

## O IMAGINÁRIO SOBRE TECNOLOGIA: UMA ANÁLISE DA REALIDADE VIRTUAL NA SÉRIE BLACK MIRROR E SUA POSSÍVEL UTILIZAÇÃO PUBLICITÁRIA

Marina Strumiello Rodrigues da Silva e José Maurício Conrado Moreira da Silva

**Apoio: PIVIC Mackenzie**

### RESUMO

Este estudo analisou o imaginário acerca da realidade virtual na cultura contemporânea, através do contexto presente na série Black Mirror. Falando sobre o imaginário sobre tecnologia, persuasão e jogos. A Realidade Virtual pode ser relacionada com aspectos sobre o comportamento do consumidor, ampliando as imagens que as pessoas fazem sobre o futuro das formas como o consumo vai se desenvolver mostrando que a realidade virtual atua como elemento persuasivo. Com isso entendemos que a sociedade está em fase de adequação a essas tecnologias e que cada vez mais fazem parte do nosso dia a dia. A cultura contemporânea aos poucos irá se acostumar com essas novas tendências de meios de comunicação mais tecnológicos e realistas. Constatamos que o imaginário constitui a essência do espírito de cada indivíduo. Podemos dizer que o Imaginário é um conjunto de imagens que se constituem como signos e símbolos, Durand fala de imaginário sobre não ser um simbolismo, pois o símbolo seria a maneira de expressar o imaginário. Assim, concluímos que a realidade virtual, potencializa o imaginário, sendo um elemento persuasivo na publicidade, fazendo com que as pessoas se interessem mais por esses produtos, serviços ou pontos de vendas com a tecnologia. Esse estudo serve como base para futuras pesquisas de mestrado e doutorado as quais pretendo seguir para entender a complexidade nessa adaptação às tecnologias de realidade virtual que cada vez mais fazem parte do nosso cotidiano.

**Palavras-chave:** Realidade Virtual. Imaginário. Black Mirror.

### ABSTRACT

This study analyzed the imagery about virtual reality in contemporary culture, through the context of the Black Mirror series. Talking about the imaginary technology, persuasion and games. Virtual Reality can be related to aspects of consumer behavior, expanding the images that people make about the future of how consumers will develop showing that virtual reality acts as a persuasive element. We understand that society is in the adaptation phase to these technologies and that increasingly are part of our day to day. Contemporary culture will slowly become accustomed to these new trends of more technological and realistic media. We find that the imaginary constitutes the essence of the spirit of each individual. We can say that the

Imaginary is a set of images that are constituted as signs and symbols, Durand speaks of imaginary about not being a symbolism, because the symbol would be the way to express the imaginary. Thus, we conclude that virtual reality enhances the imaginary, being a persuasive element in advertising, making people more interested in these products, services or sales points with the technology. This study serves as a basis for future master's and doctoral research, which I intend to follow to understand the complexity in adapting to virtual reality technologies that are increasingly part of our daily lives.

**Keywords:** Virtual Reality. Imaginary. Black Mirror

## 1. INTRODUÇÃO

Este estudo analisou o imaginário acerca da realidade virtual na cultura contemporânea, contexto que aparece na série Black Mirror. Dentro do imaginário sobre tecnologia, persuasão e jogos – um dos conteúdos da série Black Mirror - o tema realidade virtual pode ser relacionada com aspectos sobre o comportamento do consumidor, ampliando as imagens que as pessoas fazem sobre o futuro das formas como o consumo vai se desenvolver mostrando que a realidade virtual atua como elemento persuasivo.

Com a tecnologia de realidade virtual nos perguntamos mais a fundo, “o quanto isso interfere nas relações pessoais na sociedade contemporânea?”, com isso, o problema da pesquisa se define em, “como o imaginário coletivo é alimentado pela ideia de realidade virtual presente nos conteúdos áudio visuais como na série Black Mirror?”. Foi preciso entender que estamos em fase de adequação as tecnologias de realidade virtual que cada vez mais fazem parte do nosso dia a dia. A cultura contemporânea aos poucos irá se acostumar com essas novas tendências de meios de comunicação mais tecnológicos e realistas. Logo a hipótese que trabalhamos para o problema apresentado acima é de que a realidade virtual, potencializando o imaginário, também pode ser um elemento persuasivo. O objetivo é analisar como o imaginário coletivo é alimentado pela ideia de realidade virtual presente nos conteúdos áudio visuais como na série Black Mirror. Esses conteúdos por sua vez alimentam a estética publicitária contemporânea. Quanto a metodologia, a primeira fase foi realizada uma pesquisa bibliográfica em torno do assunto imaginário com realidade virtual e a sociedade com essa tecnologia e a segunda fase em pesquisa exploratória sobre a serie Black Mirror, como possível ferramenta persuasiva na publicidade e o que as pessoas pensam sobre o tema de instigar o imaginário através da realidade virtual na sociedade contemporânea.

Black Mirror é uma série de televisão britânica antológica de ficção científica criada por Charlie Brooker e centrada em temas obscuros e satíricos que examinam a sociedade moderna, particularmente a respeito das consequências das novas tecnologias como realidade virtual. Os episódios são trabalhos autônomos, que geralmente se passam em um presente alternativo ou em um futuro próximo. A série foi transmitida pela primeira vez na emissora Channel 4, no Reino Unido, em dezembro de 2011. Em setembro de 2015, a Netflix comprou a série. A série recebeu aclamação da crítica e aumento de interesse internacionalmente (principalmente nos Estados Unidos), depois de ter sido adicionada à Netflix.

Falando sobre Imagem, para o estudioso francês Gilbert Durand (1989) a imagem é a matéria de todo o processo de simbolização e fundamento da consciência na percepção do mundo. O imaginário é a capacidade individual e coletiva de dar sentido ao mundo, é um

conjunto relacional de imagens que dão significado a tudo que existe. Isso pode ser relacionado com o fato das pessoas ainda se assustarem com essa nova tecnologia de realidade virtual que será abordada mais profundamente com o desenvolvimento da análise.

Devemos levar em conta que vivemos em meio a uma sociedade que busca por emoções, e com o lançamento de jogos com realidade virtual, as pessoas têm a oportunidade de mexer com o seu imaginário, de fazer com que todos os signos presentes no jogo façam sentido e transmitam sensações a eles.

Em relação a realidade virtual pode se dizer que se trata de uma nova tecnologia que utiliza softwares que simulam objetos “reais”, sons e outras sensações. Podemos definir como realidade virtual uma imersão a simulação da realidade, num ambiente tridimensional, usando um software interativo você pode ter a experiência controlando os movimentos do seu corpo. A pessoa que está em meio a esse equipamento pode olhar 360 graus para obter informações completas do ambiente virtual em que está.

Exemplificando isso, os irmãos Lumière, que foram inventores do cinematógrafo (1892 na França),<sup>1</sup> tiveram sua primeira exibição pública comercial de filme (1895) conhecida como “o dia que a plateia fugiu da sala acreditando que o trem saia da tela”. Nada mais nada menos do que vivemos hoje, essa magia do imaginário, essa junção de signos, significantes e significados mexem com todos os nossos sentidos, e atualmente vivemos isso com os novos jogos de realidade virtual. Muitas pessoas que experimentam os jogos pela primeira sentem que realmente estão fisicamente no campo virtual. Existem jogos de montanha russa ou escalada onde pessoas realmente caem no chão por acreditarem, imaginarem, que estão caindo. Ou seja, sempre a tecnologia vai estar a desenvolvimento de mexer com os nossos sentidos sensoriais e potencializar as emoções.

Ainda não é algo do dia a dia da cultura contemporânea participar de jogos com realidade virtual, no entanto se torna um grande atrativo para a experimentação desse novo produto. Com isso cabe discutir como as pessoas imaginam a utilização desta tecnologia em seu dia a dia.

Dentro do contexto comunicação, para Jowett e O'Donnell (1999, p.6), “a propaganda é a tentativa deliberada e sistemática de moldar percepções, manipular cognições e direcionar comportamentos a fim de alcançar uma resposta que promove a intenção desejada pelo propagandista”. É também definida como “qualquer mensagem destinada a formar, reforçar

---

<sup>1</sup> <http://lounge.obviousmag.org/bibliotela/2014/03/ha-119-anos-os-irmaos-lumiere-exibiram-o-primeiro-filme-ao-grande-publico-dando-inicio-a-magia-do-ci.html>

ou alterar as respostas dos outros” (MILLER, 1980, apud KLUCHAREV, SMIDTS e FERNÁNDEZ, 2008, p.12) pode impactar no processo de decisão dos consumidores. De acordo com a forma pela qual são abordados ou como recebem as mensagens comunicando sobre um novo produto ou serviço, eles podem tomar decisões completamente opostas no momento de uma compra. Persuasão é uma estratégia de comunicação que utiliza de recursos lógicos-rationais ou simbólicos por sua vez para induzir alguém a aceitar uma ideia, uma atitude ou realizar uma ação. Emprega argumentos com o propósito de conseguir que outros indivíduos adotem certas linhas de pensamento, teorias ou crenças na série de ficção.

Nesta perspectiva a série Black Mirror, tem como evidencia a importância do mexer com o imaginário. Podemos ter como objeto de análise como funciona essa potencialização do imaginário e como a persuasão aparece como a oferta de se jogar o jogo mais realista do mundo, utilizando seus medos para o tornar mais emocionante e fazer com que o imaginário te remeta a realidade. Realiza isso com projeções realistas, tiradas da mente do jogador, utiliza de sons fazendo com que recrie sensações na sua mente.

Não podemos deixar de abordar sobre a teoria social. Levando em conta os pensamentos do teórico cultural Stuart Hall (1990) que estudava o comportamento e identidade cultural na pós-modernidade. Ele chama atenção para a “crise de identidade” onde as pessoas se sentem deslocadas por conta das transformações da sociedade ocorridas em escala global. Na série Black Mirror podemos perceber que a sociedade retratada na série ainda está em processo de conhecimento e estudos sobre a realidade virtual assim como “na vida real”.

## 2. DESENVOLVIMENTO DO ARGUMENTO

### 2.1 Sobre a presença de realidade virtual como signo no imaginário midiático.



<sup>2</sup> Ator Wyatt Russell de Black Mirror (27/07/2018)

A série pode ser considerada influenciadora de novas tecnologias, mais especificamente o segundo episódio da terceira temporada, “Versão de Testes”, este episódio acompanha Cooper (Wyatt Russell), um americano aventureiro que encontra na Inglaterra o ponto final de sua viagem antes de voltar para casa. Encontra uma vaga para testar uma nova tecnologia de uma empresa de video-games conceituada. Ele passa por pequenos e “reversíveis” procedimentos cirúrgicos para poder testar a nova tecnologia, inserindo um chip que capta suas memórias e emoções e, eventualmente, encontra-se perdido num pesadelo dessa realidade criada em sua mente. Utiliza dos medos contidos em nossos cérebros para nos amedrontar e tornar o jogo mais emocionante.

A ideia do episódio é, com os efeitos da realidade virtual, projetar uma realidade virtual onde as emoções do jogador são exaltadas. A partir do momento que você experiencia certas situações com tamanha intensidade você acredita que o ambiente em que está jogando seja o real, fazendo com que o jogador reaja de uma forma mais forte, trazendo suas lembranças e emoções para dentro do jogo. No fim das contas, Versão de Testes acaba fazendo um interessante questionamento sobre como a humanidade, no século XXI, cria máquinas tão fortes que acabam superando o potencial do cérebro humano, que pode não ser capaz de acompanhar essa rápida evolução. Sobrando espaço ainda para mostrar como as empresas estão alheias a isso, pensando apenas em criar a experiência mais imersiva possível que proporcionam ao cliente experiências cada vez mais realistas sem considerar as consequências geradas.

## 2.2 Sobre Realidade Virtual

Definimos a realidade virtual como uma tecnologia que “engana” os sentidos, criando uma realidade virtual imaginada. De acordo como já falado antes, a RV utiliza de softwares que simulam, objetos e ambientes reais, através da imagem som, e sensações. Ao induzir efeitos visuais, sonoros ou até mesmo táteis, a realidade virtual, permite a imersão completa em um ambiente simulado com ou sem a interação do usuário.

Atualmente, a realidade virtual tem como base displays como óculos e headsets, comum com o objetivo de cobrir completamente olhos e orelhas, privando o usuário de ouvir e ver estímulos externos. Esta tecnologia em sua maioria é divulgada para o entretenimento. Porém, como você verá a seguir, o conceito abrange muito mais do que efeitos visuais e ele já existe há bastante tempo.

Mais do que para entretenimento e diversão, a realidade virtual também é usada na área de medicina, treinamentos, entre outros como: Imersão para Idosos, onde podem conhecer o mundo sem sair do asilo. A tecnologia imerge eles em outro ambiente, onde os levam para caminhar em campos ou praia; projetos com pacientes com Autismo, onde treinam suas habilidades em situações sociais; Treinamento de Bombeiros, junto de roupas que transmitem a sensação de calor; Simulador de Voo para pilotou ou como Anúncios Experienciais são um tipo de publicidade onde as mensagens de marketing são embutidas em um mundo virtual. Nestes mundos, os consumidores em potencial podem interagir com o produto que está sendo vendido e convencerem-se de suas vantagens.

### 2.3 História da Realidade Virtual:

Não se sabe ou certo mas acredita-se que uma das primeiras tentativas à Realidade Virtual (RV) foram os Estereoscópios, inventada em 1838 pelo físico Sir Charles Wheatstone. No século XX, nas décadas de 50 e 60, é que a RV, ficou mais parecida como nós conhecemos hoje em dia. Uma das primeiras criações foi o Sensorama, inventado por Morton Heilig. O Sensorama é um simulador com imagens 3D, som estéreo, inclinação do corpo, e sensações como vento e aromas. Foi imaginado pelo seu inventor como uma linha de produtos para o "cinema do futuro".

Alguns anos depois em 1965, Ivan Sutherland escreve sobre "The Ultimate Display", o que se trata de uma sala no qual o computador conseguiria controlar a existência de matéria. Em 1968, construiu um protótipo rudimentar deste dispositivo, ao qual chamou de "Sword of Damocles". Este dispositivo é considerado o primeiro sistema Head-mounted display (HMD) de Realidade Virtual e Realidade Aumentada. No fim da década de 70, Thomas Furness, começou a desenvolver interfaces visuais para controlo de aviões, e em 1982 apresentou o "Visually Coupled Airborne Systems Simulator", também conhecido como "capacete do Darth Vader".

Então na década de 90, com a explosão dos videojogos, começaram a ser desenvolvidos diversos produtos de RV, para conseguir fornecer aos utilizadores uma experiência totalmente imersiva no mundo virtual. Em 95 julgaram como se a sociedade não estivesse pronta para este tipo de tecnologia, nesta mesma época a Internet ganhou fama, e conquistou o espaço dos Gamers. Todo mundo estava conectado a Rede, o que se tornou o destaque da época. A RV acabou sendo esquecida por um período, mas nos anos seguintes, com mais avanços tecnológicos, conseguiu oferecer uma maior imersão aos consumidores, assim, a RV à tona.

Com relação às Implicações Sociais, o recente desenvolvimento tecnológico da realidade virtual é possível proporcionar ao utilizador final uma experiência tão imersiva e aproximada do mundo real, que se poderá tornar difícil distinguir a realidade física da realidade virtual. Por isso é interessante analisar eventuais impactos físicos ou psicológicos para utilizador, bem como de que forma a RV pode alterar comportamentos e transformar a sociedade. Podemos dizer que uma boa experiência de realidade virtual, é aquela em que a simulação consegue “enganar” os nossos sistemas cognitivos de tal forma que, para o nosso cérebro, visão, audição, tato, entre outros, mostre que temos a possibilidade sentir tudo aquilo que queremos representar no virtual.

Devemos destacar três componentes essenciais sobre a forma como a RV pode afetar a sociedade como a hoje conhecemos, são elas:

A vertente social, onde se trata do contato físico entre seres humanos. O desenvolvimento, de simulações permitem a interação à distância entre pessoas, permite que qualquer um possa ter a aparência que quiser e até viver sobre a sombra do anonimato. Por outro lado, estas possibilidades, permitem ainda combater a exclusão ou o isolamento social.

A vertente ética, cita contextos de simulação controversos, como por exemplo abordar temas relacionados com a violência através de agressões, morte em jogos, racismo, bullying, sexo em contextos ilícitos como a pedofilia, violação, prostituição e escravidão sexual, entre outros.

Por final a vertente cultural consiste na ponderação dos fatores anteriores e na forma como estes alteram a forma como nos relacionamos. Podemos considerar que a realidade virtual, poderá ser a próxima revolução cultural. De acordo com filmes e pesquisas, creem que o campo físico poderá deixar de ser relevante de tal forma que é hoje, sendo assim, o entretenimento, as viagens, o ensino, a desmaterialização dos bens de consumo físicos, podem mudar drasticamente a forma de se viver.

#### 2.4 Conceitos Acadêmicos da Realidade Virtual:

O livro de Stuart Hall, que fala sobre “Identidade Cultural Na Pós Modernidade”, está presente conceitualmente no artigo “ Configurações da ‘Cultura da Convergência no Game promocional Zona Incerta “da revista de Comunicação e Cultura, Contemporânea e mostra como as pessoas estão utilizando da realidade virtual em seu dia a dia como exemplo, no vídeo de VR Vacina, onde a tecnologia da realidade virtual é capaz de transformar o incômodo em entretenimento, ajudando crianças a superar o medo de agulhas na hora da vacinação. É o que mostra a campanha VR Vacina, criada para o laboratório Hermes Pardini. O momento em que a criança vê o personagem colocando o “poder especial” em seu braço é, na verdade,

o instante exato em que o enfermeiro aplica a vacina. Em vez de a criança chorar, a maioria se diverte com a aventura. A proposta foi criada pela agência OGILVY Uma das mais premiadas agências do mundo, com 118 Leões no Festival de Cannes (2010 a 2017), incluindo para essa iniciação do laboratório que foi Uma das campanhas mais premiadas do Festival de Cannes 2017.

Relacionando com os estudos culturais do livro da identidade cultural, o mesmo analisa a crise na pós-modernidade o qual toma como tema central as mudanças estruturais que fragmentam e desconstrói em as identidades culturais de classe, etnia, raça, gênero e nacionalidade. Isso se resume em paisagens culturais que modificam as identidades pessoais, abalando a ideia que temos de nos mesmos. Perdemos o nosso sentido próprio, não sabemos mais quem somos e somos bombardeados por estímulos externos. O sujeito pós-moderno se transforma continuamente em relação às formas que somos interpretados ou representados nos sistemas culturais que nos rodeiam. Levamos em conta a Globalização como fator de mudança de caráter ondes as mudanças são rápidas, constantes, isso é a diferenciação da sociedade tradicional.

A Realidade Virtual vem se tornando um forte chamativo e influenciador de vendas de produtos ou serviços. O Zona Incerta teve início de acordo com a leitura do livro “Cultura de Convergência” de Henry Jenkins, onde a premissa era convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva. A convergência midiática está presente na ação, configurando o cenário de conjunção de tecnologia, linguagens e empresas. É uma mistura de ficção como forma de trabalhar profundamente a experiências dos consumidores, os motivando ainda mais a circular por outras plataformas midiáticas ao consumidor. É um construtor de uma experiencia social entre produtos e o público na qual utilizam a realidade social da virtualidade para a construção de identidades na rede, sobretudo pelas comunidades virtuais. Vale ressaltar que a cultura participativa tem como um dos pontos mais interessantes, a ação de experiencia neste caso, foi entendida como a grande estratégia da marca no investimento promocional realizado.

## 2.5 Sobre o Imaginário

O imaginário é a contraparte de um dos planos da realidade concreta, formada também pelo mundo imaginado (onde encontramos, por exemplo, os mitos e arquétipos).

O professor Dr. Murray Hunter, da Universidade Malaysia Perlis, na Malásia, listou oito tipos de imaginação (2012). Segundo ele, a imaginação “estende nossas experiências e pensamentos, permitindo uma construção pessoal da visão de mundo que diminui nosso senso de incerteza. Ela preenche os espaços vazios de nosso conhecimento admitindo que

criemos mapas mentais que trazem sentido à ambiguidades em situações em que faltam informações”.

Os tipos de imaginação são:

1) Imaginação Efetiva: Combina informações para formar novos conceitos e ideias. Pode ser guiada ou iniciada por pensamentos aleatórios, normalmente estimulados por experiências passadas. É extremamente flexível e permite inúmeras alterações, além de levar a outros tipos de imaginação.

2) Imaginação Construtiva ou Intelectual: É usada quando desenvolvemos diferentes hipóteses a partir das informações. É originária de uma ideia ou conceito definidos. Pode ser um processo longo, de décadas de trabalho, como na formulação de uma teoria ou tese.

3) Imaginação Fantasiada: Cria e desenvolve histórias, imagens, poemas e peças de teatro. Pode partir de algum fato ou experiências pessoais. Pode ser uma mistura de diferentes tipos de imaginação e é ferramenta para artistas, músicos, escritores e dançarinos.

4) Empatia: É a compaixão, nossa capacidade de nos ligarmos a outras pessoas e sentir o que elas sentem. É a ligação emocional com outras pessoas, que permite que nossa mente veja de diferentes perspectivas e realidades, a partir dos sentimentos das outras pessoas.

5) Imaginação Estratégica: Habilidade de reconhecer e avaliar oportunidades, transformando-as em cenários mentais, enxergando benefícios e malefícios. Em alguns casos, pode ser vista como sabedoria. É formulada a partir das experiências pessoais, crenças, costumes e cultura da pessoa.

6) Sonhos: É a manifestação inconsciente da imaginação por meio de imagens, ideias, emoções e sensações que ocorrem durante determinados estágios do sono.

7) Reconstrução da Memória: É o processo de recuperação da memória de pessoas, objetos e eventos. A memória é formada de conhecimentos anteriores, consistindo de uma mistura de verdades e crenças, influenciadas pela emoção.

8) Imaginação Emocional: Dr. Murray Hunter diz que, “sem a imaginação, a emoção não poderia emergir de nosso psicológico e se manifestar como sentimentos, humor e disposição.” O medo, por exemplo, exige que saibamos o que precisa ser temido, o ódio precisa que saibamos o que deve ser repulsivo e a preocupação ou ansiedade, requer a geração imaginativa de cenários que nos deixem ansiosos. É uma das imaginações mais poderosas, e pode dominar facilmente a mentalidade ou processo de pensamento das pessoas, muito presente no assunto discutido da série Black Mirror e Realidade Virtual.

Ser humano é aquele que dá significado a todas suas vivências além de suas funcionalidades. Constatamos que o imaginário constitui a essência do espírito de cada indivíduo. Trata-se de um mundo de símbolos, não de conceitos. Não o visitamos, nem conhecemos, senão através de discursos analógicos. Podemos dizer que o Imaginário é um

conjunto de imagens que se constituem como signos e símbolos, Durand fala de imaginário sobre não ser um simbolismo, pois o símbolo seria a maneira de expressar o imaginário.

## 2.6 Questões

Nome:

Idade:

Sexo:

1. Você conhece a serie Black Mirror?
2. Já assistiu a série?
3. Qual a sua opinião sobre ela?
4. Qual episódio mais gostou? Porque?
5. Você sabe o que é realidade virtual?
6. Você conhece outros filmes que possuem tecnologia de Realidade Virtual?
  
7. Você já jogou em Realidade Virtual? Qual(is) jogo(s)?
8. Você efetivamente se sente dentro do jogo?
9. Descreva as sensações que o jogo te transmitiu.
10. O que você acha dessa forma de jogar?
  
11. Você acredita que num futuro próximo essa vai ser a maneira mais popular de se jogar?
12. Quantas horas você passa por dia no ambiente virtual? (Isso inclui online no trabalho, refeições, com os amigos, estudando.... Sendo que teoricamente fica acordado durante 16 horas no dia).
13. Se você pudesse viver em um mundo virtual, diga 3 coisas que mais faria no ambiente virtual.
14. Se você pudesse ser e ter o que quisesse no meio virtual, trocaria a vida real pela virtual?
15. Como você imagina o jogo perfeito?
16. Como você define um mundo perfeito?
17. Como você vê a sociedade no futuro tecnológico?
18. Acredita que vamos viver mais no mundo virtual que no real?
19. Defina em 3 palavras o que você acha da realidade virtual.
20. Defina em 3 palavras como você se define diante a realidade virtual.
21. Você acha essa tecnologia muito cara?
22. O que falta para você para utilizar a realidade virtual diariamente?
23. Você gosta de participar de pontos de venda com realidade virtual?
24. Você sabe de alguma marca se promove através do uso dessa tecnologia?
25. Você se sente atraído por PDV que promovem a experiencia do produto ao consumidor?
26. Você acha que as marcas devem investir mais nessa tecnologia?

27. Qual outro exemplo você conhece de utilização da realidade virtual?
28. Em seu meio de trabalho ou estudo, você conseguiria trabalhar com a realidade virtual? De que forma?

## 2.7 Resultados da Pesquisa

Realizada a pesquisa, obtivemos os seguintes resultados. A pesquisa foi realizada com 20 pessoas com sua maioria masculina com a média de idade de 26 anos, isso incluindo jovens de 18 anos, até adultos de 49 anos.

Todos os entrevistados sabiam sobre a série Black Mirror e já tinham assistido ao menos um episódio. E todos sabiam também o que era realidade virtual. Podemos concluir que ao ver a série, você tem ideia e sabe o que é Realidade Virtual.

As opiniões dos entrevistados caminham por um mesmo lado onde falam que a série é interessante por mostrar sobre a sociedade no futuro e sua possível reconstrução e crítica do ser humano como movido pela tecnologia e mundo virtual.

O episódio que as pessoas mais gostaram foi o San Junípero é o quarto episódio da terceira temporada onde mostra a aventura de Yorkie (Mackenzie Davis) e Kelly (Gugu Mbatha-Raw). As moças têm temperamentos opostos. A primeira é tímida e a outra, exuberante. Elas se conhecem e se apaixonam em 1987, em San Junipero, na Califórnia. O clima é de festa permanente e a liberdade reina. Só que, olhando para o mapa, o leitor pode constatar que San Junipero não existe. Trata-se de um lugar místico, um paraíso para onde vão algumas das pessoas depois que elas morrem. Só notamos isso ao final do episódio. Alguns filmes que possuem a demonstração ou utilização da realidade virtual indicados pelos entrevistados são: Jogador Número 1, Tron, The Gamer, Matrix e os jogos de realidade virtual que alguns jogaram são: Resident Evil, Until Down, Psych Fox, Rush of Blood, Gran Turismo e os baixados por aplicativos de celular que transmitem jogos de Zombi, Casa Mal-assombrada, Montanha Russa. Com base nesses jogos as pessoas descreveram algumas sensações transmitidas como medo, angústia e ansiedade. Acreditam que essa forma de jogar é interessante pois traz sentimentos e emoções que os jogos normais não trazem.

Se os entrevistados pudessem viver em um mundo virtual, as 3 coisas que mais fariam seriam: Viajar, comprar e se aventurar. Basicamente são as coisas que não podemos, não temos condições de fazer no mundo real, ou não conseguimos fazer com tanta frequência pois não temos tempo ou dinheiro. A parte de se aventurar engloba lutas e direção imprudente onde você não perde a sua vida.

Foi questionada a forma como veem a sociedade no futuro tecnológico e em geral tivemos o retorno que será tecnológica, individualista e vai diminuir as relações humanas fazendo com que sejamos seres mais dependentes do digital.

A definição sobre Realidade Virtual em três palavras foi: Assustadora, interessante e perigosa. Onde as pessoas se definem diante dela como curiosas, intrigadas e receosas.

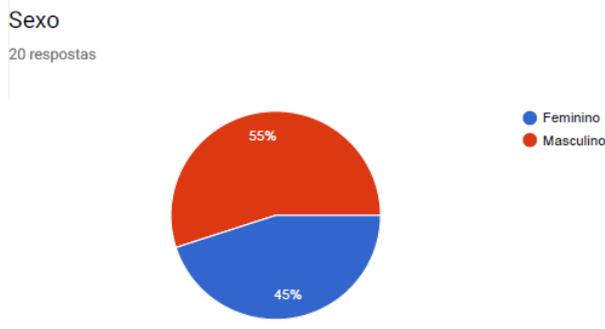
As pessoas afirmam que não utilizam diariamente a Realidade Virtual por falta de dinheiro e tempo.

As marcas comentadas pelos entrevistados que os marcaram por trabalharem com a realidade virtual são: Samsung, Sony, Microsoft, Roche, HBO.

Algumas outras utilizações comentadas pelos entrevistados são Treinamentos, Medicina, Jogos, simulação de esportes.

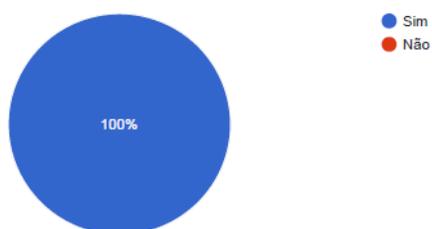
Os entrevistados que podem usar essa tecnologia para trabalhar ou estudar afirmam que podem atrair mais clientes, fazer reuniões importantes, análise de produtos, apresentações de produtos ou pessoas, inspeção em fabricas, medicina e mídias como divulgação.

Podemos concluir que as pessoas sabem o que é realidade virtual, mas nem todo mundo acha que se encaixa em seu dia a dia, ainda temos pessoas em fase de adaptação, mas a maioria das pessoas acredita que essa tecnologia ainda é muito cara para ser usada constantemente. Podemos ver que a Realidade Virtual vem se tornando um forte chamativo e influenciador de vendas de produtos ou serviços pois se interessam por pontos de vendas do tipo, mas ainda é um mercado para ser explorado, as marcas deviam utilizar mais deste meio para divulgação de seus produtos ou serviços. Acreditam também que num futuro próximo essa será a maneira mais comum de se jogar pois faz com que o jogador efetivamente sinta mais emoções e até mesmo adrenalina e medo. O sujeito pós-moderno se transforma continuamente em relação às formas de trabalhar, se relacionar, se divertir.



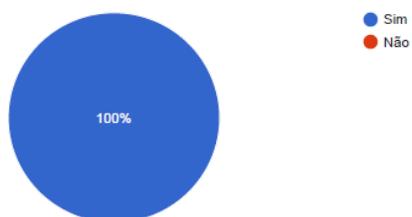
1. Você conhece a serie Black Mirror?

20 respostas



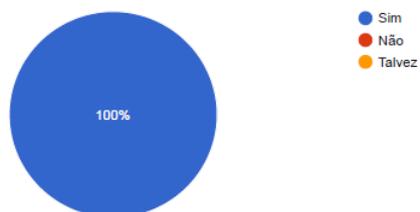
2. Já assistiu a série?

20 respostas



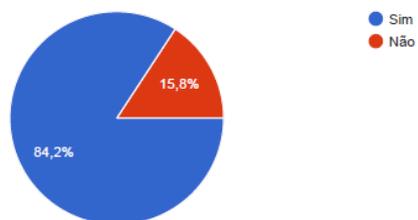
5. Você sabe o que é realidade virtual?

19 respostas

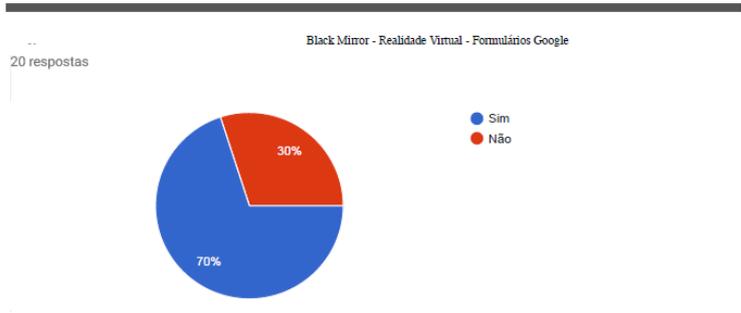


8. Você efetivamente se sente dentro do jogo?

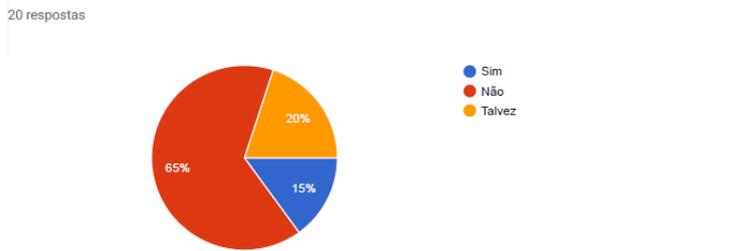
19 respostas



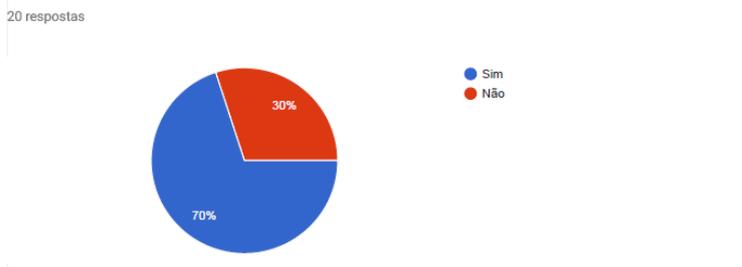
11. Você acredita que num futuro próximo essa vai ser a maneira mais popular de se jogar?



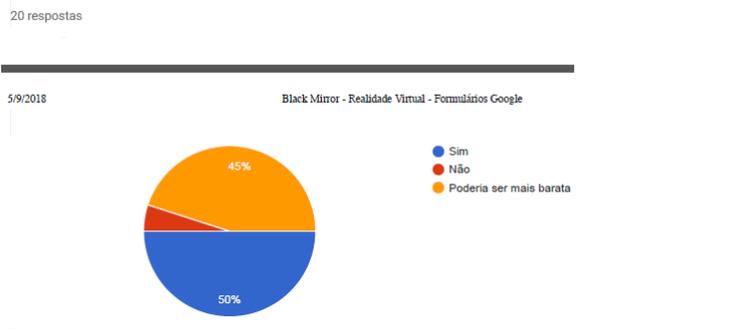
14. Se você pudesse ser e ter o que quisesse no meio virtual, trocaria a vida real pela virtual?



18. Acredita que vamos viver mais no mundo virtual que no real?

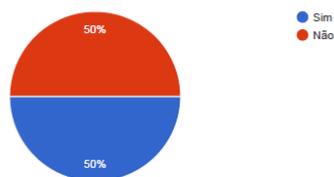


21. Você acha essa tecnologia muito cara?



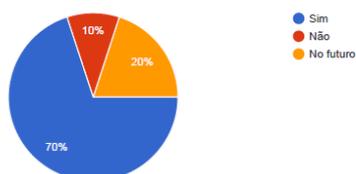
23. Você gosta de participar de pontos de venda com realidade virtual?

20 respostas



26. Você acha que as marcas devem investir mais nessa tecnologia?

20 respostas



### 3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com isso entendemos que a sociedade está fase de adequação a essas tecnologias de realidade virtual que cada vez mais fazem parte do nosso dia a dia, como na medicina e treinamentos, mas também poderiam ser inseridas na forma de reuniões e demonstração de produtos. A cultura contemporânea aos poucos irá se acostumar com essas novas tendências de meios de comunicação mais tecnológicos e realistas. Concluimos que a realidade virtual, potencializa o imaginário, e é um elemento persuasivo na publicidade, fazendo com que as pessoas se interessem mais por esses produtos, serviços ou pontos de vendas com a tecnologia.

Esse estudo serve como base para futuras pesquisas de mestrado e doutorado as quais pretendo seguir para entender a complexidade nessa adaptação às tecnologias de realidade virtual que cada vez mais fazem parte do nosso cotidiano.

### 4. REFERÊNCIAS

#### Referencial Bibliográfico

DURAND, Gilbert; O imaginário, Gilbert Durand tradução Renée Eve Levie, 3 Ed DIFEL: Rio de Janeiro, 2004

HALL, Stuart. A Identidade Cultural na Pós Modernidade. Ed. Loyola: São Paulo, 2012.

JOHNSON, Steven, Cultura da Interface. Ed Digital Source: São Paulo, 2001

KAMLOT, Daniel, Persuasão: a essência da propaganda — Estudos ESPM, Reflexões e conceitos editados pelo centro de Altos Estudos da ESPM (março 2012).

### **Referencial Webgráfico**

Black Mirror – “Versão de testes” - Terceira temporada, segundo episódio.

HUNTER, Murray, Tipos de Imaginação, Universidade Malaysia Perlis, Malásia, 2012.

Blogs:

<https://olhardigital.uol.com.br/noticia/-black-mirror/63324>

[https://www.youtube.com/watch?v=tZX\\_\\_ID0-N0](https://www.youtube.com/watch?v=tZX__ID0-N0)

<http://web.ist.utl.pt/ist170613/>

Gobo G1:

<https://goo.gl/u1cS55>

Veja:

<goo.gl/cJo7R4>

Do signo ao símbolo:

<goo.gl/dofUHR>

Afinal, o que é semiótica:

<goo.gl/TXNJuf>

Comunicação e semiótica:

[http://www.insite.pro.br/2010/agosto/semiotica\\_peirce\\_nicolau.pdf](http://www.insite.pro.br/2010/agosto/semiotica_peirce_nicolau.pdf)

Há 119 anos os irmãos Lumière exibiram o primeiro filme da história

<goo.gl/CY426x>

<goo.gl/Sd2bRu>

A crise da identidade na cultura pós moderna

<goo.gl/ZHuP63>

**Contatos:** Marina Strumiello: [marina.strumiello@gmail.com](mailto:marina.strumiello@gmail.com) e José Maurício  
[1128643@Mackenzie.br](mailto:1128643@Mackenzie.br)