



Estratégias digitais de comunicação organizacional: possibilidades e limitações do espaço *Second Life*¹

André Quiroga Sandi²
Professor Feevale e UCS

Resumo

É inegável a diversidade de tecnologias que utilizam a internet como suporte, entre estas o *Second Life*. O programa, que teve grande crescimento no ano de 2007, movimentou o cenário das organizações na busca pela inserção nesse “novo” espaço. Este trabalho busca entender, através de cenários propostos por Weissberg (2008), as variadas estratégias organizacionais utilizadas no *Second Life* para se destacar no meio digital, cada vez mais disputado, marcado por intensa concorrência.

Palavras-chave: Internet; estratégias digitais; Comunicação Organizacional; *Second Life*.

1. Contextualização

A Internet tem criado, desde seu surgimento, múltiplas possibilidades de uso, entre elas, novos acessos para pesquisa e busca de dados e informações para a sociedade, de um modo geral, e para as organizações, estabelecendo uma troca constante e potencializando a criação de “redes” de relacionamento e cooperação.

Cada vez mais, os programas de computador e o próprio computador deixam também de ser meros instrumentos de armazenamento e busca de informação, para criarem novas formas de comunicação e sociabilidade, como exemplo o *orkut*, os *blog's* e, atualmente, os simuladores de realidade virtual que conectam vários usuários. Essa possibilidade de comunicação incorporada de modo bastante extenso pelo conjunto da sociedade está, cada vez mais, presente nas relações entre as organizações e seus públicos.

A partir de uma perspectiva poderia se argumentar que a era da informação tem se tornado, sob nossos narizes, a era do jogo, e assim esse jogo e sua

¹ Trabalho apresentado ao GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Doutorando em Ciências da Comunicação - UNISINOS. Mestre em Ciências da Comunicação - UNISINOS e graduado em Relações Públicas - PUCMinas. Este trabalho é parte do estudo que vem sendo desenvolvido pelo autor em seu doutorado.



noção associada do ato de jogar podem se transformar em metáforas mestras para uma gama de relações sociais humanas (BOELLSTORFF, 2008:21)³.

Na dinâmica vivida dentro de algumas organizações o uso interno da Internet é ainda visto, muitas vezes, com restrições. O acesso dos funcionários à Internet é, freqüentemente, avaliado como algo “perigoso”. O controle do uso, mesmo quando liberado o acesso, é realizado de forma institucional buscando manter o foco nas necessidades do desenvolvimento do trabalho.

Se, por um lado, as organizações convivem ainda com um uso interno restrito da Internet, por outro lado, a criação, manutenção e aprimoramento de espaços na *web* e, principalmente, a busca por novas tecnologias de informação e comunicação baseadas na digitalização, vem tendo um expressivo crescimento. Assim o reconhecimento e apropriação de estratégias de uso de tecnologias digitais em ambientes virtuais constituem uma preocupação presente e crescente nas organizações que vêm na comunicação produzida neste universo do ciberespaço, onde está presente o *Second Life* (SL) , uma potencialidade de relacionamento, tendo por base uma interação cada vez mais criativa e inovadora com a sociedade.

Precisamos compreender a tecnologia, especialmente nossas tecnologias da mídia e da informação, justamente nesse contexto, a fim de apreender as sutilezas, o poder e as conseqüências da mudança tecnológica. Pois as tecnologias são coisas sociais, impregnadas pelo simbólico e vulneráveis aos paradoxos e contradições eternas da vida social, tanto na sua criação como em seu uso. (SILVERSTONE, 2002:60)

O espaço virtual constituído pelo *Second Life* é um fenômeno recente. Uma compreensão ampla de suas configurações e processos exigirão sedimentações que só a passagem do tempo irá trazer. Mas sua trajetória e os seus usos e repercussões devem ser pensados desde agora. Wolton (2003), aponta que

quando se fala atualmente do sucesso das novas tecnologias de comunicação, é necessário então ser preciso, lembrando que se trata de uma mescla de realidade e mitos e que o entusiasmo que as envolve terá muito mais nuances daqui a uns dez anos, quando os usos relativizarão os ardentes discursos de hoje (WOLTON, 2003:84).

O motivo pelo qual as novas tecnologias despertam tanto interesse, está vinculado a um horizonte de potencialidades, podendo vir a oferecer novas possibilidades de atualização dos processos de comunicação organizacional, viabilizadas nesse ambiente computacional.

³ Do original em inglês, tradução livre pelo autor deste texto.



2. A entrada das organizações no *Second Life*

Como muitos programas que surgem, o *Second Life* teve um rápido crescimento no ano de 2007, não somente em número de avatares⁴, mas também na quantidade de organizações ocupando esse espaço.

Talvez a hipótese mais forte para a entrada de muitas organizações no SL seja o caráter de pioneirismo que envolve a presença em um novo espaço virtual. Essa entrada pioneira, somada à ampla cobertura midiática que ocorreu, gerou um destaque nos mais diversos espaços comunicacionais. A repercussão inicial foi grande e teve ampla cobertura de diversos sites e revistas⁵. Este processo está sendo muito similar ao que ocorreu com o aparecimento da Internet, quando bastava à organização ter um site que já se tornava notícia. Este movimento, no entanto, tem diminuindo, o que pode ser pensando como a entrada do sistema num ritmo de estabilidade. Os indícios de uma diminuição do número de usuários ativos são vistos, por alguns analistas⁶, como expressão da existência de uma retração no SL.

No auge do programa, o processo de crescimento do SL com a entrada das organizações deu-se de modo muito rápido, o que gerou o fato de que muitas delas desconhecem este espaço virtual – o que é, qual o seu potencial e, principalmente, como reagir e agir em seu interior. Algumas organizações mostraram uma preocupação maior de entendimento, como expressa este release relativo ao site de uma reconhecida organização - a Philips do Brasil.

Uma abordagem diferente... Várias empresas já participam do Second Life, inclusive a Philips. Mas, enquanto muitas empresas usam o Second Life apenas como mais um mercado para vender seus produtos e serviços, a Philips adotou uma abordagem mais sofisticada. Essa abordagem envolve dois aspectos principais: 1: Queremos realmente entender o que é o Second Life. Para isso, estamos realizando pesquisas para identificar o que o Second Life realmente representa, por que as pessoas se sentem atraídas por esse mundo virtual e que ligação existe entre o mundo virtual e o real. 2: Aproveitar o

⁴ “Em jogos 3D ou de realidade virtual e em alguns fóruns de bate-papo na WEB, seu avatar é o ‘handler’ visual ou objeto na tela que você utiliza para representar a si mesmo. No World Chat [um dos primeiros jogos a usar avatares como personagens] e em sites similares, você pode ser um unicórnio, um rouxinol ou qualquer tipo de criatura ou objeto que lhe caia bem.” (BARBOSA, 2001:70). “Um termo virtual comum para *alter ego* do usuário, uma personagem controlada por ele na tela do computador. Os avatares geralmente são identificados por características físicas específicas (gênero, raça, etc) do Residente.” (JAMES AU, 2008:268).

⁵ Entre outras: Revista Época, 19 de março de 2007 com capa “SL A novidade mais quente da internet vai transformar a maneira como trabalhamos, consumimos e namoramos”. Várias matérias na Revista Exame e Info, em maio, junho/agosto de 2007.

⁶ Por exemplo: Explode a bolha do Second Life - <http://www.opinioenoticia.com.br/interna.php?id=10373> e Mais duas provas que o Second Life vai mal - <http://super.abril.com.br/blogs/proximafase/index50.shtml>

Second Life como um ambiente para co-criação. Isso pode significar, '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. (Release “Recriando a vida real no Second Life”⁷)

A maioria das organizações entraram “tateando no escuro”, buscando reconhecer o espaço que, potencialmente, pode ser aproveitado, de diferentes maneiras, nas mais diversas áreas. Algumas reproduziram o mesmo tipo de ações existentes no mundo real, sem entender a proposta e tiveram que ir se adaptando progressivamente. Reproduziram, no SL, os seus espaços reais, como é o caso observado da Volkswagen (foto 1 e 2). Outras optaram por uma criação diferenciada, como é o caso da agência de propaganda Ginga (foto 3).



Foto 1 - Concessionária VW no mundo virtual



Foto 2 - Concessionária VW mundo real



Foto 3- Sede de uma agência de propaganda no SL

O que é possível apontar é que o SL para as organizações constitui um espaço que pretende gerar uma presença completa e interativa com o seu público e outros visitantes do sistema - espaço de repasse de conteúdos, informações, comunicação ampliada, aumentando a qualidade dos serviços prestados. Cumpre um significativo papel nas relações comerciais estabelecidas incorporando a concepção de rede social em que seus participantes integram uma comunidade virtual. É inegável o significado deste ambiente virtual enquanto espaço de divulgação da marca, seja pela repercussão na mídia externa (ou vida real), seja pelo interesse dos usuários em entrar nesses ambientes e “descobrir” a organização e o que ela oferece, seja ainda por, simplesmente, marcar uma posição inovadora.

É, pois, necessário tentar perceber e acompanhar os movimentos que as organizações têm realizado e que, neste momento, talvez passaram a perceber e buscar

⁷ http://www.philips.com.br/mt_theme_2007_06_secondlife.page



compreender como realmente utilizar esse espaço virtual em toda a sua potencialidade mais além da produção de imagem, fazendo parte das estratégias organizacionais de comunicação. É o desafio que se apresenta para todas as organizações.

2.1. *Second Life: tecnologia computacional de imersão*

Compreender o espaço *Second Life*., hoje explorado pelas organizações e sua potencialidade de comunicação passa por um entendimento primeiro relacionado à sua emergência, constituição e ferramentas que utiliza em seu desenvolvimento. Passa também por uma busca dos significados para a sociedade, onde Wolton (2003) trabalhando o poder de sedução que as tecnologias possuem, traz uma reflexão que poderia ser entendida como uma primeira definição do que é o *Second Life*. Entendendo que esta não é a definição específica do programa, pois fala das tecnologias de forma ampla, pode-se dizer que o *SL* é

um mundo aberto acessível a todos, e que finalmente dá uma chance a cada um, quais sejam seu itinerário profissional e seus diplomas. E é por isso que as novas tecnologias adquiriram uma dimensão social: elas representam um pouco ‘uma nova chance’ para todos aqueles que perderam a primeira. As novas tecnologias são, como uma figura de emancipação individual, ‘uma nova fronteira’(WOLTON,2003:85).

Descrever o programa *SL*, suas características fundamentais presentes em sua construção e no acesso a este espaço virtual, visa oferecer subsídios para o entendimento de seu significado e potencialidades de sua utilização. Os dados aqui repassados, têm uma relevância significativa pois mostram, os recursos tecnológicos presentes na formulação do *SL* e apontam também para algumas das possíveis limitações em seu desenvolvimento e expansão.

O programa *Second Life* (*SL*) constitui um espaço simulado, possui ambientes feitos para “imitar” a realidade, os ecossistemas e pequenas sociedades. Enquanto sistema computacional possui múltiplos usos, entre outros, - jogos, comércio virtual, educação à distância, rede social/comunidades de relacionamento. Apresenta muitas características dos jogos do tipo *MMOG*⁸, mas usualmente não é classificado como tal.

Lançado em 2003, e considerado um metaverso, que é a “combinação de mundos virtuais, simulação, tecnologia de realidade virtual” (BOELLSTORFF, 2008: 17), ou seja, um universo virtual paralelo, o *Second life* só ganhou força no final de 2005. Mas foi a

⁸ Massive Multiplayer On-line Games são jogos on-line que possuem vários usuários que ficam conectados ao mesmo tempo, utilizando a Internet. Estes jogos são, normalmente, interativos, colaborativos, possuindo um objetivo final pré-definido que o jogador deverá atingir.



partir da segunda metade de 2006 que ocorreu sua grande repercussão no Brasil, com o crescimento do número de ilhas. As ilhas são os espaços “de terra” onde são construídas as casas, os estabelecimentos comerciais e industriais, as regiões de convivência, seriam os territórios no mundo real. Assim as organizações, ou criam suas próprias ilhas ou buscam ilhas que possam vir a ter uma maior afinidade com o público alvo. No geral, grandes organizações compraram seus espaços, criando ilhas dedicadas inteiramente a elas, podendo disponibilizar uma melhor interação com os avatares visitantes.

Uma definição do que seria o SL, apresentada no release de lançamento do programa em português, aponta que o

Second Life não é um jogo. Não há missões, fases ou objetivos pré-definidos. Second Life é um metaverso: um mundo virtual tridimensional que oferece a qualquer um que tenha acesso à internet a possibilidade de ter uma segunda vida. As pessoas que se cadastram no Second Life são mais do que internautas ou usuários. São residentes de um universo online onde é possível voar ou se teletransportar, trabalhar, fazer novos amigos, estudar, criar produtos e obras de arte, passear, namorar, fazer compras, vender, dançar, anunciar... (KAIZEN, Press Kit_1, 2007).

Como muitos outros programas disponíveis na Internet é necessário baixar um arquivo⁹ e fazer um cadastro para utilizá-lo. É interessante ressaltar que para este cadastro não é necessário informar os dados corretos, apenas um e-mail válido, o que muitas vezes é problemático para efeito das estatísticas e assim dificulta as organizações a criarem ações voltadas para um perfil de público. Reconhecendo os limites das estatísticas e reconhecendo que os dados podem não corresponder aos reais dos usuários, os índices mostram o expressivo número de pessoas que têm acesso ao programa, em 19 de abril de 2007 havia quase 6 milhões de usuários cadastrados, sendo 59% dos usuários inscritos do sexo masculino e 41% do feminino, com média de idade de 33 anos (KAIZEN, Press Kit_2, 2007).

Após instalar o programa e para iniciar o seu uso é necessário criar e personalizar um avatar, ou seja construir uma apresentação virtual do utilizador. Este seria a sua representação neste metaverso, o seu “eu” digital, um *alter-ego*. Um personagem que você cria, podendo ter, ou não, as características semelhantes ao real¹⁰. O processo de construção da figura do avatar constitui um momento de definição deste “eu” digital que

⁹ O arquivo para usuário de PC tem aproximadamente 33 megas. Considerando a média de 1 mega baixado por minuto, o tempo para baixar o arquivo é superior a 30 minutos.

¹⁰ Para se ter uma noção da importância que a criação do avatar tem, no blog abaixo indicado é possível ver todas as tendências de moda e customização de avatares e fica evidenciada a preocupação que se tem com a aparência - <http://blog.secondstyle.com/>



pode ter uma configuração ficcional, “extra-terrestre”, como a Quimera moderna, proposta por Weissberg (2008) assim como pode reproduzir traços físicos vinculados à estética humana. Esta constatação de vinculação a uma estética humana está mais relacionada às observações realizadas no SL vinculado às organizações, e pode apenas expressar a necessidade de reconhecimento do avatar enquanto “executivo”, homem de negócio, ou da atendente que deve ser reconhecida como tal, onde a aparência mais próxima ao real pode ser relevante.

É possível entrar e mover-se no espaço, que tem uma ambientação tridimensional – 3D -, e conviver com outros avatares, dialogar, acessar à ambientes e objetos, participar de reuniões, festas, eventos, que têm uma dinâmica bastante viva. Trata-se de um poder de uso interativo, de imersão. O visitante não fica reduzido a mero observador mas constitui parte integrante do espaço, ou seja, um ator que interage com o ambiente, podendo vir a criar objetos próprios em 3D. A movimentação em tempo real e a possibilidade de interlocução através de textos/falas contribuem para o efeito de real, a reprodução “realista” das relações sociais na sociedade, que o SL propicia. A própria sensação provocada pela existência de uma tela intermediando a relação do usuário e o espaço virtual – uma “barreira” que os separa -, parece diluir-se.

Há uma economia circulante no SL, onde a moeda corrente é denominada Linden Dólar. Se você quiser comprar algum objeto ou produto dentro do Second Life, é preciso ter dinheiro. Essa economia gera trabalho e circulação de mercadorias. Assim dentro do metaverso é possível trabalhar para ganhar um salário, mas também há a possibilidade de comprar o dinheiro no mundo real e creditar no SL. As restrições estão muito ligadas às compras para o mundo real, mas ainda não há uma política clara de como, e se será possível, fazer transações no SL com validade para o mundo real.

O fato de não haver um objetivo previamente definido, como em um jogo, muitas vezes causa grande estranheza ao usuário. Mas o que está sendo testado é uma experimentação da chamada navegação 3D, sendo esta, provavelmente, a maior novidade que tem o *Second Life*. Há indícios de que este será o futuro do *browser* (navegador de Internet) cuja potencialidade vem sendo reconhecida para navegação 3D.

Existem algumas limitações, que hoje prejudicam muito o funcionamento estável do programa. Uma das principais questões está ligada ao seu “rendimento” e vincula-se à



necessidade de uma banda larga que realmente tenha estabilidade de conexão¹¹, pois o programa utiliza grande parte da conexão. Essa utilização máxima da conexão é necessária pois todos os espaços e imagens devem ser baixados ao ir navegando pelas ilhas. Boellstorff (2008) aponta que isso faz com que os objetos demorem alguns segundos para serem renderizados. Não há um arquivo fixo na máquina, como ocorre em um jogo on-line onde parte do cenário já está instalada e assim as informações transmitidas somente estão relacionadas à situação espacial do jogador e outras variações do jogo. Além da banda larga com qualidade, o usuário deve ter um computador compatível, com placa de vídeo, processador e memórias de última geração, pois o programa utiliza intensamente estes três itens. As questões indicadas acabam reduzindo o número potencial de utilizadores do SL.

3.Cenários digitais: real ou virtual?

Nosso mundo cotidiano, segundo Weissberg (2008), com seus computadores e todos os componentes trazidos por eles, como mouses, telas, sons e programas e que conduzem a experiência do homem em ambientes informáticos, está criando verdadeiras “quimeras modernas”.

A Quimera para a

mitologia grega era um fabuloso monstro com cabeça de leão, torso de cabra e cauda de dragão e que soltava fogo pela boca. (...) Sua representação plástica na arte cristã medieval, era um símbolo do mal, mas com o passar do tempo, passou a se chamar de quimera a todo monstro fantástico empregado na decoração arquitetônica. Hoje, no nosso português, a palavra quimera significa produto da imaginação, fantasia, utopia, sonho.¹²

A metáfora da quimera moderna, colocada por Weissberg, (2008) como expressiva da constituição da “virtualidade enquanto espaço de experimentação disponível” (p.118), é muito rica. Traz consigo a idéia de poder e presença do leão, a agilidade da cabra, a astúcia da cobra. O fato de ter várias cabeças pode significar a potencialização da capacidade cerebral e também de percepção em várias direções (360°) o que não é possível ao humano. É um ser que subverte. Evoca um “ser vivo”, fabuloso e incongruente que é inicialmente temido mas que, progressivamente, é assimilado e incorporado à vida cotidiana. Imagem que tem muito a ver com a “emergência de

¹¹ É de conhecimento público que o serviço de banda larga no Brasil, apesar do crescimento, ainda é muito ruim. Entre os maiores problemas estão a instabilidade e a baixa velocidade real na utilização. Em geral as empresas provedoras dizem garantir pelo menos 10% da banda assinalada, ou seja, num serviço de 400 kbps (média dos serviços contratados) você teria 40 kbps. Para efeitos de comparação o modem discado atinge em média 33,6 kpbs.

¹² <http://www.dec.ufcg.edu.br/biografias/MGmonstr.html>

realidades artificiais como forma de apresentação de um neo-ambiente” (p.118) que em sua emergência geram perplexidade e resistência mas que vão sendo descobertas, reconhecidas e apropriadas pela sociedade.

Neste contexto as quimeras que seriam seres mitológicos compostos por partes de diferentes entes reais ou imaginários, corresponderiam às quimeras modernas, que para Weissberg (2008) seriam as máquinas “inteligentes” e suas potencialidades, que também causam medo e, ao mesmo tempo, despertam fantasias e sonhos.

(...) ícones de menus de computadores regulando a composição de textos virtuais (imagens que não são feitas para serem vistas, mas para encadear-se na ação) *mouse* cujo deslocamento físico manipula objetos imateriais (textos, imagens etc). (...) Elas indicam, entretanto, de forma balbuciante, a emergência de realidades artificiais como forma de apresentação de um neo-ambiente (WEISSBERG, 2008:118).

O híbrido se faz presente nesse momento. O computador como parte da nossa vida e ao mesmo tempo dependente de nós e criado por nós, no sentido de ligações e criações múltiplas. Mas quem realmente são as quimeras modernas? No espaço *Second Life* seria o próprio *Second Life*, novidade enquanto espaço virtual com múltiplas e desconhecidas potencialidades. Seriam os seus usuários, se movendo nesse espaço. Como pode ser observado abaixo (foto 4), há um homem “verde” em cima da mesa. Não mais o ser humano, ou até mesmo quando o é, ele é um “super” ser humano, ele voa, é grande, musculoso, sempre lindo, ou tentador.



Foto 4 – Quimera moderna, o homem de verde

Este tipo de personagem é possível, e cada vez mais frequente no ambiente, pessoas que no mundo “virtual” são *outros* e não somente personagens, mas uma outra coisa, uma quimera moderna.

Através da análise dos cenários propostos por Weissberg (2008) é realizada uma aproximação ao mundo existente no *Second Life*, uma mescla entre realidade e virtualidade.

O virtual no lugar do real corresponde a uma dicotomia visivelmente exportada das categorias de representação (imagem no lugar do objeto,

máquina no lugar do homem, etc). A decodificação de sua trajetória em termos de evicção ou de predominância do virtual sobre o real é sem dúvida portadora de uma interrogação ética salutar. Por outro lado, não é certo que essa trajetória seja única em processo. Múltiplas experiências, pesquisas, aplicações tendem a constituir uma outra cenografia em que atores (real/virtual, objeto/imagem, conhecimento humano/programa “inteligente”) ocupam posições inéditas. (WEISSBERG, 2008:119).

Neste sentido a imbricação real/virtual propicia o estabelecimento de possibilidades de cenários que emergem de sua inter-relação nos espaços virtuais “(...) não é a que leva do real à simulação, mas a que contém os dois, que os assemelha e transforma cada componente em desafio ao outro: não mais virtual puro, mas o compacto real/virtual que é uma forma ainda mais desconcertante” (WEISSBERG, 2008: 120).

Weissberg (2008) apresenta seis enunciados que identificam cenários possíveis resultantes da combinação real/virtual, operada nos espaços virtuais, que serviram de base para verificar as possibilidades das organizações no *Second Life*.

1) Apresentação do real pelo virtual

Cada vez mais próximos de nós, a possibilidade de usar um ambiente virtual que apresente o real é crescente Assim, um treinamento que envolva algum grau de risco pode ser realizado sob circunstâncias de risco zero, em um ambiente que apresente as variáveis do real e que seja o mais próximo deste. As possibilidades tanto de estudar uma peça de metal, no seu limite e depois observar internamente o que ocorreria ao ser tracionada, por exemplo, é algo que não existe no mundo real. Não há como observar internamente uma peça de metal, mas no mundo virtual sim. “O virtual não substitui, propriamente falando, o real: torna-se uma de suas formas de percepção, num misto em que as duas entidades são simultaneamente requisitadas” (Weissberg, 2008: 120).

Por outro lado a simulação torna o espaço real. Ao voar em um simulador, por exemplo, realmente voamos por uma paisagem, com informações totalmente reais para aquele terreno. Neste sentido este movimento fica evidenciado no ambiente *Second Life* ao podermos realizar um *test drive* em alguns carros da VW, mesmo que ainda não com toda a sofisticação dos modelos, mas é possível visualizar o carro e dirigir por algumas ruas. Esta experiência ainda é muito simplificada frente a outros simuladores. Ilustrando esta questão a FIAT não apresenta um espaço para *test drive*, mas oferece a possibilidade de entrar no carro (Punto) e visualizar todos os seus comandos.

2) Interpretação do real pelo virtual

Seria a simulação a partir de modelos reais, um espaço onde o virtual “ajuda a dar sentido” (WEISSBERG, 2008: 121) ao real, em momentos onde só a realidade não dá conta de ser entendida. É o fornecimento de “múltiplas possibilidades de interpretação” (WEISSBERG, 2008: 121), através de uma análise da simulação, que valida, tornando “plausível” algo, provavelmente, intangível no mundo real. Este movimento de criar um modelo simulado ocorre por “captação ótica real”, tornando a experimentação mais plausível.

A FIAT utiliza deste tipo de contexto para apresentar seus carros e espaços. No Espaço FIAT, há várias fotografias e o próprio carro em destaque (foto 5) é uma criação a partir de várias imagens do veículo original com pequenos modelos virtuais. O mesmo ocorre com a VW, ao colocar um *test drive* e fotos de alguns modelos de carro. O interessante é perceber que, no caso do *Second Life*, apesar da utilização de modelos reais, ao serem construídos, os modelos virtuais são inferiores em qualidade de imagem. Essa constatação inverte, de alguma forma, o apresentado por Weissberg (2008), onde o virtual deveria ser melhor que o real para ajudar na interpretação.



Foto 5 - Carro construído no Second Life, incorporando fotografia e imagem.

3) Prolongamento do real no virtual por contigüidade

É a imbricação, onde há uma simultaneidade, uma “contigüidade da ação do real sobre o virtual ou o inverso, o composto real/virtual (...) testemunha uma tendência a prolongar os objetos pelo imaginário” (WEISSBERG, 2008: 121). Neste modelo as ações reais têm seus efeitos apresentados de forma virtual, como poder folhear um livro com o contato da mão na tela que é sensível ao toque, hibridizando assim o que é vivido com o livro real.

Ao contrário de vários simuladores onde existem volantes para dirigir o carro, manches para controlar o avião, e também devido a pouca difusão das telas sensíveis ao toque, esse tipo de prolongamento ainda é pouco utilizado por pessoas comuns, estando ainda no campo da experimentação para poucos. Com isso o *Second Life*, apesar de todas as características que estão presentes nos ambientes observados - uma vez que é possível dirigir um carro, folhear uma revista,- deixa de oferecer algo, uma possibilidade

real de maior interação, não limitada somente pelo controle do mouse e uso do teclado.

4) Injeção do real no virtual

O usuário (ator, segundo WEISSBERG) tem seus movimentos captados por câmeras e sua imagem injetada na tela do computador, assim o deslocamento gera movimentos diferenciados sobre os objetos virtuais. Portanto “o movimento real é a condição de animação do universo virtual” (WEISSBERG, 2008: 122). Pode-se tocar uma bateria virtual, ou balançar os sinos “aqui também o movimento real é a condição de animação do universo virtual” “o ator torna-se *mouse*” (WEISSBERG, 2008: 122).

Este tipo de “injeção” ainda não é possível no SL, não há como um movimento real ser captado e transposto para a tela. O máximo que se consegue no programa é a possibilidade de utilização de voz, tornando assim a experiência algo mais próxima do real, e o uso de *scripts* para animar o avatar. Por outro lado o avatar pode ser construído o mais próximo do rosto real, se o usuário quiser. A experiência ainda é considerada muito complicada, sendo que algumas empresas cobram para realizá-la, uma vez que envolve uma significativa quantidade de parâmetros para a sua construção. As possibilidades de customização são quase infinitas, desde o tamanho da orelha, o formato e cor dos olhos até o tipo de corte de cabelo, passando pelas dimensões e peso da pessoa. Tudo com o máximo de detalhes e combinações diversas. Neste espaço, realmente, pode-se ser quem você quiser e como você quiser.

5) Ver o virtual por uma janela real

Nesta categoria há uma necessidade de movimento real do monitor de vídeo, ligado a um computador para provocar o aparecimento da imagem digital. A imagem vai sendo descoberta, conforme o deslocamento do monitor, num exercício de visão, do olhar. Se não há um deslocamento do monitor não há imagens-síntese a serem vistas, “(...) esse gesto consagra um regime de visibilidade em que a ação real é condição de uma visão sobre o virtual. (...) A obra inclui sua dissimulação, sua descoberta é tributária de um trajeto de aceder a ela” (WEISSBERG, 2008: 122). A percepção do virtual está ligada a uma ação real.

No ambiente *Second Life* qualquer movimento só ocorre pelo movimento do mouse e do uso do teclado. O avatar só se movimenta a partir do comando destes dois dispositivos. As ações ainda são realizadas pelo método tradicional, por outro lado ao andar ou voar pelos ambientes há uma descoberta desse espaço, que vai se tornando mais visível e detalhado ao nos aproximarmos de cada objeto. Como os cenários são

“baixados” ao andar, eles vão se “revelando”, construindo à medida que avançamos. Não há um cenário pronto, apesar dos cenários já estarem construídos anteriormente é a imagem-síntese que se revela ao andar.

6) Telepresença real no virtual

Seriam as “realidades artificiais”, uma virtualização do ambiente, com imersão total do usuário. A tela de visualização torna-se lente panorâmica “sobreposta” ao campo de visão, assumindo o papel de órgão de visão. Percorre-se o espaço virtual com as possibilidades da rotatividade da cabeça e do campo de visão. A partir de uma luva “captadora” plugada ao computador a mão real do operador se insere no universo virtual, assumindo a forma de imagem de síntese, e pode mover-se, agir, criar objetos. “Composto real/virtual, também aqui, entre a ação humana ‘real’ e o ambiente ‘virtual’. (...) não se trata apenas de simulação, mas de presença real no virtual.” (WEISSBERG, 2008: 123). Num primeiro momento esta imersão total ainda está restrita aos grandes centros de estudo, como a NASA, por necessitar de luvas e óculos especiais.

Assim, se esse tipo de operação ainda é impossível no ambiente *Second Life*, e em qualquer outro espaço fora de feiras ou de pesquisas de grandes organizações, o aumento das telas, a potência do som e somadas à melhoria das imagens, são característica presente em bons computadores, possibilitando uma percepção cada vez mais real de imersão visual em ambiente virtuais (foto 6).



Foto 6 - Espaço de imersão

4. Considerações finais

Muitas seriam as dimensões a serem abordadas ao falar do espaço *Second Life*, pois as possibilidades oferecidas são as mais diversas. A partir de cenários possíveis da imbricação real e virtual, porposta por Weissberg (2008), buscou-se verificar algumas das adaptações e potencialidades dos movimentos realizados pelas organizações na utilização do *Second Life*. Os vínculos da relação real e virtual apontam para a necessidade crescente de um reconhecimento denso das sutilezas presentes nesse

processo, o que leva à possibilidade de expansão da comunicação organizacional no mundo virtual.

A pesquisa realizada mostrou um uso muito restrito do *Second Life*, por parte das organizações. Apesar da adesão em massa por organizações de grande porte, atualmente a maioria delas já não está mais presente nesse espaço virtual. Excluindo as restrições próprias do programa, esse movimento de entrada e saída, é um indicativo de dificuldades na criação e implementação de uma estratégia de comunicação que fosse compatível com as novas configurações que se apresentavam. Em um espaço onde a imersão e a interatividade são dimensões potenciais da maior relevância, em que a capacidade de navegação e, principalmente, de disponibilidade de informações são grandes, poucas ações invadoras foram realizadas. A informação sobre produtos ou serviços das organizações foi reduzida, ou seja, a presença desta no ambiente acabou por ser restrita gerando assim, como ocorre com uma página *web* que está desatualizada, o não retorno do usuário e a busca de outros contextos mais interessantes. Esse percurso, mostra que as organizações precisam estar mais atentas na criação e potencialização de suas formas de comunicação e informação, evitando a adesão à novas modalidades de dispositivos pelo simples fato destes “estarem na moda”.

O contexto e a forma como o *Second Life* ganhou relevância na sociedade e os movimentos organizacionais realizados mostram que há muito para ser entendido quando se fala de espaços digitais que possibilitam uma maior interação. Há todo um campo de conhecimento que demanda do profissional de Relações Públicas um aprofundamento: o entendimento sobre espaços virtuais como uma possibilidade de comunicação organizacional. Esta demanda coloca a necessidade de compreender as estratégias para a potencialização dos espaços organizacionais criados em suportes virtuais, gerando planos de comunicação que sejam mais adequados às necessidades do ambiente, do usuário e, claro, da organização, que superem meras adaptações de programas já existentes em outros espaços.



6. Referências bibliográficas

AMARAL, Adriana, *et al.* *Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital*. Sessões do Imaginário N°20 . Porto Alegre, Famecos, 2008 (<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/4829/3687>)

BARBOSA, Gustavo G. ; RABAÇA, Carlos Alberto. *Dicionário de Comunicação*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

BOELLSTORFF, Tom. *Coming of age in Second Life: an anthropologist explores the virtual human*. New Jersey: Princeton, 2008.

CASTELLS, Manuel. *A era da informação: economia, sociedade e cultura*. Vol. I (A sociedade em rede); Vol. II (O poder da Identidade). São Paulo, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999a e 1999b.

DELEUZE, Gilles. O atual e o virtual. In: ALLIEZ, Éric. *Deleuze filosofia virtual*. São Paulo: Editora 34, 1996.

FERRAZ, Paulo, *Second Life para empreendedores*. São Paulo:Novatec, 2007.

JAMES AU, Wagner. *Os bastidores do Second Life*. Notícias de um novo mundo. São Paulo: Idéia & Ação, 2008.

KAIZEN, Press Kit_1 -
http://www.rosarraais.com.br/texto/Abr07%20SL_press%20kit%201.doc

KAIZEN, Press Kit_2 -
http://www.rosarraais.com.br/texto/Abr07%20SL_press%20kit%202.doc

PARENTE, André. *Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual*. São Paulo: Editora 34, 2008.

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002.

WEISSBERG, Jean-Louis. Dispositifs de croyance. In: *Le dispositif: entre usage et concept*. Paris: CNRS Éditions, 1999.

WEISSBERG, Jean-Louis. Real e virtual. In: PARENTE, A. (Org.). *Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual*. São Paulo: Editora 34, 2008.

WOLTON, Dominique. *Internet, e depois?* Porto Alegre: Sulina, 2003.

WOLTON, Dominique. *Sobreviver a internet*. Barcelona: Gedisa, 2000.