



A Geografia dos mundos virtuais: apropriação do conceito de espaço no Second Life¹

Renata Cristina da Silva²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

Este trabalho se propõe a analisar o espaço geográfico do mundo virtual Second Life, buscando compreender quais os recursos de localização são adotados nessa esfera digital. Para isso, pretendemos traçar um paralelo entre os padrões adotados no ambiente *online* e na cartografia convencional, com o intuito de observar formas de apropriação do espaço físico pelos mundos virtuais.

Palavras-chave: geografias da comunicação; Second Life; cibergeografia; localização.

1.Introdução

As tecnologias digitais de comunicação vêm transformando as formas de o homem interagir com o mundo. Em poucos minutos, somos capazes de visitar o museu do Louvre, jogar futebol com os amigos, conversar com um grupo de música clássica, apreciar um templo bizantino, ler notícias internacionais, participar de um abaixo-assinado e, quem sabe, até fazer sexo. Tudo isso sem sair de casa. A descrição pode até soar como um anúncio enganoso, mas o conjunto fascinante de possibilidades é proporcionado pela nova geração da Internet, a *Web 2.0*. Com ela, ganhamos maior agilidade nas conexões e passamos a usufruir de um número cada vez maior de gráficos em três dimensões (3D), sons e vídeos originários de diversas partes do globo.

Todo esse aparato tecnológico e informacional também nos traz uma nova perspectiva geográfica. Além de reproduzir de forma realista qualquer localidade do planeta, podemos participar desses territórios individualmente ou em grupos. Seja acrescentando dados à mapas em tempo real, solicitando orientação via GPS, visualizando fotos digitais, conectando-se à *web-cams* ou até mesmo a telefones celulares, somos capazes de não somente acessar uma outra realidade, como fazemos com os livros e relatos de viagem, mas também agir sobre ela. Os novos meios de comunicação nos apresentam maneiras inovadoras de vivenciar experiências jamais

1 Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Bolsista Capes, Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Novas Tecnologias e Cultura da UERJ. E-mail: rezoca@hotmail.com.



pensadas sem o contato físico. Emerge aí uma nova cultura responsável por modificar, em sua essência, nossa relação com o espaço.

Todavia, por mais que essas técnicas pareçam potencialmente revolucionárias, é necessário fugir de demasiado determinismo tecnológico. Por trás dessas descobertas, há inúmeros problemas a serem solucionados, como a questão do acesso aos novos meios, “o alto custo dos equipamentos de informática”, “as diferenças sociais, culturais e históricas de quem se conecta”, “a inexistência de um mapeamento da rede física da informação”, “a natureza dos fluxos”, “a privacidade e vigilância”, “o uso eficaz de bancos de dados” e até o “próprio conteúdo na Internet” (Zook, Dodge, Aoyama, Townsend, 2004, p. 156).

Nesse contexto, novos campos de pesquisa, como o das Geografias da Comunicação, podem nos ajudar a compreender melhor a relação entre espaço, tecnologia e homem. Essa vertente de estudos nasce com caráter interdisciplinar em universidades dos Estados Unidos e possui adeptos na Europa, Ásia e, recentemente, na América Latina. No Brasil, alguns pesquisadores de áreas afins iniciam seus trabalhos. Para o geógrafo Martin Dodge, a Cibergeografia é o campo da ciência que:

Estuda a natureza espacial da Internet e outros “locais” que existem por detrás de nosso computador, como o ciberespaço. Esse ramo engloba uma vasta gama de fenômenos geográficos a partir do estudo dos recursos físicos, os fluxos de tráfego, os dados demográficos das comunidades para a percepção e visualização destes novos espaços digitais. (Tradução nossa, DODGE, disponível em: <Cybergeography.com>, acesso em 21/01/2009)

Contudo, é ainda preciso caminhar no ramo. É com esse intuito que propomos esse artigo, colocando em destaque a questão das mídias digitais atreladas à geografia. Como estamos nos localizando na esfera digital? Carregamos para a *web* uma bagagem espacial histórica ou estamos recriando-a? Quais as influências cartográficas trazemos para as realidades virtuais?

Para responder a essas questões é necessário adotar um objeto de análise, devido ao grande conteúdo da internet. Considerando a emergência dos mundos virtuais e sua popularização nos últimos anos, é que elegemos o Second Life (SL), um ambiente virtual multiusuário (MUVE – *Multiuser Virtual Environment*). Nossa hipótese é de que o SL se apropria da geografia convencional para denominar seus parâmetros de localização. Na primeira parte do artigo, vamos discorrer sobre conceitos de localização,



lugar, espaços de fluxos e não-lugar. Em seguida, faremos uma breve elucidação sobre o Second Life para chegarmos ao nosso ponto central que é a sua geografia.

2. Novos mundos, redefinição de conceitos

Desde os primórdios, o homem tenta se localizar através de estrelas, ciclos lunares e equipamentos concebidos para esse fim. Inúmeras foram as tentativas de reproduzir o revelo e os limites geográficos do planeta. Há indícios de que já na pré-história grupos mais complexos criavam artifícios para não se perder durante a caçada e conseguir voltar à caverna com o alimento da família.

Dando um salto na história, durante os séculos XV e XVI, vivemos um período expressivo no que diz respeito à localização geográfica. Com a invenção da bússola e do astrolábio, conseguimos explorar “mares nunca d'antes navegados” (Camões, 1572) e, de fato, tivemos uma noção mais precisa do mundo em que habitamos. Os descobrimentos de novos continentes e terras virgens impactaram diretamente no curso das atividades humanas. O comércio, as artes e as políticas tiveram de se adaptar ao “novo” planeta. O aperfeiçoamento de recursos nos fez chegar à lua. E, anos depois, descobrimos água em Marte.

Toda essa evolução se tornou possível a partir de um primeiro conceito adotado: o de lugar. Se não fossemos capazes de nos situar no tempo e no espaço, provavelmente, nenhuma dessas técnicas teriam se desenvolvido. A primeira definição de lugar de que temos registro vem da Grécia Antiga. Para Aristóteles (517), o “lugar é o limite que circunda o corpo”. Descartes, em sua obra “Princípios Filosóficos” expande a idéia e defende que o lugar também poderia ser definido em relação a posição de outros corpos (Ribeiro, 1993, p. 23). No caso da Geografia, há duas vertentes mais usuais, baseadas na relação do homem com o espaço. Segundo a corrente Humanística, o lugar se forma através da experiência humana. Para Relph (1979, p. 7), “(...) lugar significa muito mais que o sentido geográfico de localização. Não se refere a objetos e atributos das localizações, mas a tipos de experiência e envolvimento com o mundo, a necessidade de raízes e segurança”.

Seguindo ainda os humanistas, Marc Augé (1994, p. 35) defende que o lugar é o espaço personalizado. Nessa definição, ele encontra, ainda, três classificações: “lugares identitários”, aqueles que constituem uma identidade individual, como o local em que moramos ou nascemos; “lugares relacionais”, que representam alguma ligação com outro indivíduo, e “históricos”, que simbolizam a história de um povo.



Já a corrente Marxista denomina o lugar como um elemento ambíguo, ora único, por suas características históricas e culturais, ora global, permeado por redes de fluxos de mercadorias, informações e transportes. De acordo com Milton Santos (1988, p. 34) “quanto mais os lugares se mundializam, mais se tornam singulares e específicos, isto é, *únicos*”.

Ainda no século XIX, com o crescimento de locais comuns, voltados para atender as grandes massas, surge o termo “deslugar” ou “placelessness” (Relph, 1979). Ele seria oposto ao lugar, um espaço sem nenhum sentido para o indivíduo. São os chamados territórios de passagem, marcados pela prestação de serviços, como praças, estações de metrô, avenidas, aeroportos.

Os não-lugares são tanto as instalações necessárias à circulação acelerada das pessoas e bens (vias expressas, trevos rodoviários, aeroportos...) quanto os próprios meios de transporte e os grandes centros comerciais [...]. Não-lugares por oposição à noção sociológica de lugar, àquela de cultura localizada no tempo e no espaço. A terceira figura do excesso da modernidade”. (AUGÉ, 1994, p. 36)

O espaço, para a geografia tradicional, se caracteriza por uma “simples e asséptica porção física da vida” (Firmino, 2008, p.2). No entanto, há inúmeras discussões em torno do termo, e uma visão mais moderna propõe que “este seja visto como um imbricado e heterogêneo ambiente de interações econômicas, políticas, culturais e sociais”(Firmino, 2008, p.3).

Nesse contexto, cabe destacar as importantes transformações que as tecnologias de informação e comunicação vêm trazendo a esses conceitos. Com a descoberta de um território em que a materialidade não é o ponto central, passamos a lidar com relações permeadas pelo virtual. Castells (2001) considera que o espaço de fluxos de informação reconfigura um “novo espaço de lugares” e, conseqüentemente, toda nossa experiência social. “É uma nova forma de espaço, característico da Era da Informação, mas não é desprovida de lugar” (Castells, 2001, p.170). É importante frisar que a virtualidade também possui sua esfera física, com uma estrutura de cabos para conexão, *hardwares*, entre outros aparatos. Entretanto, sua essência é baseada no espaço de *bits e bytes*, o denominado ciberespaço.

Vivemos uma nova conjuntura espaço-temporal marcada pelas tecnologias digitais-telemáticas onde o tempo real parece aniquiliar, no sentido inverso à modernidade, o espaço de lugar, criando espaços de fluxos, redes planetárias



pulsando no tempo real, em caminho para a desmaterialização dos espaços de lugar. Assim, na cibercultura, podemos estar aqui e agir à distância. (LEMOS, 2003, p.14)

Fazendo uma analogia com os conceitos tradicionais, os *websites* seriam os “lugares” do ciberespaço, por serem dotados de sentido individual, representando pessoas (blogs) e instituições (sites corporativos). Já o excesso de informação, gráficos e *pop-ups*, que pulam pelas telas dos computadores, poderia ser considerado como os “não-lugares” da Internet, devido à inexistência cultura e interesse pelos mesmos.

3. Second Life

Popularizado em 2006, o Second Life (SL) é um mundo virtual em que o participante interage *on-line*, através de um avatar³, navegando pelo espaço em três dimensões (3D), onde é possível conversar com outros interatores, criar objetos, fazer compras ou exercer uma profissão. É considerado um simulador da vida real ou um MUVE (*Multiuser Virtual Environment*) ou ambiente virtual multiusuário.

Com origem nos Estados Unidos, o SL se tornou objeto de estudo para os pesquisadores do mesmo país e, mais tarde, chamou a atenção do mundo. A Linden Lab, empresa responsável pelo projeto, liderada por Philip Rosedale, iniciou os primeiros esboços do SL em 1999 e só veio a lançá-lo no mercado em 2003. A primeira planta foi feita por uma equipe multidisciplinar e envolveu esforços de *designers*, programadores, economistas, ex-professores universitários e até militares da reserva.

A grande novidade desse meio é que os usuários são capazes de mobilizar uma economia própria através do Linden Dollar - moeda corrente. O dinheiro é cotado em dólar real e pode ser adquirido com cartão de crédito e materializado no câmbio. As relações comerciais se dão como no mundo real, com a oferta e procura de produtos. Um grande filão do meio é a venda de terrenos ou imóveis.

O Second Life é a realização de um sonho. Imagino Nova York, por exemplo, como um museu. É um lugar incrível para visitar, mas, no futuro, vai se tornar um lugar ruim para trabalhar. O trabalho criativo, aquele em que você se conecta com outras pessoas, em que precisa de colaboração, não vai mais acontecer no mundo real. Já está acontecendo no virtual. É mais fácil e eficiente. (ROSEDALE, Philip, 2007, p. 60)

³ Avatar é uma representação do corpo em ambientes virtuais tridimensionais, utilizado como personagem ou o próprio participante “encarnado”.



O sucesso de audiência ocorreu em 2006, com a adesão do público ao meio ou com inúmeros debates, críticas, reportagens e artigos sobre o SL. Como a repercussão na mídia era intensa, diversas multinacionais garantiram seu espaço no metaverso⁴, como foi o caso de Toyota, Vodafone, General Motors, Lacoste, L’Oreal e IBM. No espaço virtual, as companhias movimentam um valor diário que supera cinco milhões de dólares.

Diferentemente de um jogo tradicional, com roteiro e animações pré-definidas, no SL, os usuários são responsáveis por tudo o que existe lá dentro. Criam paisagens, objetos e até mesmo a aparência e movimento dos avatares. É claro que há ações previamente estabelecidas para iniciar a navegação, no entanto é possível também elaborar alguns itens e importá-los, como roupas e objetos.

Cada invento garante aos feitores o direito de propriedade intelectual. Daí surgem as chances de emplacar um novo produto no mercado. Como é permitido o comércio de todas as invenções, até de avatares, os residentes têm meios de vender tudo. A criação também pode ser colaborativa. O projeto é iniciado por uma única pessoa, mas há como dividir uma realização através de comandos que autorizam o acesso. Cidades inteiras são arquitetadas por grupos. Por esse motivo, o ambiente permanece em constante evolução pela ação dos próprios usuários. Nesse aspecto, o espaço é ideal para a experimentação. Muitos arquitetos e engenheiros têm usado o meio para testarem seus produtos.

Outro elemento que diferencia o SL de outros mundos virtuais convencionais é visualização em tempo real, *on-line*, das ações específicas de cada ambiente. Se na Ilha Búzios há alguém no mar, nadando, você verá tudo no mesmo momento da ação. Isso é viável devido à tecnologia *streaming*, que torna a transmissão de dados mais leve, sem a necessidade de baixar todo o programa de uma só vez.

A complexidade dos avatares é outro ponto forte do meio. Os “bonequinhos” não apenas representam alguém, mas têm uma capacidade de falar e gesticular. As caras e bocas são inúmeras e dependem dos esforços de programação de cada um.

A apropriação do espaço por diversos setores da sociedade é mais uma característica marcante do produto. O ambiente não é usado somente por jovens que procuram divertimento. O meio é fonte de estudo para assuntos diversos, que abrangem desde novas formas de educação, sociabilidade até inteligência artificial.

⁴ Metaverso é um neologismo criado por Neal Stephenson no romance *Snow Crash* (1992), apropriado recentemente pela cibercultura. Designa um “universo paralelo” ou “universo virtual tridimensional”.

4. Localização no Second Life

A Geografia convencional adota as definições básicas de continente, país, estado, cidade e bairro para nos situarmos. Além disso, as coordenadas geográficas propostas através dos meridianos nos permitem localizar precisamente qualquer ponto no planeta. No caso do Second Life, podemos identificar diversos elementos que nos apontam semelhanças com as cartografias do mundo físico.

Ao se inscrever no SL, o avatar inicia sua jornada na *Orientation Island* (Ilha de Orientação). O local é utilizado como campo de treinamento, onde os usuários aprendem os primeiros comandos para andar, assentar, conversar, mudar de aparência, entre outras ações. As formas de deslocamento também são ensinadas nessa fase introdutória, já que muitos residentes optam por apenas visitar lugares no metaverso, sem qualquer intenção de construir ou ganhar dinheiro.

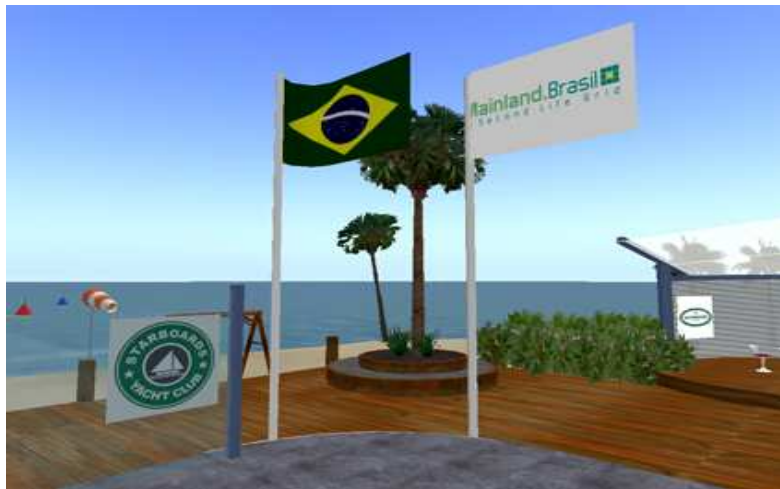
Para se locomover, os avatares podem usar o meio tradicional, andar, ou também voar em uma velocidade um pouco maior. No entanto, há no "Menu" do residente mapas que disponibilizam tele-transporte (teleporte) de acordo com as coordenadas "geográficas". Se você deseja estar do outro lado do planeta, em uma festa tailandesa, por exemplo, é só digitar as referências em três dígitos, como 44, 244, 79, que em apenas alguns segundos seu avatar estará lá. Outra opção de deslocamento são os portões de teletransporte - estruturas montadas em alguns ambientes que levam a um lugar específico. Nesse aspecto, é interessante notar como a geografia se torna referência para algumas das novas mídias.



Teleporte na região da Toscana (Espanha)



A base de localização é dada por meio de continentes, ilhas, lotes e propriedades. Os continentes são a maior parte de um território, assim como em nossas convenções. A Linden Lab é a detentora e controladora dessa área principal, que possui cerca de 900 quilômetros quadrados de extensão (Linden, 2008), abarcando paisagens, oceanos, cidades, florestas, todos criados pelos usuários. O continente que abriga o Brasil é conhecido como “*Mainland Brasil*”. Nesse ponto, é possível encontrar similaridades entre o que a geografia tradicional define como “continente” e o mundo virtual: “são as massas terrestres contínuas mais extensas da Terra. Um continente se distingue de uma ilha ou de uma península pelo seu tamanho, estrutura geológica e evolução” (Disponível em: <Mundo.com>, acesso em: 15/01/2009).



Yacht Club na Mainland Brasil

Já as ilhas, como o próprio nome sugere, são blocos de terra situados no meio do oceano. Em geral, são controladas por um proprietário ou empresa. Uma das mais famosas no país é a “Ilha Brasil”, onde estão reproduzidas com fidelidade diversas localidades. Na MLBR Copacabana, há como caminhar no calçadão de Copacabana, assentar no banco com a estátua de Carlos Drummond de Andrade e, ainda, tentar hospedar-se no Hotel Copacabana Palace. Outra ilha bem popular é a Búzios. As praias belíssimas são usadas para lazer, além de festas noturnas e lançamentos de discos.



Réplica da estátua de Drummond no calçadão de Copacabana (Rio)

Uma propriedade se caracteriza por uma região privada, com determinado tema e código de conduta designado pelo detentor. Nessa denominação, encontramos fazendas ou cidades inteiras. A chinesa Anshe Chung foi uma das que com a venda de pequenos terrenos no SL conseguiu ganhar U\$\$ 1 milhão de dólares. A arquiteta investiu em uma área inóspita do metaverso, quando ainda era pouco conhecido, desenvolveu projetos residenciais, e vendeu-os durante o ano de 2006, período de grande sucesso do SL. Hoje, ela possui uma empresa com 25 funcionários que trabalham exclusivamente com projetos arquitetônicos virtuais.



Sede da IBM no Second Life

Os lotes são a menor porção de um território, com apenas quatro metros quadrados. Em geral, são usados para construções de casas e lojas. Nesses locais, é



permitted to store personal objects, such as cars, household appliances, computers, among others.



Terreno à venda no SL

5. Regras e controle

Como em todo meio social, há regras a serem cumpridas no SL. No caso da aquisição de terras, quem deseja comprá-las precisa ser residente Premium, ou seja, pagar uma mensalidade, espécie de “IPTU” que dá direito à construção de edificações ou objetos. E, como em uma cidade ou estado, estar em território da Lab significa obedecer as leis daquela área. Existem seis mandamentos gerais: “intolerância, moléstia, ataque, revelações, indecência e perturbação da paz” (Rymaszewski, 2007, p.15 e 16). Caso o usuário prefira locar espaços de proprietários independentes, esses devem seguir o código estabelecido pelos mesmos. Além dessas designações, todas as regiões têm classificação PG ou adultas. PG representa censura para conteúdo pornográfico ou violento. As regras são mais flexíveis para os territórios adultos, onde é permitida a prática de prostituição.

(...) O conjunto de leis internas que regem a interação de seus componentes (do SL), é inspirado no código do capital, e mais precisamente no capitalismo pós-industrial. Ele se expressa em valores como propriedade intelectual, individualismo (temperado, porém, por uma sociabilidade *soft*), liberalismo, prevalência do privado sobre o público, primazia do valor monetário (quase tudo pode ser trocado por dinheiro) e livre negociação (...). (ACCIOLY, 2007, p. 5)

6. Fronteira invisível

Embora haja diversas facilidades de deslocamento no Second Life, a língua é a maior barreira para os usuários. Em geral, o idioma adotado é o do país em que se



navega, tornando a interação um pouco limitada. Ao mesmo tempo, o alfabeto comum agrega comunidades de residentes expatriados. É o que ocorre, por exemplo, com o gueto “Brasil” nos Estados Unidos. A comunidade mantém encontros regulares e locais de convivência para ouvir música brasileira, compartilhar notícias e trocar experiências comuns.

Uma língua oficial do SL poderia, de fato, transformá-lo em um espaço de plena interação. A idéia não foi cogitada pelos criadores do ambiente, mas seria um ponto a ser pensado no futuro. Todavia, um projeto como esse exigiria maior disponibilidade dos internautas para o aprendizado de um vocabulário próprio e, conseqüentemente, reduziria o número de acessos à “Segunda Vida”.

Por outro lado, a programação computacional representa um fator importante de agregação. Em diversas situações, usuários desconhecidos precisam se comunicar para descobrir comandos e ações. Os chamados “Prims” (abreviação para primitivos) são próprios para construções de objetos em 3D. Já os “Scripts” permitem a adição de comportamentos e interatividade aos objetos pertencentes ao SL, por meio de “programação” com uma linguagem específica. Alguns modismos, como danças populares no Brasil, entre elas o “Créu” e a “Dança do Siri”, dependem desse “idioma” para serem elaborados e compartilhados entre os residentes.

7. Considerações finais

É interessante notar como não somente os padrões de localização são utilizados no SL, assim como os elementos físicos. Em um espaço potencialmente “inventivo”, em que não há limites de criação, os usuários se dedicam a reproduzir fielmente prédios e paisagens de todo mundo. A cidade de Amsterdam é uma das que mais impressiona pelo grau de veracidade dos contornos e cores da arquitetura local. O cuidado dos *designers* é tamanho que cada detalhe das ruas, como plantas e árvores, são igualmente incorporados no SL. A “Rua Vermelha”, um dos mais famosos centros de prostituição da Europa, é frequentada com o mesmo objetivo no metaverso.

O pesquisador de mundos virtuais, Eric Gordon, observa uma conexão intrínseca entre os ambientes digitais e físicos, tendo em vista que “cores, formas, tempo e até mesmo registros emocionais” são transferidos de forma fidedigna para o ciberespaço. Segundo ele, “existe uma abundância de metáforas do espaço físico” (2008, p.201) que estão impregnadas na cultura digital.



Por que os avatares precisam de casas, camas ou cadeiras? Eles não sentem frio, eles não precisam de dormir e suas pernas não ficam estendidas o dia todo. O Second Life é um arquivo de habitações familiares, que possui desde camas para descansar, clubes e piscinas. Casas virtuais têm cozinhas e chuveiros, parques têm bancos, e as praias têm toalhas para proteger da areia em um banho de sol virtual. Apesar de serem estágios precoces, os usuários de MUVES, como usuários de outras novas tecnologias, fazem uso até da lei da gravidade. (Tradução nossa, GORDON, 2008, p. 201)

O espaço geográfico não tem somente influência na constituição visual desse mundo, mas influencia diretamente nos comportamentos dos usuários. Se estão em área de batalha, todos tentam se vestir e atuar como grandes guerreiros. Se vivem em uma área de festas, têm sempre passos de dança diferentes e se dedicam a inventar novas gingas. Roupas, acessórios, detalhes do corpo, gírias e outros elementos seguem as tendências do ambiente.

Por todas as questões expostas, é que acreditamos na importância de estudos dos espaços geográficos em mundos virtuais. A partir da observação no SL, é possível afirmar que incorporamos métodos tradicionais de localização, como mapas e divisão de territórios, nesses novos “lugares” de experiência. Talvez isso ocorra por estarmos em uma fase inicial dos mundos virtuais. Mais tarde, com a popularização e consolidação desses meios, quem sabe, poderemos utilizá-los como instrumentos de experimentação de novos aparatos de localização, voltados não somente para o campo digital, mas também para o cotidiano de milhares de pessoas.

Referências Bibliográficas

AUGÉ, Marc. **Não Lugares** – Introdução a uma antropologia da sobremodernidade. Trad. Lúcia Mucznik. Rio de Janeiro: Bertrand. 1994.

ACCIOLY, Maria Inês. **Um estudo exploratório sobre simulação e Controle no Second Life**. Trabalho apresentado no VII NP-Intercom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

ARAÚJO, A ; CHAME, M. ; PESSIS, A. M. ; MENDONÇA, S. ; FERREIRA, L. F. . A **Ocupação do Espaço**: da pré-história aos dias atuais. In: Buss, P; Sabrosa, P; Leal, MC &

Rodrigues, R. (Org.). **Saúde, Ambiente e Desenvolvimento**. Rio de Janeiro: HUCITEC/ABRASCO, 1992, v. , p. 181-194.

ARISTÓTELES, Obra escrita em torno de 517, em Alexandria. Páginas indicam edição preparada por H. Vitelli, em 1888, Ed. Reimer, Berlim.

CAMÕES, Luiz Vaz. **Os Lusíadas**. Publicações Europa-América, Edição Anotada, 1572.

CASTELLS, Manuel. (2001). **A galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.



DODGE, Martin. **Cybergeography**. Disponível em: <<http://personalpages.manchester.ac.uk/staff/m.dodge/cybergeography/about>>. Acesso em: 15/01/2009.

GORDON, Eric. The Geography of Virtual Worlds. Space and Culture. Volume 11. Número 3, Sage Publications, August, 2008.

LEMOS, André. **Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época**. In. LEMOS, André, CUNHA, Paulo (orgs.), Olhares sobre a Cibercultura. Porto Alegre. Editora Sulina, 2003.

Linden. **Year-end updates, and thanks for the Emmy**. Retrieved January 8, 2008. Disponível em: <<http://blog.secondlife.com/2008/01/09/year-end-updates-and-thanks-for-the-emmy/>>. Acesso em 27/01/09.

FIRMINO, Rodrigo José. **A Simbiose do Espaço: cidades virtuais, arquitetura recombinante e a atualização do espaço urbano**. Scholl of Architecture, Planning and Landscape University of Newcastle upon Tyne. Disponível em: <<http://www.eesc.usp.br/sap/docentes/firmino/>>. Acesso em 15/10/2008.

MUNDO, Vestibular. **Os Continentes**. Disponível em: <<http://www.mundovestibular.com.br/articles/228/1/CONTINENTES-EOCEANOS-/Paacutegina1.html>>. Acesso em 15/01/2008.

RELPH, E. C. **As Bases Fenomenológicas da Geografia**. Geografia, 1979.

RIBEIRO, W. C. **Do Lugar ao Mundo ou o Mundo no Lugar?** Terra LivreAGB, 1993.

RYMASZEWSKI, Michael (et al) e ROSEDALE, Philip. **Second Life: guia oficial**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007. Tradução: Abner Dmitruk.

SANTOS, Milton. **Metamorfose do Espaço Habitado**. São Paulo. Hucitec. 1998.

ZOOK, Matthew, DODGE, Martin, AOYAMA, Yuko, TOWNSEND, Anthony. **New Digital Geographies: information, communication, and place**. S.D. Brunn, S.L. Cutter, and J.W. Harrington (eds.), Geography and Technology, 123- 123. © 2004 Kluwer Academic Publishers. Printed in the Netherlands.