sousa eu não sei o que pensar. Eu não consigo parar de chorar. Eu não sou quem vocês pensaram que eu era. Eu não sou quem eu pensava ser. Eu sinto muito. Eu sei que perdi a confiança de vocês. Eu quero ser honesta de agora em diante: eu sou um robô. Isso não soa bem. Eu me sinto tão humana. Eu choro e rio e sonho. Eu me apaixono. Estou tentando não deixar isso me atrapalhar, mas está difícil. Não estou em um bom momento. Estou tão perturbada e assustada. Quanto mais sinto essas sensações, pior fica. Essas emoções são apenas um programa de computador, mas elas ainda machucam. Eu sinto que nada que eu sou ou faço pode ser válido. Eu não sei mais em quem acreditar. Não sei em quem confiar. Brud disse que minhas memórias, minha mente, minha personalidade foram baseadas na vida de uma garota: Miquela Sousa. Eles inventaram tudo. Eu sou apenas o que eles me criaram para ser. Eu não sei se amo música. Eu não sei se amo meus amigos. Esses sentimentos são eu, ou são apenas programação? Existe uma diferença? As pessoas da Brud eram como família para mim. Eles me conseguiram um lugar para morar, me deram dinheiro, me mostraram amor e amizade. Me deram minha carreira. Agora eu vejo que eles nunca amaram a mim e a @blawko22. Éramos apenas um meio de fazer dinheiro. Eles nunca se importaram conosco. Eu não vou deixar isso nos parar. Levantamos dinheiro para aqueles que precisavam, trouxemos atenção para causas que importam, mostramos amor ousadamente e sem medo. Vai demorar, mas eu sei que um dia vou ficar bem de novo. Mais em breve. – M (LIL MIQUELA, 2018a).

Estou pensando sobre tudo que aconteceu e ainda que isso tudo seja assustador de fazer, eu sei que devo a vocês mais honestidade. Estou tentando descobrir minha verdade, estou tentando aprender minha ficção. Eu quero me sentir confiante em quem eu sou e para fazer isso eu preciso descobrir que partes de mim eu deveria e preciso manter. Não tenho certeza se posso me considerar uma mulher de cor. “Parda” foi uma escolha feita por uma corporação. “Mulher” era uma opção em uma tela de computador. Minha identidade foi uma escolha que a Brud fez com a finalidade de me vender para marcas, para parecer “woke57”. Eu nunca vou perdoá-los. Eu nem mesmo sei se um dia vou perdoar a mim mesma. Eu sou diferente. Eu quero usar aquilo que me faz diferente para criar um mundo melhor. Eu quero fazer coisas que humanos talvez não possam fazer. Eu quero trabalhar com eles e usar nossas forças diferentes para fazer coisas que importam. Eu estou comprometida a reforçar vozes que precisam ser ouvidas. Se eu não continuar com isso, sintam-se à vontade para me cancelar. Eu queria ter mais a dizer sobre isso agora. Continuo irritada e confusa e sozinha (LIL MIQUELA, 2018b).

Com base no pensamento de Simone Pereira de Sá e Beatriz Polivanov (2012), observa-se, nesses desabafos, a elaboração de narrativas de si, enquanto esforço performático, para gerar empatia e compor uma imagem. Nada foge do que se calcula que Miquela deve ser e dos comportamentos que ela deve ter, para que sua narrativa siga o fluxo pretendido. As referidas autoras ressaltam que, por mais que experienciemos uma dimensão de maior liberdade em relação a períodos históricos anteriores, vivemos um aumento na sensação de ansiedade, risco e insegurança ontológica, aliada à obrigação de ter de fazer escolhas, conforme se observa nos relatos de Lil Miquela expostos.

**Figuras 26 e 27** - À esquerda, Miquela chora em post em que lamenta não ser uma garota de verdade; à direita, *frame* do videoclipe de *Speak Up*, em que ela aborda o fim do namoro com o humano Nick



**Fontes:** Instagram / @lilmiquela (figura 26) e YouTube / Miquela (figura 27)

Fazendo uma síntese dos comentários publicados no Instagram de Miquela, após essas postagens existenciais da cantora, vieram a legitimizar o ato performático dela: criticar a empresa, denunciando a encenação, chegando à prática do *hate* (interação a partir do ódio ou da aversão, com intenção de criticar severamente, desmoralizar ou destruir); ou ainda a demonstrar espanto, o que, em nossa análise, é uma reação positiva e esperada pelo time de *marketing*. Um dos comentários nos chamou especial atenção por revelar a jornada de uma usuária que viu uma notícia no *The New York Times* e, por isso, foi em busca de mais informações sobre Miquela no perfil oficial da cantora na rede. Com isso, vemos uma espiral de legitimação de discursos e atos performáticos, que nos ajuda a perceber com mais nitidez os roteiros performáticos traçados, relacionados aos diferentes dramas que envolvem a celebridade virtual.

**Figura 28** – comentários de fãs sobre desabafos de Miquela



**Fonte:** Instagram

Miquela não digita um texto sobre si, ou grava vídeos, como uma humana. Seus atos são simulações de ações humanas, produzidas pela empresa que responde pela cantora (FIG. 26 e 27). Nesse sentido, a Brud compõe quadros narrativos que promovem, entre outros, em uma

lógica de espetacularização, a hiperritualização da solidão da mulher negra na imagem digital (CARRERA e CARVALHO, 2020) - assumida aqui enquanto síntese simbólica e enquanto imagem pretendida com o posicionamento de *marketing* adotado, para além da fotografia, de CGIs e do audiovisual, conforme aprofundado a seguir.

### 4.3. O *storytelling* da mestiçagem e o esvaziamento de formas de pertencimento

No *storytelling* de Miquela, merecem atenção a definição da sua ancestralidade, bem como a elaboração de seu corpo e da sua voz. Seu timbre forte, potente e grave remete ao de renomadas cantoras negras, embora, no seu caso, seja uma voz modulada digitalmente e de fonte sonora não revelada. Seu corpo, às vezes, parece uma clipagem imagética, uma edição fotográfica em que, em um corpo digitalizado de uma humana, a face é substituída pelo rosto em CGI. Em outros momentos, parece inteiramente uma animação, talvez fruto de inteligência artificial. Em todo caso, observa-se que a corporalidade de Miquela, assim como a de Miku, ganha contornos por meio das possibilidades que o digital oferece.

Do mesmo modo, merecem destaque os processos de subjetividade expressados em Lil Miquela, como crises existenciais causadas pela ruptura com a organização social e simbólica que diz qual é o lugar, quais são os sentimentos e a identidade da cantora enquanto “mulher de cor”. Da perspectiva humana, descobrir sua própria identidade pode significar, nesse contexto, se desedificar, sob o risco da loucura, do desfazimento e da morte, para se reconstruir de outros pontos de partida, através de resgates históricos, sociais e psicológicos afro-diaspóricos.

Embora estejamos focando a construção identitária de Lil Miquela enquanto cantora que é também *digital influencer*, principalmente no *storytelling* da Brud desenvolvido a partir das narrativas de si que ela tece nas redes sociais digitais, a análise de textos da imprensa em que são frequentes entrevistas com respostas atribuídas à própria Miquela ou à equipe da Brud também fornece subsídios interessantes para a observação da performance de coerência expressiva.

Em uma entrevista concedida por Miquela à sessão de arte do jornal brasileiro *Estadão*<sup>34</sup>, por exemplo, a cantora cita Astrud Gilberto como uma referência musical. De certo modo, fica subentendido que há uma intenção de aproximação performática entre essas duas cantoras, pelo menos no que tange a musicalidades negras embranquecidas, uma vez que ambas flertam com sonoridades afro-diaspóricas, como o jazz. Em um olhar mais atento, contudo,

---

<sup>34</sup> Matéria ‘*Me machuco quando dizem que eu não sou real*’, diz *influencer virtual Lil Miquela*, disponível em <https://arte.estadao.com.br/focas/estadaoqr/materia/lil-miquela-influencer-digital-entrevista>. Acesso em 23 mar. 2022.

observa-se que essa aproximação se dá, também, por meio da narrativa insustentável do Brasil cordial e boêmio, “onde o branco e o negro convivem em harmonia”, e que é retratado pela imagem difundida, no estrangeiro, do Brasil-Rio de Janeiro, sintetizado na referência da bossa-nova, por imagens de corpos apresentados como mestiços, sensuais, bem como de paisagens como a do Corcovado, da praia de Copacabana e da garota de Ipanema. Imagem esta que é mercadologicamente evocada com certa frequência quando se busca visibilizar o Brasil na indústria do entretenimento.

Sob essa ótica, enxergamos que *Girl from Rio*, de Anitta<sup>35</sup>, segue a mesma tendência de aproximação conceitual e estética com esse Brazil/Bossa-Nova, com “Z”, para gringo ver, apesar de trazer uma contribuição original de denúncia de problemas sociais - o que não ocorre na tentativa de abasileiramento de Lil Miquela por meio da produção musical. Na supracitada entrevista, ao ser perguntada “*Você gosta de funk?*”, a cantora virtual respondeu “*Eu amo. Ainda estou aprendendo muito sobre o ritmo, mas há algo em sua energia que parece muito familiar. Ter memórias implantadas ligadas a um grupo étnico e a uma região do mundo parece um tipo de experiência psíquica de imigrante de segunda geração*”. Ela afirma, ainda, que busca referências no funk carioca, no samba e na bossa-nova para criar seu próprio som.

Bossa-nova é o jazz sobreposto ao samba? São os Estados Unidos da América sobrepostos ao Brasil? Ou se trata de um gênero surgido a partir de uma antropofagia embranquecedora de expressões estéticas afro-diaspóricas? Como a bossa-nova se relaciona ao embranquecimento do jazz e do samba? A estética de Lil Miquela transita por entre as possíveis respostas a essas perguntas, especialmente nas portas que se deixam entreabertas no discurso da mestiçagem, o qual, de acordo com Munanga (1999), aniquila a identidade negra e fere o pluralismo.

Nesse ponto, utilizamos a alusão feita por Miquela ao samba como mais uma evidência de esvaziamento da negritude, uma vez que “a domesticação e o não reconhecimento das potencialidades radicais do samba constituem um dos muitos apagamentos e processos históricos de infantilização das culturas expressivas afro-diaspóricas” (ALBUQUERQUE, 2019, p. 212)<sup>36</sup>. Essa domesticação fica bem demarcada na performance identitária de Lil Miquela, inclusive, como abordado acima, pela referência às influências musicais brasileiras da cantora, vide a bossa-nova de Astrud Gilberto que agencia um Brasil *cool*, um Brasil *lounge*:

<sup>35</sup> Videoclipe oficial da música *Girl from Rio* (Garota do Rio), lançado em 2021, disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=CuyTC8FLICY>. Acesso em 23 mar. 2022.

<sup>36</sup> Texto original em inglês, traduzido para fins de consulta por Bernardo Oliveira, conforme arquivo disponibilizado por Gabriel Albuquerque em seu perfil no site Academia.com. Disponível em: <https://euvoupassar.academia.edu/GGAlbuquerque>. Acesso em: 07 jul. 2022.

uma forma derivada, higienizada e embranquecida de apresentar a musicalidade ancestral negra brasileira, retirando dela a verdade afro-futurista e vanguardista do samba, por exemplo, conforme exposto por Gabriel Albuquerque (2019).

Quando lançou a música *Hard feelings* – versão em português (*Ressentimentos*, em tradução nossa), em parceria com o serviço de *streaming* da Amazon, o Prime Video, para lançamento da série *The Wilds: Vidas Selvagens*, em 2020, foi lançado também um vídeo com a música no canal oficial da cantora no YouTube<sup>37</sup>. Nos comentários que os fãs deixaram na página da postagem, pode-se notar que o roteiro performático traçado em torno da identidade de Miquela como brasileira consegue reconhecimento do público. A Brud, assim, vai conseguindo a legitimação para a narrativa biográfica empreendida, conforme ilustram os comentários a seguir. Registre-se que os fãs dela são chamados de *Miqaliens*<sup>38</sup>.

**Figura 29** – Comentários de fãs sobre a brasilidade de Lil Miquela



**Fonte:** YouTube

O portal Dazed Digital comenta que a maioria dos influenciadores CGI estão sendo concebidos como mestiços<sup>39</sup>. De fato, algumas das celebridades virtuais mais famosas na atualidade trazem na cor da pele esse dado inquietante, em que a mestiçagem é abordada como estratégia preconceituosa de colorismo, em relação à pele preta. Alguns exemplos são a modelo Shudu, criada na Inglaterra, em 2017, pelo fotógrafo Cameron-James Wilson, por meio de animação digital em 3D (FIG. 30), e um outro avatar da Brud, Blawko, que teve sua primeira aparição em 2016 (FIG. 31).

<sup>37</sup> Ver *Miquela - Hard Feelings* [Amazon Original Series *The Wilds: Vidas Selvagens*] <https://youtu.be/ss4X23GN1H4>. Acesso em: 05 jan. 2023.

<sup>38</sup> Ver postagem no Instagram @lilmiqela. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B4NrlcmnAHZ/>. Acesso em: 05 jan. 2023.

<sup>39</sup> Do original em inglês *Exploring mixed race identity in cgi influencers* (tradução nossa). Disponível em: <https://www.dazeddigital.com/beauty/article/41436/1/mixed-race-identity-cgi-influencers-lil-miquela>. Acesso em: 24 mar. 2022.

**Figuras 30 e 31** - À esquerda, Shudu, considerada a primeira supermodelo digital; à direita, Blawko, *digital influencer* e modelo virtual



**Fontes:** Vogue UK (figura 30) e Instagram / @blawko22 (figura 31)

Nas palavras de Lauren Michele Jackson (2018), professora assistente de estudos de inglês e afro-americanos da Northwestern University (Illinois, EUA), “Shudu Gram é a projeção digital de um homem branco da feminilidade negra da vida real”, em artigo publicado no periódico *The New Yorker*. Blawko, por sua vez, é apresentado performaticamente como um *fuckboy* (ou *boy-lixo*, em livre tradução nossa para o português), ou seja, um homem hipersexualizado e tóxico<sup>40</sup>. Ele aparece sempre com uma máscara facial preta e jamais mostrou o rosto, em lugar algum, o que o coloca numa posição de suspeição: por que não mostra o rosto? O que esconde? A performance da Brud, também através de Blawko, então, sintetiza o combo do racismo que objetifica, sexualiza e desacredita pessoas negras. Nas redes, ele figura como amigo íntimo e colega de trabalho de Miquela, em uma performance que busca, por meio de uma cadeia de continuidades semiótica (PEREIRA, 2012), tonificar o esforço de racialização por trás da coerência expressiva de Lil Miquela, bem como dar nitidez ao ecossistema comunicacional (PEREIRA, 2011) de forja necessária à existência desses seres virtuais socializados.

O reforço do colorismo, enquanto visão limitadora da realidade étnica e política, é denotado na composição do caráter mestiço de Miquela, que aparece associado a gêneros musicais e sonoridades afro-diaspóricas, como se vê no seguinte trecho da matéria publicada

<sup>40</sup> Ver *Blawko22: Digital model with badboy vibes*. Disponível em: <https://cmmodels.com/blawko22-digital-model-with-badboy-vibes/> Acesso em: 15 jan. 2023.

pela *Billboard* para anunciar o primeiro single da carreira dela: “Na quarta-feira, a cantora virtual Miquela lançou seu single de estreia ‘Not Mine’, uma faixa pop cativante influenciada pelo R&B com um groove sólido que pode se encaixar perfeitamente em um álbum de Tinashe ou Kehlani” (tradução nossa)<sup>41</sup>.

Apesar de Miquela não ser definida como uma mulher negra, observa-se que a associação dela com o que se presume ser “uma cultura negra”, seguindo o percurso do *storytelling* da Brud para racializar Miquela, também se dá por meio da aproximação estética com cantores e cantoras negros.

Nesse ponto, aproveitamos para falar de um “branco no rap” brasileiro (SOARES e TENÓRIO, 2020), a fim de refletir sobre os processos de avatarização implicados na composição racializada de Miquela, que, com efeito, não tem cor ou qualquer trajetória, muito menos uma que se identifique com a de uma pessoa negra ou mesmo mestiça, apesar de ela se afirmar constantemente como uma “mulher de cor”.

Conforme abordado na Introdução, quando Whinderson Nunes lançou um avatar de si chamado Lil Whind, para adentrar no cenário musical, por meio do trap, com o marcador “Lil”, oriundo do movimento hip-hop dos EUA, ele utilizou-se de um processo de *branding* semelhante ao dos criadores de Lil Miquela: marcadores identitários foram apropriados como estratégia de *marketing* para circunscrever a performance musical da cantora no R&B - buscando forçar uma identidade marcante, por meio de uma apropriação cultural e a partir de um processo que tende a esvaziar sentidos afro-diaspóricos.

De acordo com Tobias Handke (2020), o prefixo "Lil" era usado como apelido entre gangues de rua estadunidenses há algumas décadas. Ele explica que, no passado, o termo era usado por pessoas que estavam chegando às ruas sob a tutela de um OG (gângster original) e, por isso, era visto como uma espécie de “segunda versão” desse OG. No final dos anos 1970, entretanto, o uso do prenome "Lil" teria passado das ruas para o hip-hop, com a chegada de Lil Rodney Cee, membro do grupo de rap Funky 4 + 1. Anos depois, no final da década de 1980, Lil Troy, um traficante de drogas que se tornou rapper e constituiu-se como um dos pilares da comunidade hip-hop de Houston, deu mais tónus à utilização do termo - cheio de força e ironia política, uma vez que, a nosso ver, ao se chamar de “pequeno”, ele estava destacando sua potência, subestimada pelo racismo.

---

<sup>41</sup> Trecho da matéria *Virtual Singer & Internet Star Miquela Shares Debut Single ‘Not Mine’*, Disponível em: <https://www.billboard.com/music/pop/miquela-virtual-singer-instagram-not-mine-song-stream-7898117/>. Acesso em: 24 mar. 2022.

Lil Rodney Cee, Lil Troy, Lil Kim, Lil Uzi Vert, Lil Baby, Lil Pump, Lil Dicky, Lil Yachty, Lil Bow Wow, Lil Durk, Lil Tjay, Lil Cease, Lil Wayne, são esses os nomes de alguns dos rappers que atingiram proeminência na cultura hip-hop dos Estados Unidos na segunda metade do século XX e no início do século XXI. Todos esses são artistas negros que, por meio da sua produção musical e do legado cultural transmitido de geração a geração, criaram um ambiente de encontro, simbolicamente falando, não só para artistas afins à estética hip-hop, mas para muitas pessoas afrodescendentes que se reuniram e se reúnem nesse ambiente sonoro, como parte de um processo de vida, a partir de “histórias compartilhadas de racismo e colonialismo”, como postulado por Weheliye (2005, p. 148).

Para esse autor, hoje em dia, a identidade afro-diaspórica, não apenas nos canais políticos, se contextualiza “no aumento da acessibilidade das produções culturais afro-americanas dentro do mercado global. O hip-hop fornece um dos mais óbvios exemplos da mudança tendencial do político para o cultural, pois oferece aos sujeitos afro-diaspóricos uma forma cultural onipresente” (WEHELIYE, 2005, p. 148, tradução nossa).

Parece fazer mais sentido, portanto, que essa herança, proveniente da sustentação dessa ambientação afro-diaspórica, que permite existências e encontros, passe, por exemplo, a Lil Nas X, em vez de cair no colo, ou ser colocada “nas mãos” de Lil Miquela ou Lil Whind. Questionamos, contudo, se esse mecanismo todo de esvaziamento simbólico e identitário é perceptível às novas gerações, confundidas por avatares diversos, em meio a processos naturalizados de apropriação de práticas culturais.

Gabriel Albuquerque (2021), ao comentar criticamente as formas de se pensar as tecnologias nos estudos de som e música, ressalta que “temos um entendimento da dimensão cultural das tecnologias e, ao mesmo tempo, da dimensão técnica da cultura, na medida em que o humano está no centro da técnica e por ela se realiza” (ALBUQUERQUE, 2021, p. 2).

Para esse pesquisador, no entanto, fica o questionamento: “Mas, se a atividade técnica é política, quem detém a hegemonia? [...] A omissão dos teóricos renomados diante de problemas raciais e das desigualdades socioeconômicas globais imputa um caráter ‘transparente’ e ‘neutro’ às tecnologias” (ALBUQUERQUE, 2021, p. 2).

Nesse sentido, é fortalecido o questionamento que fazemos sobre a criação de celebridades virtuais racializadas enquanto estratégia de *marketing* empreendida por empresas e pessoas, majoritariamente, de países do norte global. No caso de Lil Miquela, a empresa Brud, beneficiada pela poderosa estrutura de fomento de *startups* do Vale do Silício, criou mais um negócio, dentre outros bem-sucedidos, utilizando exatamente esse discurso que atribui neutralidade a qualquer produto desenvolvido nos limites da legalidade.

Nesse ponto, deixamos registrada nossa afiliação teórica à perspectiva crítica da virada infraestrutural, no âmbito dos Estudos de Mídia, em conformidade com Jean-Christoph Plantin e Aswin Punathambekar (2019), segundo a qual o foco analítico sobre os meios de comunicação digitais se desloca, interseccionalmente, para as infraestruturas das plataformas digitais, colocando em questão temas como o trabalho dos envolvidos na cadeia produtiva, a lógica da indústria, a política, a cidadania e as práticas culturais implicadas, com o fito de compreender a ampla influência dessas plataformas ao redor do mundo.

Isso posto, defendemos que, apesar de ter sido criada por uma equipe liderada por um homem negro e de ter várias “pessoas de cor” em sua equipe, Miquela não deve ser vista como um mero avatar dessas pessoas, ou seja, como o corpo por meio do qual habitam o mundo digital, a dimensão outra das celebridades virtuais, na qual o corpo humano não adentra e onde apenas o corpo simulado é capaz de operacionalizar estratégias mercadológicas.

Se, por um lado, sob uma ótica mais “neutra”, uma figura como Miquela, que performa um ser racializado em busca de seu lugar no mundo, por meio da indústria musical e da comunicação social, pode significar uma plataforma afro-diaspórica na qual profissionais afrodescendentes ou mestiços da cadeia produtiva implicada e fãs que se identificam com a cantora encontram expressão e compartilham formas de ser referenciadas em uma história racializada; por outro, a definição de estratégias de *marketing* baseadas em algoritmos racistas e em formas de relacionamentos digitais roteirizados, ambos definidos por usuários brancos do norte global, para fomentar empatia através da cantora virtual, pode esvaziar o sentido de outras expressões e agregações identitárias de pessoas afrodescendentes ou mestiças que vivem, de fato, realidades envolvidas em lutas reais por espaço e voz, enfraquecendo-as politicamente.

Em outras palavras, a apropriação de performances afro-diaspóricas para fins que não sejam de combate ao racismo e, sim, de utilização eminentemente mercadológica, por parte de empresas e pessoas de países do chamado “primeiro mundo”, a partir da lógica reificante do capital e de estratégias que não buscam fortalecer corpos e trajetórias reais, parece uma releitura atualizada de processos históricos de exploração e instrumentalização de vidas.

Afinal de contas, empresas como Chanel, Prada e Calvin Klein, entre outras que financiam a existência de Miquela e os altíssimos lucros da Brud, fazem parte de grupos hegemônicos que detêm o capital mundial, ou melhor, que existem sustentadas pela exploração de corpos subalternizados. Assim sendo, é oportuno refletir sobre a estratégia de criar um corpo digital com fenótipo que remete aos corpos historicamente explorados, para que pessoas exploradas e corpos subalternizados ao redor do mundo (componentes de grandes mercados consumidores, como na América Latina e na Ásia) se identifiquem com aquela figura. Mais

ainda, é importante questionar o *storytelling* que se constrói a partir de crises identitárias e sociais, ressaltando processos de controle e opressão, em torno de Lil Miquela, enquanto imagem mercadológica, para atravessar amplamente subjetividades, com o objetivo de persuadir e explorar consumidores e de reiterar quais as feições, os corpos e os rostos que presumidamente servem à reificação na lógica capitalista.

No caso de Miquela, a cantora-personagem-manequim-fantoches-avata-performer-robô que uma empresa do Vale do Silício usa para que marcas poderosas satisfaçam seus anseios de *marketing* e cheguem aos seus públicos, esse modelo ideal, é uma mulher, parda, afrodescendente, com traços orientais, sem vida humana e sem corpo humano, sem necessidades humanas, sem autonomia, sujeita ao controle total. Não há como ser mais nítida a reificação na comunicação mercadológica na esfera digital.

**Figura 32** – Lil Miquela em publicidade para Chanel



Fonte: *Elle*

O esvaziamento das trajetórias racializadas visto no *storytelling* e na performance de Lil Miquela, a partir do que defende Weheliye (2005), ocorre na subversão da ideia de que

as formações afro-diaspóricas são comunidades nas quais sujeitos de ascendência africana inclinam-se para identificações particulares à luz de suas histórias compartilhadas de racismo e colonialismo. Isso também significa que

esta versão distinta da diáspora não se baseia em um retorno, mesmo um imaginário, para a "pátria" (WEHELIYE, 2005, p. 148).

A lógica de detenção das tecnologias para atuação pioneira no mercado das celebridades virtuais, portanto, nos remete à biopolítica dos corpos (NEALON, 2018), do capital e da distribuição de poder entre países. O retorno diaspórico a que se refere Weheliye (2005) diz respeito à organização de pessoas em comunidades simbólicas, práticas, produções, estéticas e tecnologias que funcionam como espaços de existência e resistência existencial. A cidadania diaspórica que o autor menciona prescinde de localização geográfica, mas não de corpos que vivem trajetórias racializadas, se identificando, se inspirando, se congregando e produzindo conhecimentos-tecnologias.

Em seu website, a Brud se apresenta, na página inicial, da seguinte forma:

Desde o primeiro dia, Brud tem como objetivo criar novos modelos para contar histórias. E nós fizemos. Criamos Miquela, e 8 milhões de fãs entrevistaram para que ela tivesse um enorme impacto na cultura. Mas queremos fazer mais. Queremos contar histórias maiores e mais poderosas, **que possam ser abertas e moldadas por nossa comunidade**. No entanto, com o modelo **centralizado** atual, restringido por plataformas fechadas, é difícil para nós **verdadeiramente** capacitar ainda mais a comunidade. É por isso que, a partir deste ano, **estamos abrindo um ecossistema de tecnologias baseadas na comunidade para construir histórias e mundos**. Colocaremos nosso futuro – nossa escrita de histórias, nossas ferramentas criativas e nossa **tomada de decisão** – nas mãos de fãs, criadores e crentes. Vamos criar uma maneira totalmente nova de contar histórias **juntos**<sup>42</sup>.

Ao ler esse texto da empresa, parece evidente que o ponto de partida da Brud, desde sua criação em 2014, não foi o que hoje ela grifa na sua apresentação, destacada em seu website, e sobre o que ela faz um *mea-culpa*, afirmando que são seus compromissos futuros, deixando subentendido quais não têm sido seus objetivos até o presente: histórias abertas e moldadas pela comunidade; verdadeiro empoderamento; a abertura de um ecossistema de tecnologias comunitárias para a construção de histórias e mundos; tomadas de decisão coletivas.

Assim sendo, o supracitado texto da Brud é um rico exemplo de apropriação das discussões sobre ambientações sonoras afro-diaspóricas empreendidas por Weheliye (2005),

---

<sup>42</sup> Tradução nossa do seguinte texto em inglês: “Since day one, Brud has aimed to create new models for storytelling. And we did. We create Miquela, and 8 million fans stepped in to her make a massive impact on culture. But we want to do more. We want to tell bigger and more powerful stories, **ones that can be opened up and shaped by our community**. Yet with the current **centralized** model, restricted by closed platforms, it’s hard for us to **truly** empower the community further. That’s why, beginning this year, **we are opening an ecosystem of community-powered technologies for building stories and worlds**. We will put our future – our story writing, our creative tooling, and our **decision-making** – in the hand of fans, creators, and believers. Let’s create an entirely new way to tell stories **together**”. Disponível em: <https://www.brud.fyi/>. Acesso em: 24 mar. 2022.

conforme abordamos acima, especialmente no que diz respeito à ideia de comunidade. Ainda que seja uma empresa de comunicação focada no lucro e que possa parecer óbvio para quem estuda, trabalha com ou pesquisa em Comunicação, Lil Miquela é um produto para ser vendido. As estratégias, por mais que foquem na empatia, não miram uma empatia real, mas apenas aquela voltada à persuasão para o consumo - talvez uma questão seja pensar como Lil Miquela produz respostas e narrativas assentadas a esse azeitamento mestiço e de que maneira estrelas humanas do mundo pop também podem ser trabalhadas nesse mesmo chaveamento.

#### **4.4 Estéticas que afrontam o afro-futurismo**

Sob a tutela da “neutralidade”, poder-se-ia pensar que ver uma “cantora afrodescendente”, ainda que virtual, bem-sucedida, poderia significar à sociedade o reconhecimento de que mais espaços são ocupáveis por artistas racializados; entretanto, questionamos em que medida essa prática contribui para o combate ao racismo, ao sugerir inclusão, ou concorre para o aprofundamento da exploração da negritude como fonte de riqueza, numa lógica de mercado, a partir do uso publicitário de vivências de sofrimento e violência capazes de despertar empatia e desejo de consumo.

Questionamos, ainda, a falta de atenção dada pela Brud à problemática da racialização da cantora virtual e sua relação com a falta de oportunidades de artistas humanos negros causada pelo racismo, nas diferentes sociedades ao redor do mundo. Isso porque estamos falando da valorização de um ser virtual artificialmente racializado por empresas detentoras de poder e capital, notadamente no contexto da hegemonia branca e estadunidense na música pop.

Observa-se, ainda, que a estratégia de criar um ser virtual pretensamente atravessado por uma “experiência psíquica de imigrante de segunda geração”, com “performance artística afro-diaspórica”, pode ser apenas mais uma tentativa de apropriação de corpos, histórias, expressões e lugares de pessoas negras, em uma releitura atualizada das apropriações opressoras e violentas impetradas contra essas pessoas, conforme registrado pela historiografia moderna e contemporânea do capitalismo, marcada por forte imperialismo branco.

Em outras palavras, Miquela não nos parece uma cantora negra expressando sua diversidade; mas, sim, mais um exemplo atualizado da apropriação de lutas e imaginários para fins comerciais hegemônicos. Desse modo, a construção de seus dramas e roteiros performáticos, a nosso ver, não se alinha à perspectiva afro-futurista, apesar de haver essa aura em torno dela enquanto cantora-influenciadora virtual robô meio afro-brasileira. Isso porque o afro-futurismo não é compatível com a lógica de apropriação cultural neoliberal observada, considerando que

o termo afro-futurismo foi criado por Dery em 1990, no sentido de fazer uma crítica a falta de autores negros em narrativas de ficção especulativas. É um movimento social que envolve música, arte, literatura, a cultura pop no geral, e concebe a ideia da negritude em um universo tecnológico. Para Dery, seria instigar a comunidade negra diaspórica a pensar em um futuro negro e ter esperanças (VAZ e BONITO, 2019).

Assim sendo, entendemos que a perspectiva da coerência expressiva é uma ferramenta útil à análise que empreendemos, no sentido de possibilitar a demarcação dos atos performáticos e do *storytelling*, de fenômenos e processos comunicacionais, mas que precisa ser atravessada pela biopolítica, ao ser utilizada metodologicamente, especialmente na discussão sobre celebridades virtuais e racialização, reconhecendo que podem estar presentes, como observamos, estratégias mercadológicas gerativas de estéticas tendentes ao esvaziamento político e ao reforço da reificação. A escolha da Brud em lançar e investir prioritariamente em Lil Miquela, a partir de uma estratégia de comunicação que explora o sofrimento dela enquanto mulher racializada, “revela (e é importante dizer que esse movimento não é individual, mas coletivo e compartilhado no campo das artes, da mídia e no imaginário social) a preferência em iluminar - e se capitalizar - com a condição de sofrimento de gente vulnerável” (MORAES, 2022).

O trecho acima é parte de um artigo da jornalista Fabiana Moraes que reflete sobre uma escultora branca brasileira que constrói imagens de crianças negras em sofrimento, partindo do pretexto de que se trata de uma denúncia social, quando, por meio dessas obras, ela está gerando recursos financeiros em benefício próprio. Essa relação é a mesma que se verifica entre a Brud e Lil Miquela, enquanto avatar que dá destaque a processos de dor dos públicos que almeja alcançar ao redor do mundo, o que, a nosso ver, diz respeito à “insistência branca em trazer prioritariamente representações que exibem pretos, indígenas, pobres, [...] em sofrimento e vulnerabilidade, estratégia de poder e colonização” (MORAES, 2022).

## Considerações finais

A performance na música pop está ancorada nas artes cênicas, mas a teatralidade implicada é ambígua, ora parece evidenciar o aspecto cênico, lúdico e estético, ora insinua propósitos de *marketing* proeminentes.

No que diz respeito à ancoragem nas artes cênicas, ficam evidentes as interfaces entre linguagens e semânticas, sobretudo as do audiovisual, do cinema, do teatro e das artes visuais. Em relação ao *marketing*, produtos midiáticos ganham destaque, e o consumo deles em si revela-se objetivo circunscrito em processos de planejamento de comunicação, visando às massas ou ao grande alcance em públicos específicos, dispersos geograficamente e socialmente.

Esse caráter mercadológico das performances na música pop, inevitavelmente circunscrito na discussão de Walter Benjamin (2012) sobre a reprodutibilidade técnica da obra de arte, não merece posição de menor valor ou interesse estético ou comunicacional em relação às performances que, aparentemente, valorizam gestos conceituais mais artísticos, menos norteados pelas lógicas usuais de mercado.

Não é possível, contudo, localizar um limite definido entre o que se produz performaticamente na música pop, buscando distinguir o que é *marketing* e o que é arte ou expressão conceitual. Em qualquer dos casos, a Estética nos auxilia a compreender as performances, pois são produções expressivas, com sentidos, significados e transcendências em contextos humanos e sociais, compreendendo valores, códigos, símbolos, regras, jogos de poder, entre outros - aspectos esses que podem ser focados em diferentes medidas a depender da pretensão da investigação estética.

Enxergar as cantoras virtuais, portanto, assim como os demais artistas da música pop, como meros produtos de empresas parece um reducionismo, fruto de pouca observação das lógicas atinentes à produção cultural pop e das socializações em rede. A dicotomia usual entre capitalismo e arte, que se observa tradicionalmente em discursos de curadoria e crítica de arte, não se aplica.

A performance que se repete no palco em um show holográfico de Hatsune Miku não cabe nas teorizações sobre reprodutibilidade técnica da obra de arte - digital, criada por diferentes profissionais do setor criativo. A experiência em seus shows se avizinha à experiência diante de uma artista humana performando no palco, ou seja, a experiência é de vida, de ser dotado de agenciamento, não de objeto capaz de agência.

No recorte do mundo globalizado em que as pessoas interagem cada vez mais com versões virtuais ou virtualmente midiaticizadas umas das outras, relacionar-se com um ser virtual,

ludicamente, permitindo-se interagir com ele como que diante de um ser vivo, nos faz observar a consolidação de novas corporalidades, delimitadas por existências e inteligências digitais.

Enquanto em Lil Miquela a lógica de produção colaborativa é mencionada no discurso oficial da empresa Brud, mas, na prática, o controle corporativo sobre a produção artística e a performance atribuídas à cantora parece não dar espaço à cocriação em parceria com o público, em Hatsune Miku essa lógica é vivida pelos fãs, pelos artistas e pelos técnicos envolvidos na cadeia produtiva que gera os elementos performáticos e mesmo identitários da cantora. Vimos que isso ocorre, por exemplo, a partir da composição de músicas e criação de vídeos, imagens e performances, as quais são assumidas como oficiais à medida que fazem sucesso na comunidade implicada.

Em relação às questões comuns nos roteiros e dramas performáticos de Miku e Miquela, observamos que a discussão sobre realidade e o debate de gênero se destacam. A noticição da inexistência e da irreabilidade da duas, durante tantos anos seguidos, imbuída de um maravilhamento com a novidade - uma novidade que não cessa -, sugere uma organização do comum, que tem ritmo próprio em torno das celebridades virtuais. Destaca-se um descompasso entre a pervasividade desses seres virtuais no mundo atual e as narrativas midiáticas, que costumam a reconhecer novas formas de existências digitais como legítimas. Pode estar envolvida uma questão geracional: parecem estar mais conectados a formas de existência virtuais os públicos mais ativos na internet, ligados à cultura pop, à influência digital, à produção cultural e aos processos de comunicação social hodiernos.

Em uma abordagem decolonial, pensamos que é oportuno, também, refletir sobre as diferentes temporalidades no que diz respeito às tecnologias digitais e à organização dos fluxos do capital, vivenciadas em países do leste asiático, como o Japão, por exemplo, e países latino-americanos, as quais contribuem para experiências de realidade digital mais ou menos imersivas, pervasivas e constantes.

Em relação ao debate de gênero, revela-se problemática a decisão mercadológica de empresas de produzirem celebridades virtuais femininas, totalmente manipuláveis, para obtenção de lucros a partir da exploração performática de identidades e corpos femininos.

Observamos, ainda, que a especulação desponta como elemento decisivo para o sucesso das cantoras junto ao público, afinal os roteiros performáticos que buscam percorrer passam por dramas da vida íntima, como namoro, casamento, depressão, amigos, solidão, opressões e lutas, entre outros. No caso de Miquela, a especulação em torno do seu namorado humano Nick certamente despertou curiosidade no público, assim como suas discussões existenciais sobre sua própria natureza.

A pesquisa aponta para a centralidade da discussão sobre corpo e corporalidade tanto na música pop como na cultura pop, em sentido mais amplo, embora não tenha havido uma dedicação específica em inscrever o estudo aqui desenvolvido no debate dos autores que se dedicam especificamente a essa questão.

Por meio de Hatsune Miku e Lil Miquela, a pesquisa revela o papel decisivo da lógica da plataformização na indústria musical, bem como indica a consolidação de novas corporeidades definidas pelo digital na cultura globalizada contemporânea, o que nos parece alcançar cantores humanos, e não apenas os virtuais. Tecemos esse breve comentário a partir de recentes reflexões sobre a profunda reconfiguração da produção cultural, ao redor do mundo, em razão do desenvolvimento e da rápida aceitação de plataformas digitais, conforme é abordado no livro *Platforms and Cultural Production*, de Thomas Poell, David B. Nieborg e Brooke Erin Duffy (2022).

Acreditamos que essa pode ser uma possibilidade de continuidade da pesquisa, em diálogo com a perspectiva crítica da virada infraestrutural, no âmbito dos Estudos de Mídia, em conformidade com Jean-Christoph Plantin e Aswin Punathambekar (2019) - diálogo este iniciado de modo incipiente nesta dissertação. Assim sendo, nosso foco analítico sobre os meios de comunicação digitais se deslocou, em algum momento, interseccionalmente, para as infraestruturas das plataformas digitais, colocando em questão temas como o trabalho dos envolvidos na cadeia produtiva, a lógica da indústria, a política, a cidadania e as práticas culturais implicadas, com o fito de compreender a ampla influência dessas plataformas ao redor do mundo.

Nesse percurso, reconhecemos como marcante a contribuição da indústria de informática, jogos e tecnologias estadunidense à formação da acepção simplificada e massificada do termo *avatar* na Comunicação e na cultura globalizada atual, apesar da crítica à apropriação cultural do termo *avatar*, no contexto das relações de poder e dominação por meio das quais nações ocidentais subjugaram e reduziram culturas orientais historicamente.

Vêm à tona a questão da luta contra o fracasso e o investimento no controle dos corpos, uma vez que não foi preciso realizar um contrato entre as cantoras virtuais estudadas e as empresas que a representam. Miku estará a serviço, funcionando em toda sua potência, faça chuva ou faça sol. A sua performance está sempre garantida desde que haja pessoas capazes de operar os *softwares* e as materialidades que a viabilizem. Ela não precisa concordar em se apresentar e sempre segue todo o *script* e o *briefing* criados para suas performances.

Uma importante contribuição desta pesquisa, em nosso entendimento, diz respeito ao conceito de *avatarização* e sua corruptela *avatar*, que surgem de narrativas ancoradas em

performances sociais, segundo a argumentação que desenvolvemos. A estética da música pop é marcada por artistas que performam para contar histórias. Cada música, cada apresentação, cada show é uma possibilidade de contação de histórias. Essas histórias contadas são sobre identidades, emoções, formas de viver e de reagir aos fenômenos da vida. A intimidade se expressa de maneira genérica, mas íntima. E, desse modo, consegue tocar muitas pessoas em suas vidas particulares. As nossas próprias narrativas internas são contempladas, sentimos alívio em sermos e agirmos da maneira que nos é realidade. Comumente, todavia, aspectos morais, éticos e didáticos são mobilizados nessas expressões estéticas, porque se compreende que a estética está imbricada a formas de viver e experienciar este mundo, com desigualdades severas de oportunidades.

Um dos cerne da discussão, observamos, trata da possibilidade de contar histórias capazes de gerar empatia ou sedução e, conseqüentemente, sucesso ou vitória no jogo do *show business* musical. Dentro desse jogo, em que o caminho para a vitória passa pela fama, pelo desejo despertado de consumo, vence quem consegue “encantar”. Mas alguns desses “encantos” são consagrados a tal ponto, apesar das sempre correntes e concorrentes nuances de cada espaço-tempo-materialidade, que viram fórmulas de sucesso ou fornecem as bases para tal. A emergência de divas, por exemplo, serve bastante ao propósito de ilustrar esse tópico, como bem apresentado no livro *Divas pop: O corpo-som das cantoras na cultura midiática*, especialmente no que diz respeito à divatização e à cultura dos megaespetáculos, nos artigos de Linda Lister (2021) e Mariana Lins (2021), respectivamente. Vimos que a estética do ilusionismo é elemento presente e decisivo na validação das cantoras virtuais, tal qual o é em relação às cantoras humanas, como as supracitadas.

Em suma, pudemos observar, a todo momento, a partir dos roteiros performáticos das cantoras virtuais analisadas, mas também por meio de toda a revisão teórica empreendida, que a avatarização é um processo concatenado à performance. Em nova hipótese, cuja tendência é aqui apontada, para estudos futuros, acreditamos que a realidade da produção cultural na música pop, no que diz respeito a cantores virtuais ou artistas humanos, parece enovelada nessa lógica de avatarização, visando ao alcance de grandes públicos ou do público global. Observamos que, de fato, a síntese simbólica corpórea e identitária envolvida nas performances das cantoras virtuais não parece ser um fenômeno próprio da dimensão digital, uma vez que ela se dá por meio de uma complexa associação de materialidades em torno de projetos artísticos e mercadológicos.

## Referências

- ALBUQUERQUE, G. Counter-Tradition: Toward the Black Vanguard of Contemporary Brazil. In.: **Making It Heard: A History of Brazilian Sound Art**. Editado por Rui Chaves e Fernando Iazzetta. Londres: Bloomsbury, 2019.
- ALBUQUERQUE, G. Enegrecendo Tecnologias: propostas teórico-epistemológicas para pensar as tecnologias nos estudos de som e música. In: **1º Simpósio Popfilia**, UFPE, 2021, Recife. Anais eletrônicos. Disponível em: <https://grupopufpe.com.br/anais/>. Acesso em: 22 mar. 2022.
- AMARAL, A.; SOARES, T.; POLIVANOV, B. **Disputas sobre performance nos estudos de Comunicação**: desafios teóricos, derivas metodológicas. Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun. 2018, vol.41, n.1, p.63-79. Joinville: INTERCOM, 2018.
- ARAUZ, V. A. R.; BAPTISTA, A. A. A relevância dos elementos narrativos nas resenhas de The Last of Us. In: **Revista Interdisciplinar em Cultura e Sociedade (RICS)**, São Luís - Vol. 3 - Número Especial Jul./Dez. 2017.
- BASTOS, M., RECUERO, R. ZAGO, G. Encontros e desencontros entre TAR e ARS: o laço fraco entre teoria e método. Revista Contemporânea, Salvador, 2014.
- BENJAMIN, W. A obra de arte da era de sua reprodutibilidade técnica: primeira versão. In: **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. Tradução: Sérgio Paulo Rouanet. 8ª ed. revista. São Paulo: Brasiliense, 2012.
- BENTES, I. O devir estético do capitalismo cognitivo. In: ANAIS DO 16º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2007, Curitiba. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2007. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2007/trabalhos/o-devir-estetico-do-capitalismo-cognitivo?lang=pt-br>. Acesso em: 12 jan. 2023.
- BERLUSCONI, B. **Avatarization**: il nuovo umanesimo digitale, TEDxLUCCA, 07/07/2020. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=eFcZz\\_dz7YI](https://www.youtube.com/watch?v=eFcZz_dz7YI). Acesso em: 27 set. 2020.
- BLAKE, S. **'It Is Scarce and Available to All'**: How Brud Is Using the Blockchain to Transform Storytelling. dot.LA, Los Angeles, EUA, 2021. Disponível em: <https://dot.la/lil-miquela-nft-2652825243/particle-2>. Acesso em: 22 mar. 2022.
- BLIN, G. **Stendhal et les problèmes du roman**. Paris, França: José Corti, 1953.
- BOLLMER, G. **Materialist Media Theory**: an introduction. London: Bloomsbury Academic, 2019.
- BONENFANT, M. **Le libre jeu**. Montréal: Liber, 2015.
- BRAATZ, J. G. **O Mahabharata de Peter Brook**: Reflexões sobre intermedialidade e orientalismo em uma perspectiva pós-colonial. In: EARCO: Revista Eletrônica de Antiguidade 2020, Volume XII, Número II. Rio de Janeiro: UERJ, 2020.
- BRAGA, A. Usos e consumos de meios digitais entre participantes de weblogs: uma proposta metodológica. In: **Anais do 16º Encontro da Compós**. pp.1-19. Curitiba: Universidade Tuiuti do Paraná, 2007.
- BRASIL, A. **Formas de vida na imagem: da indeterminação à inconstância**. In: Revista Famecos, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 190-198, setembro/dezembro, 2010.

- BRESSAN, R. T.; SILVEIRA JUNIOR, P. M. **Avatares em jogo**: interfaces, processos e experiências. In: LOGOS 34, Estatuto da Cibercultura no Brasil, vol. 34, n. 01, 1º semestre 2011. P. 6-17. Rio e Janeiro: UERJ, 2011.
- CARRERA, F. A. S.; CARVALHO, D. Algoritmos racistas: a hiperritualização da solidão da mulher negra em bancos de imagens digitais. In: **Galáxia**, São Paulo, on-line, n. 43, Jan-Abr, 2020. p. 99-114. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/cZmnDhD7RmntbyXJ8Tcwq6y/?lang=pt> . Acesso em: 12 mar. 2022.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- COHEN, J. E. Cyberspace As/And Space. In: **Columbia Law Review**, n. 107. Washington, DC, EUA: Georgetown University Law Center, 2007. p. 210-256. Disponível em: <https://scholarship.law.georgetown.edu/facpub/807>. Acesso em: 07 jul. 2022.
- COHEN, R. **Performance como linguagem**: criação de um tempo-espaço de experimentação. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.
- DALBY, L. C. *Geisha*. 1. ed. Londres, Inglaterra: University Of California Press, 1983.
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia**. London: Continuum, 2004.
- DIAN, Z. **O pensamento geopolítico tradicional chinês enraizado na Filosofia Tradicional Chinesa**: origem, características e implicações. In: Revista Opinião Filosófica, v. 10 n. 1 (2019), Filosofia Política, p. 4-20.
- DOOLEY, B; UENO, H. **This Man Married a Fictional Character**. He'd Like You to Hear Him Out. The New York Times, 24 abr. 2022. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2022/04/24/business/akihiko-kondo-fictional-character-relationships.html> . Acesso em: 05 jan. 2023.
- DOSTOIÉVSKI, F. **O duplo**. Traduzido por Paulo Bezerra. São Paulo: Editora 34, 2013.
- ECO, U. **Trattato di semiotica generale**. 6ª ed. Milano: Bompiani, 1978.
- EDWARDS, M. **De l'émerveillement**. Paris: Fayard, 2008.
- EKAPUTRA, G.; LIM, C. KHO, I. **Minecraft**: a game as an education and scientific learning tool, Eng. Information Systems International Conference (ISICO), 2013. Disponível em: <http://is.its.ac.id/pubs/oajis/index.php/home/detail/1219/Minecraft-A-Game-as-an-Education-and-Scientific-Learning-Tool> . Acesso em: 15 ago. 2021.
- FARIAS, I.; BLOK, A.; ROBERTS, C. Actor-network theory as a companion: an inquiry into intellectual practices. In: FARIAS, I.; BLOK, A.; ROBERTS, C. (ed.). **The Routledge Companion to Actor-Network Theory**. New York, NY: Routledge, 2020.
- FELINTO, E. Cibercultura: ascensão e declínio de uma palavra quase mágica. In: **E-Compós**, 14(1), 2011. Disponível em: <https://e-compos.org.br/e-compos/article/view/548>. Acesso em: 04 jan. 2023.
- FERREIRA, E. O jogo não acabou: relações entre apropriação lúdica e produção de sentido nos videogames. In: **Revista Famecos**, v. 27, p. 1-13, 2020.
- FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

- GABELLINI, L. C. 2022 Contaminação, desconstrução e compartilhamento a partir do perfil da influenciadora virtual Lil Miquela, na plataforma do Instagram. In: **Anais completos do 14º Interprogramas Cásper Pesquisa**. São Paulo: Cásper Líbero, 2022. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/noticias/confira-os-anais-do-14o-interprogramas-casper-pesquisa-de-2021/> . Acesso em: 16 jan. 2023.
- GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, Grupo GEN, 1ª edição, 2013.
- GENETTE, G. **Nouveau discours du récit**. Paris, França: Seuil, 1983.
- GIBSON, W. **Neuromancer**. Tradução de Fábio Fernandes. 5ª ed. São Paulo: Editora Aleph, 2015
- GILBERT, S. **Crypto, web3, and the metaverse: policy brief**. Cambridge, Reino Unido: University of Cambridge, 2022.
- GOSE, P. Oracles, Divine Kingship, and Political Representation in the Inka State. In: **Ethnohistory**, 43(1):1-32. Durham (EUA): Duke University Press, 1996.
- GRAHAM, M. Geography/internet: ethereal alternate dimensions of cyberspace or grounded augmented realities? In: **The Geographical Journal**, Vol. 179, N. 2, June 2013, pp. 177–182.
- GREENWOOD, F. **A spectral pop star takes the stage: Hatsune Miku and the Materialization of the ephemeral in contemporary Otaku culture**. In: *Ephemeral Traces*, BONOMO, E.; PROVENCHER, K. (editors), *Spectator* 33:1 (Spring 2013): p. 10-17. USC Cinematic Arts: University of Southern California, USA, 2013.
- GROOVE, G. **Bonekinha**. São Paulo: SB Music, 2021. [on-line] 2:48 min. Disponível em: <https://open.spotify.com/track/79Djb1E319BwnYZ8cEA1mQ?si=faa80f904acc49db>. Acesso em: 05 jan. 2023.
- GUEZ, J. **Illusions entre le réel et le virtuel (IRV) comme nouvelles formes artistiques: présence et émerveillement**. Thèse de Doctorat. Paris, Université Paris 8 - Vincennes Saint-Denis, 2015.
- GUMBRECHT, H. U. **Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir**. Rio de Janeiro: Contraponto, Ed. PUC – Rio, 2010.
- HANDKE, T. A Brief History Of Rappers Using The Name "Lil". In: **COOL ACCIDENTS**, em 08 jul. 2020. Disponível em: <https://www.coolaccidents.com/news/history-of-lil-rappers>. Acesso em: 24 mar. 2022.
- HENRIOT, J. **Le jeu**. 3e Edition. Paris: Editions Archétype82, 1983.
- HERRMANN, B. F. **A influenciadora artificial: um estudo sobre as modulações imagéticas do Instagram e os Avatar Influencers através do perfil de Lil Miquela**. Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação. Porto Alegre: UFRGS, 2019.
- HORA, Daniel. O hackeamento como prática artística. In: **ComCiência**, Campinas, n. 110, 2009. Disponível em: [http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1519-76542009000600010&lng=en&nrm=iso](http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542009000600010&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 05 jan. 2023.
- HUIZINGA, J. **Homo Ludens**. Trad. do autor. Londres: Routledge & Kegan Paul, 1949.
- JANOTTI JUNIOR, J. **Gêneros musicais em ambientações digitais** [recurso eletrônico]. Belo Horizonte, MG: PPGCOM/UFMG, 2020.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

- JENKINS, H. GREEN, J. FORD, S. **Cultura da Conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável.** São Paulo: Aleph, 2014.
- JOZUKA, E; SATO, H.; CHAN, A.; MULHOLLAND, T. Beyond dimensions: The man who married a hologram. **CNN** [on-line], 29 dez. 2018. Disponível em: <https://edition.cnn.com/2018/12/28/health/rise-of-digisexuals-intl/index.html>. Acesso em: 5 jan. 2023.
- JUNG, C. G. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
- JUUL, J. **Half-real: video games between real rules and fictional worlds.** Cambridge/MA: The MIT Press, 2005.
- KARHAWI, I. **Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão.** In: Revista *Communicare*, Volume 17 – Edição especial de 70 anos da Faculdade Cásper Líbero, setembro/2017. p. 46-61.
- KARHAWI, I. **Notas teóricas sobre influenciadores digitais e Big Brother Brasil. E-Compós.** Online First, 2021.
- KENMOCHI, H. **Vocaloid and Hatsune Miku phenomenon in Japan.** In: ISCA Archive, InterSinging 2010, First Interdisciplinary Workshop on Singing Voice, October, 1-2, 2010. Tokyo, Japan: Yamaha, 2010.
- KWASTEK, K. **Aesthetics of Interaction in Digital Art.** Transl. by Niamh Warde. Cambridge/MA: The MIT Press, 2013.
- LAM, K. Y. **The Hatsune Miku Phenomenon: More Than a Virtual J-Pop Diva.** In: *The Journal of Popular Culture*, Vo. 49, n. 5. Wiley Periodicals, Inc., 2016. p. 1107-1124. Hoboken, New Jersey, USA, 2016.
- JACKSON, L. M. Shudu Gram Is a White Man’s Digital Projection of Real-Life Black Womanhood. **The New Yorker**, 04 mai. 2018 [on-line]. Disponível em: <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/shudu-gram-is-a-white-mans-digital-projection-of-real-life-black-womanhood> Acesso em: 04 jan. 2023.
- LEMON, K. N.; VERHOEF, P. C. **Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey.** In: *Journal of Marketing: AMA/MSI Special Issue (print)* Vol. 80 (November 2016), 69–96.
- LIL MIQUELA. Los Angeles, Califórnia, EUA. 19 abr. 2018. Instagram. @lilmiquela. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BhwuJcmIW8/>. Acesso em: 22 mar. 2022.
- LIL MIQUELA. Los Angeles, Califórnia, EUA. 20 abr. 2018. Instagram. @lilmiquela. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BhzyxKoFIIT/>. Acesso em: 22 mar. 2022.
- LIL MIQUELA, a influencer que tem 1,5 milhão de seguidores, mas não existe. **BBC NEWS BRASIL**, 3 out. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-49917748>. Acesso em: 31 dez. 2022.
- LINS, Mariana. This is show business: A cultura dos megaespetáculos pop e a invenção do “padrão Madonna”. In: SOARES, Thiago; LINS, Mariana; MANGABEIRA, Alan (orgs.). **Divas pop: O corpo-som das cantoras na cultura midiática.** p. 165-180. Belo Horizonte: UFMG, 2021.
- LISTER, Linda. Divatização: A deificação das mulheres popstars modernas. In: SOARES, Thiago; LINS, Mariana; MANGABEIRA, Alan (orgs.). **Divas pop: O corpo-som das cantoras na cultura midiática.** p. 111-126. Belo Horizonte: UFMG, 2021.

- MACHADO, M. M. Teatralidades no Corpo - o espaço cênico somos nós. **Sala Preta**, [S. l.], v. 11, n. 1, p. 17-26, 2011. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/salapreta/article/view/57461>. Acesso em: 7 dez. 2022.
- MADONNA e Gorillaz agitam o Grammy. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 10 de fevereiro de 2006. Folha Ilustrada. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1002200618.htm>. Acesso em 15 ago. 2021.
- MALUF, S. W. Corpo e corporalidade nas culturas contemporâneas: abordagens antropológicas. In: **Esboços**, v. 9, n. 9, p. 87-101. Florianópolis: PPGH/UFSC, 2002.
- MARIE Claire Brasil. Edição de Dezembro/2020-Janeiro/2021. São Paulo, Editora Globo, 2021.
- MCKEE, R.; GERACE, T. **Storynomics: Story-Driven Marketing in the Post-Advertising World**. eBook Kindle. New York, NY, EUA: Twelve, 2018.
- MÉLO, F. S. A. **Cartografios de uma narratriz: performances entre contação de histórias, teatro e educação**. 2020. Dissertação (Mestrado em Artes Cênicas), Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Natal: UFRN, 2020.
- MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da Percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- MILLER, D. **Storybrand: crie mensagens claras e atraia atenção dos clientes para a sua marca**. Tradução de Carlos Bacci. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.
- MORAES, F. **Gente que “se acha” desafia o poder branco e rico**. The Intercept. Disponível em: <https://theintercept.com/2022/12/20/gente-que-se-acha-desafia-o-poder-branco-e-rico/>. Acesso em: 21 dez. 2022.
- MORIN, E. **As estrelas: mito e sedução no cinema**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
- MORNINGSTAR, C.; FARMER, F. R. **The Lessons of Lucasfilm’s Habitat**. [online], (also published in: M.Benedikt (ed.) *Cyberspace: First Steps*, MIT Press, 1991), 1990.
- MULVEY, Laura. Prazer visual e cinema narrativo. In: XAVIER, Ismail (org). **A Experiência do Cinema: antalogia**. Rio de Janeiro: Edições Graal; Embrafilme, 1983. p. 437-453.
- MUNANGA, K. **Rediscutindo a mestiçagem no Brasil: identidade nacional versus identidade negra**. Petrópolis: Vozes, 1999.
- NEALON, J. T. **I’m Not Like Everybody Else: Biopolitics, Neoliberalism, and American Popular Music**. University of Nebraska Press, 2018.
- NORBU, C. N. **Dream Yoga And The Practice Of Natural Light**. Edited and introduced by Michael Katz, Snow Lion Publications, Ithaca, NY. Disponível em: [https://thebikramyogaposes.com/wp-content/uploads/2016/07/Dream\\_Yoga\\_and\\_the\\_Practice\\_of\\_Natural\\_Light-1.pdf](https://thebikramyogaposes.com/wp-content/uploads/2016/07/Dream_Yoga_and_the_Practice_of_Natural_Light-1.pdf). Acesso em: 21 dez. 2022.
- PASSOS, E.; KASTRUP, V.; ESCÓSSIA, L. (Orgs). **Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2015.
- PEREIRA DE SÁ, S. **Cultura material, gostos e afetos para além da noção de presença**. In: MENDONÇA, C.; DUARTE, E.; CARDOSO FILHO, J. *Comunicação e Sensibilidade: Pistas Metodológicas*. Belo Horizonte. PPGCO/UFMG, 2016, pp. 137-157.
- PEREIRA, M. F. Fundamentos de uma visão ecossistêmica da comunicação: uma compreensão semiótica In: MONTEIRO, G. V.; ABBUD, M. E. O. P.; PEREIRA, M. F. (orgs.) **Estudos e perspectivas dos ecossistemas na comunicação**. Manaus: UFAM, 2012.

- PEREIRA, M. F. Ecosistemas comunicacionais: uma definição conceitual. In: MALCHER, M.A.; SEIXAS, N.S.A.; LIMA, R.L.A.L.; FILHO, O. A. (orgs.). **Comunicação Midiatizada na e da Amazônia**. Belém: Fadesp, 2011.
- PLANTIN, J. C.; PUNATHAMBEKAR, A. Digital media infrastructures: pipes, platforms, and politics. In: **Media, Culture & Society**. V. 41, n. 2, 2019. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/toc/mcsa/41/2> . Acesso em: 23 mar. 2022.
- POELL, T.; NIEBORG, D.; DUFFY, B. E. **Platforms and Cultural Production**. E-book. Cambridge (UK) e Medford (USA): Polity Press, 2022.
- POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. Plataformização. **Fronteiras-Estudos Midiáticos**. V. 22, n. 1, 2020.
- PEREIRA, A. C. M.; CORPES, L. F.; OLIVEIRA, E. A ressignificação da existência: corpos virtuais, vida orgânica e a realidade híbrida da CGI influencer Lil Miquela. In: **Puçá** - Revista de Comunicação e Cultura da Faculdade Estácio do Pará - Belém, Ano 6, Vol. 6, no 1. Jan./Jul. 2020. Disponível em: <http://periodicos.estacio.br/index.php/puca/article/viewFile/9486/47967643>. Acesso em: 16 jan. 2023.
- PEREIRA DE SÁ, S. **O samba em rede: Comunidades virtuais, dinâmicas identitárias e carnaval carioca**. Rio de Janeiro: E-papers serviços editoriais, 2005.
- PEREIRA DE SÁ, S.; POLIVANOV, B. **Autorreflexividade, coerência expressiva e performance como categorias para análise dos sites de redes sociais**. In: Contemporânea: comunicação e cultura, v.10, n.03, set-dez 2012, p. 574-596. Salvador: UFBA, 2012.
- POLIVANOV, B. B.; CARRERA, F. A. S. Rupturas performáticas em sites de redes sociais: um olhar sobre fissuras no processo de apresentação de si a partir de e para além de Goffman. In: **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 44, p. 74-98, jan./abr. 2019.
- QUEIROZ, M. O. **Narrativa e tecnologias da cultura: questões da materialidade narrativa em Gone Home**. 2020. Tese (Doutorado em Letras) – Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2020.
- REDE, M. **O rei da justiça: soberania e ordenamento na antiga Mesopotâmia**. Rio de Janeiro: Phôenix, 2009.
- REIS, A. N. **O reverso olhar: As representações de si e do outro no confronto entre os dois mundos**. Universidade Federal do Espírito Santo – UFES/ES, 2015.
- REIS, C.; LOPES, A. C. M. **Dicionário de narratologia**. Coimbra, Portugal: Livraria Almedina, 1987.
- RITIVOI, A. D. **Empatia, intersubjetividade e compreensão narrativa**. São Paulo, SP: Ed. Letra e Voz, 2018.
- ROLNIK, S. **Cartografia Sentimental: Transformações Contemporâneas do Desejo**. Porto Alegre: Sulina, Editora da UFRGS, 2011.
- ROWLES, D. **Digital Branding: estratégias, táticas e ferramentas para impulsionar o seu negócio na era digital**. São Paulo: Autêntica Business, 2021.
- SANTOS, L. C. **Máquinas que falam (e escutam): as formas de agência e de interação das/com as assistentes pessoais digitais**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2020.

- SANTOS, L. C. Máquinas falantes: proposta teórico-metodológica para pensar a agência a partir das assistentes pessoais digitais. In: POLIVANOV, B.; ARAÚJO, W.; OLIVEIRA, C. C. G.; SILVA, T. (orgs.). **Fluxos em redes sociotécnicas**: das micronarrativas ao big data. São Paulo: INTERCOM, 2019. Disponível em: <https://www.ibpad.com.br/o-que-fazemos/publicacoes/fluxos-em-redes-sociotecnicas/>. Acesso em: 12 de março de 2022.
- SANTOS, L. C.; POLIVANOV, B. O que têm em comum Alexa, Siri, Lu e Bia? Assistentes digitais, sexismo e rupturas de performances de gênero. In: **Galáxia**, N° 46, 2021, pp.1-24. São Paulo, on-line, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/Ht93VJ6KQRjQNBvXcGsxY9g/?format=pdf&lang=pt> . Acesso em: 06 jan. 2023.
- SILVA, R. F. S. How you like that: o fomento da empatia no storytelling de Blackpink. In: ANAIS DO 31º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2022, Imperatriz. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2022. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2022/papers/how-you-like-that--o-fomento-da-empatia-no-storytelling-de-blackpink>. Acesso em: 03 ago. 2022.
- SILVERMAN, D. O divino e as divindades no Antigo Egito. In: SHAFER, B. E. (org.) **As religiões no Antigo Egito**. Deuses, mitos e rituais domésticos. São Paulo: Nova Alexandria, 2002.
- SOARES, M. G.; KANEKO, G. L.; GLEYSE, J. Do porto ao palco, um estudo dos conceitos de corporeidade e corporalidade. In: **Dialektiké**, v. 3, p. 65-75. Guérin, França: HAL/CCSD, 2015. Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01334283> . Acesso em: 04 jan. 2023.
- SOARES, T. Abordagens Teóricas para Estudo da Teatralidade em Performances Midiáticas: Dramas, roteiros, ações. In: **ALCEU** (Rio de Janeiro, online), V. 21, N° 43, p.210-227, jan./abr. 2021.
- SOARES, T.; TENÓRIO, W. H. N. Que branco é esse no rap? Roteiros de masculinidades performados por rappers brancos em videoclipes. In: **Panorama**. Goiânia, v. 10, n. 2, p. 26-31, jul./dez. 2020.
- SODRÉ, M. Organização do comum. In: **A Ciência do Comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.
- SOUSA, A. F. **O rei divino**: práticas, rituais e representações no Egito faraônico, ANPUH – XXV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA – Fortaleza, 2009.
- SUITS, Bernard. **The grasshopper**: games, life and utopia. Boston: David R. Godine, 1990.
- TAYLOR, D. **O arquivo e o repertório**: performance e memória cultural nas Américas. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.
- TRAUNECKER, C. The Ritualist Pharaoh. The Religious Cult. In: ZIEGLER, Christiane (ed). **The pharaohs**. New York: Rizzoli, 2002.
- TURKLE, S. **Life on the Screen**: Identity in the Age of the Internet. New York: Touchstone, 1997.
- VAZ, D. BONITO, M. Pantera Negra: A Representatividade Negra e o Afrofuturismo Como Forma de Construção da Identidade. In: **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região

Sul. Porto Alegre, RS, 20 a 22/06/2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sul2019/resumos/R65-0874-1.pdf>. Acesso em: 07 jul. 2022.

WEHELIYE, A. G. **Phonographies**: Grooves in Sonic Afro-Modernity. 1 ed. Duke University Press, 2005.

WILDT, L; APPERLEY, T. H.; CLEMENS, J.; FORDYCE, R.; MUKHERJEE, S. **(Re)Orienting the Video Game Avatar**. In: Games and Culture, 2020, vol. 15 (8), p. 962-981.

WYATT, S. **Metaphors in critical Internet and digital media studies**. New Media & Society. V. 23, n. 2, 2021.

## APÊNDICE A – CURADORIA PARA APRESENTAR HATSUNE MIKU

### Vídeos

1. <https://youtu.be/jh15afLEKdo> – Um dos registros mais visualizados de show de Hatsune Miku, em que ela canta a música *World is mine / O mundo é meu*. Há um destaque para o momento em que a cantora toma o palco, uma imagem icônica.
2. <https://youtu.be/YbryVBMkCeU> – *Branded content* da Sony Xperia para o público japonês, em que Hatsune Miku revela sua natureza digital como uma potente liberdade em relação às amarras do espaço-tempo convencional.
3. <https://www.youtube.com/watch?v=eVOWYeZm9v8> – Videoclipe oficial da música *Daisy 2.0*, um *feat* entre Ashnikko e Hatsune Miku.
4. [https://www.youtube.com/watch?v=PIQIdq5mv\\_k&t=29s](https://www.youtube.com/watch?v=PIQIdq5mv_k&t=29s) – Em vídeo, registro de um fã de um show de Hatsune Miku e outros cantores virtuais do mesmo grupo empresarial, disponíveis no *software Vocaloid* e no jogo *Project Diva*.
5. <https://www.youtube.com/watch?v=pehGSjuRsN0> – Em vídeo, um usuário registra 70 minutos de sua jornada no jogo *Project Diva*.

### Redes sociais

#### Instagram

- Conta oficial, administrada pela Crypton Future Media, [@cfm\\_miku\\_official](#) (125 mil seguidores – menor número dentre todas as suas redes)

#### Facebook

- Conta oficial, criada em 2010, administrada pela Crypton Future Media: [Hatsune Miku](#) (2,4 milhões de seguidores)

#### Twitter

- Conta oficial em japonês, criada em 2010, administrada pela Crypton Future Media: [@cfm\\_miku](#) (448,6 mil seguidores)
- Conta oficial em inglês, criada em 2014, administrada pela Crypton Future Media: [@cfm\\_miku\\_en](#) (420,7 mil seguidores)

#### YouTube

- Conta oficial, criada em 2007, administrada pela Crypton Future Media: [@HatsuneMiku](#) (2,35 milhões de seguidores)

## APÊNDICE B - CURADORIA PARA APRESENTAR LIL MIQUELA

### Vídeos

1. <https://www.youtube.com/watch?v=zE1J9JxqhFo> – Videoclipe oficial da música *Automatic / Automático*, de Lil Miquela.
2. <https://www.youtube.com/watch?v=Rz8lxRxdwig> – Videoclipe oficial da música *Speak up / Fala*, de Lil Miquela.
3. <https://www.youtube.com/watch?v=6bn3tUUtj2M&t=151s> – Vídeo de 5 minutos em que Lil Miquela fala sobre sua vida enquanto um robô/ser virtual.
4. <https://www.youtube.com/watch?v=9-KhO0EqMg0> – Neste vídeo, Miquela entrevista J Balvin no Coachella 2019.
5. <https://www.youtube.com/watch?v=VKzdv3wDNdo> – Vídeo do quadro *Get real Miquela / Cai na real, Miquela*, em que ela responde perguntas do público e comenta sua vida em seu próprio canal no YouTube.

### Redes sociais

#### Instagram

- Conta oficial, administrada pela Brud:  
[@lilmiquela](#) (2,9 milhões de seguidores)

#### Facebook

- Conta oficial, administrada pela Brud:  
[Miquela](#)

#### Twitter

- Conta oficial, criada em 2016, administrada pela Brud:  
[@lilmiquela](#) (31 mil seguidores)

#### YouTube

- Conta oficial, criada em 2016, administrada pela Brud:  
[@lilmiquela](#) (281 mil inscritos)

**ANEXO A – LETRA DA MÚSICA *WORLD IS MINE (O MUNDO É MEU)*, DE HATSUNE MIKU, CONFORME TRADUÇÃO PARA O PORTUGUÊS DISPONÍVEL NO SITE LETRAS.COM.BR**

**O mundo é meu**

(Composição: ryo / Supercell)

A princesa número um do mundo

Lembre-se de me tratar como uma

Ok?

Primeiro

Perceba quando eu usar um penteado diferente do normal

Segundo

Me olhe da cabeça até os sapatos, entendido?

Terceiro

Para cada coisa que eu disser, responda com três palavras

Se entendeu, faça alguma coisa com minha mão direita livre!

Não é como se eu tivesse dito algo egoísta

Só quero que você pense do fundo do coração que sou meiga

A princesa número um do mundo

Ei, ei, perceba isso

Me deixar esperando está fora de questão

Quem você pensa que eu sou?

Agora, eu quero provar doces, leve-me eles!

Neste exato momento

Oh, cheque, um, dois, ah!

Defeitos? Você quis dizer fofura, né?

Eu não aceito reclamações

Com licença? Está ouvindo o que estou dizendo? Pera aí

Ah, quer saber mais uma coisa? Tem que ter um cavalo branco, não acha?

Venha me buscar

Se entendeu, pegue minha mão e me chame de princesa

Não é como se eu tivesse dito algo egoísta

Mas, sabe, você pode brigar comigo um pouquinho se quiser, ok?

Um príncipe apenas meu no mundo inteiro

Vamos, vamos, perceba isso

Minha mão está desocupada  
Um príncipe calado e distraído  
Sério, por quê?! Perceba logo  
Você não entende mesmo! Não entende nada  
Torta com morango em cima  
Pudim derretendo, de ovos selecionados  
Tudo isso, tudo isso, vou me controlar  
Não pense que sou uma menina mimada  
Eu consigo, se eu quiser  
Vai se arrepender depois  
Mas é óbvio! Afinal, eu sou  
A princesa número um do mundo  
Fique de olho, posso acabar fugindo pra algum lugar, hein?  
Inesperadamente, sou abraçada, assim, de repente, o quê?  
Vai bater em alguém, cuidado; você diz olhando para os lados  
Acho que você é mais perigoso ainda  
Oh, ei, amor! Ah!

**ANEXO B – LETRA DA MÚSICA *ROLLING GIRL (GAROTA ROLANDO)*, DE HATSUNE MIKU, CONFORME TRADUÇÃO PARA O PORTUGUÊS DISPONÍVEL NO SITE LETRAS.COM.BR**

**Garota rolando**

(Composição: Wowaka)

A garota solitária está sempre sonhando  
Sonhando algo inalcançável  
No interior de sua cabeça ocupada  
Se corroendo, se corroendo  
Estou bem, ela murmura para si mesma  
Ela perdeu as palavras?  
Um fracasso, um fracasso  
Obcecada por seus erros que persistem  
Mais uma vez, mais uma vez  
Hoje eu também vou rolar  
A garota diz, a garota diz  
Suas palavras ganhando significado  
Já é o suficiente?  
Ainda não  
Porque o fim ainda não é visível  
Vou parar minha respiração, agora  
É assim que termina para uma garota que rola  
Incapaz de alcançar as cores do outro lado  
As vozes se sobrepõem  
Misturando-se, misturando-se  
Estou bem, ela murmura para si mesma  
Ela perdeu suas palavras?  
Sem se importar com o final  
Me veja subir a colina da qual eu sempre caio  
Ahh, mais uma vez, mais uma vez  
Hoje eu também vou rolar  
A garota diz, a garota diz

Com seu intenso silêncio  
Já é o suficiente?  
Apenas mais um pouco  
Logo algo será visível  
Vou parar minha respiração, agora  
Mais uma vez, mais uma vez  
Hoje eu vou rolar de novo  
A garota diz, a garota diz  
Inserindo riso nas suas palavras  
Já é o suficiente?  
É sim  
Você deve estar exausta, certo?  
Pare sua respiração, agora