



## ***Second Life: lugar ou não - lugar?\****

Camila Wenzel\*\*

**Resumo:** Este trabalho pretende analisar o ambiente virtual *Second Life* como uma nova configuração espacial a partir dos conceitos de lugar, não-lugar e espaços de fluxos propostos por Marc-Augé e Manuel Castells. Com a evolução das novas tecnologias de comunicação e os jogos *online*, o ciberespaço apresenta novas possibilidades sociais, espaciais e de percepção que reconfiguram o real.

**Palavras-chave:** lugar; não-lugar; espaços de fluxos; ambientes virtuais; ciberespaço

---

\* Trabalho apresentado ao GT de Práticas Sociais, do VII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

\*\* Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Bolsista do PET Facom.



## 1. Espaço, ciberespaço, lugar e não-lugar.

As redes digitais articulam as conexões globais, independentemente do local geográfico de onde são emitidos os dados. Espaço físico este que a cada dia vêm perdendo sua importância de agregador social, já que com a popularização da Internet, a atual proliferação das *Lan Houses* e a grande segregação das cidades em guetos, favelas, condomínios fechados, e shoppings, nos mostra que o espaço físico anda separando o que as redes conectam. A virtualização do mundo, serviços, empregos e das relações sociais transforma nossos bairros, centros das cidades, e principalmente a relação que temos com esses espaços.

Para Barbero estamos deixando o paradigma comunicacional e entrando no paradigma informacional, que está centrado no conceito de fluxos, no mesmo sentido tomado por Manuel Castells. Para Castells, na sociedade em rede é o espaço, não mais físico, mas de fluxos de informação que passa a organizar o tempo e esse novo espaço de fluxos reconfigura o espaço de lugares que historicamente enraizou a experiência social. De acordo com o autor, o espaço de fluxos é:

(...) O espaço de fluxos resultante é uma nova forma de espaço, característico da Era da Informação, mas não é desprovida de lugar: conecta lugares por redes de computadores telecomunicadas e sistemas de transporte computadorizados. Redefine distâncias, mas não cancela a geografia. Novas configurações territoriais emergem de processos simultâneos de concentração, descentralização e conexão espaciais, incessantemente elaborados pela geometria variável dos fluxos de informação. (CASTELLS, 2001, p.170).

Para Barbero existem, assim, três fatores neste espaço de fluxos: a despacialização – ênfase no tempo das trocas, no fluxo de informação que transforma os lugares em espaços de fluxos; o descentramento - perda do centro nos espaços de fluxos, que são espaços equivalentes, acarretando assim a desvalorização de lugares centrais como as praças, ruas e monumentos; a desurbanização – perda do uso das cidades por parte dos cidadãos. O trânsito pelas cidades, ruas e praças se configura na lógica do trabalho e do consumo, fazendo com que os cidadãos fujam do caos urbano, refugiado-se em espaços “paradisíacos” (shoppings, condomínios fechados).

A supermordenidade é caracterizada pela proliferação de não lugares, ou espaço de fluxos - no sentido tomado por Castells e Barbero - em detrimento da noção



antropológica de lugar. A crise do espaço substancial é apontada por diversos autores. Para Virilio, os acessos aos espaços estão se transformando devido às novas interfaces digitais (computador, televisão). “(...) Passa a existir uma nova representação, de uma visibilidade sem a face a face, na qual desaparece e se apaga a antiga confrontação de ruas e avenidas”. (VIRILIO, 1993, p. 9).

As novas tecnologias digitais têm papel fundamental nessa transformação, pois sua inserção cada vez maior no cotidiano vem mudando nossa concepção de espaço, lugar e tempo, como afirma o pesquisador em Cibercultura André Lemos:

Vivemos uma nova conjuntura espaço-temporal marcada pelas tecnologias digitais-telemáticas onde o tempo real parece aniquilar, 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.” (LEMOS, 2003, p.14).

O termo “espaço” é mais abstrato do que o de “lugar”. Utilizamos lugar ao nos referimos a um acontecimento que já ocorreu, a um lugar histórico, a um mito (lugar-dito). Espaço se aplica a uma extensão, a uma distância entre dois pontos, ou a uma grandeza temporal (no espaço de uma semana). Porém, estamos utilizando indiscriminadamente a noção de espaço – espaço aéreo, espaço judicial, espaço publicitário, compra de espaço, ciberespaço e etc.

De acordo com Marc Auge, estamos na era das mudanças de escala, de modificações físicas: concentrações urbanas, transferências populacionais e a multiplicação de “não-lugares”, por oposição a noção antropológica de lugar – àquela de cultura localizada no tempo e no espaço. Para Augé, os lugares podem se definir como identitários, ou seja, o lugar de nascimento que constitui a identidade individual, espaço no qual o corpo é colocado; relacionais, quando o lugar é compartilhado com outros, e histórico, o que conta à histórica de um povo. O lugar é o espaço investido de sentido, personalizado.

Para o autor, hoje, lugar é apenas uma idéia parcialmente materializada daqueles que o habitam, de sua relação com o território, com seus próximos e com os outros. O não-lugar é diametralmente oposto ao lugar, é a ausência do lugar em si mesmo. Ao não-lugar designamos duas realidades complementares, porém distintas: espaços constituídos em relação a certos fins (transporte, trânsito, comércio, lazer) e a relação que os indivíduos mantêm com esses espaços. Ele é representado pelos espaços públicos



de rápida circulação, tanto físicos quanto os de imagens: metrô, aeroporto, estações rodoviárias, Jornal Nacional e etc. Podemos, assim, conjugar o não-lugar com o espaço de fluxo de Manuel Castells, já que ambos se opõem ao lugar, aquele que configura as experiências sociais.

Daí um novo tipo de espaço, o ciberespaço vem se configurando através do computador e das redes telemáticas. Em seus romances de ficção, William Gibson é referência para a compreensão do ciberespaço, como um conjunto de informações que transitam nos servidores e terminais conectados a Internet. O contato que temos com o ciberespaço é através do software que serve como “facilitador” das complexas linhas de programação para os usuários leigos; que em apenas um clique aciona códigos, leituras e interpretações pré-programadas para que a ação correspondente aconteça.

Nessa perspectiva, o Ciberespaço é o espaço constituído com base em uma comunicação, em linguagens e diálogos homem-máquina e máquina-máquina. Vemos a tela, mas não visualizamos a quantidade de informações, de comandos, expressões e códigos que estão por trás das imagens. Se o lugar é construído no espaço natural, e opera a apropriação do meio natural por meio de símbolos, no ciberespaço é através dos símbolos que o “espaço” vai se constituir.

Assim, quando tomamos o ciberespaço como um local de fluxo de informação, que promove a interconexão de tudo em tempo real, onde o local que se conecta pouco importa, podemos considerá-lo como não-lugar. Porém, ao pensarmos que o ciberespaço promove e pode até aumentar a interação social, já que a espaço físico não é mais um complicador, e promove a capacidade de interferir na produção e reprodução da cultura, podemos considerá-lo como lugar. Portanto, utilizando como objeto de estudo o jogo “*Second life*” e as diversas relações sociais presentes nesse jogo, pretendemos discutir a relação de lugar e não-lugar no ciberespaço



## 2. Second Life

O *Second Life* (SL) é um simulador da vida real ou um MMOSG - *Massively Multiplayer Online Social Game* (Jogo Multiplayer Social em Massa). O SL é um mundo virtual totalmente 3D, onde os limites de interação com o game dependem apenas da criatividade do usuário. Nele, além de interagir com jogadores de todo o mundo em tempo real, é possível criar seus próprios objetos, negócios e personalizar completamente seu avatar – seu personagem no jogo, sua corporificação no ambiente virtual. No SL é possível a criação de avatares muito semelhantes às características físicas dos jogadores. Podem-se escolher o formato do olho, cores infinitas de cabelo, mínimos detalhes físicos que criam personagens originais.

O cenário e qualquer objeto encontrado em sua jornada são interativos conforme suas respectivas funções. Os ambientes são baseados em uma típica ilha tropical, cercada por centenas de ilhotas. Os habitantes não precisam se preocupar com as distâncias, pois no SL, os avatares podem voar e até se teletransportar. No jogo há dois mapas disponíveis para ajudar na localização: um mini mapa que representa a região onde se está e o mapa do SL, onde se visualiza o mundo por completo.

O fundamento do jogo está em incentivar cada jogador a encontrar um meio de sobreviver, aprendendo e desenvolvendo atividades lucrativas que possibilitarão seu poder aquisitivo dentro do jogo. O *Second Life* possui sua própria moeda, o Linden dollar (L\$), que pode ser convertida em dólares verdadeiros, respeitando a sua cotação no dia corrente. Há inúmeras maneiras de ganhar dinheiro no SL: criar objetos, construir imóveis, desenvolver acessórios para os avatares, ser empregado de alguma empresa, ter uma profissão. Todas as criações são protegidas por direitos autorais referentes ao número do IP do jogador.

Uma das possibilidades do jogo está na capacidade de cada jogador desenvolver atividades com as quais tenha mais afinidade, aproveitando também sua habilidade e profissão na vida real. Se o jogador é um arquiteto na vida real será mais fácil construir imóveis bonitos e funcionais. Caso ele seja um DJ, na hora de conseguir esse emprego no SL, será muito mais fácil, pois seu conhecimento em música fará a festa bem sucedida e o ajudará a conseguir outra festa. Uma vida bem sucedida no SL virá da criatividade e perspicácia de cada jogador.



O Second Life tem atraído a atenção da imprensa e das empresas devido aos negócios que surgiram dentro do mundo virtual e que aumentam a cada dia. Para ser dono de um pedaço de "terra" virtual, é necessário pagar US\$ 9,95 por mês, o que lhe dá direito também a uma carga mensal de dólares Linden, com os quais podem-se comprar objetos e serviços de outros usuários. Qualquer usuário pode construir casa, roupas e outros objetos e oferecê-los a outras pessoas, cobrando ou não por eles. No SL existe um comércio virtual que chega a movimentar US\$ 5 milhões por mês com a venda de itens. Em SLBoutique (<http://www.slboutique.com/>), é possível comprar itens para o Second Life como uma reprodução do quadro O Grito, de Edvard Munch (por L\$20, o equivalente a US\$ 0,37), um kit que modifica o seu personagem para representar qualquer um dos nove meses da gravidez (L\$ 250 ou US\$ 1,13) ou um helicóptero Apache (L\$ 799, ou US\$ 2,93).

Existem ainda empresas criadas especialmente para desenvolver produtos virtuais para os avatares. A *Electric Sheep* (<http://www.electricsheepcompany.com>) construiu para a BBC uma versão digital do programa *Newsnight* e uma réplica de uma cidade norte-americana para ajudar no treinamento de voluntários em emergências.

As lojas do mundo real também montam filiais dentro do *Second Life*. A *American Apparel* contratou um arquiteto e uma designer especializados nesse ambiente para montar uma loja e uma coleção completa para que os avatares possam se vestir com o estilo da marca.

No site da *Phillips*, a empresa explica sua intenção em investir no SL não apenas como mais um mercado para vender seus produtos e serviços. A *Phillips* tem pesquisado o porquê de as pessoas se sentirem tão atraídas por um mundo virtual e quer aproveitar o *Second Life* como um ambiente para co-criação. Isso significa, a curto prazo, a criação de protótipos de produtos e, a longo prazo, a obtenção de comentários de habitantes do Second Life sobre conceitos da Philips mais abstratos e futuristas. A Philips patrocinou a primeira festa de réveillon do Second Life brasileiro em 1<sup>o</sup> de janeiro de 2007.

A festa contou com fogos de artifício interativos com os quais os avatares puderam escrever mensagens no céu. O réveillon brasileiro no Second Life foi notícia em inúmeras publicações, inclusive em outros países.

A BBC comprou uma ilha dentro do universo virtual Second Life e exhibe programação especial gratuita no game. A Coca-Cola já patrocinou um festival no Second Life. Alguns estúdios estão usando o mundo virtual para promover novos



filmes. A escola de Direito da Universidade Harvard grava as palestras do mundo real e exibe num anfiteatro construído em Second Life.

O Second Life já conseguiu atrair para o mundo virtual a atenção e investimento de vários setores da economia, conferindo outro status aos jogos eletrônicos.



### **3. *Second Life*, lugar ou não - lugar?**

O SL cria através da programação, uma “virtualização” do ambiente real. As paisagens de uma ilha tropical são modificadas com as ações dos personagens – construções de mundos – casas ruas, rotas de passagem, lugares de festas, que só existem pela criação colaborativa de todos os habitantes. Através da criação e utilização espacial do ambiente do *Second Life*, este passa a fazer sentido para seus habitantes. Assim como o processo de urbanização que as cidades sofrem, no SL as ações e construções de mundos e projetos de urbanização, (através das rotas mais utilizadas, os locais mais visitados, o local de trabalho, seus amigos no jogo) criam um ambiente inteligível e funcional. Essa relação que os jogadores, através dos seus avatares, passam a ter com o ambiente é semelhante àquela que temos em nosso mundo real. Saímos para o trabalho, para festas, para as compras.

Os espaços de trânsito, o não-lugar como já citamos ser característico da supermodernidade, também estão presentes no jogo, já que a familiaridade urbana é a mesma do mundo real. Apesar da possibilidade de teletransporte e de voar que o jogo oferece, o trânsito de avatares pelo ambiente é o mesmo presente nos grandes centros. Afinal, precisamos conhecer o ambiente em que vivemos para saber onde encontrar o que precisamos. Porém, outra possibilidade que o ambiente do SL proporciona e que hoje, nos centros urbanos torna-se cada vez mais difícil – seja pela proliferação de não-lugares, ou pela falta de tempo, pelo trânsito caótico das grandes cidades, pelo medo da violência – é o andar pelas ruas despreocupadamente, o passear, a exploração do ambiente. Esta é potencializada nos ambientes virtuais em 3D, que cada vez simulam com mais fidelidade as características dos objetos, texturas, funções, sons e cores do ambiente real. Quantas vezes passamos pelo mesmo lugar há anos e não percebemos traços da arquitetura das casas, ou mesmo algumas casas, prédios. Os ambientes dos jogos eletrônicos, assim como os ambientes virtuais como o SL são propícios a livre exploração dos ambientes e vivência dos espaços. Esta relação de prazer proporcionada pela relação dos indivíduos com o espaço urbano é um o pensamento situacionista da década de 50, caracterizado como “deriva”. O andar despreocupado cria uma outra percepção do espaço cotidiano, ou seja, transforma os lugares de passagem, ou não-lugares em lugares dotados de sentido.

O mundo do SL se propõe a imitar o mundo real, físico, concreto na medida em que leva para o jogo, um ambiente lúdico, a maioria das regras sociais da vida real e



também por se basear no sistema capitalista. Para se manter no SL são necessários um emprego, dinheiro e bens, (casas, vestuário, diversão). Pode-se simplesmente existir, mas assim o acesso às ferramentas disponíveis no jogo e sua evolução no ambiente ficam limitadas. Sua segunda vida no jogo se organiza a partir de sua fonte de renda. O jogo, como ambiente lúdico e criativo permite aos jogadores desempenhar funções que seriam impossíveis na vida real. Um jogador da favela que joga através de uma *lan house* pode ser um grande proprietário de terras e até ganhar dinheiro real com sua profissão. Os potenciais de criatividade, envolvimento, habilidade e agenciamento que o jogo proporciona, como citamos anteriormente, vêm sendo percebidos por grandes empresas que procuram o SL para divulgar sua marca, vender seus produtos com um diferencial. A venda através da Internet é algo já solidificado. Porém, é diferente acessar um site e comprar um mp3 da Phillips de entrar no mundo do SL, ir a uma loja da Phillips, que foi planejada pensando nos usuários do SL, que tem em sua arquitetura os conceitos que a empresa pretendo passar, ser atendido por avatares que também têm o estilo do marca e comprar seu mp3, que pode ser real e chegar em sua casa, ou ser virtual e utilizado do SL.

As empresas também têm procurado no SL designers, programadores e bem sucedidos no jogo para oferecerem trabalho dentro e fora do SL. Essa característica do jogo vem empregando e movimentando dinheiro real e virtual e colaborando com o teletrabalho, modificando a rotina das pessoas que agora precisam de um pc e internet para trabalhar. O jornalista americano de tecnologia Wagner James foi contratado há três anos para ser uma espécie de enviado ao novo mundo. O jornalista mantém um *blog* onde conta sua vida e seu trabalho no SL. ([www.nwn.blogs.com](http://www.nwn.blogs.com)). Em entrevista à revista ÉPOCA, edição de 19/03/2007, Wagner James afirma que ambientes como Second Life vão transformar a Internet bidimensional num espaço em terceira dimensão totalmente interativo.

Ao trazer para o jogo as relações de trabalho do mundo real e, assim, imprimir ao espaço – espaço virtual, ambiente virtualizado e habitado por avatares – uma maneira diferente de se relacionar com esse espaço, o *Second Life* pode ser caracterizado como lugar, aquele que imprime nossa relação com o espaço que habitamos.

O que a internet torna possível é uma configuração múltipla dos espaços de trabalho. Em sua esmagadora maioria, as pessoas têm locais de trabalho onde vão regularmente. Mas muitos também trabalham a partir de casa (não em vez de seu local de trabalho, mas além dele,) trabalham de seus carros,

trens e aviões, de seus aeroportos e hotéis, durante suas férias e à noite – estão sempre disponíveis, enquanto seus bips e telefones móveis nunca param de tocar. A individualização dos locais de trabalho, a multilocalização da atividade e a possibilidade de conectar tudo isso em torno do trabalhador individual, inauguram um novo espaço urbano, o espaço da mobilidade infinita, um espaço feito de fluxos de informação e comunicação, administrado em última instância com a Internet. (CASTELLS, 2000, p.192)

Mistura-se também ao local primeiramente pensado como lazer – um jogo – com seu local de trabalho. Ao entrevistar a jogadora do Second Life, Nicole Vasconcelos sobre qual tipo de atividade ela exerce, obtive a seguinte resposta: “trabalho no Second Life. Tenho junto com amigos uma produtora de eventos e apesar de ainda não ganhar muito dinheiro, os negócios estão crescendo”.

O ativismo também está presente no SL. Ativistas do mundo real também enxergaram SL mais um lugar para protestarem. Um grupo de ativistas criou um monumento virtual em protesto contra o genocídio no Sudão. Usuários conhecidos como *griefers* (criadores de confusão) começaram a destruir o espaço e a deixar mensagens racistas. Depois desse episódio um grupo ativista resolveu se vestir como o personagem dos quadrinhos Lanterna Verde e, fantasiado, passou a fazer turnos para proteger o monumento.

Em outro artigo defendemos que a plataforma dos jogos eletrônicos *online* poderia ser utilizada para um ativismo via hipermídia, visto que as principais características dos games *online* podem ser aproximadas com o atual ativismo global. (WENZEL, 2005). Porém, analisando alguns *sites* ativistas como o Centro de Mídia Independente, o *Indymedia*, podemos perceber que as ferramentas hipermidiáticas não são exploradas de maneira a recriar o ambiente lúdico e festivo presente nas manifestações de rua. Os protestos atuais que são uma mistura de festa e sabotagem urbana, com fantasias, música, performance artística e até escola de samba são substituídos virtualmente por *sites* que se apóiam predominantemente no verbal, com *layout* tradicional, fontes pequenas, cores neutras, poucas fotos e sem animações.

O Second Life proporciona aos ativistas todas as vivências lúdicas presentes nas manifestações de rua, assim como um novo espaço de protesto, espaço virtual que não deixa de servir como reflexão e favorável a ações ativistas.

Outra faceta interessante da ação ativista do super-herói Lanterna Verde tomar conta do monumento virtual, que é alvo de terroristas, é a relação espacial. Essa proteção a espaços virtuais, que podem facilmente ser recriados, pode ser entendida



como protesto ou ao status que o monumento tem enquanto construção. Protegemos nossa casa e nossos monumentos porque eles representam algo que vai além do físico. A relação que mantemos com esses espaços físicos se tornou a mesma que os ativistas possuem com o monumento virtual. Criaram assim lugares dentro do SL, lugares que significam e criam interações sociais.

O SL também é alvo de terroristas. O Exército de Libertação do Second Life (SLLA) recorre a bombas atômicas virtuais. Várias lojas do Second Life foram destruídas por bombas colocadas pelo SLLA, o “braço militar de um movimento de libertação nacional”. A orientação do grupo revolucionário é claramente capitalista e a principal reivindicação é que se respeitem os "direitos fundamentais dos residentes". O grupo exige que a Linden Lab, dona do jogo, abra o capital do site e venda as ações a cada um dos usuários por um preço previamente combinado. Assim como ativistas protegem monumentos, terroristas destroem lojas. As ações estão ligadas aos espaços, lugares criados no jogo. Se esses espaços não representassem nada a seus habitantes as ações provavelmente não estariam relacionadas a eles.

A internet oferece a possibilidade de consumo dos gostos pessoais e da vivência de múltiplos personagens. A conexão generalizada e a mobilidade das tecnologias digitais geram novas formas de relacionamento social, diferentes do face a face. Muito tem se discutido sobre o papel das novas tecnologias como reconfiguradora das práticas sociais. Considerando o ciberespaço como não-lugar, temos, assim como para Auge a seguinte configuração: “o espaço do não lugar liberta de suas determinações habituais quem nele penetra. Saboreia por um tempo as alegrias passivas da desidentificação e o prazer mais ativo da interpretação do papel”. Mas também se encontram lugares, no sentido antropológico, em que existe espaço para a relação interpessoal e para a organização social.

Ao visualizarmos o SL e a relações que ali se formaram: relações de trabalho, amizades, grupos que se unem por algum interesse ou finalidade, podemos ver uma nova esfera social, proporcionada pelo ambiente e o pertencimento espacial apresentado por seus habitantes.

No *Second Life* encontramos características de lugar e não-lugar, apesar de o ciberespaço, no qual o jogo está inserido, ser a ausência do lugar em si, ou um não-lugar, apesar dos computadores interligados estarem em locais físicos e existirem cabos, o ciberespaço não é algo físico, é um fluxo de informações, de comandos em linguagem de programação. A reconfiguração de lugares, espaços, não-lugares e esses conceitos



são continuamente repensados devido às novas tecnologias de informação que vêm modificando também nosso ambiente físico e a relação que mantemos com ele. O que se torna importante de ser pensado é até que ponto os habitantes do SL estão trocando a vivência dos espaços reais pelo espaço virtual. Muitos aspectos da vida real já foram levados para a segunda vida como emprego, vida social, família, amigos e torna-se necessário pensar que tipo de experiência o jogo proporciona aos habitantes que modifiquem sua vida real. De alguma forma seus habitantes, através da nova percepção e vivência do espaço virtual, poderiam restabelecer a relação perdida que temos com esses espaços reais. Novas formas de ativismo político que vão de encontro ao lado lúdico das manifestações de rua, lado lúdico este que pode servir como nova forma de contestação política. Novas formas de trabalho que reconfigurem a lógica de trabalho e as exigências do mercado. Uma nova configuração da Internet, da educação à distância, que aproveite as possibilidades narrativas presentes nesses ambientes imersivos.

O poder do lugar ainda prevalecerá. (...) Ambientes físicos e cenários virtuais funcionarão de maneira independente e na maioria das vezes se complementarão mutuamente dentro de padrões transformados de vida urbana, em vez de serem substituídos dentro de padrões existentes. Algumas vezes usaremos redes para evitar ir a lugares. Outras, porém, continuaremos indo a lugares para nos interconectar. (CASTELLS, 200, p.195)



## **Referências bibliográficas**

AUGÉ, Marc. (1994). Não Lugares – Introdução a uma antropologia da sobremodernidade. Rio de Janeiro: Bertrand

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

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

MARTIN – BARBERO, J. (2001). Dos meios as mediações. Comunicação, Cultura e Hegemonia. Rio de Janeiro. Editora UFRJ

VIRILIO, Paul. (1993). O espaço crítico as perspectivas do tempo real. Rio de Janeiro. Editora 34.