

A RESSIGNIFICAÇÃO DA EXISTÊNCIA: corpos virtuais, vida orgânica e a realidade híbrida da cgi influencer Lil Miquela

Ádria Lucília Medeiros PEREIRA¹

Laylton de Freitas CORPES²

Enderson OLIVEIRA³

RESUMO

Neste ensaio, observa-se e analisa-se a (co)existência da CGI (*Computer Generated Imagery*) *Influencer* Lil Miquela entre as realidades orgânicas e virtuais, assim como suas implicações sociais, econômicas e tecnológicas na sociedade. Partindo da metodologia do estudo de caso e estabelecendo um diálogo entre Comunicação, Tecnologia e Antropologia, conceitua-se novas possibilidades de criação imagética e mesmo social, que são divulgadas pelas redes sociais, bem como o alcance e diálogo proposto em relação a novas possibilidades de reflexões sobre o desenvolvimento do pós-humano.

Palavras-chave: CGI; Lil Miquela; realidades; tecnologia; pós-humano.

INTRODUÇÃO

Assim como o *Homo sapiens* descobriu o fogo e a partir dele criou mecanismos para poder manuseá-lo, a evolução digital não é diferente. Através de (GEERTZ, 2008), é possível refletir sobre a existência humana e modos de representação. Assim, surgiram as (re)invenções e aprimoramentos do que é ser um humano, e principalmente no que pode aperfeiçoá-lo. A temática invade o cinema e a literatura mundial com suas distopias cibernéticas, futurismos e mundos apocalípticos criados na ficção científica.

¹ Graduanda no 7º período em Comunicação Social (Jornalismo) na Faculdade Estácio do Pará. E-mail: pereiracont89@gmail.com

² Graduando no 7º período em Comunicação Social (Jornalismo) na Faculdade Estácio do Pará. E-mail: layltonfreitas8@gmail.com

³ Jornalista, professor na Faculdade Estácio do Pará e doutorando no Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia na Universidade Federal do Pará. Coordenador da Linha de Pesquisa “Comunicação, Consumo e Antropologia” (PIBIC) da Estácio do Pará. E-mail: enderon.oliveira12@gmail.com

Vive-se na chamada “Era da informação” (CASTELLS, 1999). As tecnologias não param de se desenvolver, e quem não se adequa, fica para trás, visto que se vive em uma sociedade onde se encontram as informações da atualidade ao navegar no *feed*⁴ de notícias de portais ou em redes sociais. É nesse cenário que surgem os influenciadores digitais que, como o nome sugere, são sujeitos que utilizam das suas plataformas para “moldarem” comportamentos, ideias e em grande parte, consumo. São considerados formadores de opinião ou *experts* em determinado assunto, e falam para seu público diretamente, utilizando todas as funcionalidades que as plataformas dispõem.

Neste contexto, surge a influenciadora digital Lil Miquela, que “tem 1,5 milhão de seguidores, mas não existe” (BBC News, 2019). As manchetes sobre Miquela estão sempre ressaltando a inexistência ou a veracidade dela. Desde que entrou em atividade nas redes sociais, em 2016, e até então reconhecida como robô das plataformas digitais (ou seja, limitada a uma existência inteiramente *online*), ela atrai inúmeras críticas sobre a própria existência, principalmente em relação aos outros influenciadores, modelos e cantores humanos. É devido a essas críticas e outras peculiaridades acerca da personagem que se levanta o seguinte questionamento: afinal, o que é (ou quem é) a Miquela?

Miquela Sousa, conhecida popularmente como Lil Miquela (@lilmiquela, em seu perfil no Instagram, sua principal rede social) é uma garota de 19 anos que apresenta entre suas publicações diárias parte da sua vida, viagens e aventuras, além de se manifestar sobre temas como feminismo e ativismo LGBTQIA+⁵, e também aproveita de seu amplo engajamento para fechar parcerias com marcas como a Samsung e a Adidas.

⁴ Conteúdo que pode ser exibido em forma cronológica ou não em uma rede social.

⁵ Sigla utilizada para reunir grupos que foram historicamente marginalizados e fora da representatividade normatizada, atualmente representando Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros, *Queers*, Assexuais e mais.



Imagem 01. Miquela e a atriz Millie Bobby Brown em parceria com a marca Samsung. Disponível em https://www.instagram.com/p/B5V3_FNnpAJ/. Acesso em 28 de setembro de 2020.

Miquela também é cantora e lançou diversas músicas, tendo mais de 600 mil ouvintes mensais na plataforma musical *Spotify*, e conta com atualmente 2,7 milhões de seguidores no *Instagram*. Porém, existe apenas um detalhe que a diferencia de outros influenciadores: ela não é “real”. Não na definição de realidade que a sociedade valida, ou seja, ela não é palpável e tangível no mundo físico, limitando-se apenas a imagem CGI (*Computer Generated Imagery*)⁶ criada em computador, tornando-se uma “influenciadora virtual”. Miquela apresenta nas redes “comportamento” como humana, mas sua definição é mais complexa de se entender.

Sabe-se que as mídias sociais possuem uma forte influência social e política sobre os indivíduos, desde a maneira de falar, agir ou até pensar. Além disso, o período contemporâneo apresenta um processo de atualização dual e contínuo, por exemplo, utópico e distópico. Entretanto, a esfera existencial e dual, ressaltada ao longo deste ensaio é acerca do ser e existir do humano referente às inovações tecnológicas, manifestando um surgimento híbrido entre as realidades, orgânica e virtual. É neste contexto complexo e por vezes paradoxais que se busca estudar e analisar o aparecimento dessa nova geração digital, tendo como exemplo Lil Miquela e todo o seu desenvolvimento existencial, social, musical e publicitário.

⁶ Termo em inglês para imagens geradas por computador, utilizadas em filmes e jogos.

METODOLOGIA

Neste ensaio, analisa-se a CGI Miquela observando que a mesma talvez sirva como exemplo/panorama para um dilema existencialista pós-moderno. Entre diversas questões destacadas, a realidade de Miquela está sob julgamento por quem a observa, ou seja, se a “vida” dela pode ser definida ou até mesmo válida. Acredita-se que a metodologia do estudo de caso é a que melhor se adequa à análise apresentada, pois desde o princípio deste estudo, a CGI causou inquietação e muitos questionamentos, dando assim origem a este ensaio. Desta forma, considera-se que: “o estudo de caso permite uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real.” (YIN, 2001, p. 21).

Em busca de responder questões de cunho sociológico, e através da investigação e pesquisa, analisa-se a gênese de Lil Miquela por seus criadores, escolhas estéticas, morais, alinhamentos políticos, e a busca de uma definição do que a CGI é, como também seu espaço dentro da sociedade.

Ao analisar Miquela, considera-se inteiramente seus aspectos, entretanto, afirmá-la apenas como um ser, ou “uma coisa”, reduz suas potencialidades. Se a modelo causa tantas incertezas ou até mesmo “medo” do futuro, não se pode dizer que ela se trata apenas de um quê ou quem, mas também um fenômeno, onde a estratégia de pesquisa escolhida se alinha diretamente: “um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos. (YIN, 2001, p. 21).

Assim, analisar a modelo é assumir que ela também se trata de um fenômeno que possui impactos sociológicos, mesmo limitada a uma existência digital, e como todo fenômeno, é preciso investigar suas origens para buscar entendê-lo como um todo. Estudar Miquela é buscar uma definição dentro das conjunturas existenciais que ela está inserida, além de que também reconhecer que ela é uma CGI *Influencer*.

CGI: A PUBLICIDADE DA VIVÊNCIA DIGITAL

A popularização da internet nas décadas de 1990 e, principalmente, 2000, assim como o surgimento das redes sociais, proporcionou que a virtualização se tornasse uma extensão do ser humano. Hoje, o cotidiano das pessoas é exibido de forma instantânea e como resposta,

pode ser reagido com um *emoji*⁷, por exemplo. O contexto das redes sociais é fundamentado em uma relação digital mais próxima e íntima, além da ação persistente de se expor, influenciar, informar, vender, engajar e por fim, ser mídia. Mas, o que seria influenciar digitalmente?

De acordo com o jornalista Nathan Vieira (2020), os influenciadores digitais são pessoas que detém o poder de influência em um determinado grupo de pessoas. Esses profissionais das redes sociais impactam centenas e até milhares de seguidores, todos os dias, com o seu estilo de vida, opiniões e hábitos. Segundo a autora Issaaf Karhawi (2017)⁸, ser influenciador digital consiste na prática de influenciar o próximo, de ofertar opções sobre determinado produto, ação ou pensamento e fazê-lo por livre e espontânea vontade, concordar e instigar a segui-lo.

Os influenciadores digitais fazem parte de um espaço social de relações marcadas por disputas pelo direito à legitimidade. Assim, “ser influente”, poder dizer algo, ter legitimidade em um campo não é fato dado, mas construído. Para ser capaz de influenciar, em alguma medida, um grupo de pessoas, pressupõe-se um destaque, prestígio; algum tipo de distinção em meio ao grupo. (KARHAWI, 2017, p.46-61).

No Brasil, os influenciadores digitais passaram a ter maior proeminência em 2015, através da consultoria de negócios para influência e comunicação digital YOUPIX, que impactou na chegada do termo no país. Já a prática de CGI estava sendo aplicada bem antes no cinema, tendo as primeiras imagens geradas por elas na década de 1940 e no começo da década de 1950. Entretanto apenas em 1976 o público se deparou pela primeira vez com o popular “efeitos especiais” nas telas de cinema, em uma técnica de animação tridimensional em *Futureworld* (1976). Desde então, a prática tomou conta da indústria cinematográfica e foi se aprimorando e evoluindo na aplicabilidade, assim como é palpável pensar que com o surgimento dos filtros de rosto nas redes sociais, a ideia de CGI *Influencer* se torna ainda mais inovadora.

A proposta para a criação e desenvolvimento da Miquela surge como a dos influenciadores habituais. Entretanto, a peculiaridade da modelo está no que ela se nomeia e no que ela pode ser dentro do conceito digital. Apesar de se reconhecer inteiramente como uma criação robótica no meio tecnológico, é bastante apontado por seus fãs e curiosos que a mesma

⁷ Pequenas imagens utilizadas para demonstrar objetos, coisas ou emoções através de imagens em dispositivos, sendo por vezes chamados de emoticons.

⁸ Disponível em <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/09/Artigo-1-Communicare-17-Edi%C3%A7%C3%A3o-Especial.pdf>>. Acesso em 28 de agosto de 2020.

é uma modelo real que aluga o seu corpo e voz para dar “vida” a Miquela, desta forma a ideia de CGI persiste. Além de que também existe uma terceira hipótese de que ela se trata de uma *Deepfake*⁹, que aplica a tecnologia de Inteligência Artificial (IA, sigla em inglês), realizando montagens de vídeos falsos, porém realistas capazes de reproduzir até expressões faciais.

O enredo criado acerca da Miquela consiste em um visual com uma origem étnica ambígua, mas que supre todas as expectativas de “modelo *Instagram*”, como lábios carnudos, sardas e sobrancelhas arrojadas com uma estética urbana, além de suas roupas serem no estilo esportivo. É uma garota jovem, que possui grande senso de estética contemporânea e moda, exemplo disto são marcas como *Chanel*, *Burberry* e *Fendi* estarem presentes em suas postagens no *Instagram*. Miquela utiliza de seu espaço no meio digital para impactar o cotidiano humano, desta forma também fala de questões políticas e notícias atuais, bem como, os movimentos como o LGBTQIA+, o *Black Lives Matter*¹⁰, movimento negro que se iniciou nos EUA e obteve recente destaque na mídia pela morte de George Floyd e Breonna Taylor¹¹. Miquela também apoia a organização *Black Girls Code*¹², que dá aulas de programação e robótica para jovens negras.

A modelo parece estar cada vez mais próxima, se não já inserida em um contexto de cultura pop. Seu estilo está alinhado ao popular e mais bem visto, além de que, seu visual perceptivelmente não humano, porém semelhante a um, a faz aproximar de um ser com estética futurística. Em uma cultura que está cada vez mais *cyberpunk*, movimento da ficção científica que contrapõe padrões impostos pela sociedade dentro de um contexto *underground*¹³, e já sugerido pela cantora Björk em seu clipe de “*All is Full of Love*” (1999), onde a mesma dá vida a robôs que se beijam e fazem carícias, até chegar no disco “*Chromatica*” (2020) de Lady Gaga, onde a artista cria um planeta que carrega o mesmo nome do álbum, com mensagens de amor e respeito carregadas de coreografias e looks robóticos. Miquela soa como um prenúncio do futuro que aguarda a humanidade, e não aparenta medir esforços em estar inserida em nossa

⁹ A prática de reproduzir rostos em outros corpos surgiu na indústria pornográfica, em 2017, quando o rosto da atriz Gal Gadot apareceu em um vídeo pornográfico. Desde então a tecnologia também tem sido utilizada para fins de comédia, influência, alienação e manipulação, e principalmente para satisfação de fetiches e propagação de *fake news*. Disponível em <<https://www.hypeness.com.br/2017/12/deepfakes-inteligencia-artificial-esta-sendo-usada-para-criar-pornografia-com-celebridades/>>. Acesso em 12 de setembro de 2020.

¹⁰ Movimento ativista negro, que traduzido significa “vidas negras importam”, fundado em 2013.

¹¹ Disponível em <<https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/06/05/breonna-taylor.htm>>. Acesso em 7 de agosto de 2020.

¹² Disponível em <<https://f5.folha.uol.com.br/voceviu/2019/10/lil-miquela-a-influencer-que-tem-15-milhao-de-seguidores-mas-nao-existe.shtml>>. Acesso em 21 de setembro de 2020.

¹³ Cultura que foge dos padrões comerciais e midiáticos.

realidade, mesmo não podendo ser tocada. O mais interessante é que ela não esconde quem é: uma robô. Sua ideia de metade máquina, metade humana, parecem vender seu propósito de indagar e isso a torna tão famosa.



Imagem 02. Miquela escrevendo em um mural da artista Kelly Perez em Los Angeles, EUA. Disponível em <https://www.instagram.com/p/ByoQgdrHxLE/>. Acesso em 24 de julho de 2020.

Os co-fundadores da *startup Brud* e “pais” de Miquela, Trevor McFredies e Sara Decou, se tornaram co-criadores do primeiro influenciador de mídia social gerado por computador, ou seja, Lil Miquela. A dupla garantiu em 2018 um financiamento de capital de risco de 6 milhões como reposta ao seu sucesso com a modelo nas plataformas digitais *Instagram*, *Twitter*, *YouTube* e *Soundcloud*¹⁴. Tiveram tanto êxito com a repercussão da modelo que a empresa criou outros influenciadores para acompanhar Miquela, entre eles, a Bermuda (@bermudaisbae), uma garota branca e loira criada a princípio como uma rival para Miquela, mas que logo se tornaram amigas. A questão é que as identidades aqui estão em jogo, diferentes alinhamentos pensados para cada público se identificar com as influencers a seu gosto, já que a Bermuda possui um alinhamento político e visual distinto.

¹⁴ Disponível em <<https://techcrunch.com/2018/04/23/the-makers-of-the-virtual-influencer-lil-miquela-snap-real-money-from-silicon-valley/>>. Acesso em 12 de setembro de 2020.



Imagem 03. Miquela ao lado da CGI Influencer Bermuda (@bermudaisbae). Disponível em <https://www.instagram.com/p/B5n0--tHLE6/>. Acesso em 20 de agosto de 2020.

Um dos principais pontos da criação de um CGI é a semelhança com algo, seja como no cinema no filme do diretor Rupert Wyatt, *Planeta dos Macacos: A Origem* (2011) que os atores usavam a prática para se parecer com primatas ou como a Miquela busca viver como humana. Este ato de influenciar, assemelhar e imitar vêm preocupando os pais das crianças e jovens que acompanham a modelo, gerando uma série de repercussões acerca de sua realidade e publicidade.

O que se pode observar é que a fórmula do CGI *Influencer* vem se mostrando efetiva, pois no Brasil, a influenciadora Magalu, que surgiu a princípio como uma proposta de humanização e aproximação da rede de lojas de departamento Magazine Luíza, mas que se tornou o rosto da empresa. Seguida dela, surgiu Nat Natura, da companhia de cosméticos Natura. Entretanto, é de se ressaltar que os referidos influenciadores são diferentes de Miquela, se tratando mais de um mecanismo de relação pessoal com o cliente. Já Miquela não apresenta finalidade com clientes, mas sim de influenciar o público em geral.

De acordo com o grupo *Internet Matters* (2019) alertou sobre o comportamento dos CGI *Influencers* em relação à política e consumo de marcas. A embaixadora do grupo e psicóloga, Linda Papadopoulos, afirma que: "O Virtual *Influencer* dá a habilidade de grandes marcas e corporações criarem posts com garotos e garotas perfeitos que podem falar para um grande

público num clique. Isso potencialmente permite que as empresas manipulem facilmente os jovens usando dados ao vivo para criar as séries de imagens mais influentes."

A preocupação com o surgimento desses personagens que coexistem em dois tipos de realidades, causa um receio da perda da identidade e influência no público alvo de Miquela, pois ele se tornaria igual a ela. Além de que, por trás da modelo, há uma programação ideal para o desenvolvimento e posicionamento dela, no entanto, o que está por trás é o mesmo? Esses são muitos dos questionamentos levantados acerca da existência e propósito dos *influencers* virtuais. Entretanto, sempre é destacado que não se pode ir contra a evolução, principalmente a digital, logo não é uma realidade distante a coexistência desses personagens com os seres humanos, mas que de fato, é de importância e talvez de emergência haver uma vigilância sobre essas criações e também sobre quem as cria.

RESSIGNIFICAÇÃO PÓS-HUMANA: UMA NOVA ESPÉCIE TECNOLÓGICA

As maiores dúvidas humanas estão em paralelo com a percepção sobre si próprio. O instinto do Homem à comunicação, desbravamento e criação é uma ação conjunta com questionamentos próprios sobre "O que eu sou?", desde as pinturas rupestres à clássicas, a estátuas de deuses ressaltando o ser bípede como perfeito. Assim como a escrita com suas minuciosas descrições dos corpos e ações, à inúmeras telas pintadas a tinta óleo, para chegar no mais cru e real, uma tecnologia nova criada por Joseph Niépce¹⁵ (1826), que permitiu a visualização sobre si mesmo e também a captura daquele momento, totalmente diferente do espelho, chamada Fotografia.

Essa visualização própria e inteiramente física permite uma real percepção sobre si próprio, singularizando cada sujeito dentro de uma vasta sociedade. Após a fotografia, em meados do século XX, seguida da terceira Revolução Industrial abrir as portas da modernização eletrônica, o mundo vem se atualizando cada vez mais em prol do conforto, agilidade e lucro do ser humano. Exemplo disso são as máquinas utilizadas em exames médicos, em montagens de carros, móveis e afins. Em resumo, tudo é criado com o pensamento de inovar, lucrar e melhorar a condição de vida dos sujeitos, ou seja, criar ou proporcionar um ser humano melhor ou com ferramentas tecnológicas melhores.

¹⁵ Joseph Nicéphore Niépce, inventor francês responsável pela primeira fotografia

Tal realidade é propícia a uma espécie de dependência humana na pós-modernidade, principalmente nas melhorias que o digital pode fornecer, como a ação de vestir a tecnologia, que consiste na utilização de filtros do *Instagram* para tirar uma foto, artificianando o rosto, modificando até a cor dos olhos e pele do indivíduo.



Imagem 04. Miquela divulgando a marca de jogos de cartas “UNO”. Disponível em <https://www.instagram.com/p/CCW0iybnZwR/>. Acesso em 20 de agosto de 2020.

Em um contexto próximo, o CGI *Influencer* surge com uma finalidade publicitária e de coexistência em sociedade. Após assumir-se e reconhecer-se como um robô, Miquela ainda gera dúvidas e principalmente preocupação por alguns estudiosos ou curiosos sobre o tema. A transformação do corpo dela por meio da tecnologia é baseada na equipe que a criou, ou seja, apesar de ser uma criação tecnicamente aprimorada do corpo humano, a mesma evoluiu desde o desenvolvimento de estrutura “física” e inteligência coletiva até um ser influxo. A existência desses seres está ligada na ação de pensar por si mesmo. No entanto, no contexto do avanço tecnológico e com o surgimento do CGI *Influencer*, seria natural então reconhecer esses avanços como existência?

Portanto, como Miquela pode ser um robô e agir como humana? O que diferencia ela de humanos é apenas fluxos de sangue e pixels? Ou até que ponto ainda é ser humano? Há uma linha imaginária que determina o limite entre o real e o virtual? Estas são algumas questões que vêm sendo levantadas ao longo dos anos, mas que nunca obtiveram uma resposta concreta. Isso

leva a pensar que o ser humano, talvez, não queira uma versão melhor de si, mas sim o poder da criação de uma nova classe de vida.

No entanto, o que é vida se não possuir as necessidades próprias de sentidos que as terminações nervosas do corpo humano obtêm? Esta ideia paradoxal é facilmente comprada pela indústria do cinema e não é uma coincidência o gênero ficção científica ser tão popular. Não é surpresa que o filme do diretor Ridley Scott, baseado nos contos do escritor americano de ficção científica, Philip K. Dick, *Blade Runner: O Caçador de Androids* (1982), ou o jogo da Quantic Dream, *Detroit: Become Human* que discute exatamente o direito à vida de uma nova raça e projeções emotivas em *androids* serem famosos ou procurados pelos amantes do tema.

Segundo a autora Donna Haraway (2020), ao carregar o pensamento de que estão surgindo novas raças pelos próprios seres humanos, é reconhecer aquele personagem como algo vivo, e é neste ponto que Miquela intensifica ainda mais estes questionamentos, pois é um ponto de convergência com o mundo digital. Criada para parecer ter vida própria e independência “humana”, ela rompe a barreira do que conhecemos como simulação do imaginário, ou seja, uma fantasia, e se torna uma fusão entre os dois mundos: real e virtual, popularmente falando, um ciborgue. “Um organismo cibernético, um híbrido de máquina e organismo, uma criatura de realidade social e uma criatura de ficção”.

Sendo assim, há uma relação simétrica entre o real e o imaginário, tendo uma construção imaginativa acerca do conceito que traz uma análise sobre essa modernidade e de como há uma ressignificação do corpo, principalmente o feminino. Também afirma que para compreender a forma híbrida de existência e atuação em sociedade de um ciborgue, não se deve limitar ou tentar definir em apenas uma realidade. No caso de Miquela, ela está coexistindo entre o real e o digital que também pode ser imaginário. A existência da modelo parte de uma dupla perspectiva existencial, fazendo interagir entre o mundo ficcional com a realidade social. Como diz Haraway (2000), “com o ciborgue, a natureza e a cultura são reestruturadas: uma não pode mais ser o objeto de apropriação ou de incorporação pela outra. Em um mundo de ciborgues, as relações para se construir totalidades, a partir das respectivas partes, incluindo as da polaridade e da dominação hierárquica, são questionadas”.

Pensar na Miquela como um ser dual é mais palpável e importante do que buscar defini-la. Entretanto, para Lucia Santaella (2007), o pós-humanismo permite uma ilusão obscura semeando o solo fértil que a Internet apresenta, exemplo disso seria a tecnologia utilizada para a realização de fetiches ou semelhantes. Ela acredita que a evolução tecnológica

permite um pós humano transitório, na busca de superar fragilidades e vulnerabilidades que existem na condição humana, bem como, o nosso destino para o envelhecimento e a morte. Os corpos pós humanos são uma substituição dos humanos que evidentemente se encontram obsoletos em relação a toda tecnologia imposta diariamente.

“A meu ver, além de simplista, reducionista, essa compreensão é ilusionista. Embora professe a ideia de uma evolução do ser humano biológico para um ser liberto dos limites do orgânico, falta a esse tipo de compreensão justamente uma visão mais clara do próprio evolucionismo e também do desenvolvimento antropológico da constituição simbólica do ser humano.” (SANTAELLA, 2007, p. 133).

Destarte, essa dualidade e possível substituição humana resulta na "Teoria do Vale da Estranheza", proposta pelo engenheiro de robótica Masahiro Mori em 1970¹⁶. Segundo ele, quanto mais um robô se parece conosco (mas que ainda seja possível de identificar que se trata de uma máquina) maior é a rejeição humana, a ponto de se chegar no temor. Por outro lado, quando não é possível identificar o que é robô e o que é humano, a reação é mais positiva. Não se sabe explicar exatamente por que a consciência humana reage de tal maneira, porém, a tecnologia como qualquer obsessão da humanidade, é alvo de especulações e mexe com o imaginário popular.



Imagem 05. Miquela entre humanos no clipe de “Hate Me”, com o artista Baauer. Disponível em <https://youtu.be/hYRD0OYSL3w>. Acesso em 22 de setembro de 2020.

¹⁶ Disponível em <<https://tecnoblog.net/meiobit/16290/o-vale-da-estranheza/>>. Acesso em 12 de setembro de 2020.

Quando Miquela surgiu, muito se debateu sobre as razões de sua vivência. Alguns acreditavam que se tratava de uma estratégia de *marketing* da série de jogos de simulação *The Sims*, da EA¹⁷, ou que seria apenas um experimento social. O fato é que Miquela permanece proeminente, e é facilmente adaptável às circunstâncias, até mesmo imune às limitações humanas. Contextuando o atual cenário mundial, a maioria dos *influencers* está recluso devido à COVID-19, visto que é uma pandemia que tem o seu contágio marcado pelo contato humano. Miquela, por ser virtual, está livre disso e continua exercendo o seu trabalho.

Inclusive, Paula Sibilia afirma em “O Homem Pós-orgânico: Corpo, Subjetividade e Tecnologias Digitais” (2002), que a questão apresentada sobre o corpo humano se tornar obsoleto afirmando que o cenário atual é de inauguração ou pós evolução humana, que supera velocidade e eficácia dos lentos ritmos do desenvolvimento natural. Para ela, o Homem está inserido em um novo contexto social e tecnológico que apresenta paradigmas acerca da existência e claramente possui conflitos éticos sobre o que é ser humano.

“As novas potências dos homens contemporâneos parecem estar marcando uma ruptura, que muitos começam a apontar como o fim da humanidade (seja celebrando-o ou condenando-o) e o início de uma nova era: a pós-humanidade. Pois somente agora a criatura humana passaria a dispor, de fato, das condições técnicas necessárias para se autocriticar, tornando-se um gestor de si na administração do seu próprio capital privado e na escolha das opções disponíveis no mercado para modelar seu corpo e sua alma. Outro corte radical emerge da dissolução das velhas fronteiras entre o organismo natural – o corpo biológico – e os artificios que a tecnociência coloca nas mãos do novo demiurgo humano para que ele conduza a pós-evolução, não apenas em nível individual como também quanto à espécie, hibridizando-se com as diversas próteses bioinformáticas que já estão à venda.” (SIBILIA, 2002, p. 15).

No entanto, quando Santaella (2007) descreve que, se ao aceitar a nova geração, por exemplo, os *CGI Influencers*, podem resultar um terceiro ciclo evolutivo do *sapiens sapiens*, desta vez completamente tecnológico. Deve-se levar em consideração todo o questionamento levantado ao longo deste ensaio, porque o Homem vem desde a sua forma primitiva descobrindo e criando, de certa forma, eternizou uma capacidade simbólica do humano. Em contrapartida, é inegável que o ser natural é limitado em seus sentidos e no que lhe mantém vivo, mas e se não existisse essa validade, se não existisse a limitação? Em uma criação narcisista, o engenheiro japonês Hiroshi Ishiguro, diretor do laboratório de inteligência robótica

¹⁷ Disponível em <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-49917748>>. Acesso em 12 de setembro de 2020.

da Universidade de Osaka, no Japão, criou um robô humanoide que é praticamente um clone do pesquisador e que pode ser controlado por ele de forma remota, chamado Geminoid.

O engenheiro relatou ter realizado constantes procedimentos estéticos para ficar parecido com o robô que é um clone seu, pois está envelhecendo. Isto traz a persistente questão paradoxal de que, quando o engenheiro falecer, quem controlará o robô? E quando controlado será uma evolução nova do engenheiro falecido? Para Ishiguro (2018), ao apresentar uma nova tecnologia, deve ser pelo gênero feminino, pois é comprovado cientificamente que é a primeira forma de vida com quem uma pessoa consegue interagir sem temor. Talvez isso nos leve a crer sobre a percepção da criação vir do materno, do ser feminino.

Sabe-se que o intuito dos avanços tecnológicos também é potencializar a produtividade humana. Inúmeras teorias acercam sobre essa possibilidade de uma nova classe de espécie dentro da evolução humana, mas não se deve esquecer que o Homem é o causador disso. Ele também é responsável por esse paradigma existencial persistir e apesar de ser debatido, é um limbo de hipóteses de distintas bolhas sociais que opinam sobre o existencialismo dual que acerca a sociedade informacional. É neste contexto que, Miquela (2019), em uma entrevista concedida pelo Estadão, afirmou que se sente machucada quando falam que ela não é real, e conta que a realidade dela é diferente da humana, mas que por ser diferente não deve ser invalidada. Além de que também reforça uma representação e visibilidade robótica. Se a Miquela existe ou não, cabe a quem a observa dizer.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inicialmente buscou-se conceituar a dual realidade de Miquela. Contudo, ao longo do estudo para o desenvolvimento deste ensaio, percebeu-se que resultaria, de certa forma, subestimar ou reduzir Miquela em apenas um rótulo. Todavia, a modelo e cantora que até então permanece em uma existência totalmente *online*, mostrou-se ser um estudo paradoxal completamente fascinante, e como apresentado anteriormente, um fenômeno. Como ela mesma diz sobre sua realidade em uma entrevista para o Estadão, em 2019: “Talvez a minha existência seja evidência de um tipo diferente de real. Não estou falando do mesmo real que humanos experimentam, mas isso não significa que eu não seja real de alguma forma. Quer dizer, você está interagindo comigo, você está formando pensamentos baseados em imagens de mim. Então eu existo em sua mente”.

A nova geração híbrida que a Miquela faz parte, apresenta uma nova percepção de existência, entretanto, isso não quer dizer que seja melhor ou pior que a do ser humano, mas que é diferente o processo de vivência que, como este, consiste em uma presença virtual. Neste diálogo entre Comunicação, Tecnologia e Antropologia, como Donna Haraway afirma, tentar definir o desconhecido talvez seja limitar o entendimento do mesmo, pensar em suas implicações, ideais e simbologias provoca uma nova demarcação de realidade em que se coexiste e até mesmo os humanos possam ser reposicionados por máquinas que precisam a cada dia menos de fios ou assistência humana.

Entretanto, a realidade híbrida é exposta e coexistida em sociedade, mas ressalta-se a necessidade emergencial em pensar também no impacto social e cultural nas pessoas, que também é consequência do uso extensivo das mídias sociais e todo o universo de possibilidades que ela apresenta. O que se sabe, talvez, é que a modelo representa um marco, não apenas digital, mas real e vivo, seja na mente ou no celular. Diferente dos humanos, Miquela ainda está sujeita a qualquer tipo de alteração e melhoria em seu desenvolvimento.

As questões apresentadas no ensaio se dão por humanos, frutos de reações químicas e orgânicas frente à evolução tecnocientífica que pode um dia não precisar de reparos. Ação esta que poderia dizer muito sobre o existencialismo e pode causar confronto como raça. Os argumentos levantados ao longo do texto, mostram que a geração de *CGI Influencer* é, além de um fenômeno, também uma convergência de realidades ainda desconhecidas. Se as escolhas estéticas de quem a criou representam a contemporaneidade, quem dirá como a mesma será no futuro? Talvez seja possível pensar que Miquela pode ser outra pessoa, irreconhecível na atualidade. Ou que alguém poderá ultrapassá-la. Ou talvez que todos nós sejamos, também, Miquela.

REFERÊNCIAS

Ascensão do Influenciador da IA: conselhos para os pais sobre personalidades on-line ‘perfeitas’. Internet Matters, Londres, 24 de dezembro de 2019. Disponível em <<https://www.internetmatters.org/pt/hub/news-blogs/rise-of-the-ai-influencer-advice-for-parents-on-picture-perfect-online-personalities/>>. Acesso em 18 de agosto de 2020.

BARTOLO, Ana Beatriz; BAUMGRATZ, Heloisa; FERNANDES, Matheus; SANTANA, Pablo. **‘Me machuco quando dizem que não sou real’, diz influencer Lil Miquela.** Estadão Arte. São Paulo, 16 de julho de 2019. Disponível em <<https://arte.estadao.com.br/focas/estadaoqr/materia/lil-miquela-influencer-digital-entrevista>>. Acesso em 21 de setembro de 2020.

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. Vol. 1 – A Sociedade em Rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

GEERTZ, Clifford. **O Saber local.** 10ª edição. Petrópolis: Vozes, 2008.

GUGELMIN, Felipe. **Veja a evolução da indústria de animações em CGI.** Tecmundo. São Paulo, 14 de julho de 2014. Disponível em <<https://www.tecmundo.com.br/tecnologia/59047-veja-evolucao-industria-animacoes-cgi.htm>>. Acesso em 12 de setembro de 2020.

HARAWAY, Donna. **A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-feminism in the Late Twentieth Century, in Simians, Cyborgs, and Women. The Reinvention of Nature.** New York: Routledge, 1985.

KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores Digitais: conceitos e práticas em discussão.** São Paulo, ed. especial: Faculdade Cásper Líbero, 2017

Lil Miquela, a influencer que tem 1,5 milhão de seguidores, mas não existe. BBC News Brasil. São Paulo, 3 de outubro de 2019. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-49917748>>. Acesso em 12 de setembro de 2020.

SANTAELLA, Lucia. **Pós Humano – por quê?** São Paulo, REVISTA USP: junho / agosto de 2007.

SIBILIA, Paula. **O Homem Pós-orgânico.** Rio de Janeiro, Relume-Dumará, 2002.

TAGIAROLI, Guilherme. **Robôs entre o bem e o mal.** Uol Tab. São Paulo, 17 de agosto de 2020. Disponível em <<https://tab.uol.com.br/edicao/humanoides/>>. Acesso em 20 de agosto de 2020.



The Creators Shift. Medium. São Paulo, 15 de dezembro de 2015. Disponível em <<https://medium.youpix.com.br/the-creators-shift-26bacab84308>>. Acesso em 21 de setembro de 2020.

VIEIRA, Nathan. **Digital influencers: afinal, o que é ser um influenciador nas redes?** Canal Tech. São Paulo, 20 de abril de 2020. Disponível em <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/digital-influencers-afinal-o-que-e-ser-um-influenciador-nas-redes-162554/>>. Acesso em 20 de agosto de 2020.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: Planejamentos e Métodos.** Porto Alegre, 2 ed: Bookman, 2001.