



---

**Metaverso e gamificação<sup>1</sup>**  
**Metaverse and gamification**

Dinis Ferreira Cortes

**Palavras-chave:** Mídia; Metaverso; Gamificação; Avatar; Materialização da Experiência Mental.

A presente proposta de pesquisa busca investigar a constituição de metaversos, a criação de avatares e a gamificação. Temos como princípio uma observação sobre conceitos que são deferidos a partir da ambiência midiaticada (Gomes, 2017) e metaversos. A ambiência midiaticada (Gomes, 2017) é um enorme paradigma que enfrentamos, suas regras e modelos de funcionamentos são complexos e nos carregam para uma visão de um universo que mescla o físico ao digital. Sua formação é de fato um novo ser híbrido que corporeamente faz dessa ambiência não lugares distintos, mas sim um conjunto de representações do seu eu.

O metafísico significa além do físico, que “transcende a natureza física das coisas” (Oxford, 2022), ou seja, podemos considerar que o metaverso é além do nosso próprio universo. O metaverso é um termo que foi primeiramente elaborado por Neal Stephenson no livro de ficção científica *Snow Crash* publicado em 1992. Na história criada por Stephenson, o protagonista é um entregador de pizza no mundo físico e um samurai no mundo virtual.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao V Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.



# Anais de Resumos Expandidos

## V Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

Em outubro de 2021, a empresa detentora da rede social Facebook trocou de nome para Meta. Isso gerou uma grande repercussão sobre o termo metaverso, usos e significados. Mark Zuckerberg proprietário da Meta ao repaginar a empresa, quis também conceituar o que na realidade não é nenhuma novidade no meio tecnológico. Zuckerberg quer transformar a Meta em um universo digital que mescle o real com o digital, utilizando ferramentas como óculos de realidade virtual e smartwatches.

Fazemos esse contraponto aqui, pois a visão da Meta condiz com alguns fatores que já existem no cotidiano da relação humano-máquina, é algo muito similar a experiência que encontramos dentro de alguns tipos de games.

Games possuem construções de universos temáticos, no qual inserem o seu interagente em um ambiente com representações através de avatares. O metaverso nos games é um espaço simulado, mas tematizante. Ele não busca necessariamente reproduzir o que é a vida física do interagente para dentro de uma realidade virtual, mas sim busca inserir os jogadores em um metaverso temático, com características personalizáveis de seus avatares, mas considerando todas as limitações que são possíveis através do acoplamento da experiência de midiatização no ambiente criado e distribuídos pelos produtores dos games.

No início do século 21, tivemos durante um tempo no Second Life uma experiência inicial do que seria um metaverso em rede, onde através de um game conectado pessoas e empresas poderiam se inserir e interagir nesse ambiente. Second Life foi somente um passo para o que veríamos posteriormente com o crescimento exponencial da criação de games em rede, jogos no qual é possível ter uma personalização tanto estética como roupas, skins mas também a personalização dos processos narrativos e quais características queremos ver nos personagens que utilizamos.

Elementos que nos colocam para dentro da ambiência em midiatização destacam uma nova era de imersão ao processo do midiático com o humano. Desde um GPS que nos guia escolhendo caminhos por onde devemos ou não percorrer para chegar a um



# Anais de Resumos Expandidos

## V Seminário Internacional de Pesquisas em Miatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

determinado destino, até mesmo controle de batimentos cardíacos, bem estar do sono, o que ler de notícias dentro do seu núcleo (ou bolha) informativa. São vários elementos que trazem uma representatividade como um todo dentro do universo digital no qual somo emergidos. Dispositivos e ferramentas que trazem para o lado humano mais e mais características dos processos midiáticos e por sua vez se tratando da rede online de algoritmos.

Citamos os algoritmos aqui como uma parte fundamental do funcionamento da sociedade pois é a partir deles que muitas decisões são tomadas no dia a dia, como escolher colocar uma roupa diferente por saber que vai fazer frio ou onde e o que pedir para o jantar. Esse processo de imersão através de vários elementos nos coloca a um passo do que podemos chamar de metaverso, são questões situacionais, mas que refletem em como é traçada a relação entre a miatização e o universo real, que como Gomes (2017) retrata se funde nessa ambiência em miatização.

Temos dentro dos processos midiáticos perfis que são modelados e remodelados a cada instante, a cada interação. O avatar se complexificou a partir de como a miatização acaba sendo mais abrangente. Os games acabam trazendo um metaverso que considera não somente reprodução do real para o virtual, mas sim nessa mescla em todos os sentidos, sentimentos e marcas da experiência mental de presença e representatividade em miatização.

A miatização certamente não é um processo universal que caracteriza todas as sociedades humanas, do passado e do presente, mas é, mesmo assim, um resultado operacional de uma dimensão nuclear de nossa espécie biológica, mais precisamente, sua capacidade de semiose [...] A capacidade semiótica de nossa espécie se expressa na produção do que chamarei de fenômenos midiáticos, consistindo da exteriorização dos processos mentais na forma de dispositivos materiais. Fenômenos midiáticos são, de fato, uma característica universal de todas as sociedades humanas (VERÓN, 2014, p. 14).

A ambiência (GOMES, 2017) que se constitui reforça as diferentes lógicas que ali estão em jogo e que por vezes não são traduzíveis. Sendo assim, “se o ambiente se



# Anais de Resumos Expandidos

## V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

---

refere ao processo sócio-semio-técnico em que os objetos são visíveis, a ambiência remete aos fluxos emocionais e energéticos que se situam além dos percursos observáveis” (FERREIRA, 2017, p. 113).

O modo online de games como Red Dead Redemption 2 trouxe novas utilidades aos próprios games como um espaço de experiência através do avatar. O game, que é de um mundo aberto com enorme mapa, se passa em um velho oeste onde é possível jogar com outros jogadores explorando, o mapa e interagindo com amigos para executar atividades nesse universo criado. Durante a pandemia de Covid-19 em 2020, onde muitas empresas buscaram refúgios em reuniões em plataformas de streaming como Zoom e Skype, um grupo de uma empresa na Inglaterra passou a fazer as reuniões através do game Red Dead Redemption 2<sup>2</sup>, onde poderiam ficar imersos sentados com seus avatares em bancos em volta de uma fogueira ou sair caminhando e até mesmo cavalcando pelo vasto campo do mapa do game. Viviane Schwarz membro da empresa e que participou das reuniões relatou que por vezes aconteciam alguns equívocos dentro do game, já que a proposta do game não é de fazer reuniões de amigos especificamente. Então, você tinha por exemplo a intenção de sentar em volta da fogueira e sem querer apertava o mesmo botão que poderia estrangular um amigo dentro do game. A apropriação no caso acabava sendo atrapalhada pelo metaverso criado, mas a experiência era por vezes adaptada ao que era possível dentro dos limites do algoritmo do game.

O avatar pode ser simples ou extremamente complexo como podemos perceber em games. Alguns possuem funções de personalização meramente estética dentro do games, mas podem representar até mesmo tipos de sentimentos, ética e caráter dos

---

<sup>2</sup> Notícia do site Jovem Nerd: <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/jogadores-estao-usando-red-dead-redemption-2-para-fazer-reunioes-de-trabalho-na-quarentena/> Acesso em: 20/02/2022.



# Anais de Resumos Expandidos

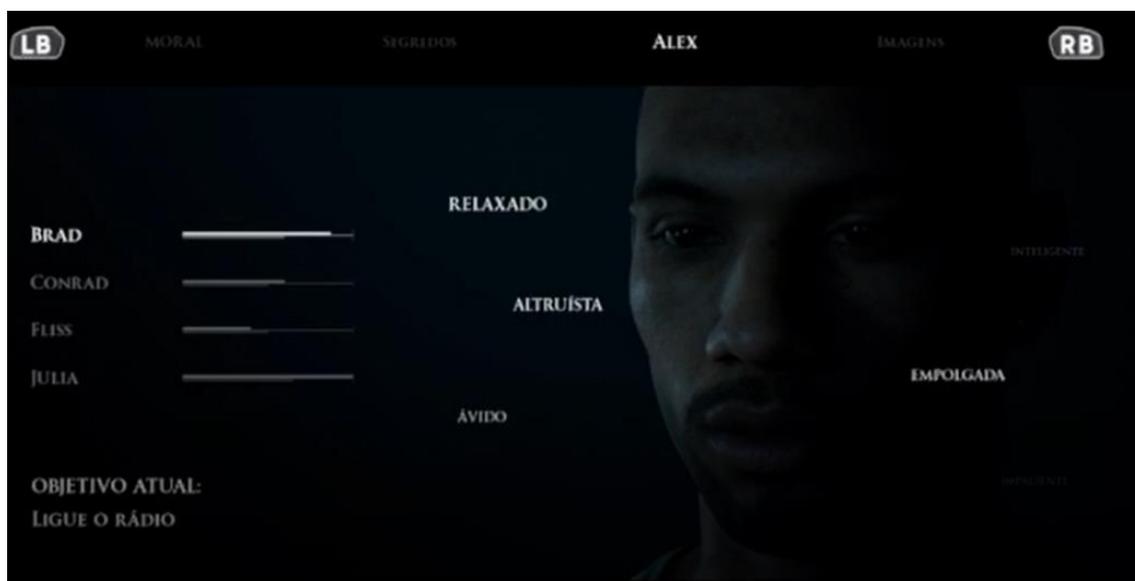
## V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

personagens em construção dentro do processo de apropriação dos jogadores. Em na série de games The Dark Pictures – Man of Medan a representação dos personagens é moldada através das escolhas de esquemas narrativos, isso fornece ao interagente como resultado uma profundidade da sua experiência através de características como ser relaxado, altruísta, ávido e empolgado como na simulação a seguir.

Figura 1 - Características do personagem Alex no game Man of Medan



Fonte: The Dark Pictures Man of Medan em Steam (2022).

O resultado da personalidade é alterado conforme a sua imersão ao processo através das escolhas, isso redireciona a narrativa para caminhos diferentes dentro da obra, no caso do game (CORTES, 2022).

Imaginar o metaverso como um ambiente onde podemos conciliar trabalho, relacionamentos, vivenciar shows musicais, fazer compras em shoppings virtuais, essa é uma realidade que se pararmos para analisar ela já acontece em fragmentações através das ferramentas que existem como redes sociais, aplicativos de compras, transmissões de shows através de sites de streamings. Entretanto o que nos coloca em real



---

aproximação com uma experiência de andar e imergir por dentro do universo digital nada mais é que a gamificação desse processo.

Na visão de Deterding (2011), o conceito de gamificação aparece como sendo a utilização de elementos de design de games em experiências que não são jogos. A proposta do autor remete aos processos e práticas que conduzem o interagente estrategicamente de um ambiente com suas regras de funcionamento estabelecidas para um ambiente motivacional onde através da gamificação são alcançados melhores desempenhos estratégicos.

Olhando para os processos em mídiatização a gamificação abrange uma enorme gama de estruturas e dispositivos midiáticos que adentram a ambiência mídiatizada contemplando uma nova forma de ser no mundo (GOMES, 2017).

## **Referências**

CORTES, Dinis Ferreira. Narrativas, algoritmos e o controle tentativo no processo de gamificação: dos agenciamentos dos processos à materialização da experiência mental. São Leopoldo/RS: UNISINOS, 2022 (tese de doutorado).

DETERDING, Sebastian. Situated motivational affordances of game elements: A conceptual model. In: CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. Vancouver, 2011.

FERREIRA, Jairo. As metamorfoses da circulação dos fluxos às questões de reconhecimento. In: CASTRO, Paulo César. A circulação discursiva entre produção e reconhecimento. EDUFAL, 2017.

GOMES, Pedro Gilberto. Dos meios à mídiatização: um conceito em evolução. São Leopoldo/RS: Editora Unisinos, 2017.

VERÓN, Eliseo. Teoria da mídiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. Matrizes: São Paulo, 2014.