

**SOMOS TODOS HUMANOS
UMA ANÁLISE DA PERSONAGEM VIRTUAL NOONOOURI NA REDE SOCIAL
INSTAGRAM¹**

**WE ARE ALL HUMAN
AN ANALYSIS OF THE VIRTUAL CHARACTER NOONOOURI ON THE INSTAGRAM
SOCIAL NETWORK**

Rogério Luiz Boccuzzi²

Resumo

Neste artigo nos propomos a examinar os personagens virtuais que circulam nas redes sociais e suas verossimilhanças com a realidade. Nessa investigação enfatizamos as construções das identidades e linguagem utilizadas, considerando esses seres criados em computador um fenômeno emergente. Realizamos uma análise crítico construtiva de cunho comunicacional da personagem virtual @noonoouri no Instagram e suas performances comunicacionais que manifestam interações com seus seguidores. Nossa proposta é mostrar como as estratégias na construção das identidades de personagens virtuais são semelhantes à de pessoas reais e podem conviver no ciberespaço com seres humanos, ampliando o debate sobre a existência desses seres no mundo virtual.

Palavras-chave: Redes sociais. Cibercultura. Personagens virtuais. Noonoouri.

Abstract

In this article we propose to examine the virtual characters that circulate on social networks and their similarities with reality. In this investigation, we emphasize the constructions of identities and language used, considering these beings created on computers an emerging phenomenon. We carried out a constructive critical communicational analysis of the virtual character @noonoouri on Instagram and her communicational performances that manifest interactions with her followers. Our proposal is to show how the strategies for constructing the identities of virtual characters are similar to those of real people and can coexist in cyberspace with human beings, expanding the discussion about the existence of these beings in the virtual world.

Keywords: Social media. Cyberculture. Virtual characters. Noonoouri.

1. Introdução

No atual contexto comunicacional contemporâneo, não há como não evidenciar a transformação na maneira como nos relacionamos e nos expressamos através das redes sociais digitais.

¹Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Mídias terciárias: o humano capturado pela rede midiática, do VIII ComCult, Faculdade de de Filosofia, Comunicação, Letras e Artes da PUC, São Paulo – Brasil, 16 a 18 de novembro de 2023.

²Rogério Luiz Boccuzzi - mestrando PPGCOM ESPM – robocc@gmail.com.

As plataformas de redes sociais amplificaram significativamente a capacidade de indivíduos comuns de projetar suas vozes e disseminar suas ideias, reflexões e valores em uma escala global, desempenhando um papel ativo na esfera pública digital.

Temos hoje um cenário que facilita a participação dos sujeitos marcado pelo “[...] choque da inclusão de amadores como produtores, em que não precisamos mais pedir ajuda ou permissão a profissionais para dizer as coisas em público” (Shirky, 2011, p. 50).

A elaboração de códigos de comunicação modernos estabelece uma temporalidade que é característica no ambiente virtual, impulsionando a velocidade das relações e interações sociais permitidas pelos sites de redes sociais digitais. Como parte integrante do processo de criação no contexto hiper midiático que estamos inseridos, as subjetividades nas redes sociais aliado ao algoritmo¹ determina nossa relação com o universo virtual e identidades virtuais.

Para existir no mundo virtual, as pessoas têm que construir suas identidades com base nas características reais, humanas e a construção de uma identidade virtual se baseia na relação do ser com o mundo real e suas características biológicas, ou como elas querem se apresentar virtualmente para o mundo. Essa criação da sua própria identidade virtual na rede social é livre e não requer muitas habilidades.

Nesse sentido, podemos sugerir a identidade como um processo de apresentação e atribuição de qualidades a um sujeito, com base na sua cultura, aparência, atitudes e expressão dos seus valores. Essas qualidades, embora não possuam correlação absoluta com a realidade, constituem protótipos socialmente definidos que reúnem as diversas características do que se pode chamar de “eu”. Esse “eu” projetado no interior do enunciado é a instância do narrador, construindo a história do enunciador, o ator da enunciação (Fiorin, 2004).

A construção de nossos discursos nas redes sociais é influenciada pela nossa história individual e pelo contexto sociocultural em que estamos inseridos. No ambiente virtual, cada publicação é um ato de enunciação que revela aspectos da identidade do enunciador. Fiorin (2004) salienta a importância da relação entre enunciador e enunciatário, que nas redes sociais é frequentemente moldada pela expectativa de interação e pelo desejo de validação social. Ao

¹ Os algoritmos das redes sociais identificam quais publicações devem ser entregues para mais ou menos pessoas. Eles decidem como ranquear os resultados de um feed a partir do grau de relevância daquele conteúdo para cada usuário. (<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-funcionam-os-algoritmos-das-redes-sociais>).

criar enunciados nas redes sociais, estamos constantemente negociando nossa identidade e posição social. Assim, as redes sociais tornam-se um palco dinâmico onde a enunciação é simultaneamente pessoal e coletiva, refletindo tanto nossa singularidade quanto nossa inserção em um contexto social mais amplo.

As plataformas de redes sociais têm um formato intuitivo e que permite a qualquer pessoa com um computador ou smartphone criar sua identidade em um processo modulatório intimamente relacionado com a maneira como o indivíduo se coloca na rede. Mesmo com toda essa liberdade, essa identidade virtual passa por uma aceitação e afirmação de outros usuários, que serão os juízes para determinar o seu sucesso ou fracasso dentro das plataformas através dos valores apresentados. As redes sociais evoluem através da disseminação de conteúdo gerado pelos usuários, englobando uma diversidade de narrativas manifestadas em formatos como fotos, vídeos e textos. Estas plataformas oferecem diversas ferramentas sofisticadas permitindo a criação e edição de conteúdo, incluindo a aplicação de efeitos visuais e sonoros.

Tomando-se por base as pessoas e identidades que participam das redes sociais, questionamos as estratégias na formação de identidades humanas-virtuais dos personagens virtuais, especificamente no Instagram e que interagem com outras pessoas nesse ciberespaço.

A reflexão sobre as características da corporalidade no ciberespaço enquanto zona de interface virtual, e sua consequente dissolução e disseminação, nos faz pensar como se delineia a produção de identidades desses personagens virtuais.

É nesse ciberespaço que se pode produzir um avatar, ou um personagem virtual. Santaella define os avatares como "cibercorpos digitais que emprestam suas vidas simuladas para o transporte identificatório de usuários para dentro dos mundos paralelos do ciberespaço" (Santaella, 2003, p. 190).

Para que um personagem virtual cumpra o seu motivo de existência, sua criação deve envolver estratégias sólidas de comunicação. Assim como nossa identidade é colocada a prova nas redes sociais influenciando a gestão da nossa imagem pessoal, com os personagens virtuais não é muito diferente, julgamo-los a partir das suas repercussões positivas ou negativas e observamos a relação que criamos com este novo universo estético.

O personagem virtual descrito neste artigo é um ser digital criado em computador (CGI – *computer-generated image*) e não tem autonomia para desenvolver uma consciência

verdadeira, não vivencia um universo real, e não tem os sentimentos desenvolvidos por situações reais. Destacamos ainda que esses seres analisados são diferentes de avatares de marcas (brand personas), alter egos de celebridades ou seres criados por inteligência artificial (AI). Assim, esses seres simulam a própria consciência e tem uma personalidade definida a partir de uma análise de dados de comportamentos do mundo real pelos seus enunciadores.

Nesse contexto, examinamos a personagem virtual Noonoouri (@noonoouri) na rede social Instagram e argumentamos como este ser criado em computador reflete um sistema virtual reimaginado, definido por uma equipe multidisciplinar humana, com suas características miméticas e de simulacro.

Apresentaremos a trajetória da criação da personagem virtual Noonoouri e suas razões de existência. Depois, realizamos um estudo de caso em dez publicações da personagem durante o mês de outubro de 2022 no Instagram e suas performances comunicacionais para entender suas estratégias de construção de identidade.

2. Artificial e humano

Noonoouri é um CGI (*computer-generated image*) criado por uma equipe de artistas 3D humanos e sua identidade faz parte de seu enredo complexo que a faz um personagem virtual habitante do ciberespaço das redes sociais. Os seus administradores usam tecnologias avançadas para melhorar sua realidade com composições de imagens que misturam o real e o virtual em cenas editadas, colocando-a no mundo virtual ao lado de pessoas reais que participam do contexto da vida cotidiana, transmitindo equivalência. Ela aparece em cenários reais e artificiais, despertando no imaginário a aceitação de que aquilo é possível por se tratar de uma personagem virtual. Sua eficácia discursiva está na forma natural que se coloca em diversas situações, com textos curtos e objetivos, chamando a atenção do público através da sua irreverência e qualidade das produções visuais.

Nas palavras de Fiorin, “o enunciatário não adere ao discurso apenas porque ele é apresentado como um conjunto de ideias que expressam seus possíveis interesses, mas, sim, porque se identifica com um dado sujeito da enunciação, com um caráter, com um corpo, com um tom”. (Fiorin, 2004)

O autor argumenta:

Quando se projeta um **eu** no interior do enunciado, de tal forma que se diga **Eu digo que a Terra gira em torno do Sol**, haverá ainda assim uma instância pressuposta que terá produzido esse enunciado. **Eu digo (Eu digo que a Terra gira em torno do Sol)**. Isso implica que é preciso distinguir duas instâncias: o **eu** pressuposto e o **eu** projetado no interior do enunciado. Teoricamente, essas duas instâncias não se confundem: a do **eu** pressuposto é a do enunciador e a do **eu** projetado no interior do enunciado é a do narrador. Como a cada **eu** corresponde um **tu**, há um **tu** pressuposto, o enunciatário, e um **tu** projetado no interior do enunciado, o narratário. Além disso, o narrador pode dar a palavra a personagens, que falam em discurso direto, instaurando-se então como **eu** e estabelecendo aqueles com quem elas falam como **tu**. Nesse nível, temos o interlocutor e o interlocutário. O enunciador e o enunciatário são o autor e o leitor. Cabe, porém, uma advertência: não são o autor e o leitor reais, em carne e osso, mas o autor e o leitor implícitos, ou seja, uma imagem do autor e do leitor construída pelo texto. (Fiorin, 2004).

Essa construção de identidade e a diversidade dos assuntos tratados em suas publicações estão ligadas ao seu público, que adere ao personagem como um ser neutro e simples, sem ligações políticas e polêmicas.

O *ethos* apresentado por Noonouri é de uma jovem moderna, que viaja pelo mundo, conhece as pessoas mais influentes e famosas, tem gostos apurados, defende causas sociais, se importa com o mundo que vive e ainda exprime sua sexualidade sem ser vulgar. Ela é simpática, atraente, está sempre bem-vestida com roupas de grifes famosas, tem gosto pela arte e aparece em localidades conhecidas ao redor do mundo. O *ethos* é uma imagem do autor, não é o autor real, é um autor discursivo, um autor implícito (Fiorin, 2004, p. 120).

A hiper-realidade criada pela personagem mistura o real e o virtual em processos de simulações. Segundo Baudrillard, o que o simulacro copia ou não tinha original ou não tem mais original, pois o simulacro significa algo que não é e, portanto, deixa o original impossibilitado de ser localizado (Baudrillard, 1991). O autor ainda destaca: “um simulacro não é uma cópia do real, mas se torna a verdade por si só: o hiper-real” (Baudrillard, 1991).

Chegamos a um estágio avançado de desenvolvimento das tecnologias sociotécnicas e imagéticas, no qual a precedência da representação sobre a realidade não é apenas evidente, mas a simulação pode confundir as ordens previamente estabelecidas.

A revolução digital é uma revolução comunicativa que mudou, pela primeira vez, a forma de repasse das informações antes feitas através do teatro, cinema, TV, por aquela tecnologicamente interativa e colaborativa. Surge não somente uma nova forma de interação, consequência de uma inovação tecnológica que altera o modo de comunicar e seus significados, mas também as características de uma nova arquitetura social que estimula inéditas práticas interativas entre nós e as tecnologias.

Estamos hoje em uma era de conexões com seres virtuais diversos. Entre *chatboots* e assistentes virtuais, interagimos com recursos tecnológicos desenvolvidos e programados para realizar ações antes feitas por humanos.

Para Primo (2003) há duas formas de interação: a interação mútua e a interação reativa. Na interação mútua, o encaminhamento da relação é negociado durante a interação, considerando que cada comportamento é construído em virtude das ações anteriores. Ou seja, os interagentes se transformam mutuamente durante o processo, e essa relação construída entre eles vai sendo modificada a cada novo intercâmbio estabelecido. Ele defende que a interação mútua se constrói também em virtude de fatores contextuais. Isso significa que o que ocorre no meio social dos indivíduos influencia na relação desenvolvida entre eles como observamos nas relações de interações com os personagens virtuais.

“Enfim, os processos de interação mútua caracterizam-se por sua construção dinâmica, contínua e contextualizada” (Primo, 2003, p. 112). É como vemos acontecer com os diálogos estabelecidos nas redes sociais na internet, nas quais é imprevisível saber o que os usuários comentarão a partir de uma publicação.

Já a interação reativa depende da previsibilidade e da automatização nas trocas, em que os sujeitos reagem de acordo com as ferramentas disponibilizadas. Primo (2003) ressalta o caráter potencial desse tipo de interação, que só será realizado se não houver interferência. São processos para os quais já existem soluções pré-estabelecidas, em que os resultados gerados só podem ser aqueles e não outros. Ou seja, a reação das “máquinas” é responder ao “comando” programado.

Falamos com um robô pelo telefone durante alguns minutos para tentar resolver nosso problema no banco antes de entrarmos em contato com uma pessoa real. Ativamos o Siri no celular ou a Alexa para realizar funções básicas de controle de gadgets ou buscas na web. Isso não nos desvirtua, porém, de separar uma comunicação produzida por um robô de uma pessoa real que nos atende com características físicas, vozes, entonações e defeitos na comunicação. A criação automatizada desse robô computadorizado é limitada e suas comunicações são padronizadas e previsíveis em uma interação reativa.

Em nossa análise da personagem virtual Noonouri no Instagram, observamos que a criação das comunicações e imagens é sofisticada. As composições das pautas para a criação

das publicações feitas por Noonouri fazem parte do cotidiano, como nas participações em eventos e desfiles de moda, ativando questões sociais, ou posando para fotos ao lado de pessoas reais, despertando a curiosidade do público, o que resulta em mais alguns segundos na visualização e compreensão da peça criativa em foto ou vídeo na rede social.

A liberdade do criador em colocar o personagem como quer, onde quer e quando quer, alinhado com as expectativas do seu público espectador e munido de recursos tecnológicos avançados, faz nossa imaginação viajar nesse tempo-espaço, estimulando a curiosidade e interação com estes seres virtuais.

2. Criando uma personagem

Noonouri estreou no Instagram em 1 de fevereiro de 2018 de forma discreta. Seu primeiro vídeo foi produzido com uma espécie de filtro parecido com um vidro ondulado, ainda deixando um mistério pela sua exata aparência, em uma composição de imagens colocadas em sequência que despertaram a curiosidade e instigaram a interpretação. No texto da legenda do vídeo ela apenas cita: “*My journey has only begun*”. Claro que essas palavras não foram escritas por Noonouri, sua imagem, escrita, tom de voz, é administrada por uma equipe de profissionais. Noonouri é uma criação do designer gráfico Joerg Zuber, fundador da agência criativa Opium Effect, localizada em Munique, na Alemanha.

Segundo seu criador, o objetivo principal de desenvolver um personagem virtual em computador é fornecer entretenimento enquanto informa o público em um novo meio de comunicação digital. “O principal objetivo de Noonouri é entreter e informar em um nível diferente de qualidade. Ela é muito orientada para a arte. Quero inspirar as pessoas a pensar fora da caixa e estimular sua criatividade a ir além do imaginável”. (Joerg Zuber).

A partir da sua segunda postagem, feita um dia após sua estreia no Instagram, Noonouri já começa a mostrar seu rosto, olhos, formato do corpo, e as características do seu cibercorpo que habita no tempo-espaço da rede social. A sequência de postagens no Instagram se mantém diária por alguns meses e hoje a personagem tem uma atividade constante com publicações frequentes quase todos os dias. Essa frequência de publicações feitas na rede social quase que ininterruptamente coloca em evidência as condições contemporâneas exigidas pelas

plataformas de redes sociais para os seus criadores de conteúdo, ou *creators*, submetida a regras do algoritmo e a penalidades características do capitalismo de plataforma².

Por se tratar de um personagem virtual, os recursos para a produção dos conteúdos publicados não dependem da personagem em si, mas da equipe que cuida da criação e edição das imagens e vídeos. Essa não-humanidade coloca esses personagens em uma situação de vantagem em relação à exaustão algorítmica³, uma sensação relatada por influenciadores digitais e criadores de conteúdo relacionada aos “problemas psicológicos” vivenciados por eles e gerados pelo ritmo de trabalho que vem sendo ditado pelo que reconhecem como “o algoritmo” (Issaaf Karhawi, 2022).

Noonoouri tem 19 anos de idade e mais de 415 mil seguidores no Instagram. Hoje ela vive em Paris e estampa campanhas de grifes internacionais como Dior, Versace, Marc Jacobs, e faz fotos ao lado de celebridades como a modelo internacional Naomi Campbell, famosas como Anitta, Kim Kardashian entre outros atores, atrizes e celebridades que ela homenageia em seus aniversários com dedicatórias entre outras celebrações que fazem parte do mundo real. Ela é fashionista, vegana, defende a moda sustentável e continua a impressionar com seu visual único, mas só existente na rede social.

A personagem virtual Noonoouri não é a única da sua espécie. Uma quantidade de personagens virtuais está conquistando o mundo nas redes sociais. Entre os mais citados destacamos Miquela Sousa (@lilmiquela), com 2,6 milhões de seguidores no Instagram. Ao contrário de Noonoouri, que tem olhos iguais aos de mangás e uma figura parecida como de uma boneca, Miquela parece ser de verdade. Zuber se decidiu conscientemente contra esse visual real. “Noonoouri é e será um caráter. Todos deveriam reconhecer isto à primeira vista” (Joerg Zuber). Nas palavras de Zuber, “Ela não deveria contribuir para o ideal irrealista de beleza feminina. As pessoas a seguem porque ela é diferente. Com ela, pode-se mergulhar em

² Capitalismo de plataforma é o termo usado para designar um conjunto de atores corporativos (as plataformas) que se apresentam como meros intermediários tecnológico-comunicacionais e que articulam uma relação de serviços e negócios entre indivíduos ou instituições. Refere-se às plataformas que se apresentam ao mercado como intermediadoras tecnológicas entre dois ou mais indivíduos ou instituições, articulando uma prestação de serviços entre esses “usuários” das plataformas, sem que se coloquem como responsáveis pelas relações comerciais e/ou de trabalho estruturadas por elas.

³ Exaustão algorítmica é um termo utilizado para representar o trabalho dos criadores de conteúdo e influenciadores digitais que tem que trabalhar todos os dias da semana para se manterem relevantes nas redes sociais.

um mundo de sonhos”, o criador ainda argumenta que “Personagens digitais devem ser vistos como parte do movimento de diversidade”.

Além de Miquela Sousa, outros personagens virtuais habitam no tempo-espaço das redes sociais como Imma (@imma.gram), Shudu (@shudu.gram), Rae (@here.is.rae), Lucas (@eusouluks), Katii (@katii.katie), Hripsy e Colina (@hripsyandcolina), entre tantos outros criados em diversos países e com personalidades e visões de mundo distintas.



Figura 1. – Personagem virtual Noonouri

Fonte: Perfil @noonouri no Instagram. Acesso em 12 de maio 2023

3. Análise de perfil: Noonouri

Para empreender a análise do perfil de Noonouri, olhamos a esferas distintas de sua produção comunicacional, além de um apanhado geral da trajetória e da construção da personagem. Analisamos as dez postagens feitas durante o mês de outubro de 2022 (tabela 1), como uma maneira de desvendar parte de seu apelo ao público.

A partir de um primeiro olhar dirigido aos comentários de suas fotos e vídeos, é possível ver que o espanto e admiração são reações presentes no momento do contato dos usuários com

o perfil de Noonoori. Esse efeito de estranheza e incerteza na natureza da personagem é um dos fatores que geram engajamento na rede social. Em todas as postagens analisadas não é difícil discernir os públicos que se engajam no perfil da personagem virtual.

Essa construção de um ser virtual a partir de novas tecnologias traz consigo efeitos colaterais que, em geral, inicialmente são desconsiderados em razão do deslumbramento sedutor que as novas possibilidades promovem ou causam medo, resistência e rejeição por trazerem o vislumbre de um futuro desconhecido (Gabriel, 2020). Ainda segundo a autora, este é um ambiente extremamente fértil para a criatividade, de forma que a apropriação e remixagem de conteúdos previamente produzidos possam ser combinados gerando novos conteúdos criativos, que talvez jamais pudessem ser criados sem esse processo.

As outras postagens que figuram em seu perfil possuem lógicas comunicacionais semelhantes entre si. Fotos e vídeos em que Noonoori é apresentada fazendo algo caracteristicamente humano, como se vestindo, usando maquiagem ou desfilando pelas ruas, são constantemente comentadas pelos seus seguidores.

Um aspecto importante do processo comunicacional de Noonoori é sua relação com movimentos sociais e o mundo *fashion*. Ela frequentemente aparece nas principais semanas de moda pelo mundo, veste-se com grifes de luxo e as promove em parcerias pagas. Seu perfil é seguido por celebridades, top models, famosos e suas interações com essas pessoas reais se confundem nesse simulacro.

A personagem virtual, desde a criação de seu perfil em 2018, foi se tornando progressivamente mais realista. Suas primeiras fotos demonstram mais claramente sua natureza de criação em um programa de computador, enquanto as fotos e vídeos mais recentes possuem um grau mais avançado de realismo, com movimentos e expressões mais próximas de um ser humano. A sensação que passa para aqueles que seguem o perfil é que Noonoori vai se tornando progressivamente mais real apesar de continuar com o mesmo visual desde a sua criação. Os seguidores do perfil de Noonoori parecem não se importar com suas imperfeições, a imagem projetada pela personagem e o seu ideal é mais importante para a manutenção dessa ilusão.

Tomando-se por base a análise das comunicações neste período, Noonouri mantém a proposta inicial do seu criador em entreter e informar de forma diferenciada, inspirando as pessoas e estimulando a criatividade para além do imaginável.

DATA	TEMA	CONTEÚDO	LEGENDA
03/10/2022	Desfile da marca Balenciaga durante o Paris Fashion Week	Vídeo com efeitos especiais e cenas do desfile feito durante a semana de moda em Paris. Na abertura uma foto da Noonouri com um piercing no lábio e o rosto coberto por uma sujeira que remete ao cenário do desfile (outro planeta), com a marca Balenciaga escrita na testa. O áudio utilizado é uma música eletrônica com batidas que remetem ao futurismo.	Texto com o nome do desfile: The Mud Show feat. Marcações de produtores, artistas e celebridades como Naomi Campbell
07/10/2022	Woman Life Freedom - conscientização sobre a ação do governo Iraniano em tentar silenciar as mulheres do país.	Tela estática em fundo branco com a frase: "Woman Life Freedom" e a mesma frase embaixo escrita na língua iraniana.	Apenas um emoji com as mãos juntas e a hashtag# NeverBeSilent
10/10/2022	Parceria em divulgação da marca francesa AZ Factory	Foto estática de Noonouri com um vestido vermelho da marca AZ Factory e efeitos especiais simulando um vidro quebrado.	Love is my religion (Amor é a minha religião) e marcação da marca Azfactory
12/10/2022	Divulgação do prêmio Eyes & Ears Europa - prêmio sobre concepção dos meios audiovisuais	Foto estática de Noonouri com um vestido de Roberto Cavalli em uma montagem com bexigas pretas brilhando ao seu redor.	Eyes & Ears of Europe Inspiration Award 2022, com marcação da página do evento, Roberto Cavalli e do produtor Fausto Puglisi.
14/10/2022	Forces of Fashion (em afirmação ao mundo fashion)	Foto estática de Noonouri apoiada com um pé apenas sobre um suporte quadrado e seu corpo em movimento como se estivesse flutuando.	Hashtag #ForcesOfFashion e marcação da Vogue magazine e Sukeina, uma assessora de imprensa.
21/10/2022	Homenagem ao aniversário de Kim Kardashian	Foto estática ao lado de Kim Kardashian com efeitos visuais duplicando a imagem das duas juntas.	My muse, nothem star, luv u Kim (love you). Happy birthday to one of the most hard-working and warm-hearted person I have ever met. (marcação do perfil de Kim Cardashian)
24/10/2022	Manifestação em apoio ao povo judeu	Tela estática com fundo preto com a frase: I support my Jewish friends and the Jewish people. (Eu apoio meus amigos judeus e o povo judeu)	Apenas um emoji com as mãos juntas e a hashtag# NeverForget com a marcação de Jessica Seinfeld (escritora) e Amy Schummer (humorista)
27/10/2022	Divulgação das marcas Zalando Beauty e GCDS	Vídeo editado com efeitos especiais mostrando Noonouri em movimento abrindo várias mini gavetas de um móvel pequeno sugerindo opções de presentes pré-Natal, mas sem mostrar o conteúdo das gavetas..	Pre-xmas BEAUTY delights in every corner (delícias de beleza pré-Natal em todos os cantos). Marcação das marcas Zalando Beauty e GCDS Wear.
28/10/2022	Divulgação da marca Versace	Foto estática de Noonouri com um vestido e bolsa da Versace, com os cabelos esvoaçantes em um fundo neutro, dando destaque para as peças vestidas.	Versace Vun Vriday (entende-se "Fun Friday" - dia da semana da postagem). Marcação da marca Versace e de Donatella Versace (VP do grupo Versace)
31/10/2022	Divulgação da marca Kylie Cosmetics	Vídeo editado com Noonouri vestida de mulher-gato (seriado Batman) com maquiagem sobre o rosto e colorida ao redor dos olhos. Ação com Noonouri em movimento, mechendo os olhos, correndo, com o véu da mulher-gato flamejando.	The night is darkest just before the dawn (a noite é mais escura pouco antes do amanhecer). Marcação de Kylie Jenner (modelo e influenciadora fundadora na marca) e Kylie Cosmetics

Tabela 1. – Análise de postagens no perfil de @noonouri – mês de outubro de 2022.

O perfil da personagem virtual @noonoouri tem uma semelhança narrativa comparado a qualquer celebridade ou personalidade que figura nas redes sociais como criadores de conteúdo ou influenciadores. Sua relação com causas sociais é comumente observada e ela é muito ligada ao universo *fashion*, participando de publicações no Instagram de algumas das principais marcas de moda globais. Nesse período analisado, duas postagens chamaram a atenção.

A primeira relacionada a história da morte da jovem iraniana Mahsa Amini no Irã, assunto amplamente divulgado na mídia global após ela ser morta por policiais como consequência de ter infringido a lei local que exige que as mulheres cubram os cabelos com um véu ou lenço. Em sua publicação, uma arte com um fundo branco e apenas a frase: “*Woman Life Freedom*”, ou em tradução corrigida, “Liberdade para as Mulheres”. A mesma frase foi repetida na língua Persa, nativa do Irã, embaixo da frase em língua inglesa. Essa postagem coloca Noonoouri ao lado de outras celebridades que também se manifestaram sobre o mesmo caso, porém com mais descrição e menos temor de represálias. Ela não precisa ter medo pois não vive no mundo real e pode trazer para a rede social esse tipo de assunto polêmico e delicado. Seu enunciador não é a sua própria pessoa, e sim uma equipe multidisciplinar que contribui para a construção do seu *ethos*. Porém, seu posicionamento social-político tem características humanas e nos faz acreditar que ela realmente se importa com as questões sociais atuais.

A segunda publicação que chamou atenção foi feita também em apoio a um movimento que se instaurou após uma declaração antissemita do rapper americano Kanye West no twitter no mesmo mês de outubro. O twitte do rapper foi removido após a confusa interpretação como um discurso de ódio contra os judeus. Em uma publicação no Instagram, a escritora Jessica Seinfeld compartilhou uma arte com um fundo preto e apenas a frase escrita em azul: “*I support my Jewish friends and the Jewish people*”, traduzindo “Eu apoio meus amigos judeus e o povo judeu”. Incentivando outros a apoiarem e replicarem sua manifestação, ela coloca na legenda da sua publicação: “Se você não sabe o que dizer, pode dizer isso no seu feed” (tradução nossa).

Algumas personalidades como Khloé Kardashian, Kendall Jenner e Amy Schumer apoiaram o ato de Seinfeld e repostaram sua arte e dizeres também em apoio a manifestação contra a declaração do rapper. Noonoouri não perdeu tempo e em apoio ao movimento publicou em seu perfil a mesma arte escrevendo na legenda da publicação apenas: “*never forget*”, e

sinalizando que era uma republicação de Seinfeld e Schumer. Ela possui as características inerentes a um ser humano, e se apresenta conforme tal identidade aderindo ao movimento endossado por muitos após as publicações das famosas. Essa atitude de Noonouri a coloca nas discussões e repercussão do caso, confirmando seu compromisso com as causas sociais e potencializando sua verossimilhança com a realidade. Em seu mundo da hiper-realidade dentro do ciberespaço ela não tem amigos judeus de verdade que convivem com ela no dia a dia, que falam pelo telefone ou saem para jantar, mas sua atitude e manifestação nos faz crer que ela se importa com eles, independentemente de onde estejam.

A personagem virtual Noonouri une o mundo real e imaginário, e sua característica visual não desabilita sua personalidade em se manter no nível de pessoas relevantes do mundo real. É uma personagem criada, manipulada, administrada e monitorada por pessoas reais.

4. Considerações finais

Com tantas possibilidades de criação de conteúdos e recursos dispostos nas redes sociais, em particular no Instagram, é um desafio criar novas ideias que capturem a atenção dos usuários e se destaquem no meio da sobrecarga de comunicações produzidas diariamente nesse ambiente supersaturado de mensagens comerciais.

Nesse contexto, os personagens virtuais aparecem como alternativa de comunicação. Esses seres gerados por computador cuidadosamente construídos e roteirizados por equipes profissionais de design e marketing, estão cada vez mais presentes no ambiente digital entretendo o público usuário com suas histórias relacionáveis que capitalizam eventos atuais, questões sociais e assuntos contemporâneos envolvendo lugares e pessoas reais.

Com uma equipe criativa e recursos tecnológicos avançados, os personagens virtuais não têm limites de tempo e espaço, seus corpos e mentes não cansam e sua criatividade não se esgota. As possibilidades de criação de conteúdos visuais diferenciados feitos com novas tecnologias emergentes ampliam a imaginação a níveis infinitos.

A incompreensão sobre as reais habilidades dos personagens virtuais quando observados por humanos levam à crença de que eles agem autonomamente. As suas narrativas são simuladas e nos bastidores existem pessoas reais escrevendo os textos, modelando e

animando esses seres para que suas performances nas redes sociais sejam verossimilhantes com a realidade em um processo contínuo na construção do seu *ethos*.

A partir do momento em que um perfil de um personagem virtual se propõe a fazer afirmações sociais e obtém relativo sucesso, as possibilidades de modular as comunicações que serão produzidas pelos seus enunciatários se expandem. Essa comunicação “divertida” e “artificial” desperta a atenção do público e se diferencia do comum e das situações cotidianas repetidas pelas personalidades, celebridades e influenciadores digitais reais.

O perfil de Noonouri nos mostra como acontece o engajamento, empatia e proliferação discursiva, mesmo através de uma figura não-humana. Celebridades comumente adotam bandeiras políticas e sociais, agindo dessa forma enquanto indivíduos carismáticos que ajudam a difundir ideais. Nos encontramos agora num momento em que temos a comprovação de que seres totalmente fabricados podem atingir resultados semelhantes. Noonouri faz do seu perfil também um nódulo modulador de bandeiras sociais.

Estamos a caminho de entender a natureza humana como algo que transcende a existência física. Este conceito é fundamental para a percepção dos personagens virtuais como “seres que podem existir”, de alguma forma, em algum lugar, em alguma memória, física ou virtual, e que podem realmente influenciar a vida dos seres humanos, ao ponto de criar relações, interações, suprimindo certas necessidades da sociedade e criando valores.

Neste artigo, buscamos abordar esse cenário pós-moderno em que a existência passa a ser discutida no mundo virtual, onde os personagens virtuais passam a ser uma realidade em nosso cotidiano e um possível reflexo da nossa sociedade, onde o real e o virtual se misturam no mesmo mundo criado por nós humanos.

O campo para estudos destas novas formas de interações entre humanos e personagens virtuais nas redes sociais é muito amplo e novas pesquisas sobre outros personagens podem ser feitas para enriquecer essa discussão sobre como a humanidade vai se adaptar com o desenvolvimento de novas tecnologias e os avanços da inteligência artificial.

REFERÊNCIAS

Baudrillard, J., & da Costa Pereira, M. J. (1991). Simulacros e simulação. Lisboa. Editora Relógio D'água.

- Dahan, Eric. Can Virtual Influencers Have Real Influence? Disponível em <<https://www.virtualhumans.org/article/can-virtual-influencers-have-real-influence>>. Acesso em 03 de maio, 2023.
- Iglhaut, Cristina. Os influenciadores futuros são virtuais. Disponível em <<https://www.deutschland.de/pt-br/topic/cultura/quem-e-noonoouri-avtar-estilista-conquista-o-mundo-da-moda>>. Acesso em 09 de maio, 2023.
- Stateofinfluence: An interview with Joerg Zuber, Artistic Director & Creator of Noonoouri. Disponível em <<https://www.launchmetrics.com/resources/blog/noonoouri>>. Acesso em 21 de maio, 2023.
- Fiorin, José Luiz. (2004) O éthos do enunciador. Razões e sensibilidades a semiótica em foco. Araraquara. Cultura Acadêmica Editora, p. 117-138.
- Fiorin, José Luiz (2004). Semiótica e comunicação. *Galáxia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica*, p. 13-30.
- Gabriel, M. (2018). Você, eu e os robôs: pequeno manual do mundo digital. *São Paulo: Atlas*, 978-8597014372.
- Karhawi, I., & Prazeres, M. (2022). Exaustão algorítmica: influenciadores digitais, trabalho de plataforma e saúde mental. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, 16(4), 800-819.
- Primo, A. F. T. (2003). Interação Mediada por Computador: A comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional.
- Recuero, R. (2012). O Capital Social Em Rede: Como as redes sociais na Internet estão gerando novas formas de capital social//Social Capital In Network: How Internet Social Networks Are Generating New Forms Of Social Capital. *Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura*, 10(3), 597-617.
- Santaella, L. (2003). Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. *Revista Famecos*, 10(22), 23-32.
- Shirky, C. (2011). *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro. Editora Schwarcz-Companhia das Letras.