UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
CENTRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

CENÁRIOS E ADAPTAÇÕES DAS ORGANIZAÇÕES AO *SECOND LIFE*

André Quiroga Sandi

Tese de Doutorado
São Leopoldo, 2009

André Quiroga Sandi

CENÁRIOS E ADAPTAÇÕES DAS ORGANIZAÇÕES AO *SECOND LIFE*

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, como requisito parcial para obtenção do título de doutor em Ciências da Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Jairo Getulio Ferreira

São Leopoldo, 2009

André Quiroga Sandi

CENÁRIOS E ADAPTAÇÕES DAS ORGANIZAÇÕES AO SECOND LIFE

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, como requisito parcial para obtenção do título de doutor em Ciências da Comunicação.

Banca Examinadora

_____

Prof. Dr. Jairo Getulio Ferreira – Orientador (Unisinos)

_____

Prof. Dr. Antonio Fausto Neto (Unisinos)

_____

Profa. Dra. Ione Maria Ghislene Bentz (Unisinos)

_____

Profa. Dra. Ivone de Lourdes Oliveira (PUC Minas)

_____

Profa. Dra. Helenice Carvalho (UFRGS)

Ficha catalográfica

S217c Sandi, André Quiroga

Cenários e adaptações das organizações ao *Second Life* / por André Quiroga Sandi. – 2009.

178 f. : il. ; 30cm.

Tese (doutorado) — Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2009.

"Orientação: Prof. Dr. Jairo Getulio Ferreira".

1. Comunicação organizacional. 2. Cenários digitais. 3. Second Life. I. Título.

CDU 316.77:004.738.5

Catalogação na Fonte:

Bibliotecária Vanessa Borges Nunes - CRB 10/1556

AGRADECIMENTOS

Ao Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS, pela oportunidade de realizar o doutorado, aprofundando questões fundamentais para a minha trajetória de vida acadêmico - profissional.

Aos docentes do Programa, pela troca permanente de conhecimentos nos contatos tanto em sala de aula quanto nas diversas conversas cotidianas.

Aos professores que participaram das bancas examinadoras de qualificação e defesa deste trabalho, pela leitura cuidadosa e indicações extremamente importantes ao processo de seu desenvolvimento.

Ao Prof. Dr. Jairo Getulio Ferreira, meu orientador, por sua contribuição e dedicação em todas as etapas da realização deste trabalho.

À minha família, pelo incondicional apoio aos meus projetos pessoais e, hoje, à realização do doutorado.

RESUMO

Este trabalho investiga a apropriação tecnológica realizada por organizações em espaços virtuais tridimensionais interativos, visando à atualização de seus processos comunicacionais, necessária para uma inserção competitiva na sociedade. Parte-se da formulação de que essa demanda de apropriação das organizações as insere no movimento entre virtual/real existente nesses espaços viabilizados pelas tecnologias e técnicas computacionais e que trazem uma contribuição à construção de reconhecimento organizacional, marcada por processos de adaptação. Busca-se compreender os espaços organizacionais presentes no *Second Life* através de cenários digitais, modelizados por imagens de síntese, que expressam a imbricação virtual e real, viabilizada por mecanismos tecnológicos computacionais e seus dispositivos.

A opção metodológica tem como referência a netnografia, originária do campo da antropologia, vinculada ao entendimento das dinâmicas dos ambientes virtuais e às práticas comunicacionais mediadas por computadores. A vivência no metaverso, viabilizada pela imersão do avatar-pesquisador (um residente do próprio ambiente) mostrou a potencialidade do reconhecimento realizado “por dentro”.

Os cenários desenhados expressaram diversas lógicas de conexão entre o real e virtual que convivem com novos modelos e metáforas que vêm sendo concebidos de modo livre e inovador. A apropriação plena das potencialidades oferecidas no *Second Life*, em seus diversos dispositivos, demanda, por parte das organizações, a assimilação de novos paradigmas para sua consolidação no espaço virtual, buscando superar a recorrência aos marcos conceituais de figuração do real, desenhados por outros dispositivos midiáticos.

Palavras-chave: comunicação organizacional, cenários digitais, *Second Life.*

ABSTRACT

This study investigates the technological appropriation carried out by organizations in interactive 3D virtual spaces aiming at the upgrading of its communications processes, which is a real need when it comes to competitive insertion within society.

In doing so, it states, as a starting point, that such appropriation inserts organizations in the movement between virtual/ real, currently existent in spaces made possible by computer- mediated technologies and techniques, contributing to the construction of organizational acknowledgement in a media space characterized by adapting processes. It aims to understand the organizational spaces present in *Second Life* through digital sceneries, modeled by image synthesis which convey a virtual and real interweaving, feasible by computational technological mechanisms and devices. The methodological support used is the netnography, a field borne out of anthropology whose focus is the understanding of the dynamics of virtual spaces and the computer-mediated communications. The researcher's immersion into such a virtual world has enabled him to experience the metaverse and play the role of avatar besides bringing out the potentiality of a recognition taking place "inside".

The sceneries designed have provided a varied logical connections between the real and the virtual world as well as innovative metaphors have been added; the full appropriation of potentialities offered by *Second Life* demands that the organizations absorb new paradigms to promote their consolidation in the virtual space, overcoming the recurrence of conceptual marks of reality configuration drawn by other media resources.

Key-words: organizational communication; virtual spaces; *Second Life.*

Lista de imagens

Imagem 1 – O avatar-pesquisador em campo 88

Imagem 2 – Recepção VW 93

Imagem 3 – Festa no interior da VW Haus 94

Imagem 4 – Apresentadores reais 95

Imagem 5 – Estúdio virtual 96

Imagem 6 – *Banner* promoção 97

Imagem 7 – Camisetas da festa 98

Imagem 8 – Concessionária VW no mundo virtual 109

Imagem 9 – Espaço FIAT 112

Imagem 10 – Diversos espaços da FIAT 113

Imagem 11 – Dimensão do espaço ocupado pela ilha FIAT 114

Imagem 12 – Avatar-pesquisador realizando um *test-drive* 118

Imagem 13 – Crepúsculo observado pelo avatar-pesquisador 119

Imagem 14 – Carro no *SL*– construído com fotografia e imagem de síntese 122

Imagem 15 – Carro virtual e ao fundo *outdoor* de modelo real 123

Imagem 16 – Auditório FIAT - telepresença por imersão do avatar 129

Imagem 17 – VIP real 130

Imagem 18 – VIP virtual 130

Imagem 19 – Concessionária VW - mundo real 132

Imagem 20 – Atendimento VW 133

Imagem 21 – Atendimento FIAT 133

Imagem 22 – Sede da Ginga no *SL* 135

Imagem 23 – Fábrica lúdica FIAT 136

Imagem 24 – Interior fábrica FIAT 137

Imagem 25 – Visão da totalidade do conjunto físico da organização 138

Imagem 26 – Arquétipo idealizado 141

Imagem 27 – Quimera virtual 143

Imagem 28 – Zola, gerente de propaganda e webmarketing da VW 144

Imagem 29 – Tela de personalização do avatar 146

Imagem 30 – Outras organizações presentes na ilha 152

Imagem 31 – Espaço de sociabilidade FIAT 154

Lista de quadros

Quadro 1 – Graus de imersão 30

Quadro 2 – Características dos paradigmas da imagem 63

Sumário

1.	**Introdução**	12
2.	**Tecnologias computacionais de imersão**	28
2.1	*Second Life*: reconhecendo o metaverso	33
3.	**Contributo do virtual às organizações**	43
3.1.	Construção de reconhecimento organizacional	46
3.2.	Virtual: novas fronteiras permeáveis	51
3.3.	Virtual sintetizado em imagem	60
4.	**Cenários digitais: aportes teórico-metodológicos**	71
4.1	Cenários do real/virtual	72
4.1.1.	Dispositivo: um conceito multidimensional e relacional	78
4.2.	Etnografia: fonte primeira	82
4.2.1	Netnografia: uma etnografia do virtual	85
4.2.1.1.	O avatar-pesquisador: observação e interação	87
4.2.1.2.	Registros documentais das imagens de síntese.	89
4.3.	Movimentos de construção da pesquisa	90
4.3.1.	Imersão nos ambientes organizacionais: 1º movimento	91
4.3.2.	Interação discursiva: imagens e textos: 2º movimento	102
4.3.3.	Uma compreensão que emerge: 3º movimento	104
5.	**O espaço organizacional no *Second Life*: reiteração e inovação**	106
5.1.	Portais de entrada das organizações no *SL*	109
5.2.	Cenografia digital: imbricação virtual e real	115
	Cenário 1 - Apresentação do real pelo virtual	116
	Cenário 2 - Interpretação do real pelo virtual	121
	Cenário 3 - Prolongamento do real no virtual por contiguidade	124
	Cenário 4 - Telepresença real no virtual	126

Cenário 5 - Reprodução do real pelo virtual 130

Cenário 6 - Autonomia do virtual frente ao real 134

Cenário 7 - Ampliação da percepção do real pelo virtual 137

Cenário 8 - Fantasticamente real: o humano e a quimera moderna 139

Cenário 9 e 10 - Injeção do real no virtual e ver o virtual por uma janela real 145

5.2.1. Tendências dos cenários 147

5.3. Adesão e adaptações organizacionais ao *Second Life* 150

5.3.1. Metamorfoses organizacionais 156

6. Considerações finais 160

Referências 168

> A nossa [época] tem como particular ter feito nascer entidades híbridas, situadas entre o que é real (segundo o modo do objeto) e o que não é (segundo o modo da representação) (WEISSBERG, 2008:117).

1. Introdução

A escolha de um tema ligado aos usos e apropriações da tecnologia em espaços virtuais, realizados por organizações, na atualização de seus processos de comunicação, guarda relação com a crescente significação desses ambientes na sociedade atual. Possui também uma vinculação com minha trajetória de vida profissional e acadêmica e, principalmente, com a necessidade de ampliação de estudos na área de comunicação social.

O contexto social em que estão inseridas as organizações vem sofrendo significativas mudanças, exigindo reposicionamento contínuo na busca de localização e reconhecimento em um meio social intensamente competitivo. Existe uma crescente necessidade de respostas às demandas não somente relacionadas aos produtos comercializados como também informacionais. Buscar novos meios e suportes, criando espaços relacionais com diferentes públicos, torna-se necessário para grande parcela das organizações. A comunicação organizacional, na contemporaneidade, tem convivido com a exigência de sua permanente atualização, motivada pelo acelerado processo de mudanças nos recursos tecnológicos disponibilizados pela sociedade e expressa no avanço da produção social via Internet. As potencialidades trazidas surpreendem pelos processos que criam e, principalmente, por suas efetivas possibilidades.

> A erupção e o desenvolvimento fascinante das novas tecnologias fizeram com que tacitamente fossem aceitas por nossas empresas (a força das coisas!), subvertendo os velhos modelos de operação, cálculo, administração e simulação, e que já está transformando, de modo radical, o negócio tradicional presencial, face a face, em negócio eletrônico ou telenegócio[1] (COSTA, 2006:26).

---

[1] Do original: La irrupción y el desarrollo fascinante de las nuevas tecnologias las han hecho tácitamente aceptadas por nuestras empresas (la fuerza de las cosas!), a las que ha subvertido sus viejos modelos de operación, cálculo,

Bueno (2003) diz que esta nova era (a dos bits) altera várias instâncias da vida em sociedade na qual se incluem - mercado, vendas - e assim modifica o cenário da comunicação organizacional.

> A comunicação empresarial vai ter que, necessariamente, conviver com esta realidade fluida, surpreendente e os perigos da Internet (...). Ao mesmo tempo, deve aproveitar as oportunidades que as novas mídias oferecem, criando ações e canais que potencializem os recursos da comunicação on-line (BUENO, 2003:57).

Pode-se dizer que o convívio com o espaço digital é uma realidade presente em todas as experiências de produção "de vida" organizacional.

> O caráter multimídia, interativo e hipertextual dos meios digitais, junto com o potencial para a comunicação personalizada e a atualização de conteúdos em tempo real, exige das organizações a adoção de uma nova perspectiva que permita compreender que o alcance da atual revolução mediática converte a empresa que se comunica por canais digitais em um meio em si[2] (COLLIVA, 2004:398).

A preocupação em estudar o uso da *web* por organizações está também sustentada no constante crescimento dos acessos à Internet. Dados, advindos de informações disponibilizadas na página da *web* do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI[3]), responsável por propor regulamentações para a área, mostram uma realidade aparentemente contraditória, mas expressiva das condições sociais do Brasil. Um dos indicativos é que, apesar de 57% da população brasileira nunca ter acessado a Internet[4], os que têm acesso são responsáveis pelo maior número de horas de utilização no mundo. O

---

administración y simulación, y que ya está transformando de modo radical el negocio tradicional en presencia, o cara a cara, en negocio electrónico o telenegocio.

[2] Do original: El carácter multimedia, interactivo e hipertextual de los medios digitales, junto a su potencial para la comunicación personalizada y la actualización de contenidos en tiempo real, exige a las organizaciones la adopción de una nueva perspectiva que permita comprender que el alcance de la actual revolución mediática convierte a la empresa que comunica mediante canales digitales en un medio por sí.

[3] www.cgi.br

[4] Pesquisa sobre o uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil - 2008 disponível em http://www.cetic.br/tic/2008/ (acesso 19/08/2009) e http://www.cetic.br/tic/2008/
http://www.cgi.br/infoteca/clipping/2005/midia124.htm

Brasil tem uma média de navegação de praticamente 19 horas[5] mensais, sendo que, para efeito de comparação, são 3 horas a mais que os norte-americanos. Dados de 2008 apontavam a existência de 55 milhões de internautas, principalmente das chamadas classes A e B, sendo este o grande público das organizações presentes na Internet.

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

Os programas de computador e o próprio computador deixam de ser meros instrumentos de armazenamento e busca de informação para criarem novas formas de comunicação e sociabilidade (como exemplos, o Orkut, os *blog's*[6] 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 se expressando de forma ampliada nas relações entre as organizações e seus públicos.

> A partir de uma perspectiva poderia se argumentar que a era da informação tem se tornado, debaixo dos nossos narizes, a era do jogo, e assim esse jogo e sua noção associada do ato de jogar podem se transformar em metáforas mestras para uma gama de relações sociais humanas[7] (BOELLSTORFF, 2008: 21).

Na dinâmica vivida dentro de algumas organizações, o uso interno da Internet é ainda visto, muitas vezes, com restrições.

---

[5] "O brasileiro que tem acesso à internet em casa passou, em média, 18 horas e 42 minutos navegando. O dado divulgado ontem pelo Ibope/NetRatings mostra que o internauta brasileiro é quem mais usa a rede no mundo" (http://www.cgi.br/infoteca/clipping/2005/midia123.htm). Acessado em: 20/10/2008

[6] *Orkut* e *blog* são páginas da Internet em que o usuário pode disponibilizar qualquer tipo de informação. O *Orkut* apresenta um modelo mais fechado, com espaços fixos de preenchimento de informações e um *layout* pré-determinados e visa ao estabelecimento de redes de contato; os *blogs* são flexíveis e o "dono" é que estabelece o que será publicado e qual o *layout* a ser usado.

[7] From one perspective it could be argued that the information age has, under our noses, become the gaming age, and thus that gaing and its assotiated notion of play could become master metaphors for a range of human social relations.

O acesso dos funcionários à Internet é, frequentemente, avaliado como algo “perigoso”. Há uma desconfiança, seja pela possibilidade de entrada de vírus em todo o sistema, seja pela potencialidade de um uso lúdico dos funcionários em horário de trabalho ou pelo medo da facilidade de envio e circulação de informação de caráter restrito. O controle do uso, mesmo quando liberado, 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 páginas *web* corporativas e, principalmente, a busca por novas tecnologias de informação e comunicação baseadas na digitalização vêm 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 veem na comunicação produzida neste universo do ciberespaço, onde está presente o *Second Life* (doravante *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 de existência recente. Uma compreensão ampla de suas configurações e processos exigirá sedimentações que só a passagem do tempo irá trazer. No entanto, compreender o *Second Life* como um espaço virtual observável, acompanhar a sua emergência, seu crescimento, identificando os recursos tecnológicos que disponibiliza, constitui algo importante, requisito básico para que haja parâmetros futuros para novas pesquisas e reconhecimentos de sua trajetória. 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 nuanças 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 no qual está incluído o *Second Life,* podendo vir a oferecer novas possibilidades de atualização dos processos de comunicação organizacional, viabilizadas nesse ambiente computacional.

É nesse sentido que vem se dando o movimento realizado pelas organizações, centrado na busca dos múltiplos aportes dos recursos disponibilizados pelos espaços virtuais. A apropriação tecnológica realizada pelas organizações vincula-se à demanda de permanente atualização de seus processos comunicacionais. Essas buscam de forma refinada, entender os meandros que os envolvem e procurando sua inserção em espaços ativos das redes sociais, visando a manter-se com capacidade de enfrentar a competição vivida no mercado. A manutenção da competitividade traz incorporada a preocupação da construção de credibilidade, necessária para o reconhecimento da organização no conjunto da sociedade e para sua inserção ativa no mundo dos negócios; significa o desenvolvimento da capacidade de se fazer convincente.

Uma outra motivação para a realização deste estudo deve-se à minha trajetória de vida e de formação acadêmica, iniciada na graduação em Relações Públicas que, dentro de um leque de escolhas para a vivência profissional, gerou a escolha da realização da pós-graduação – mestrado e, hoje, o doutorado - abordando questões relativas à comunicação organizacional e seus vínculos com as tecnologias digitais. Esta trajetória passa ainda pela vivência docente que tenho hoje e que tem trazido uma possibilidade intensa de envolvimento com esse debate.

Uma última motivação fundamental está vinculada aos estudos no campo da comunicação, em que o tema das tecnologias desperta um debate produtivo. Os estudos relativos ao espaço virtual do

Second Life são recentes em suas abordagens e têm ocorrido, fundamentalmente, em fóruns de debate profissionais.

Em algumas outras áreas, principalmente a da educação, os estudos estão mais consolidados. Há publicações[8] e grupos de profissionais e pesquisadores que vêm discutindo amplamente os usos e possibilidades desse metaverso[9] enquanto recurso didático, com crescente significação no universo da educação à distância, constituindo uma pedagogia E-Learning.

Um rastreamento da produção bibliográfica sobre o *Second Life,* na área da comunicação propriamente dita, mostra que, com abordagens distintas, a reflexão está concentrada no seu entendimento enquanto espaço vinculado ao entretenimento. Uma ampla compreensão da noção de entretenimento na modernidade está presente, mostrando a complexidade de sua cultura na atualidade. Entretenimento marcado por um cosmopolitismo que traz demandas de constituição de relações, em grande parte viabilizadas através de redes digitais, que propiciam um convívio em escala mundial, e incorpora, entre outras, uma nova concepção de território (FRAGOSO, 2007); (SÁ e ANDRADE, 2008); (SILVA, 2009).

Os mundos virtuais têm trazido uma cooperação para a criação de modos diversificados de lazer e diversão, gerando uma demanda de novos esforços cognitivos. Os jogos (*games*), enquanto aplicativos digitais mediados por computador, estabelecem uma nova relação interativa homem – máquina, fazendo emergir espaços que se atualizam incessantemente. Alguns autores destacam o

---

[8] Second Life e Web 2.0 na Educação - O potencial revolucionário das novas tecnologias http://books.google.com/books?id=-K0QB055Do0C&printsec=frontcover&source=gbs_summary_r&cad=0#PPT1,M1 e várias matérias, entre a qual destaco: *Já é possível até estudar no Second Life* , que fala da entrada das universidades no *Second Life* *http*://www.universia.com.br/materia/materia.jsp?materia=14646

[9] "Meta é um prefixo muito utilizado na tecnologia da informação que significa 'uma definição ou descrição subjacente'. (...) Meta deriva do grego e significa 'entre, com, depois, mudança'. Em algumas palavras, esse prefixo indica 'mudança', enquanto, em outras, significa 'mais compreensiva ou fundamental'" (BARBOSA, 2001: 524). Metaverso é um neologismo criado por Neal Stepheson no romance *Snow Crash* (1992), apropriado recentemente pela cibercultura. (AU, 2008:29) Assim, metaverso é um universo paralelo, entre dois mundos, o real e o virtual.

significado dos *games multiplayer on-line* criando ambientes de sociabilidade que favorecem o contato interpessoal; ao mesmo tempo, contemplando atividades solitárias, deixando fruir, se desejada, a interação e o compartilhamento de experiências. São considerados espaços de sociabilidade, de uso do tempo vivenciado em uma ambiência lúdica, descontraída, impregnada de sensação de bem estar, e articuladores de uma sociabilidade inclusiva, no sentido que viabilizam uma diversidade de participantes, constituindo-se, de fato, um ambiente democrático. Trazem o debate do caráter que assume a tecnologia computacional, ampliando/restringindo relações interpessoais, constituindo um elemento de agregação e/ou isolacionismo e desagregação social (ACCIOLY,2007);(CARDOZO, 2007); (FRAGOSO, 2007); (FARIA, 2008); (SILVA, 2009).

Do ponto de vista organizacional, o debate se volta para a incorporação de jogos como canais de comunicação entre as organizações e seus públicos, enquanto estratégia de comunicação mercadológica vinculada à promoção de marcas e produtos. Os *games,* tem se constituindo ferramentas de comunicação, considerados eficientes no estabelecimento de uma nova relação de aproximação aos públicos consumidores - potenciais e consolidados. (CARDOZO, 2007);(PATRIOTA e PIMENTA, 2007); (LORENZET e ROSA, 2008).

A viabilização de processos e vivências de sociabilidade, incorporadas à vida cotidiana através das experiências de redes sociais, mais além de sua dimensão vinculada à diversão, está também presente no debate existente no campo da comunicação. Lógicas e linguagens desses espaços virtuais, expressas na experiência de simulação, propiciando sociabilidade no e do ambiente virtual. Um exercício de coexistência, mediado pela tecnologia presente no cotidiano de vida de amplos segmentos sociais, naturalizado enquanto convivência, habitual, viva e ativa. Constituem ambientes sociais *on-line* geradores de diversificadas interações que cumprem funções diferenciadas, utilitárias, de sociabilidade/convívio social e de trabalho colaborativo em rede (ACCIOLY,2007);(FRAGOSO, 2007); (FARIA,

2008); (SÁ e ANDRADE, 2008); (WENZEL, 2009).

O corpo nesse espaço virtual interativo, configurando-se enquanto representação social, constitui uma abordagem que também se faz presente nos estudos. Um debate sobre a produção da forma e da virtualização dos corpos e suas possibilidades de modelização cada vez mais especializadas, nos quais o corpo que se desloca, que passa a ter velocidades e espaços distintos conquistados, se reinventa, mas que em seu processo de customização na forma de avatar, expressa esforços de humanização (SILVA, 2008).

Mais além da publicidade e propaganda, as empresas jornalísticas absorvem o *Second Life* na sua potencialidade de propagar experiências de imersão e de produção coletiva de conteúdos. Reelaboram conceitos, entre eles, o de tempo e espaço gerando desdobramentos, como a atual instantaneidade na circulação da informação (STEGANHA, 2008).

Por fim, há estudos que apontam toda uma reflexão em torno do *SL,* que tem subjacente o seu significado como plataforma virtual 3D, considerado um universo virtual que traz consigo possibilidades diferenciadas no atual conceito de navegação e faz avançar muitos de seus princípios. Metaverso concebido em sua possibilidade de vir a ser a Internet do futuro, propiciando e ampliando espaços de simulação e interação *on-line* (ACCIOLY,2007);(CARDOZO, 2007).

No campo da comunicação, um reconhecimento progressivamente ampliado poderá contribuir para que seus profissionais possam ter um crescente domínio conceitual e técnico, estando habilitados a explorar todas as potencialidades desse espaço virtual sem a euforia dos que consideram o ciberespaço um universo de potencialidades infinitas, sem fronteiras e também sem o reducionismo da consideração agigantada de seus limites.

Esse é, pois, em grandes tópicos, o contexto social e profissional em que se insere o problema de pesquisa vinculado à crescente inserção das organizações no chamado ciberespaço.

O objeto desta pesquisa diz respeito aos ambientes virtuais tridimensionais interativos enquanto espaços de informação/comunicação, ocupados por organizações, na atualização de seus processos comunicacionais. Espaços estes que trazem consigo uma potencialidade de persuasão, marcados pela relação virtual/real e gerada através de variados recursos e mecanismos tecnológicos computacionais. Busca referência nos conceitos de virtualização e seus processos, que expressam um movimento de criação e transformação de um "modo de ser em um outro", incorporando toda a imbricação, a estreita relação entre virtual (imagem de síntese) e real. Incorpora também subsídios para a compreensão de percepções possíveis geradas por esses espaços de informação/comunicação, tendo por base o estabelecimento de múltiplos cenários que emergem de sua inter-relação. Absorve ainda referências vinculadas ao estabelecimento de credibilidade presente nos dispositivos de comunicação de um modo geral, e, no caso específico deste estudo, no *Second Life*, tendo como ponto de partida uma compreensão não articulada ao objeto do crer, mas ao investimento em uma proposição.

As hipóteses construídas expressaram um percurso de constituição do problema de investigação que parte de uma suposição primeira referente ao movimento de apropriação tecnológica em espaços virtuais – no caso, o *Second Life* – que vem sendo feito pelas organizações. Estas, buscam, através da participação nesse espaço virtual, ocupar uma posição de vanguarda tecnológica que contribua para um reconhecimento diferenciado, construindo e consolidando sua imagem organizacional na sociedade marcada por uma profunda competitividade. Assim, é possível problematizar se a entrada no espaço virtual por si já estaria contribuindo para essa construção e consolidação, necessitando, para tanto, entender como se configura a ocupação desses ambientes realizados pelas organizações. Pode-se ainda questionar sobre o tipo de construções que têm sido geradas. E, por fim, que diferenciais o espaço *SL* oferece para o alcance dos objetivos organizacionais de inserção nesse mundo virtual tridimenesional.

Nesse sentido, duas hipóteses construídas dizem respeito aos recursos e dispositivos incorporados no *SL* que, através de múltiplos recursos tecnológicos e seus dispositivos, combinações e inovações presentes no *Second Life*, adquirem um significado de expressivos instrumentos a serviço da constituição de credibilidade para as organizações. Os dispositivos presentes no SL permitem contribuir para essa realização, através de diversas composições imagéticas e cenários possíveis resultantes da relação entre virtual/real, operados nesse espaço digital. Em última instância, se coloca uma preocupação relacionada aos recursos tecnológicos disponibilizados pelo ambiente virtual *SL,* que estabelecem uma relação virtual/real que viabiliza uma conexão entre as organizações e seus públicos atuais e potenciais, ampliando sua credibilidade.

Uma outra hipótese que se desdobra está vinculada aos processos de adaptação e aprendizado das organizações com relação às inovações tecnológicas digitais, aos novos dispositivos midiáticos computacionais. As questões que se colocam vinculam-se ao modo como se efetiva essa apropriação tecnológica; às operações realizadas para o acesso das organizações e, posteriormente, para a permanência e manutenção nesse espaço e sua concretização através de trajetórias diferenciadas; aos seus aspectos distintivos; aos limites postos ao acesso e desenvolvimento no interior do *SL* e como as organizações são afetadas; enfim, ao processo de aprendizado vivido pelas organizações, levando à consolidação de seu vínculo com o ambiente do *Second Life.*

Esse conjunto de questões mereceu reconhecimento sistemático no desenvolvimento deste trabalho e se concretizou em torno das hipóteses propostas que serão detalhadas e acompanhadas de resultados exploratórios advindos da imersão preliminar, e que mostraram sua contribuição para a formulação de cada uma.

- Hipótese vinculada à tensão virtual/real, viabilizada pelas tecnologias computacionais

Existe, no *Second Life,* uma potencialidade de interpenetração,

de contiguidade, de múltiplas interações entre o virtual e o real e as organizações buscam compreender, estar e operar nesse espaço tendo por base essa relação. Consideradas uma tensão, as fronteiras entre o que é virtual e o que é real estão cada vez mais permeáveis. Essa relação, marcada por proximidades, absorções é viabilizada através de ampliados recursos computacionais, suas configurações e dispositivos, que a evolução tecnológica apropriada pelos ambientes do *Second Life,* tem possibilitado.

Esse entendimento ficou evidenciado quando, na observação preliminar realizada, as fronteiras entre virtual e real, marcadas por essas características, manifestaram-se no caso da festa realizada pela TV Globo no *SL*, na qual quatro fatores mostraram esse entrecruzamento. O primeiro está presente na participação de jornalistas de mídias reais e virtuais nos eventos. A cobertura midiática dos eventos ocorridos nos espaços virtuais das organizações teve divulgação em mídias tradicionais impressas e em sites especializados. Contou, também, com a participação de jornalistas virtuais que só publicam no *Second Life*. O fato de haver um interesse da mídia para divulgação indica que há uma interação entre esses ambientes. Fatos de relevância jornalística no mundo virtual ganham espaço nas publicações, com ampla cobertura no mundo real.

Um segundo fato, ocorrido durante o evento, foi a expulsão de alguns residentes avatares[10] por fazerem a "dança do siri"[11], marca registrada do programa Pânico na TV, da rede Record de televisão, concorrente da Globo e também a expulsão dos avatares que

---

[10] Os avatares "são figuras gráficas que podem movimentar-se, atuar e inter-relacionar-se com outras máscaras digitais em um mundo virtual tridimensional" (Santaella, 2004:43). "Em jogos 3D ou de realidade virtual e em alguns fóruns de bate-papo na WEB, o 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 Na religião Jindu, um avatar é uma encarnação de uma deidade, logo, uma personificação ou manifestação de uma idéia ou realidade superior." (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).

[11] http://info.abril.com.br/aberto/infonews/062007/18062007-15.shl

representavam os apresentadores desse programa. Essa expulsão mostra que há uma relação de comportamento similar ao mundo real, onde esses apresentadores seriam também “barrados” em uma festa. Esse fato gerou grande repercussão em várias mídias, mas, se tivesse ocorrido no mundo real, poderia não ter produzido esse impacto, pois é algo que sempre ocorre com esses apresentadores. Estes, são conhecidos por estarem sempre buscando fatos sensacionalistas, mas foi no mundo virtual que suas “façanhas” ganharam destaque no mundo real.

O terceiro fato, ligado à forma de interação na festa, na qual, em todo momento, promotores do evento conversavam com os participantes, indicando a presença das personagens da novela e a disponibilidade para conversar com todos os participantes. Fato este que aponta uma similaridade das dinâmicas sociais de comportamento expressando-se, de igual forma, no mundo virtual e no real.

Um quarto elemento presente na observação dessa mesma festa mostrou que ações desenvolvidas no mundo virtual se concretizam no mundo real. Havia um *banner* indicando o envio de camisetas para os participantes do evento, idênticas às que foram utilizadas durante a festa, para serem distribuídas aos 98 primeiros *e-mails* recebidos pela organização do evento. Elas foram enviadas por correio e uma foi recebida pelo pesquisador.

- Hipótese relativa à construção de reconhecimento organizacional pelo uso de tecnologias computacionais

A necessidade de apropriação tecnológica em espaço virtual realizada por organizações visa a garantir uma posição de vanguarda tecnológica como exigência de reconhecimento numa sociedade em que a competitividade está cada vez maior. Assim, ser pioneiro na utilização dessas tecnologias agrega valor, gerando um *plus* para a organização, sendo pois considerado um componente fundamental. A vinculação ao espaço virtual do *Second Life* articula-se à sua potencialidade de repasse de referências de reconhecimento na sociedade, concretizada por seus múltiplos

recursos tecnológicos.

Há uma nítida preocupação das organizações em acompanhar o que está ocorrendo em termos de avanços tecnológicos e, nesse sentido, a entrada no *SL* pode ser expressiva de uma busca de reconhecimento das possibilidades inovadoras desse ambiente, acompanhando uma tendência de mercado e da sociedade.

As observações preliminares realizadas que levam a essa hipótese estão relacionadas também ao entendimento de que os acontecimentos no *Second Life* têm repercussão em todos os espaços sociais, na mídia - rádio, imprensa em geral ou na própria Internet - o simples fato de entrarem no *SL* parece garantir às organizações um destaque nessas várias mídias, além do impacto nos usuários, que têm contato com as organizações nesses espaços. Isso é considerado importante para as organizações, pois gera notícias, posiciona conceitos e assim repercute em sua imagem organizacional, associada aos avanços tecnológicos.

A repercussão em mídias ficou evidente nas festas de lançamento do carro Golf, na concessionária da Volkswagen (VW) e de uma das novelas da rede Globo. Ambos os eventos geraram uma divulgação em vários *sites*[12], especializados ou não, que indicaram a idéia de pioneirismo e modernidade da marca. Esta observação relacionada à mídia é somente um indicativo do reconhecimento social das organizações, não pretendendo, neste estudo, o aprofundamento desse entendimento.

A necessidade de ser considerada a “primeira” também ficou expressa na afirmação de ZOLA, gerente de propaganda e web marketing da VW, durante o evento do qual participei, referente ao *Second Life*.

> A presença no *Second Life* reforça a atenção permanente da Volkswagen do Brasil a tudo que se relaciona com a modernidade e a alta tecnologia. Estamos nos

---

[12] Alguns sites que noticiaram:
http://carsale.uol.com.br/noticias/ed101not7623.shtml /
http://www.vwbr.com.br/VWBrasil/Noticia/?id=500002 /
http://www.maxpressnet.com.br/noticia.asp?TIPO=PA&SQINF=262441

> envolvendo com uma nova cultura que passou a fazer parte da vida dos internautas. Esse público é muito importante. Ele está antenado com tudo o que há de mais moderno e atual, além de ser bastante qualificado.

Ainda da imersão exploratória realizada, destaca-se a participação da Rádio Gaúcha em comemoração aos seus 80 anos, onde houve uma mostra de renovação, que a vincula a um processo "moderno". Partindo da própria chamada do programa - "O programa mais tradicional do rádio gaúcho com o que há de mais inovador no mundo"[13] - , foram realizados dois programas ao vivo dentro do *SL*, transmitidos simultaneamente pelo rádio e no *SL*, mostrando, assim, essa vinculação.

- Hipótese vinculada aos processos de adaptação organizacional

Fazendo parte de uma estratégia maior de comunicação, a utilização de espaços virtuais, como o *Second Life,* está marcada por uma série de limitações que permeiam a inserção e consolidação das organizações e, muitas vezes, o acesso aos públicos. Esse processo traz consigo a exigência de um aprendizado permanente por parte das organizações visando a sua adaptação a esses ambientes virtuais.

No momento de imersão exploratória foram percebidos dois grandes fatores limitadores: um técnico e outro estratégico. No primeiro, se verifica a exigência de constante atualização do programa, a necessidade de banda larga, de um computador atualizado tecnologicamente e, também, a limitação de número de usuários por ilha (300 pessoas), entre outras questões observadas. No segundo, a principal questão está no entendimento de que a dificuldade de consolidação do *SL* está vinculada ao tipo de comunicação que as organizações estabeleceram com seus públicos. Focado no produto, na sua exposição imagética, notou-se uma falta de informações básicas, como *folders* e manuais. Informações essas encontradas nos *site* organizacionais, mas que deveriam estar presentes no *Second Life,* evitando a necessidade de sair do

---

[13]http://www.clicrbs.com.br/gaucha/jsp/default.jsp?pSection=553&uf=1&local=1&section=Second%20Life

ambiente para obtê-las. Sendo um fenômeno recente, existe também uma carência de parâmetros relacionadas ao ambiente virtual para sustentar decisões relativas ao acesso, uso e permanência das organizações.

O objetivo geral desta pesquisa vincula-se à compreensão da apropriação tecnológica, em espaço virtual tridimensional, realizada por organizações na atualização de seus processos comunicacionais, buscando entender as estratégias de usos de tecnologias digitais, através de estudo de caso relacionado ao *Second Life*.

Os objetivos específicos, ao passar pelas tecnologias digitais imersivas tridimensionais, são:

- analisar as tensões e contiguidades entre o virtual e o real em torno de seus usos;
- compreender as adaptações e estratégias realizadas pelas organizações frente às inovações tecnológicas presentes nesse espaço virtual;
- desenvolver aportes teórico-metodológicos para a compreensão das apropriações de novos dispositivos virtuais pelas organizações.

O desenvolvimento do tema deste estudo, explicitando o seu processo de formulação e resultados, foi organizado em cinco capítulos.

Este primeiro capítulo constituiu-se de uma contextualização social e da produção sobre o *Second Life*, na área da comunicação, em que se insere o problema de pesquisa, vinculado à inserção das organizações em ambientes virtuais, enquanto espaços de informação/comunicação, na atualização de seus processos comunicacionais. Definições preliminares que organizam o percurso da investigação realizada, também foram incluídas, explicitando os movimentos iniciais de sua constituição.

Um segundo capítulo situa algumas tecnologias que viabilizam a

criação da realidade virtual e que permitem tornar realizáveis os espaços virtuais. Apresenta o metaverso *Second Life*, em sua emergência, constituição e tecnologias incorporadas.

O terceiro capítulo consiste de um espaço de reflexão que diz respeito às compreensões que subsidiam o entendimento da construção de reconhecimento organizacional, da criação de uma credibilidade, envolvendo os garantes presentes no espaço virtual em que se inserem as organizações. Apresenta, ainda, um debate sobre a constituição do virtual, necessário ao entendimento das dinâmicas de virtualização realizadas por organizações. Por fim, aborda a questão das imagens de síntese, base da compreensão do processo de criação de espaços virtuais.

Está presente no 4º capítulo o aporte teórico-metodológico trazido pelos diversos cenários da relação real e virtual e pelo entendimento, em sentido amplo, do conceito de dispositivo. Explicita a opção pela netnografia, enquanto abordagem proveniente da etnografia aplicada aos espaços virtuais. Por fim, apresenta três grandes movimentos metodológicos presentes, que interagem e se complementam, e são expressivos do percurso realizado.

O quinto capítulo resulta da confluência dos movimentos de aproximação ao universo estudado. A partir do entendimento dos cenários propostos, dá visibilidade às operações, mecanismos de estruturação e funcionamento do *Second Life* explicitando as articulações presentes entre o virtual e o real, significativas para o entendimento dos movimentos organizacionais realizados no interior desse espaço virtual.

Em uma síntese final, no último capítulo, retomam-se questões relevantes vinculadas ao objeto de estudo, mostrando o seu aporte à compreensão dos movimentos organizacionais no *Second Life*.

2. Tecnologias computacionais de imersão

Para compreender o que é *Second Life,* os mecanismos de como o programa opera para a incorporação de imagens de síntese e o estabelecimento das múltiplas interações, é necessário retomar alguns entendimentos e conceituar, de forma resumida, algumas tecnologias e linguagens que foram desenvolvidas anteriormente e que estão presentes nesse ambiente virtual.

Um primeiro entendimento diz respeito à realidade virtual (RV) que é considerada um conceito e uma técnica avançada de interface em que está presente a condição, para o usuário, de realização de imersão, navegação e interação concretizada em ambiente sintético, propiciado por computador, utilizando recursos tridimensionais através de canais multi-sensoriais (HILL, 1996; THALMANN, 1993). Tem sua base em sistemas complexos de virtualização desenvolvidos por grandes centros de estudo e constitui a mais avançada forma de interface do usuário com o virtual, atualmente, disponibilizada.

Utiliza tecnologias sofisticadas para a geração de imagens de síntese, incorporando controle tridimensional com possibilidades de viabilizar espaços intensamente interativos. A realidade virtual incorpora dimensões importantes a serem consideradas: a imersão, gerando a sensação de inserção; a navegação, viabilizando a movimentação no espaço; a interação, ao permitir a mútua interferência espaço-usuário e o envolvimento, ou seja, a capacidade de gerar motivação de participação.

Ao entrar no ambiente de realidade virtual, o usuário tem condições de visualizar, reconhecer e manipular todos os dados da aplicação em tempo real, envolvendo os movimentos do corpo com uma perspectiva tridimensional. Para poder gerar essa experiência de interação imersiva no espaço criado para a simulação é necessária a utilização de dispositivos especiais: capacetes de visualização, controles específicos, luvas, entre outros. A impressão gerada por esses dispositivos faz com que o usuário interprete que a

aplicação está se concretizando em ambiente real tridimensional, propiciando a vivência exploratória do espaço assim como a manipulação dos objetos, como é o caso do uso das próprias mãos podendo segurar e indicar objetos. Tudo realizado de modo "natural" e equivalente ao movimento que poderia ocorrer através de uma interação no mundo real. Os receptores sensoriais são incitados com estímulos artificiais e fazem com que a mente passe a não diferenciar o real do virtual (ADAMS, 1994).

Suas aplicações são as mais diversas e estão presentes na maioria das áreas do conhecimento. Viabiliza a exploração de objetos de estudo, tendo por base a sua condição de manipulação virtual, permitindo a vivência de experiências de produção de conhecimento de forma interativa. No campo da educação, propicia a transmissão de conhecimento, treinamentos realizados de modo dinâmico através de recursos avançados de multimídia, possibilitando que o usuário possa se sentir como se estivesse realmente em um espaço equivalente ao mundo real.

Em paralelo ao desenvolvimento da realidade virtual, surge a linguagem *Virtual Reality Modelling* Language (VRML). Esta foi desenvolvida para ser utilizada na WWW, ou seja, em navegadores da Internet. Constitui uma linguagem independente de plataforma e sistema operacional que permite a criação de espaços virtuais nos quais podem ser visualizados objetos em diferentes ângulos advindos de modelos tridimensionais. Trata-se, pois, de uma linguagem padrão que apresenta definições sobre o conteúdo e forma de espaços virtuais em 3D acessíveis em qualquer *browser,* exigindo que o usuário acesse um computador que tenha instalado uma placa de vídeo compatível. Inclui sistema que possibilita animação, vídeo e som. Objetiva trazer a Realidade Virtual ao usuário mediada pela Internet, o que acarreta, em muitos casos, a aplicação dessa linguagem e seus espaços criados, frequentemente chamados de realidade virtual. Assim, pensando a realidade virtual aplicada à Internet, é possível defini-la como

> um sistema informático capaz de criar um mundo simulado paralelo dentro do qual o usuário tem a

> impressão de estar, quando navega manipulando seus objetos. Trata-se de um sistema que permite simular as percepções humanas, gerando um ambiente virtual que produz a sensação de realidade, na medida em que os objetos se movem de acordo com os movimentos e o ponto de vista do participante, todos controlados por computadores. (SANTAELLA, 2004:44).

Esses e muitos outros sistemas foram criados para aprimorar fundamentalmente a possibilidade de imersão do usuário nos espaços virtuais, o que constitui uma dimensão significativamente inovadora. Não estando limitada à realidade virtual, "a imersão é tanto mais profunda, quanto mais o espaço é capaz de envolver o usuário tridimensionalmente" (SANTAELLA, 2004:46). Quatro graus de imersão são apresentados por Santaella (2004), conforme quadro 1:

Perceptiva	Telepresença	Representativa	Conectiva
Grau máximo de imersão. O usuário está presente no ambiente virtual onde há plena possibilidade de compreender o cenário. Tem a percepção de estar dentro, podendo agir sobre os objetos apresentados no cenário.	Possibilidade de estar em um outro espaço potencializado pela captação dos movimentos por câmeras digitais. Existe uma restrição na movimentação de objetos, salvo quando há sensores que transmitem movimentos a robôs com braços mecânicos.	Usuário se vê representado no cenário, mas não está envolvido tridimensionalmente por ele. Pode agir sobre os objetos, mas por meio de comandos externos, utilizando o *mouse,* o *teclado* e pequenos dispositivos acoplados ao computador que prolongam o real (como um volante ou manche de avião.	Ocorre já no momento da conexão do usuário na rede. "Entrar na rede significa penetrar e viajar em um mundo paralelo, imaterial, feito de *bits* de dados"(p.46).

Quadro 1 – Graus de imersão **(adaptado pelo autor).**

A presença da imersão, que introduz algo novo presente nessas inovações tecnológicas, não está desvinculada das demais dimensões por elas incorporadas e viabilizadas pelas possibilidades da realidade virtual e pela difusão do *VRML*, traz mudanças nos dispositivos e instrumentos que são utilizados para interatuar nos espaços virtuais. Mudanças essas que geram, por vezes, complexas demandas de domínios conceituais, de uso de ferramentas, de apropriação de representação gráfica desses novos conteúdos.

Historicamente, a cada surgimento de uma nova tecnologia, esta se aproxima de seus usuários intermediada por metáforas relacionadas a algo já conhecido. São analogias que têm sentido pelo fato de estarem vinculadas a referentes reconhecidos, estabelecendo uma aproximação com o real. As inovações tecnológicas, vinculadas aos computadores e seus dispositivos, incluindo a realidade virtual, não fogem a essa necessidade de busca de metáforas para viabilizar uma relação com seus usuários. Essa busca é permanentemente atualizada, pois, com a passagem do tempo, determinadas analogias perdem o seu sentido, seja porque o referente da metáfora deixa de ser conhecido e, portanto, reconhecido, seja também porque a tecnologia evoluiu. Ao evoluir, cria novas linguagens e maneiras de se apresentar, envolvendo possibilidades tecnológicas distintas assim como modos diferenciados de interação com seus usuários.

Essas metáforas, pois, caracterizam um movimento de ir e vir, de liberdade e, assim, expressam uma maneira mais natural de envolvimento, um *devir* constante, entre os dispositivos computacionais e a imersão do usuário. Santaella (2004), citando Pesce, traz a metáfora enquanto possibilidade de naturalização, apontando que a Internet deveria apresentar uma interface

> onde as fontes de dados – livros, sons, vídeos, pudessem ser representados de maneira natural, como são no mundo real, com metáforas procedentes do mundo real. A gente pode recordar as metáforas do mundo real porque têm sentido. (...) Organizamos nossa vida sensorialmente – pense em sua coleção de discos – e necessitamos transferir essa mesma técnica para a internet se, de fato, queremos usar a rede de acordo com todas as nossas capacidades. (p. 42)

Entre as mais significativas que circulam nos ambientes computacionais, a metáfora do escritório tornou-se emblemática na medida em que foi muito útil para a introdução dos computadores nas organizações (DERTOUROZOS, 2003). A tela do computador (*desktop*) seria a mesa do escritório e guardamos as informações, na forma de documentos, em pastas, que, por sua vez, podem ser arquivadas em outras pastas, estabelecendo uma relação com o método tradicional de arquivamento no mundo real.

Dertourozos (2003), discorrendo ainda sobre as interações homem-máquina que vêm ocorrendo com a chegada de tecnologias mais imersivas, aponta uma outra metáfora: a da navegação. Incorporando a analogia da navegação, na *web,* passeamos por diversas páginas até encontrarmos uma que nos chame a atenção. Ao "entrarmos", teremos outras possibilidades de páginas, podendo ir para outro lugar ou voltar para o ponto de partida. A expressão máxima dessa metáfora é o hipertexto.

Essas metáforas trouxeram sua contribuição, mas, hoje, são restritivas ao se considerar a aproximação e inserção propiciadas pelos ambientes virtuais imersivos, uma vez que

> o poder de uma boa metáfora do computador é fazer com que um sistema novo que não conhecemos se comporte como um ´sistema´ antigo que estamos familiarizados. Isso nos permite usar o sistema novo e obter bons resultados facilmente, posto que não teremos de lutar aprendendo novos conceitos e comandos[14] (DERTOUZOS, 2003:51).

Uma última metáfora – a geográfica -, apresentada por Dertouzos (2003), está mais próxima e pode ser plenamente aplicada aos navegadores tridimensionais de hoje, como é o caso do *Second Life*, não mais tão "distantes" do mundo real. Em seu livro escrito em 2001, um momento em que a Internet se movia através de páginas *web* 2D, este autor apontou o que está ocorrendo, de alguma forma, hoje, ao questionar:

> e a metáfora geográfica virtual? Eu prefiro esta porque foi a que sonhei, assim como muitos outros. Os sites de informação estarão organizados como andares de diferentes edifícios, situados em ruas e avenidas, aglutinados em cidades e povoados, todos visíveis em mapas navegáveis na tela.. (...) O diagrama geográfico poderia ser realista, se quer ia ao Louvre, navega até Paris e depois ao museu.[15] (DERTOUZOS, 2003:52).

---

[14] Do original: el poder de una buena metáfora de la computadora es que hace que un sistema nuevo que no conocemos se comporte como un "sistema" viejo con el que estamos familiarizados. Esto nos permite usar el nuevo sistema y obtener buenos resultados fácilmente puesto que no tenemos que luchar aprendiendo nuevos conceptos y comandos.

[15] Do original: ¿Y la metáfora geográfica virtual? Yo prefiero ésta porque es la que soñé...indudablemente con muchos otros. Los sitios de información están organizados como pisos de distintos edificios, ubicados sobre calles y avenidas, acumulados en ciudades y pueblos, todos visibles en mapas navegables en la

Pode haver muitas outras metáforas, mas as relacionadas à naturalização das formas de imersão nos ambientes virtuais (sua principal e inovadora característica) seriam as mais apropriadas para serem utilizadas, como confirma Dertouzos (2003) ao indicar que vários estudiosos desse tema

> sustentam que os sistemas de amanhã deveriam ser tão naturais e fáceis de usar que se comportariam como as pessoas, as instituições e os objetos que encontramos todos os dias. Simplesmente iríamos e usaríamos com a mesma naturalidade com que atuamos com as pessoas e as coisas do mundo real de hoje.[16] (DERTOUZOS, 2003:53).

2.1 *Second Life*: reconhecendo o metaverso

Para propiciar o reconhecimento da apropriação tecnológica em espaço virtual, realizada por organizações na atualização de seus processos comunicacionais, foi escolhido para uma aproximação empírica um produto da cibercultura surgido recentemente, e que incorpora muitos dos componentes possíveis dos ambientes virtuais - o *Second Life.*

Compreender esse espaço hoje explorado pelas organizações e sua potencialidade de comunicação passa por um entendimento primeiro relacionado à sua emergência, constituição e ferramentas que são utilizadas em seu desenvolvimento. Essa compreensão será realizada observando o dispositivo “por dentro”.

Wolton (2003), trabalhando o poder de sedução que as tecnologias possuem, traz uma reflexão que, fazendo referência às tecnologias de forma ampla, aponta elementos importantes para a compreensão do que é o *Second Life*.

---

pantalla. (...) El diagrama geográfico podría ser realista; si quiere ir al Louvre, navega hasta París y luego al museo.

[16] Do original: Sostienen que los sistemas del mañana deberían ser tan naturales y fáciles de usar que se comportarían como las personas, las instituciones y los objetos que encontramos todos los días. Simplemente iríamos y los usaríamos con la misma naturalidad con la que actuamos con las personas y las cosas en el mundo real de hoy.

> 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).

Apresentar o programa *SL*, suas características fundamentais presentes em sua construção e no acesso a esse espaço virtual, visa oferecer subsídios para o entendimento de seu significado e potencialidades de sua utilização. Os dados aqui repassados, fundamentalmente de caráter técnico, têm uma relevância significativa, pois mostram os recursos tecnológicos presentes na formulação do *SL* que viabilizam toda a imbricada e complexa relação do virtual e real. Apontam também para algumas das possíveis limitações em seu desenvolvimento e expansão. Interessante ressaltar que a indicação de algumas datas tem o propósito de apontar o caráter recente da emergência desse espaço virtual e portanto a sua condição de experimentação.

O programa *Second Life* constitui um ambiente simulado, construído no ciberespaço e operado pelos usuários, tendo por suporte um modelo básico constituído por diversas ferramentas de programação e que se viabilizou através da empresa proprietária: Linden Lab. A sua pretensão reside na possibilidade de produzir um efeito na vida "real" a partir da aplicação de modelos construídos por processos matemáticos de geração de imagem, tendo por base uma matriz numérica configurada em pontos (*pixels*) que são visualizados através de um monitor. 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. Nele, além de interagir com jogadores de todo o mundo em tempo real, é possível também criar seus próprios objetos, negócios e até mesmo personalizar completamente um avatar, tudo em modelagem 3D. Apresenta muitas

características de um jogo do tipo *MMOG*[17], mas usualmente não é classificado como tal.

Lançado em 2003, o *Second Life* é apresentado como um metaverso. Entre os vários entendimentos do que seja um metaverso, é de Boellstorf (2008) a caracterização que traz essa noção ao dizer "que combina mundos virtuais, simulação, tecnologia de realidade virtual e os *lifelogging*[18] frequentemente confundem o que é característico de cada um[19]" (p.17). Sendo um universo virtual paralelo, o *Second Life* só ganhou força no final de 2005, mas foi a partir da segunda metade de 2006 que ocorreu sua grande repercussão no Brasil. A repercussão inicial foi grande e teve ampla cobertura de diversos *sites* e revistas[20]. Esse processo é muito similar ao que ocorreu com o aparecimento da Internet, quando bastava à organização ter um *site,* que já se tornava notícia.

O expressivo crescimento fez com que, em 2007, o programa-cliente[21] utilizado para acessar o metaverso fosse traduzido para o português. Isso ocorreu pela parceria entre IG e Kaizen Corp.,

---

[17] *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.

[18] A palavra em inglês *lifelogging* não possui uma tradução direta. No entendimento do autor, seria uma derivação a partir de *Life Login*, relacionado ao ato de registra-se no computador (*login*) para iniciar o seu uso. Assim, estaria relacionado ao uso extensivo das máquinas pelo homem, chegando a confundir o que é humano com o que não é, como em um metaverso. O entendimento encontrado diz respeito à palavra *Lifelog* e está se referindo ao registro de vida realizado por pessoas que "vestem" computadores e câmeras no corpo para gravação do dia-a-dia. Utilizam a tecnologia de forma diária e constante. (http://en.wikipedia.org/wiki/Lifelog)

[19] Do original: Metaverse combining virtual worlds, simulations, virtual reality technology, and lifelogging often confuse the distinctivenes of each.

[20] 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 nas Revistas Exame e Info, em maio, junho, agosto de 2007.

[21] É considerado o programa que deve ser instalado no computador para poder utilizar algum recurso disponível em outro computador, normalmente um servidor remoto. Por demandar dados disponíveis remotamente para poder ser operado plenamente, necessita algum tipo de acesso a Internet. No caso do *SL*, o programa baixado é o básico para acessar o mundo virtual: todas as imagens que constituem o espaço são baixadas quando se ingressa a um local. Por esse motivo, o software-cliente ocupa pouco espaço em disco, mas demanda muito processamento do computador para poder gerar imagens ou manter as informações na máquina enquanto se utiliza aquele espaço.

empresas que atuam disponibilizando avançadas soluções tecnológicas voltadas para a Internet. Para o lançamento do programa no Brasil, ilhas virtuais foram criadas, representando algumas cidades do país (www.secondlifebrasil.com.br[22]). 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 as 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, potencialmente, disponibilizar uma melhor interação com os avatares visitantes.

Uma definição para o programa, apresentada no *release* de lançamento de sua versão 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 arquivo[23] e fazer um cadastro para utilizá-lo. Nesse cadastro, é necessário criar um nome, não havendo restrição de escolha, e apontar um sobrenome pré-definido dentro de uma lista. É interessante ressaltar que, para esse cadastro, não é necessário informar os dados corretos, apenas um e-mail válido, o que muitas vezes é problemático para efeito das estatísticas que dão visibilidade ao perfil do usuário do *SL*. Reconhecendo os limites das estatísticas, organizadas tendo por base esse

---

[22] O *site,* durante a pesquisa, passou a ser o www.mainlandbrasil.com.br. Com o fim da parceria entre as empresas que mantinham o *SL* no Brasil, somado à baixa utilização que vem ocorrendo, esses *sites* foram desativados, não havendo mais suporte em português.

[23] O arquivo para usuário de PC tem aproximadamente 33 megas, enquanto para usuário de Macintosh tem 70 megas. Considerando a média de 1 mega baixado por minuto, o tempo para baixar o arquivo é superior a 30 minutos.

potencial de informação não correspondente aos dados 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).

Ao instalar o programa e iniciar o seu uso, é necessário criar e personalizar um avatar, ou seja, construir uma representação virtual do utilizador. Este seria a sua apresentação neste metaverso, o seu "eu" digital, um *alter-ego*. Um personagem que é criado podendo ter, ou não, as características semelhantes ao real[24]. A criação do avatar, bem caracterizado, demanda tempo e habilidade do usuário, pois a customização é, praticamente, infinita, podendo ser pensados todos os tipos de detalhe do corpo. "Cada usuário que entra nestes ambientes virtuais pode criar seu próprio avatar, ao eleger uma máscara em um guarda-roupa digital disponível. Pode até modificá-la, ao imprimir-lhe uma gestualidade e uma voz específica" (SANTAELLA, 2004:43).

Para o usuário iniciante, os dilemas da construção de seu avatar trazem, adicionalmente, outras dificuldades. A preocupação com relação à criação de um avatar o mais semelhante possível ao modelo que tem em mente, não necessariamente próximo ao que ele é na vida real, as diversas possibilidades de combinações e a sobrecarga de definições que necessita contemplar acabam por confundir esse usuário iniciante. A falta de domínio na incorporação da enorme quantidade de variáveis e elementos que podem ser customizados leva os recém chegados a criarem avatares estranhos, dimensionados de modo precário, desproporcionais, sem ter a intenção de configurá-los dessa forma.

Ao vivenciar o espaço virtual, um processo de mudança na imagem do avatar vai se dando gradualmente. Isso ocorre,

---

[24] Para se ter uma noção da importância que a criação do avatar tem, no *blog* http://blog.secondstyle.com/ é possível encontrar a revista virtual *Second Style.* Essa publicação traz as tendências de moda e customização de avatares, assim como em uma revista do mundo real. Fica evidenciada a preocupação que se tem com a aparência.

principalmente, pelas interações que, freqüentemente, estabelece com inserção e pertencimento a grupos de referência internos, assim como ocorre nas tribos urbanas, no entendimento de Maffesoli (2006), que “facilitam” o investimento nas modificações da aparência. Modificações essas tanto no sentido de entender como se opera para aperfeiçoar as características modeladas do corpo, quanto na incorporação de "ícones” que mostram a identidade do grupo ao qual o avatar se vincula.

Por todas essas características, muitos usuários têm optado por comprar avatares confeccionados por empresas ou acabam comprando acessórios que facilitem a composição do “eu digital”. Nesse espaço, através da figura do avatar, que simula a composição corporal desejada, viabiliza-se a presença e a interação em tempo real - pode-se “ser quem você quiser e como você quiser”.

Existe, no ambiente *SL*, um padrão estético que é bastante reiterativo, expresso em corpos magros, esbeltos, que se movimentam com leveza. Os avanços existentes com relação ao *hardware* e ao *software* apontam para a possibilidade de garantir uma maior resolução gráfica em um futuro bem próximo, permitindo construir figuras, como a do avatar, com semblante similar ao de uma fotografia. De todo modo, já nos dias de hoje, podem ser vistas no *SL* cenas, paisagens, edificações em imagens tridimensionais muito expressivas, verdadeiras réplicas hiper-realistas.

É possível entrar e mover-se no espaço, que tem uma ambientação tridimensional – 3D - e conviver com outros avatares, dialogar, acessar ambientes e objetos, participar de reuniões, festas, eventos que têm uma dinâmica, bastante viva, interativa e 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* tem como proposta. 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.

A interação no *SL* acontece basicamente por conversa em texto relacionado a cada um dos avatares presentes no espaço e também se expressa no modo como se comporta e se veste. O programa tem evoluído e, ao *chat* por texto, já foi incorporado o *chat* por voz.

Além de encontrar ilhas e organizações pelo mecanismo interno de busca, o Yahoo![25] está desenvolvendo a pesquisa de *sites* externos a partir do próprio ambiente do *SL*, possibilitando encontrar e navegar por *sites web* sem ter de mudar de programa. É nesse sentido que algumas organizações estão apostando na experimentação virtual de novos processos de comunicação ampliada.

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 virtuais. Assim, dentro do metaverso, é possível trabalhar para ganhar um salário, mas também existe a possibilidade de comprar o dinheiro no mundo real, sendo creditado no *SL*. Essa economia em funcionamento ainda é restrita, mas é possível converter o dinheiro virtual em real.

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. Essa preocupação começa a ter repercussões na esfera do jurídico. A fala de um juiz americano em uma palestra no *Second Life* mostrou que

> com dinheiro de verdade sendo aplicado nos mundos virtuais, é necessário que se criem leis que resolvam disputas, protejam o direito à propriedade,

---

[25] “Os utilizadores do mais popular mundo virtual já podem procurar informações e dados diversos na *web* enquanto estão imersos na sua “segunda vida”.” O Yahoo! é um dos maiores *sites* de busca na internet. http://exameinformatica.clix.pt/noticias/internet/215270.html

> estabeleçam contratos, protejam a propriedade intelectual e assim por diante (AU, 2008: 24).

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*. Não mais a navegação em ambientes 2D, mas sim literalmente mover-se, voar sobre o que se quer acessar/buscar. Há indícios de que esse será o futuro do *browser,* cuja potencialidade vem sendo reconhecida para navegação 3D. Nesse sentido, os espaços 3D de navegação começam a ganhar força quando empresas como o Google[26], uma das maiores organizações de Internet no mundo, testou uma ferramenta muito semelhante ao *SL*, chamado de Lively. A IBM também aposta nessa possibilidade de navegação, como expressa o seu diretor de sistemas e tecnologia:

> por que a gente acredita que a Web 3D veio pra ficar? Primeira coisa, é mais natural para o ser humano andar em 3D do que em 2D, é muito mais fácil para gente, é o que a gente diz, é uma mistura de visualização, que é um termo que está entrando muito em moda hoje em dia, com o conceito do detalhe. A maioria dos locais [no *SL*], inclusive o nosso, se você entrar, vai poder navegar, ao mesmo tempo você pode clicar em algumas coisas que vão te abrir uma página de *browser* aonde você vai conseguir entrar em mais detalhes. É mais lógico e mais fácil para o ser humano atuar em 3D (Diretor de sistemas de tecnologia IBM, seminário *SL*).

Existem algumas limitações que hoje prejudicam muito o funcionamento estável do programa. Uma questão que está prejudicando o crescimento de usuários que utilizam o *SL* é a constante atualização do programa, que vinha ocorrendo em média uma vez por mês[27]. Quando uma nova versão era lançada, ao iniciar o programa, uma mensagem automática indicava que o usuário estava

---

[26] Para se entender a importância da entrada do Google nesse tipo de navegação é preciso saber que essa empresa (e a Microsoft) normalmente compram todos os programas que têm grande potencial de crescimento. Não comprando o *SL*, mas testando sua própria ferramenta, o Google está dando um passo para competir com o *SL* (http://super.abril.ig.com.br/super2/blogs/secondlifeblog/ - último acesso 28 de setembro de 2007). O Lively foi testado pela empresa até 1 de janeiro de 2009, quando foi encerrado sem maiores explicações (http:lively.com/goodbye.htm)

[27] No período de agosto a dezembro de 2008 houve, pelos menos, quatro atualizações, nas quais era obrigatório baixar arquivo completo. Essa tendência mudou e agora não é obrigatória e as atualizações não estão tão frequentes.

impedido de utilizá-lo, forçando-o a baixar novamente todo o arquivo ou a sair do ambiente. Não há somente um *patch*, que é um pacote contendo apenas as atualizações feitas, o que tornaria o *download* muito menor e mais rápido. Essa questão parece estar sendo solucionada pelas atualizações mais recentes, em que existe a indicação de uma nova versão e que deve ser baixada o mais breve possível.

Uma outra questão ligada ao "rendimento" do programa é a necessidade de um acesso à Internet a partir do uso de banda larga[28] que realmente tenha estabilidade de conexão, pois o programa utiliza grande parte da banda de transmissão de dados disponível. Boellstorff (2008) indica que problemas de lentidão na conexão podem fazer com que os objetos que compõe o cenário demorem alguns segundos para serem baixados e renderizados nos computadores. 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 de uma 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 esses três itens. As questões indicadas acabam reduzindo o número potencial de utilizadores do *SL*. Máquinas antigas, conexão lenta (que resultam em lentidão no programa) e excesso de atualizações colocam limitações à experiência de se utilizar o *SL*.

Um item adicional que deve ser realçado frente a outros possíveis está ligado às questões estruturais do projeto do *SL*. Hoje, em cada ilha, há uma limitação de usuários no espaço. Esse número está restrito a 300 avatares por área, quesito esse que restringe algumas ações das organizações. Há também uma limitação

---

[28] 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 contatados) você teria 40 kbps. Para efeitos de comparação, o modem discado atinge em média 33,6 kpbs.

do número de objetos para a construção desse espaço. Entende-se por objetos os elementos mínimos para construir, por exemplo, uma parede para uma casa. Essa limitação pode resultar na dificuldade de criação de espaços como foram concebidos.Um último item está relacionado ao movimento de decréscimo da participação das organizações no *SL*. Esse movimento pode ser pensando como a entrada do sistema em um ritmo de estabilidade. Os indícios[29] de uma diminuição do número de usuários ativos são vistos, por alguns analistas, como expressão da existência de uma retração no *SL*. Se o sistema irá entrar em uma estabilidade ou declínio, somente uma observação sistemática, realizada por um período mais significativo de tempo, poderá constatar.

---

[29] Por exemplo: Explode a bolha do *Second Life* - http://www.opiniaoenoticia.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

3. Contributo do virtual às organizações

Os primeiros autores inicialmente reconhecidos para serem incorporados trazendo aportes teóricos ao entendimento do objeto deste estudo - Wolton (2003), Bueno (2003), Castells (1999/2003), Costa (2006), Lévy (2001/1996/1993) e Negroponte (1995)-, articulam-se entorno da preocupação de gerar um conhecimento sobre as tecnologias digitais computacionais. Entre estes autores, no decorrer da aproximação a eles realizada, alguns ganharam relevância em função da potencialidade de sua contribuição. Relevância pelo reconhecimento de questões que aportam para a compreensão dos significados das tecnologias de informação digitais, a produção da virtualidade, com tudo o que envolve a imbricação real e virtual. Destes autores abordados foram aprofundadas as contribuições de Wolton e Lévy. Outros autores foram requisitados para subsidiar o desenvolvimento teórico, sendo incorporados ao longo do estudo.

A contribuição trazida por Wolton (2003) vincula-se ao entendimento do novo panorama que se vislumbra com a emergência e expansão das tecnologias da informação. Estabelece uma relação entre os considerados “novos” e os “antigos” (ou convencionais) meios de comunicação, mostrando sua preocupação com o deslumbramento frequente que o contato com as emergentes tecnologias da informação tem trazido. Aponta para a exigência de estar vigilante à consideração de que um intervalo de tempo é necessário para poder ter uma avaliação dos verdadeiros significados dessa emergência e dos desdobramentos presentes em sua consolidação.

Outras contribuições foram incorporadas - Couchot (2008) e Queau (2008) -, trazendo o entendimento do processo de constituição das tecnologias e situando dois grandes momentos: o das tecnologias óticas e o das tecnologias digitais. Momentos esses fundamentais e distintos em suas possibilidades tecnológicas de produção de imagens enquanto representação e substituição da

realidade representada pela simulação, presente na tecnologia do virtual.

A colaboração intelectual de Baudrillard (2008) e Virilio (1993) foi incorporada também como apoio teórico, em sentido amplo. Pensadores que, em suas reflexões sobre o conceito de virtual, enquanto relação deste e o real, mostram sua preocupação, expressando um certo pessimismo, com a desaparição do real, tendo por base uma estética do simulacro (Baudrillard) e a questão das interfaces operando o aparecer/desaparecer do referente – máquinas de visão (Virilio). A imagem virtual é vista como auto-referente, jogo de imagens, sem referência social, gerando vivências definidas pela telerealidade, marcadas pela diluição das fronteiras entre ambas as esferas.

De Michel Serres (1994), foi absorvida uma compreensão relacionada ao convívio com o virtual, questionando a consideração de seu caráter de novidade. Para ele, a história está repleta de virtualizações e o binômio real/virtual não está somente vinculado ao mundo contemporâneo. A singularidade de hoje é que as redes de comunicação concretizam, realizam espaços virtuais que ficavam circunscritos aos sonhos e às representações. Novos arranjos são criados, interferindo e alterando o contato com o real, configurando um novo modo de relacionamento em sociedade, centrado na “mensageiria” e que pode representar, usando uma expressão desse autor, tanto “uma utopia quanto uma tragédia”.

Apresentando-se com uma configuração distinta dos autores acima citados, os aportes de Deleuze (1996) e de Lévy (2001/1996) colocam o virtual mais próximo de sua potencialidade de expressão da imaginação criadora, gerando novas possibilidades na arte, na ciência e em outros domínios da vida em sociedade. Expressam uma posição de aposta no que acreditam ser a potencialidade dos processos de virtualização – criação, expansão e uso dos espaços virtuais - enfocando-as com um sentido de movimento, de transformação de um modo de ser em um outro, incorporando toda a imbricação, a estreita relação entre real e virtual. Distanciam-se assim da postura desencantada presente no pensamento de

Baudrillard e Virilio. Situam-se, de algum modo, mais próximos de Serres na aposta que este faz nas tecnologias, que através de seus espaços do virtual, acabam por propiciar ver e entender o mundo como uma gigantesca mensageiria.

Weissberg (1999, 2008) trouxe a possibilidade de identificação de cenários possíveis resultantes da relação do real com as imagens virtuais, operadas no ambiente virtual, subsidiando a compreensão da potencialidade de percepções possíveis geradas por esses espaços de informação/comunicação e oferecendo importantes referências metodológicas para a sua observação.

Integrando ainda as reflexões necessárias ao reconhecimento do objeto de estudo foi incorporada a contribuição de Certeau (1994), com seu aporte ao entendimento dos processos de construção de credibilidade, presentes nos dispositivos de comunicação de um modo geral e, no caso específico deste estudo, na via Internet, tendo como ponto de partida o conceito de crença não vinculado ao objeto do crer, mas ao investimento em uma proposição e ao ato de enunciá-la. A figura conceitual do “príncipe eletrônico”, descrita por Octavio Ianni (2003), mostrou a renovada capacidade de *fazer crer* expressa no potencial das tecnologias da informação e comunicação.

O contato com esses autores permitiu criar algumas referências balizadoras, para discutir essas tecnologias e seus vínculos com a sociedade, mas principalmente as relações e sentidos criados. Alguns desses autores podem ser considerados mais entusiastas com relação às possibilidades trazidas por esse desenvolvimento tecnológico, mas Bueno (2003) aponta que

> (...) entre os apólogos do mundo virtual, há aqueles que pecam pelo exagero. Acreditam que as novas tecnologias instauram a democracia, que a informação disponível será sempre relevante e que a interatividade, potencializada pelo contato à distância, preenche as aspirações humanas. Como diria o poeta, ledo engano (p.49).

A aproximação ao otimismo de alguns autores contribuiu para indicar as potencialidades trazidas

> pelas novas tecnologias, que disponibilizam recursos antes inimagináveis, como animações, hipertexto, controle de acessos, etc, [no entanto] muitas empresas têm relegado a um segundo plano aquilo que é cada vez mais a alma da Internet: a produção de conteúdos relevantes (BUENO, 2003:58).

O contato com autores que incorporam uma perspectiva menos otimista, uma visão das profundas mudanças advindas dos processos de desrealização gerados pelo virtual, também trouxe contribuições relevantes.

3.1. Construção de reconhecimento organizacional

É crescente o movimento de busca e utilização do potencial tecnológico presente em espaços virtuais realizado por organizações na atualização de seus processos comunicacionais. As organizações veem nesses espaços uma possibilidade de construção de referências de reconhecimento organizacional, de apresentar-se enquanto instância de negócio, de sociabilidade, de aprendizado, de criar e manter uma imagem corporativa (Costa, 2006). Buscam explorar a potencialidade de convencimento, de persuasão desses dispositivos, que articulam uma racionalidade, uma ordenação incorporando permanentemente novos recursos que permitem levar a acreditar, aceitar, convencer. As organizações contam com esses recursos e dispositivos de informação/comunicação, via Internet, como possibilidade de reafirmar e ampliar o seu nível de reconhecimento por parte da sociedade, necessário à sua inserção, marcada pela competitividade.

São inúmeros, pois, os recursos tecnológicos e seus dispositivos, mecanismos, combinações e inovações, viabilizados através da Internet (no caso em estudo o *Second Life)* que adquirem um significado de influentes instrumentos a serviço da construção da credibilidade, do convencimento. Pode-se dizer que, no âmbito da comunicação/informação mediado por computador e seus dispositivos,

> o que parece neutro, útil, positivo, logo se revele eficiente, influente ou mesmo decisivo, no modo pelo

> qual se insere nas relações, processos e estruturas que articulam e dinamizam as diferentes esferas da sociedade, em âmbito local, nacional, regional e mundial (IANNI, 2003:155).

Constituindo uma referência teórica de suporte deste estudo, a figura conceitual do “príncipe eletrônico”, referindo-se à mídia eletrônica, desenvolvida por Octavio Ianni (2003), contribui para a compreensão da renovada capacidade de fazer crer expressa no potencial das tecnologias computacionais da informação e comunicação.

> Em lugar de *O príncipe* de Maquiavel e de *O moderno príncipe* de Gramsci, assim como de outros “príncipes” pensados e praticados no curso dos tempos pós-modernos, cria-se *O príncipe eletrônico*, que simultaneamente subordina, recria, absorve ou simplesmente ultrapassa os outros (IANNI, 2003: 145).

À medida em que as tecnologias eletrônicas ganham espaços progressivamente maiores e se transformam numa poderosa e dominante indústria transnacional, ocupam também os espaços que, historicamente, estavam disponíveis para o príncipe de Maquiavel e para o moderno príncipe de Gramsci.

Estamos vivendo o tempo do chamado “príncipe eletrônico”, na definição de Ianni, ou seja, as tecnologias computacionais da informação e comunicação desempenham um papel no mundo atual não apenas como propiciadoras da formação de opinião, veículos de informação e comunicação, mas constituindo-se uma espécie de entidade que tem uma presença intensa e extensa na vida de todos. A mídia em geral, particularmente a mídia eletrônica, é ubíqua, formando a opinião pública mundial, incorporando uma significativa força na construção do *fazer crer* em uma escala excepcional. Essas tecnologias incorporam dispositivos e recursos que fazem emergir novas condições de percepção e de formação do entendimento, num processo que interage, desloca, modifica a relação realidade/existência e virtualidade, influenciando decisivamente no modo através do qual as pessoas se situam na vida em sociedade.

Ianni (2003) chama o mundo virtual de “ágora eletrônica”, cujo arquiteto é o príncipe eletrônico, através do qual os indivíduos podem estar informados, representados, refletidos,

figurados; trocam informações, debatem. Demonstra sua preocupação com as implicações da internalização dos conteúdos repassados através das tecnologias da informação e comunicação com seu potencial de modelar o comportamento humano e as relações sociais. Considera que essas tecnologias são geradoras de espaços onde "tudo se espetaculiza e estetiza, de modo a criar, dissolver, acentuar e transfigurar tudo o que, [segundo ele], pode ser inquietante, problemático, aflitivo" (IANNI, 2003: 154). Essa acentuada preocupação de Ianni com as implicações das tecnologias computacionais da informação/comunicação traz consigo o reconhecimento do seu poder de influência preponderante, de "hegemonia" (na linguagem de "O Príncipe"), de *fazer crer* calcado no convencimento e consentimento.

Uma outra referência teórica fundamental foi incorporada de Michel de Certeau (2003). Uma conceituação trazida por este autor ao buscar entender os caminhos do *fazer crer* e de seu funcionamento

> enquanto prática social e substrato de sociabilidade humana, privilegiando uma conceptualidade transversal que visa à identificação desse pacto de confiança que estrutura as relações nos distintos domínios do social e suas institucionalidades (TEIXEIRA, 2004:316).

Em "A invenção do cotidiano: artes do fazer", Certeau (2003), ao elaborar sua reflexão sobre o *fazer crer*, realiza uma aproximação ao conceito de crença "não como objeto do crer (um dogma, um programa etc.), mas o investimento das pessoas em uma proposição, o ato de enunciá-la considerando-a verdadeira – noutros termos, uma 'modalidade' da afirmação e não o seu conteúdo." (CERTEAU, 2003: 278).

A compreensão do *fazer crer*, trazida por Michel de Certeau (2003), mostra a sua potencialidade de contribuição para o funcionamento da sociedade, seus mecanismos de poder e autoridade, suas referências de reconhecimento social, de legitimidades, de consumo, etc. Tanto no campo político quanto no religioso, assim como em outras esferas da vida social, constituiu e constitui um poderoso recurso de afirmação e continuidade de suas instituições.

Segundo Certeau (2003), em termos históricos, presumia-se que

fossem sem limites as “reservas de crença”. Seria suficiente saber manejá-las, deslocá-las de um lugar para outro, o que era visto como “conversões”.

> Procurava-se “captar” essa energia deslocando-a de um lugar para outro: das sociedades assim chamadas pagãs, onde residia, era transportada para o cristianismo que ela devia apoiar; depois, das Igrejas, a energia era canalizada para uma política monárquica; e enfim, de uma religiosidade tradicionalista para as instituições da república, da educação pública ou dos socialismos. Essas “conversões” consistiam em captar a energia crente transportando-a. Aquilo que não era transportável, ou ainda não fora transportado, para as novas regiões do progresso era visto como “superstição”; o que era utilizável pela ordem vigente ganhava o valor de “convicção” (CERTEAU, 2003: 279).

As “reservas de crença” não são inesgotáveis e, ao se constatar o fato de existir, nos dias de hoje, um permanente deslocamento das “energias crentes”, migrando incessantemente na busca de novos “nichos”, pode-se ver nesse movimento um indicativo para se vislumbrar esgotamento. Esgotamento este que pode não estar intensamente ligado às reservas de crenças propriamente ditas, diz respeito, ao menos, aos espaços em que se movem e a velocidade com que eles levam à exaustão o *fazer crer* em seu interior.

Para Certeau (2003), há um esgotamento do crer, há um desvanecimento das convicções presentes na sociedade e em suas organizações.

> Esgota-se o crer. Ou se refugia ao lado dos mass media ou do lazer. Sai de férias; e aí também se torna um objeto captado e tratado pela publicidade, o comércio e a moda. Para recuperar essas crenças que vão embora e se perdem, as empresas procuram, por sua vez, fabricar simulacros de credibilidade (p.280).

No “refúgio dos mass media”, um processo de deslocamento, de migração, de transporte do *fazer crer* para “novas regiões de progresso” (p.279) constitui um movimento contemporâneo e incessantemente realizado. Está expresso na velocidade e na dinâmica que se fazem presentes nas redes, nas quais a necessidade de atualização permanente estabelece uma busca ininterrupta dessas “novas regiões”.

Os componentes presentes nas proposições vinculadas ao *fazer crer,* no ato de enunciá-las e que nutriu as reservas de crença (centradas historicamente nas esferas do político e do religioso) vem se metamorfoseando e incorporando um elenco de novas "instituições", um conjunto de inovadores e operacionais dispositivos. Este processo de construção passa pelos recursos tecnológicos da informação/comunicação computacional, fazendo parte desse novo elenco, dessa nova configuração, representados no caso em estudo pelos dispositivos incorporados pelo *Second Life.*

O aporte de Certeau se concretiza em uma linha que é considerada uma antropologia do crer e da crença, mostrando a necessidade de um olhar sistemático sobre os processos que estão presentes em sua constituição. Expressa que, mais além do entendimento dos objetos da crença, é fundamental reconhecer, de modo profundo, os mecanismos de sua constituição enquanto proposição, os recursos empregados para a sua enunciação, as ações práticas envolvidas, enfim, o conjunto de operações que cercam o movimento do *fazer crer,* originário de relações de credibilidade estabelecidas em determinados espaços. Somente uma aproximação ampliada ao processo dessa construção permitirá entender a complexidade, a elasticidade das questões que envolvem o seu reconhecimento, uma vez que muitos são os elementos que intervêm em sua constituição. Assim, esse processo requer novos entendimentos e elucidações, incluindo o reconhecimento de seus mecanismos e recursos, mais além da simples manipulação. "É preciso analisar-lhe a composição, pois há a pretensão de fabricá-la (a crença) artificialmente. Ainda parcialmente o marketing comercial ou político está empenhado nisso" (Certeau, 2003:279).

O movimento do *fazer crer* passa pela construção da legitimidade da crença. Esta é constituída tendo como referência uma alteridade recebida, repassada por uma instância (um locutor), cuja fidelidade é aceita como legítima; é reconhecida como tal. Se "existem agora demasiados objetos para crer e muita escassa credibilidade" (CERTEAU, 2003:279), a necessidade de reconhecer os meandros de sua constituição está colocada. Credibilidade e legitimidade interagem, estabelecendo uma cumplicidade. Uma

instância reconhecida por sua legitimidade, que se distingue por sua autenticidade, viabiliza a possibilidade do *fazer crer.* Em um movimento de mútua influência, a legitimidade viabiliza a construção da credibilidade e vice-versa. Ou seja: a credibilidade gerada por uma instância considerada legítima "retorna" a ela ampliando o reconhecimento do caráter de autenticidade, de "legítimo" de sua instância geradora, desencadeando um movimento circular e crescente.

Na construção social dessa legitimidade, que gera credibilidade, Certeau "privilegia o papel dos garantes últimos das transações que se estabelecem (...) e os processos de autorização que permitem a alguns (...) a qualidade de re-presentantes" (TEIXEIRA, 2004:316). Na busca desses garantes, ou seja, do estabelecimento de suportes de confiabilidade, as organizações têm estado presentes nos espaços virtuais viabilizados através de sofisticados procedimentos tecnológicos computacionais ancorados em dispositivos que propiciam o conjunto de sua constituição.

3.2. Virtual: novas fronteiras permeáveis

Entender a relação entre virtual e real significa considerá-la mais além de sua compreensão de uso frequente. "As realidades artificiais e os mundos virtuais nos obrigam a interrogar-nos novamente, de modo urgente e agudo, sobre a natureza da realidade *real*. O virtual nos estimula a colocar de forma nova a questão do real" (QUÉAU:2008, 99).

'Virtual' tem sua origem no latim *virtualis,* que, por sua vez, vincula-se a *virtus* (virtude enquanto correto, perfeição) e, em última instância, a *vir,* "viril", ou seja, que tem incorporado a idéia de poder, de força, de ser dotado de coragem e de energia (LÉVY, 1996). No sentido usual, corriqueiro o virtual tem sido visto como negação, oposição ou complemento do que é concebido como real. É considerado enquanto uma mera ausência de existência

do real, uma não-realidade. Nos dias de hoje, expressa, com maior frequência, a idéia “genérica” de simulação realizada fundamentalmente pelos meios eletrônicos. Em seu uso comum, apenas muito tangencialmente, incorpora em seu significado a visão de algo que poderá vir a ser, acontecer e, também, a compreensão de equivalente a *outro*, ou seja, algo que tem capacidade de incorporar esse *outro*.

O virtual é um conceito que incorpora múltiplas e contraditórias compreensões. A simples vinculação a algo mais além do real é insuficiente uma vez que, de fato, remete “a uma vontade (ou não) de constituição do real enquanto novo” (PARENTE, 1999:14). Cabe ressaltar que o advento das tecnologias da imagem trouxe uma aproximação entre o virtual e o visual produzido por modelos numéricos e digitais. Essa vinculação tem tido desdobramentos que levam a oferecer um maior envolvimento sensorial, não se restringindo a oferecer imagens sensíveis aos olhos, mas ao corpo em sua totalidade. Possibilidade de um tipo imersão, com intensas repercussões na relação virtual/real.

Uma vertente de pensamento relativa ao movimento geral de construção do virtual tem como expoentes Jean Baudrillard e Paul Virilio e aponta fundamentalmente para o que são consideradas as “ameaças” presentes nas relações estabelecidas por essas tecnologias. Esses autores expressam sua preocupação frente às possibilidades presentes na construção do virtual com seus possíveis desdobramentos, levando ao que consideram uma “desrealização” geral, o que viria a contribuir para um decréscimo da hominização (LÉVY: 1996).

A questão do virtual, para Baudrillard, está profundamente vinculada à idéia de simulacro enquanto desaparição do real. Constitui uma das significativas características da imagem construída, ou seja, rompe com modelos de representação, tornando-se autorreferente, sem referência social. Baudrillard afirma que “a imagem tem se tornado cada vez mais virtual (...) na medida em que ela é uma encenação da ficção como ficção, em que a imagem só remete a si própria” (PARENTE, 1999: 21). Mostra-se um crítico ao

que é considerada a era do simulacro, pois, segundo ele, convive-se com o efeito de verdade ocultando o fato de esta não existir.

A relação do virtual e o real tem caminhado para um vazamento das fronteiras existentes entre ambos, incorporando a telerealidade como um componente presente em nosso tempo. Uma possível linha tênue existente entre esses dois conceitos não existiria na medida em que as tecnologias ampliam a exposição e atualizam as técnicas de produção de imagem de síntese. Estamos cada vez mais imersos num mundo de *imagerie*, permeados por simulacros, nos quais a imagem-real, vinculada a um referente, e a imagem-informação, trazida pelas virtualidades dos processos, assumem o lugar da imagem-referência. Baudrillard trabalha essa passagem a partir da leitura que faz da imagem-foto que se vincula a um negativo físico como suporte em contra-ponto com a imagem-vídeo – numérica, de síntese - em que há uma mudança com relação ao suporte físico e à referência. “Elas são virtuais e o virtual é o que termina com toda negatividade, logo com toda referência à história ou ao acontecimento” (BAUDRILLARD, 2008:147). Com essa desvinculação da referência não é possível localizar lugares ou fatos reais: tudo se transforma em um simulacro, pois não há um suporte, a não ser o da própria imagem, que apenas necessita de uma máquina, dita inteligente, para ser produzida, reproduzida e vista. Nesse sentido,

> (...) para Baudrillard a era do simulacro é negativa, é porque para ele o simulacro deixa de ser determinado por uma vontade de afirmação do real enquanto novo (diferença livre) e se torna pura repetição do mesmo (simulacro despotencializado). Com o fechamento do simulacro sobre si mesmo, a criação, trabalhada por uma diferença sempre programada e calculada, torna-se puro jogo comunicacional, interativo e lúdico; e o criador, unicamente usuário, refém de uma razão cinicomunicacional (PARENTE, 1999:21).

Muitas das preocupações colocadas por Baudrillard são compartidas por Virilio no que se refere a desreferencialização propiciada pelas tecnologias digitais. Esse autor, no entanto, chama a atenção para a emergência de um mundo da telerealidade, que suprime a vinculação à territorialidade através de mecanismo de construção eletrônico, modulado, não vinculado a algo

representativo em que, entre outros recursos, o instantâneo toma o lugar da percepção das relações “reais” de tempo e espaço. “A maquinação do tempo propiciada pelas máquinas de visão, com seus sistemas de tele-realidade e tele-presença, tende a suplantar o espaço da matéria e das aparências sensíveis” (PARENTE, 1999:23). Assim, esses sistemas, através de vários mecanismos vinculados à velocidade, à instantaneidade e à ubiquidade, ou seja, à capacidade de estar ou existir concomitantemente em vários lugares, trazem como resultado o desdobramento do real em real e virtual. Esse “desdobramento produzido pela tecnologia do tempo real equivale a um estado de paramnésia, em que ao real atual se acrescenta um real virtual, um real em espelho que vem a ele se substituir” (PARENTE, 1999:23).

Deleuze (1996) e Lévy (2001/1996), que se inscrevem em outra vertente de pensamento, assumem o entendimento do virtual em sua potencialidade de contribuição para a formação de novas percepções de realidade e de construção de subjetividades com uma visão do que Lévy denomina de “heterogênese do humano”, trazendo um aporte para o entendimento de seus significados nas tecnologias da informação e comunicação. Essa compreensão e toda a conceituação desses autores em torno do entendimento do virtual constituíram referência teórica fundamental para a aproximação ao objeto deste estudo.

Pierre Lévy (1996) traz uma contribuição diferenciada ao entendimento da relação real e virtual, não definindo esses conceitos de modo isolado, mas inseridos em um processo de mútua relação e transformação. Esse processo passa por categorias fundamentais ao seu entendimento, que dizem respeito ao virtual, ao possível, ao atual e ao real e que se entrelaçam, gerando uma compreensão mais profunda desse complexo movimento.

O virtual não pode ser definido como algo que se opõe ao real, vinculado ao imaginário, ao ilusório, ao enganoso. Em sua dinâmica de virtualização, “trata-se, ao contrário, de um modo de ser fecundo e poderoso, que põe em jogo processos de criação, abre futuros, perfura poços de sentido sob a platitude da presença

física imediata” (LÉVY,1996: 12). A proposta de sua existência tem a ver com esse perfurar “poços de sentido”, indo mais além do uniforme, do regular, do banal, do sem expressão, constituintes frequentes da presença física, imediata entendida como real.

O virtual tem a ver com o que existe em potencial e não propriamente em ato. “O virtual é uma existência potencial, que tende a atualizar-se” (MORAES, 2001:73). Lévy (1996) evoca o exemplo da árvore que está virtualmente presente na semente. A semente constitui um indicador de um processo e do modo como irá se desenvolver, se concretizar, como vai se constituir na atualização da árvore.

> O problema da semente, por exemplo, é fazer brotar uma árvore. A semente “é” esse problema, mesmo que não seja somente isso. Isto significa que ela “conhece” exatamente a forma da árvore que expandirá finalmente sua folhagem acima dela. A partir de coerções que lhes são próprias, deverá inventá-la, coproduzi-la com as circunstâncias que encontrar (LÉVY, 1996:16).

A semente é uma árvore possível. Lévy (1996) recupera de Deleuze (1968) o entendimento do possível e sua distinção fundamental em relação ao virtual.

> O possível já está todo constituído, mas permanece no limbo. O possível se realizará sem que nada mude em sua determinação nem em sua natureza. É um real fantasmático, latente. O possível é exatamente como o real: só lhe falta existência. A realização de um possível não é uma criação, no sentido pleno do termo, pois a criação implica também produção inovadora de uma idéia ou de uma forma. A diferença entre possível e real é, portanto, puramente lógica (LÉVY, 1996: 15).

Quanto ao atual, este é o que constitui oposição ao virtual. Essa constatação mostra que o virtual não se coloca como oposição ao real, mas sim ao atual. O atual não guarda semelhança com o virtual apenas contribui com respostas a ele.

> Contrariamente ao possível, estático e já constituído, o virtual é como o complexo problemático, o nó de tendências ou de forças que acompanha uma situação, um acontecimento, um objeto ou uma entidade qualquer, e que chama um processo de resolução: a atualização (LÉVY, 1996:16).

Deleuze(1996) constrói uma compreensão sobre o virtual que

está baseada na possibilidade de estabelecer um circuito com o atual, que se faz na construção do presente e do passado, no qual

> o atual e o virtual coexistem, e entram num estreito circuito que nos reconduz constantemente de um a outro. (p.54) (...) ora o atual remete a virtuais como a outras coisas em castos circuitos, onde o virtual se atualiza, ora o atual remete ao virtual como a seu próprio virtual (DELEUZE, 1996:55).

Entendido como tempo continuo ou, na verdade, como cisão do tempo, Deleuze(1996) coloca que o presente é a passagem do tempo. Consolida assim a imagem atual que se torna uma imagem virtual e que somente será presente em um movimento de “conservar o passado (atualização)” (p.55). Pensando de forma múltipla, constata que a imagem atual implica elementos atuais e virtuais. Nessa linha de entendimento, pode-se dizer que todo atual está rodeado de círculos sempre reconstruídos de virtualidades e que “os virtuais comunicam-se imediatamente por cima do atual que os separa” (p.55), indicando assim que nem sempre a atualização encerra virtualização, mas há uma intricada relação ou circuito constante entre virtual e atual, o “objeto atual e imagem virtual, objeto tornado virtual e imagem tornada atual” (p.54). Pode-se deduzir que a imagem virtual não para de tornar-se atual.

Assim, a atualização não é a simples sequência de uma ordem pré-determinada e que, por ter de solucionar uma questão/problema, “envolve criação, o que implica produção inovadora de uma idéia ou de uma forma” (MORAES, 2001:73). É uma multiplicidade que ganha força no uso das tecnologias e a necessidade de torná-las mais presentes e refinadas é que tem trazido uma série de questões, reverberando no que entendemos como real.

O que é considerado real, na visão cotidiana, impregnada de senso comum, passa pelo que é percebido como concreto, vinculado ao que é palpável, ao que pode ser captado pelos sentidos e que tem, muitas vezes, uma existência material, tangível - mais vinculada aos bens e não propriamente às pessoas; algo que existe de fato; ainda se refere ao que não é falso, ilusório ou artificial. O real aparece relacionado, frequentemente, à idéia de

verdadeiro e como oposto ao que é visto como fictício, aparente, ideal, imaginário, sonhado. Real entendido como um campo de experiências concretas acessíveis ao conhecimento imediato.

No reconhecimento do sentido dado ao real no âmbito deste trabalho, cabe afirmar que sua compreensão passa pelo entendimento das potencialidades da percepção humana. Isso porque as mudanças que estão sendo geradas com a propagação das tecnologias virtuais guardam uma significativa relação com o campo de novas percepções de realidade. Assim, o real não se restringe ao existente – o mundo das coisas, o espaço físico, o material que interage com o homem -, mas ao que é assim percebido, do mesmo modo que o virtual.

Da compreensão da relação entre as “portas” da percepção e o universo exterior - enquanto o que se dá a conhecer, situações, informações, dados -, desdobra-se o entendimento de que o real está vinculado às representações que se fazem do mundo, ou seja, refere-se às vivências/experiências que nele se realizam, estando relacionadas à existência humana e que marcam o seu reconhecimento. Como derivação, o real é produto das representações de um mundo existente, vindas das interações cotidianas e não obrigatoriamente coincidente com o real enquanto universo material, natural.

A formação da percepção está profundamente influenciada pelas potencialidades postas por trajetórias histórico-culturais, marcando o olhar possível e criando novas condições de captação, ou seja, “ver o que não era visto”, por um lado, e, por outro lado, “deixar de ver algo que se via”. Não há, pois, um real absoluto, já que o mundo que se nos apresenta é apreendido e expresso por meio de sinais indicativos. Sinais esses que se expressam em códigos e linguagens que estão presentes em cada geração marcada pelo momento histórico, que transitam nos processos de comunicação e que, na atualidade, estão presentes nas mídias eletrônicas (SANTAELLA, 2000).

A percepção de real é, pois, relativa e, ao envolver aspectos

históricos e culturais que são decisivos, não é possível saber com precisão a sensação gerada. Todos os órgãos dos sentidos contribuem para essa captação e possibilitam a percepção envolvendo os múltiplos aspectos que propiciam um fluxo de consciência que o acontecimento gerador provoca e que cria uma sensação de real. Esta, por sua vez, provoca a consciência de presença no mundo, de estar nele.

As vivências de imersão possibilitadas por ambientes virtuais desencadeiam também uma percepção totalizante e multisensitiva. Nesse sentido, o diferencial que se estabelece do real/atual e o virtual não está somente relacionado ao fato do primeiro ser totalizante, mas essencialmente por ser presencial. O real/atual vincula-se aos acontecimentos, tem uma localização no espaço e no tempo. O real, no entanto, está em todos os lados e o seu tempo é o de hoje, o de ontem e o de amanhã, incorporando o próprio virtual e construindo ritmos e interações distintas.

O entendimento dos entrelaçamentos das categorias – virtual, real e atual - mostra a convivência que estabelecem entre si as suas dinâmicas. Configuram o que pode ser chamado de virtualização, de realização e de atualização.

Entender essas dinâmicas demanda colocar como uma preliminar básica que a virtualização “se apresenta como um movimento mesmo do ‘devir outro’ – ou heterogênese – do humano” (LÉVY:1996, 12). A presença dos dois conceitos de *devir* e de *heterogênese* são fundamentais para a compreensão do significado da dinâmica presente no processo de virtualização; aponta para um sentido de movimento que não pode ser entendido linearmente.

A idéia de *devir* traz consigo o significado de vir a ser, de transformar-se, num fluxo constante, sem interrupções. Evoca a idéia de algo que atua, que tem a potencialidade de dissolver, criar e transformar a realidade. Também a recuperação que Lévy faz do conceito de *heterogênese,* vindo das ciências biológicas, é importante na medida em que está vinculado à visão de desenvolvimento orgânico, nascimento de algo novo, de um ser vivo

que se origina de diferentes formas do ciclo de vida.

A virtualização consiste num “processo de transformação de um modo de ser num outro” (LÉVY,1996: 12) que incorpora uma imbricação, uma estreita relação, uma inter-penetração entre real e virtual e que pode ser expressa através de diferentes modalidades. Mas não consiste somente na concretização desse processo pois

> se a virtualização fosse apenas a passagem de uma realidade a um conjunto de possíveis, seria desrealizante. Mas ela implica a mesma quantidade de irreversibilidade em seus efeitos, de indeterminação em seu processo e de invenção em seu esforço quanto à atualização. A virtualização é um dos principais vetores de realidade (LÉVY, 1996: 18).

A incorporação de processos de virtualização está presente no cotidiano das pessoas e afetando todas as esferas da vida em sociedade, não somente a informação e a comunicação, mas a dinâmica da economia, as referências coletivas de sensibilidade e o exercitar da inteligência (LÉVY, 1996), enfim, de modo direto ou indireto, toda a convivência humana.

A virtualização constitui um dos movimentos fundamentais que faz parte integrante das mudanças tecnológicas que vêm ocorrendo na sociedade em um ritmo acelerado, exigindo uma compreensão, cada vez mais aprofundada de seus processos e efeitos que passam muito além da informatização.

A questão que se coloca está relacionada ao entendimento do real em sua vinculação com o virtual como opostos, uma vez que essas duas esferas parecem não constituírem uma relação de antagonismo. Interligam-se, complementam-se, confundem-se, mesclam-se. As máquinas consideradas inteligentes intensificaram, através de diferentes mecanismos, essa potencialidade de interação, tornando tênues e até diluindo suas fronteiras.

Impulsionada pelas tecnologias que progressivamente se configuram como territórios virtuais, a tela do computador tem se tornado a janela para um “novo mundo”. Os computadores e seus

dispositivos, fazendo parte do nosso cotidiano, trazem em si possibilidades inusitadas de aplicações e experiências crescentemente virtualizadas. Por sua vez, essas aplicações têm se configurado em um novo tipo de espaço: o imagético. Vivenciar esse espaço que se faz presente nas imagens via computador modifica a nossa noção de cotidiano, reconfigurando lógicas do trabalho, do lazer e da sociabilidade.

3.3. Virtual sintetizado em imagem

A emergência das tecnologias da informação/comunicação tem propiciado uma mutação profunda nas potencialidades da imagem e nos dispositivos de sua constituição, chegando ao que hoje se denomina "imagens de síntese":

> (...) imagens sintéticas ou infográficas, que são inteiramente computacionais. Estas são resultado da correspondência de uma matriz numérica com uma configuração em *pixels* elementares que podem ser visualizados na tela de um monitor (SANTAELLA, 2005: 295).

As configurações possibilitadas para a construção de imagens pelos recursos possíveis das tecnologias digitais têm gerado a potencialidade de incorporação ampla de uma relação com o virtual, viabilizando uma determinada articulação que permite contribuir, de modo muito diferenciado, com o movimento de *fazer crer.*

Uma metáfora da mitologia grega – a do deus Proteu - pode ser um ponto de partida para a construção do entendimento de uma relação que passa pela imagem e seus íntimos vínculos com o virtual. Proteu aparece na Odisséia na qualidade de um deus do mar que possuía o dom da metamorfose. As possibilidades de mutação estavam incorporadas a ele, transfigurando suas formas e dando-lhe condições de converter-se em tudo que desejasse. Sua figura absorvia a idéia de visão, sensação, idealização, sonho incorporando a perspectiva do devir, do transformar-se, do movimento de criação permanente. Elementos de uma metáfora - visão, sensação, idealização, sonho, metamorfose, devir, criação

permanente-, que constituem possibilidades presentes que interagem na constituição da imagem enquanto *habitat* do virtual e que contribuem para o seu entendimento.

Como referência para a compreensão da assim chamada “imagem de síntese”, reconhecendo o seu potencial já materializado ou em estado latente, faz-se necessário retomar o processo evolutivo de sua produção, acompanhando os momentos em que as tecnologias realizaram rupturas, cortes advindos de profundas mudanças em sua constituição, significando uma reinvenção técnica e estética.

O processo de produção das imagens, o modo como são produzidas, articulando determinados materiais, recursos e instrumentos, envolvendo meios e mídias e incorporando os papéis desempenhados pelos agentes de sua construção, tem repercussões sobre os seus meios de armazenamento e transmissão. Os conteúdos repassados pelas imagens estão, pois, intimamente vinculados aos seus meios de produção, armazenamento e transmissão e são estes os que tornam possível a sua existência. As mudanças operadas nos modos de produção da imagem são profundas e reveladoras de sua nova potencialidade. O reconhecimento desse percurso de construção da imagem, os avanços que trouxe com relação aos recursos tecnológicos que estiveram nela envolvidos, as conexões que se estabeleceram para a sua constituição mostram a capacidade distinta de comunicação gerada por cada tipo de produção. Ao se perceber como os diferentes meios de produção da imagem articulam os seus dispositivos particulares, que determinam sua relação com a realidade e os modos de configuração desta, pode-se compreender a potencialidade das imagens, na contemporaneidade, enquanto elementos importantes de visibilidade, produção e socialização de proposições como a de *fazer crer.*

Santaella (2005), afirmando que podem ser restritivas as tentativas de categorização, apresenta três paradigmas relacionados ao processo de construção da imagem que poderiam constituir referências para compreender o contexto histórico de sua produção. No primeiro, a autora localiza o que é denominado como pré-fotográfico “que dá expressão à visão por meio de

habilidade da mão e do corpo (...) processos *artesanais* de *criação*". A constituição da imagem se efetiva sobre uma matéria passiva, sobre a qual os artesãos deixam as suas marcas - modeladas, pintadas, esculpidas. Seu resultado se expressa em um objeto único, original, trazendo consigo algo de

> solene, carregado de certa sacralidade, fruto do privilégio da impressão primeira, genuína, daquele instante santo e raro no qual o pintor pousou o seu olhar sobre o mundo, dando forma e esse olhar num gesto irrepetível. É por isso que a produção tem uma característica eminentemente monádica (SANTAELLA, 2005: 299).

O segundo paradigma - o fotográfico -, predominantemente indicial e diádico, tem relação com os "processos *automatizados* de *captação* (...) por meio de máquinas, próteses óticas" que inauguram a automação da produção, intermediada por dispositivos da imagem. Os olhos que estão por trás do visor de uma câmara, dessa prótese ótica, predominam sobre as mãos do produtor da imagem. Na produção da imagem, essa prótese gera uma espécie de embate entre o olho do sujeito, que se alonga via o olho da câmara, e o real a ser captado. "O que o sujeito busca, antes de tudo, é dominar o objeto, o real, sob a visão focalizada de seu olhar, um real que lhe faz resistência e obstáculo" (SANTAELLA, 2005: 296). A produção de imagens se efetiva por intermediação de uma máquina que permite conexões dinâmicas, apreende aspectos do mundo visível, significando a existências de objetos reais.

O terceiro - o pós-fotográfico -, que é o de maior interesse no contexto deste estudo, constitui um processo de produção triádico, "as imagens são derivadas de uma matriz numérica e produzida por técnicas computacionais. (...) processos *matemáticos* de *geração*" (SANTAELLA, 2005:298). À diferença dos paradigmas anteriores, tem nas imagens sintéticas a sua característica principal: se articulam por cálculos numéricos abstratos, modelos e programas envolvendo computador e tela de vídeo. Os agentes de produção das imagens de síntese são os programadores que fazem interagir inteligência visual e inteligência artificial. Seu ponto de partida é constituído por um modelo de simulação que prescinde

de vínculos com o real empírico em todo o seu processo de construção.

> Porque a lógica da Simulação não pretende mais representar o real com uma imagem, mas sintetizá-lo em toda a sua complexidade, segundo leis racionais que o descrevem ou explicam. Procura recriar inteiramente uma realidade virtual autônoma, em toda sua profundidade estrutural e funcional (COUCHOT, 2008:43).

O quadro abaixo mostra algumas das características dos paradigmas trazidos por Santaella (2005)

Pré-fotográfico	*Fotográfico*	*Pós-fotográfico*
suporte matérico	suporte químico ou eletromagnético	computador e vídeo, modelos, programas
imagem incompleta, inacabada	imagem-corte fixada para sempre	virtualidade e simulação
suporte único	negativo e fita magnética	memória do computador
gesto idílico	rapto, captura do real	agir sobre o real
figurar o visível e o invisível	registrar o visível	visualizar o modelizável
imagem-espelho	imagem-documento	imagem-matriz
evocativa	sombra	Ascética
nostalgia	reconhecimento	Imersão

Quadro 2– Características dos paradigmas da imagem. **(Adaptação do autor).**

A localização dos três paradigmas, que traz um componente de encadeamento histórico, não significa estar incorporando a compreensão da substituição de um sistema pelo outro, mas a de contemplar o caráter temporal presente em cada um deles e a necessidade de se pensar a questão das potencialidades da imagem nessa perspectiva. Propicia também uma compreensão ampliada da convivência dos diferentes meios de produção de imagens, ao mesmo tempo, percebendo suas interações e complementariedades. Isso significa não cair em uma apologia das potencialidades da

construção de imagens propiciadas pelas tecnologias que emergem e desacreditar nas que as antecederam, efetivamente anteriores enquanto momento de seu surgimento.

A coexistência de diferentes tipos de imagem não deve permitir a sobrevalorização deformada de uma em detrimento das demais, mas é necessário reconhecer que existem dominâncias, primazias em cada momento histórico. O modelo, criado por abstrações formais, emerge e invade o lugar da imagem especular, marcando a passagem da natureza para a linguagem e revelando a prevalência do regime da visualidade contemporânea, já não fundamentado na primazia dada à representação, fundada na relação entre imagem e realidade exterior.

Aportes trazidos por Couchot (2008) e Quéau (2008) constituíram referências analíticas para a compreensão da imagem de síntese enquanto questão fundamental no processo de modelização necessária às organizações ao ingressar em espaços virtuais tridimensionais.

Esses autores entendem que a imagem de síntese - a virtual - é resultante de uma evolução das técnicas de figuração o que leva a uma diferenciação substantiva com os modelos de representação. São imagens binárias, algorítmicas, matemáticas, constituindo o objeto sobre o virtual, não imagens reais e principalmente não mais a expectativa de vir a ser o “duplo” do real.

As tecnologias digitais trazem consigo a simulação. As transformações geradas pelos movimentos de simulação interativa possibilitam “antecipar o real físico, reproduzi-lo e manipulá-lo”. É a possibilidade do “simulacro interativo” que permite uma transformação profunda não apenas da conceituação de representação mas principalmente da relação com o real. A imagem já não é mais o antigo objeto de um olhar, mas converte-se em “fazer” e em “produzir”. A situação de produção de imagens sofre uma profunda mudança, ou seja, torna-se uma “prática operacional” que envolve pessoas em uma situação muito especial e inovadora de “experimentação visual”.

Com a chegada das tecnologias do virtual, que substituíram a representação ótica pela simulação, a automatização analógica pela automatização numérica da imagem, a lógica presente substituiu a do visível pela do modelizável. Não se trata mais de figurar o que é visível, mas trata-se de figurar o que é *modelizável,* que, através da fantástica potência da figuração numérica, torna-se extremamente ampliada, mas simultaneamente, coloca os seus limites uma vez que "a imagem numérica *só pode* figurar aquilo que é modelizável"(COUCHOT, 2008:43).

A imagem de síntese, chamada por Quéau (2008) de imagem calculada, traz uma série de novas relações com a linguagem, o espaço, o tempo, o corpo - seus gestos e movimentos -, a noção de presença, a experiência interativa e de imersão, as comunidades virtuais, a circulação em redes interativas.

> Novas formas de telepresença, de teletrabalho são possíveis graças à *televirtualidade*. Doravante podem circular pelas redes de faixa estreita "demônios", clones, sucedâneos e *aliás*, encarregados de representar-nos simbolicamente a toda hora e em qualquer ponto da terra (QUÉAU, 2008:95).

Para esse autor, a mais significativa qualidade que as imagens de síntese trazem são a sua capacidade de autonomia, a sua resistência incluindo a sua opacidade, ou seja, a sua potencialidade de oferecer mais possibilidades de expressão do que as que conseguimos ver nelas hoje.

Abre-se espaço para o estabelecimento de uma imbricação, para uma estreita relação entre o virtual e o visual que vem sendo trazida pelas tecnologias digitais da imagem modelizável e que cada vez mais se materializa nos espaços virtuais. Sem dúvida, a atualização do virtual, hoje, passa pela imagem de síntese (QUÉAU, 2008). Outra característica que marca a imagem de síntese guarda relação com "um certo regime de verdade" que se desdobra na possibilidade do *fazer crer,* viabilizado pelos dispositivos que incorpora em sua produção e reprodução.

Os dispositivos articulados ao regime de verdade repassado pela imagem gravada, por "captura direta" presente na fotografia e

na televisão, garantiram um nível de reconhecimento histórico na medida em que se apoiavam na promessa de representação audiovisual da realidade. A fotografia se apresentou com um potencial de testemunho: algo que está sob dúvida parece comprovado quando nos mostram uma foto. A alegação para o reconhecimento de seu poder de representação vincula-se ao entendimento de que a fotografia pode distorcer, mas sempre existe um pressuposto de que algo existe ou existiu, semelhante ao que está registrado na imagem (SONTAG,2001).

Weissberg (1999) acredita que esses dispositivos presentes na produção fotográfica estão obsoletos e que vêm sendo substituídos pelas potencialidades "de uma animação simulada de modelos" (p.170). De fato, conforme afirmação desse autor, têm diminuído o "seu poder referencial e persuasivo em benefício de outros regimes de crença apoiados em pragmáticas sócio-técnicas da experimentação" (p.174). As novas formas de interação, baseadas em matrizes numeralizadas transmitidas pelas redes, abrem progressivamente caminho ao que pode ser reconhecido como experimentação direta da informação.

> As técnicas de gravação clássicas chegaram aos limites de sua promessa de restituição audiovisual da realidade. Nós exigimos daqui para frente imagens encarnadas, vivas: meios para experimentar o atual – e até mesmo o passado – e não mais para delas reproduzir simples traços indeformáveis (WEISSBERG, 1999:170).

Assim, entram em crise os instrumentais de gravação, a exemplo da fotografia, que vincularam sua significação e potencialidade à representação audiovisual da realidade. Entram em crise de legitimidade, entre outras questões, frente à "sua promessa de restituição audiovisual da realidade" que ficou comprometida pela manipulação da imagem.

O impacto da manipulação eletrônica incidindo sobre a estética a imagem fotográfica é significativo pois gera mudanças advindas de deslocamento, adição e subtração de elementos; modificação da configuração física, proporção, cor e comparação de elementos e/ou da imagem; articulação com textos e/ou outras imagens;

incorporação de distintas diretivas conceituais relativas ao "realismo fotográfico".

A possibilidade de manipulação da imagem não constitui propriamente uma novidade. O recurso do "retoque" e as possibilidades de montagem de imagens acompanham a história da fotografia. Faz parte das possibilidades das técnicas de gravação e isso desde a invenção da fotografia. "O que é notável e novo na crise de legitimidade do audiovisual, (...) é a dúvida generalizada que suscita daqui para frente toda imagem gravada; a dúvida reveladora de uma separação crescente entre o "ver" e o "crer" (Weissberg, 1999:170).

Andrade (2002), ao discorrer sobre os diferentes usos e significados da fotografia ao longo do tempo, reforça a idéia de "ilusão" e mesmo da possibilidade de "falsificação" do real nela embutida.

> No filme de ficção científica *Blade Runner; o caçador de andróides* (1982), as fotografias construíam a história das personagens, pois os andróides eram criados pelo homem à sua semelhança. Sem identidade e com um tempo limitado de vida, eram na verdade iludidos através das imagens [fotos] de uma família que nunca existiu, de amigos de infância, de escolas, de aniversários que nunca existiram. As fotografias eram prova de continuidade e, ao mesmo tempo, memória da sua própria história. Isso os fazia acreditar serem humanos e não criaturas da genialidade humana. Mas se tratava apenas de uma representação, de uma realidade que nunca existiu (ANDRADE, 2002:49).

A potencialidade do *fazer crer* repassada pelas imagens produzidas pelos dispositivos técnicos de transmissão fotográfico / audiovisual fica assim comprometida. Os dispositivos presentes na tecnologia computacional têm substituído a figura da fotografia / audiovisual baseada no "acreditada porque vista" e, cada vez mais, assumem o seu caráter de "acreditados porque experimentais", incorporados pelas mídias numéricas, modelizáveis (Weissberg,1999). Parece ser que, no momento atual, a expectativa com relação a essa potencialidade presente nas imagens

> depende de uma implicação, não mais simplesmente audiovisual, mas também sensível, táctil, corporal

> (...). O que nós reivindicamos, não são verdades "objetivas", mas uma participação mais verídica na encenação do acontecimento, por intermédio de seu modelo virtual (WEISSBERG, 1999:170).

Toda a tecnologia do virtual incorporada às imagens de síntese tem sido aplicada para ir além das possibilidades visuais, não somente envolvendo os olhos, mas todo o corpo, a imersão completa do indivíduo no virtual[30]. Os dispositivos que se articulam nos espaços virtuais, que incorporam instrumentais, mecanismos de simulação, permitem tornar essa vivência menos "indicial" e mais experimental, propiciando envolver corporeidade e trânsito de sensibilidade, presentes na imersão, na interação que se estabelece nesses ambientes digitais. Essa vivência possível abre um amplo horizonte para que as imagens de síntese assumam intensamente sua condição de garantes de confiabilidade.

Em última instância,

> nenhuma imagem é *verdadeira*, o único verdadeiro na imagem é pura e simplesmente a percepção sensível, o choque de fótons contra a retina. A imagem como tal sempre está velada e sempre dissimula, já que toda imagem é *sintética*. Aqui não nos referimos à geração por computador, se não a correlação. A imagem nos mostra algo *como* outra coisa[31] (QUÉAU, 1995:171).

As imagens, sejam as que implicam a presença de objetos pré-existentes no mundo real, sejam as sintéticas, inteiramente calculadas por computação, com toda a perfeição que incorporam, constituem uma "ilusão" do real, jamais o objeto em si. Guardam uma verossimilhança com o objeto que apresentam, sejam enquanto índices de algo que existiu, ou não, no real e implicam questionamentos em relação aos limites do real e o virtual, ao dar aparência de real a mundos, parcialmente ou integralmente, simulados, ilusórios.

Ainda que seja precipitado anunciar que vivemos uma "era das

---

[30] Questão esta desenvolvida por Weissberg, 2008.

[31] Do original: "Ninguna imagen es *verdadera*. Lo único verdadero en la imagen es pura y simplesmente la percepción sensible, el choque de los fotones contra la retina. La imagen como tal siempre está velada, y siempre disimula, ya que toda imagen es *sintética*. Aquí no nos referimos a la generación por ordenador, sino a la correlación. La imagen nos muestra algo *como* otra cosa."

imagens”, sem dúvida há uma convivência intensa com elementos imagéticos. O uso das imagens, principalmente as geradas virtualmente, vem se tornando mais presente no cotidiano de vida das organizações, levando-as à exigência de reconhecimento aprofundado e sutil das muitas questões que envolvem a sua produção, direcionada aos objetivos de atualização dos processos de comunicação organizacionais.

O virtual, sintetizado em imagem, convive com potencialidades sutis colocadas pela articulação entre o virtual e o real, com fronteiras intensamente contíguas, “vazadas” e as possibilidades de imagens em 3D tem agigantado essa penetrabilidade. As simulações estão progressivamente mais reais. Com toda essa imbricação, torna-se necessário, como alerta Wolton (2003), pensar parâmetros, um estatuto, “para evitar confusões com consequências antropológicas provavelmente graves” (p. 43). Essa necessidade está colocada, mas pouco questionada por outros pesquisadores e, como diz Wolton, “é curiosamente sobre o terreno mais movediço das novas tecnologias (...) que o silêncio mais se faz sentir” (p.43).

Torna-se necessário o aprofundamento do entendimento dos modelos abstratos subjacentes e que incorporam conhecimentos científicos vindos do domínio de várias áreas: das ciências ‘duras’ - matemática, física; das ciências da vida – botânica, medicina, neurologia e também das ciências humanas - psicologia cognitiva, linguística. À pergunta feita por Couchot (2008) “por que tantos conhecimentos para gerar apenas uma imagem?”, pode-se responder que a lógica da simulação, que não pretende representar o real como uma imagem, mas quer sintetizá-la em toda sua complexidade, exige o reconhecimento de uma complexa racionalidade.

> Dessa maneira, criar a imagem (de animação) de um sol se pondo, num mar agitado por ondas, será criar numericamente um mundo virtual aonde os raios vêm se refletir na superfície da água de acordo com as leis próprias da luz, aonde as ondas se deslocarão de acordo com as leis da hidrodinâmica (COUCHOT, 2008:43).

Interpretar essas técnicas figurativas numéricas que, potencialmente, tem a possibilidade de recriar um real requintado e “isento de impurezas”, produto de cálculos e desenvolvimentos lógicos, purificados de seus conteúdos empíricos ou materiais, demanda incursão teórica profunda, construção complexa de argumentação e formalização, segundo princípios lógicos. Em última instância, trata-se de figurar tudo o que é *modelizável* e não apenas fazer a imagem representar o real.

Assim, navegar enquanto pesquisadores por mundos e imagens virtuais constitui um movimento importante, podendo vir a gerar uma reflexão, progressivamente mais profunda, sobre todos os processos que estão envolvidos na criação de imagens que expressam um intimo entrelaçamento entre “imaginário e realidade, ficção e real, simulação e materialidade” (WOLTON, 2003), tão presentes no *Second Life*.

Ao finalizar, retomo uma expressão de Quéau (2008):

> As imagens de síntese e os mundos virtuais não revelaram ainda o seu verdadeiro potencial. É difícil, hoje, dimensionar a verdadeira revolução em curso no campo da imagem e, de modo mais abrangente, no campo do tratamento da informação e da comunicação. A passagem iminente das tecnologias de telecomunicação e do audiovisual ao todo-numérico anuncia-se como a ocasião de uma reconfiguração de saberes e dos métodos, das escritas e das memórias, dos meios de criação e de gestão (p.92).

Indicando, assim, a existência de um horizonte amplo a ser “revelado” para o avanço do entendimento da imbricada relação virtual sintetizada em imagem. A figura simbólica do deus Proteu continuará inspirando muitas aproximações a serem feitas, contribuindo para o desvendamento profundo dos meandros da relação virtual sintetizada em imagem, materializada nos espaços virtuais, com tudo o que tem de possibilidade de criação e recriação permanente, de transformar-se, de incorporar a perspectiva do *devir.*

4. Cenários digitais: aportes teórico-metodológicos

Reconhecer que um processo metodológico está presente em toda a trajetória de pesquisa, desde a construção e explicitação inicial de sua proposta, significa estar assumindo uma concepção de metodologia ampla, ou seja, entendendo que incorpora concepções teóricas que subsidiam a abordagem a ser feita, instrumentais e técnicas que viabilizam a aproximação ao objeto de investigação e capacidade de criação do pesquisador. Trata-se, pois, de uma visão de metodologia não reduzida às definições de caráter técnico e instrumental apriorísticas, mas construída no andar da investigação por um processo de aproximações: em determinado momento, o pesquisador consegue abduzir qual herança metodológica corresponde ao que sente, percebe, intui no seu fazer. Ou seja, a metodologia aparece aqui como um conjunto de enunciados de cunho teórico e operacional, assim como tem o caráter de processo, sistematicamente construído, que a vivência de pesquisa traz consigo, que avança regulada por um método que valoriza as abduções.

Encontrar uma abordagem teórico-metodológica de pesquisa que propiciasse o reconhecimento da apropriação tecnológica em espaço virtual, realizada por organizações, buscando entender suas estratégias de usos de tecnologias digitais, através de estudo do caso *Second Life,* exigiu incorporar componentes novos em que muitas alternativas e procedimentos metodológicos existentes tiveram que ser concebidos com parâmetros distintos e conceitos ressignificados.

> Estudar mundos virtuais “em seus próprios termos” não é só possível, mas fundamental para o desenvolvimento de métodos de investigação que acompanham a realidade da mudança tecnológica. (...) As formas de ação social e de tomada de significado que ocorrem dentro do mundo virtual, trazem a necessidade extrema de métodos e teorias que levem isto em conta (BOELLSTORFF, 2008: 4).

A concepção metodológica que emergiu e que foi assumida incorpora três grandes movimentos, expressando níveis de complexidade distintos que interagem e se complementam. Um

primeiro movimento - de imersão – presente no longo processo de acompanhamento e interação nos espaços virtuais pesquisados foi realizado pelo pesquisador mediado pela figura de um avatar[63]. Essa imersão permitiu uma observação das formas e manifestações de sentido em jogo nesses ambientes. Um segundo movimento, vinculado à interação não reduzida aos textos, discursos e condutas, mas que os incorpora, se viabiliza fundamentalmente através de imagens. Um terceiro se desdobra dos significados subtraídos da imersão e dos registros de sentido em jogo (imagens, textos, em suas diferentes modalidades) e que decorre de operações sobre as diversas angulações que se relacionam nas interações. Assim, a imersão – construção dos sentidos em jogo nas interações com os interlocutores – (movimento 1) permite a reconstrução dos sentidos pela observação dos registros semióticos, possível no movimento 2, permitindo a ressignificação por meio do movimento 3.

Antes de explicitar esses movimentos, cabe apresentar compreensões fundantes para a sua sustentação, vinculadas aos cenários do real/virtual, enquanto imagens dos espaços virtuais através das quais se materializa uma determinada potencialidade desta complexa relação; ao conceito de dispositivo em seu entendimento relacional e multidimensional e à netnografia na apropriação que realiza da etnografia para os mundos virtuais.

4.1 Cenários do real/virtual

Os cenários digitais, propostos por Weissberg (2008), constituíram uma compreensão primeira que compôs o arcabouço propiciador do entendimento do modo como se configuram as relações

---

[63] Cabe ressaltar o significado de avatar - ”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. Na religião hindu, um avatar é uma encarnação de uma deidade, logo, uma personificação ou manifestação de uma idéia ou realidade superior.“ (THING, 2003:70). “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”(AU, 2008:268).

real e virtual, presentes no *SL*, contribuindo para dar visibilidade ao movimento organizacional nesse espaço.

A imbricação real/virtual que 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 dessa combinação operada nos espaços virtuais.

O primeiro cenário - apresentação do real pelo virtual - explicita a possibilidade de usar um ambiente virtual que apresente o real. 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.

> Aqui o composto real/virtual alça vôo, no sentido próprio do termo, pois a paisagem simulada é realmente sobrevoada (...) a fim de que a concordância real/virtual seja perfeita (...) , num misto em que as duas entidades são simultaneamente requisitadas (Weissberg: 2008, 120).

A “interpretação do real pelo virtual” constitui um segundo cenário que possibilita uma “nova versão do composto real/virtual em que o modelo simulado é alimentado por uma captação ótica real, e em que esta é decodificada por uma experimentação de sua plausibilidade” (WEISSBERG, 2008: 121). Seria a simulação a partir de modelos reais, um espaço onde o virtual “ajuda a dar sentido” ao real em momentos nos quais somente 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. Esse movimento de criar um modelo simulado ocorre por “captação ótica real”, tornando a

experimentação mais crível.

A imbricação, na qual há uma simultaneidade, uma “contiguidade da ação do real sobre o virtual ou o inverso, o composto real/virtual (...)e testemunha uma tendência a prolongar os objetos pelo imaginário” (WEISSBERG, 2008: 121), se apresenta como o terceiro cenário - prolongamento do real no virtual por contiguidade. Nesse modelo as ações reais têm seus efeitos apresentados de forma virtual: poder folhear um livro com as mãos na tela que é sensível ao toque, hibridizando assim o que é realizado com o livro real.

Na “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). Exemplificando esse movimento podem ser produzidos sons, repicar a imagem de sinos ou tocar uma bateria virtual, "tocando-os". “Aqui também o movimento real é a condição de animação do universo virtual(...)o ator torna-se *mouse*, o mundo real sofre uma transfusão para o mundo virtual e o anima por homologia” (WEISSBERG, 2008: 122).

Um outro cenário, trazido por Weissberg (2008), - ver o virtual por uma janela real – coloca a necessidade de movimento real do monitor de vídeo ligado a um computador para provocar o aparecimento da imagem digital. A imagem de síntese vai sendo descoberta conforme o deslocamento do monitor e não dos usuários: um 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 para aceder a ela” (WEISSBERG, 2008: 122). A percepção do virtual está ligada a uma ação real.

Um último cenário proposto por esse autor - telepresença real

no virtual - diz respeito às “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). Se, em um primeiro momento, essa imersão total ainda está restrita aos grandes centros de estudo, como a NASA, por necessitar de luvas e óculos especiais, Weissberg (2008) aponta que “o cinema não fica de fora: lentes polarizadas para dar ilusão de relevo, (...) *sound surrounded* que nos faz vibrar no diapasão das catástrofes. Para aumentar a intensidade da projeção no espetáculo o aumento do tamanho das telas foi privilegiado” (p. 123).

Mais além dos seis cenários apresentados, Weissberg (2008) introduziu uma significativa metáfora para a compreensão do ambiente estudado – 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. Era oriunda da Anatólia, nascida da união entre a monstro Equidna e o gigantesco Tífon. Criada pelo rei de Cária, mais tarde assolaria este reino e o de Lícia com o fogo que vomitava incessantemente, até que o herói Belerofonte, montado no cavalo alado Pégaso dado por Atena, conseguiu matá-la. 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.[64]

[64] http://www.dec.ufcg.edu.br/biografias/MGmonstr.html

A vivência cotidiana, com a incorporação dos computadores e todos os componentes trazidos por eles, conduzindo a experiência do homem em ambientes informáticos, tem criado verdadeiras “quimeras modernas” (WEISSBERG,2008).

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 (360º), o que não é possível ao humano. É um ser que subverte. Evoca um “ser vivo”, fabuloso e incongruente, que é inicialmente temido e que, progressivamente, é assimilado e incorporado à vida cotidiana. Imagem que guarda relação com “emergência de realidades artificiais como forma de apresentação de um neo-ambiente” (p.118) que, em sua origem, geram perplexidade e resistência, sendo progressivamente descobertas e reconhecidas pela sociedade.

Nesse contexto, as quimeras, que seriam seres mitológicos compostos por partes de diferentes animais reais ou imaginários, corresponderiam às quimeras modernas, que seriam as máquinas “inteligentes” e suas potencialidades, causadoras de medos e, ao mesmo tempo, despertando fantasias e sonhos.

> (...) ícones de menus de computadores regulando a composição de textos virtuais (imagens que não são feitas para serem vistas, mas para encadearem-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).

Quem realmente são as quimeras modernas? O imaginário em torno da figura mitológica da quimera, enquanto um “ser vivo”, extravagante e incongruente, traz uma compreensão de algo que inicialmente se apresenta como ameaçador, que causa medo, assusta, mas que, progressivamente, vai sendo incorporada, assimilada, diluindo essa primeira percepção. Nesse sentido, são os próprios

computadores e seus dispositivos, presentes hoje em todos os espaços da vida em sociedade, incorporados ao cotidiano e expressos nos seus programas, seus ícones, *mouse*, telas, sons e outros mecanismos de operação. É inegável que os computadores sempre causaram perplexidade, temor. Ainda hoje, a cada avanço incorporado, geram inseguranças e demandas complexas que progressivamente são apropriadas e utilizadas na vida diária das pessoas. Estabelecem uma relação muito íntima com o usuário ao mesmo tempo dependente e estabelecida por ele, no sentido de ligações e criações múltiplas.

Através da análise dos cenários propostos por Weissberg (2008) é realizada a primeira 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 a 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).

Outros cenários emergiram no curso da análise do ambiente - reprodução do real pelo virtual, ampliação do real pelo virtual e autonomia do virtual frente ao real - que serão apresentados e trabalhados, também, no capítulo cinco.

Todos esses cenários, enquanto propiciadores de uma trajetória de reflexão, contribuíram ao entendimento da relação real/virtual, em que "o virtual não se deduz do real por elevação, é extraído dele por continuidade e torna a inscrever sua marca nos segmentos já traçados. Não se trata de um ponto de chegada, mas de um caminho" (WEISSBERG, 2008:120).

4.1.1. Dispositivo: um conceito multidimensional e relacional

Busca-se compreender os cenários a partir de uma abordagem que, tendo seu foco centrado nas potencialidades tecnológicas presentes em ambientes virtuais, reconhece e se apropria do conceito de dispositivos para dar conta de sua multidimensionalidade em relação a outras dimensões (imagens, linguagens, estratégias, interações, etc.). Ou seja, a compreensão desses espaços virtuais passa por considerá-los enquanto um dos elementos de uma rede complexa na qual estão presentes, em interação constante, relações de forças contidas nos domínios em que se efetivam.

O conceito de dispositivo constitui uma referência relevante no desenvolvimento deste estudo. Weissberg (1999) mostra a sua importância, explicitando alguns de seus significados para o reconhecimento dos mecanismos, dos recursos nele presentes. Para esse autor a compreensão, que se desdobra em um conceito de dispositivo, é a que

> permitiria repensar certo número de relações que se dão em oposições tais como mídia/mediação, sistema técnico/uso, instrumento/meio ou ainda instituição/subjetividade coletiva. É nesta perspectiva que nós a pensaremos como um instrumento de passagem ou instrumento de articulação, isto a fim de discutir uma tese particular onde o sistema técnico, o cenário institucional e a orientação cultural se confrontam (WEISSBERG, 1999:169).

Com frequência, o conceito de dispositivo tem sido usado vinculando o seu entendimento ao de tecnologia, aos suportes tecnológicos constituídos por equipamentos e instrumentos que viabilizam os processos comunicacionais. No entanto, uma compreensão que incorpora uma maior complexidade do conceito, trabalhada por autores a exemplo de Foucault (2008), vem trazer uma expressiva contribuição para o reconhecimento de questões nele presentes.

Foucault (2008) demarca uma posição mais ampliada e mostra a riqueza do conceito – dispositivo.

> Através deste termo tento demarcar, em primeiro lugar, um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre estes elementos (FOUCAULT, 2008:244).

Constituindo um conjunto de elementos heterogêneos, a natureza da relação que existe entre eles pode se expressar como programa de uma instituição como elemento justificador de uma prática ou permitindo mascará-la. O que é concebido como dispositivo, ainda em Foucault, tem relação com um determinado tipo de formação que tem capacidade de "responder a uma urgência" em determinado momento histórico, tendo pois uma função estratégica (FOUCAULT, 2008).

Foucault, incorpora ainda outras compreensões importantes vinculadas ao conceito de dispositivo e a sua heterogeneidade de elementos incluindo a convivência desta "em luta", atualizada no tempo,

> (...) os elementos componentes do dispositivo não repousam sobre uma rede equilibrada e impassível. Pelo contrário, o dispositivo foucaultiano comporta seus elementos em luta constante: ele é repleto de assimetrias, confiscos, produções de sentido e mobilidades de toda ordem. O fator temporal é intrínseco ao dispositivo: ele se atualiza no tempo, se considerarmos toda atualização como uma repetição em que se lançam germes de diferenciação. A heterogeneidade dos elementos e a constante batalha entre eles são duas características neste conceito. É isso que permite, assim, que o dispositivo se distinga de uma simples idéia de "contexto histórico" (TUCHERMAN; SAINT-CLAIR, 2009:2).

No livro *Microfísica do Poder*, Foucault (2008) resume, em uma pequena frase, um expressivo sentido dado ao conceito de dispositivo: "Para dizer: eis um dispositivo, procuro quais foram os elementos que intervieram em uma racionalidade, em uma organização(...)" (p. 246).

Entre os autores da área da comunicação que incorporam o conceito com uma compreensão multidimensional, enquanto referência analítica essencial para este estudo, Ferreira (2006) desenvolve

uma concepção triádica e relacional dos dispositivos midiáticos, em que diferentes dimensões são contempladas:

> três dimensões – a socioantropológica, a tecnotecnológica e a semiolinguística – aparecem, (...) 'coladas' ao operador semântico dispositivos conforme as propensões teóricas e epistemológicas dos autores que dele fazem uso (p.137).

Para esse autor, não é apenas a assimilação do conceito de dispositivo ao de tecnologia que expressa unidimensionalidade. Os dispositivos vinculados à perspectiva sócioantropológica ou à semiolinguística também incorporam essa característica quando assim são abordados.

Ferreira (2006) assume, pois, uma proposição que reconhece "que o dispositivo é um lugar de interações entre três universos: uma tecnologia, um sistema de relações sociais e um sistema de representações" (p.138) e assim deve ser considerado enquanto proposta analítica. A compreensão dessa interação relacional, contemplando esses três universos, constitui referência conceitual para a aproximação, reconhecimento e análise de diferentes objetos, incluindo o desta pesquisa, em sua totalidade e complexidade, vendo-os como expressões da presença dessas dimensões e realizando, assim, uma abordagem triádica dos dispositivos.

Para este estudo em particular, no processo de reconhecimento de seu objeto, materializado por dispositivos constituintes presentes no *Second Life*, torna-se necessário um entendimento do que Weissberg denomina de ingredientes que entram na "fabricação" da crença através das mídias.

> Com que ingredientes são fabricados as novas fórmulas de crença, em emergência na esteira destas mídias e como a noção de dispositivo pode ser mobilizada para articular os aspectos técnicos e culturais desta questão? (WEISSBERG, 1999:169).

A resposta dada por esse autor fala de "composição química destes dispositivos 'tecno-culturais' regendo de hoje em diante nossas convenções de adesão" (p.169). Fala também da "reconstrução dos regimes de verdade, em torno da noção de 'experimentação' do modelo do acontecimento em oposição ao regime de crença escoltado

pela transmissão audiovisual" (p.169). Isto significa conferir um significativo peso às mídias da "experimentação" numérica entendendo

> como um "dispositivo" sócio-técnico que participa da redefinição cultural de uma fórmula de crença. Quer dizer, como se combinam disponibilidade tecnológica, instituições e orientações culturais na construção de um regime de crença, seja um movimento que nos conduz a identificar acontecimento e mensagem apagando a atividade de transporte de um em direção ao outro. Este apagamento constitui a crença como tal (...) (WEISSBERG, 1999:169).

Espaço esse, o da "experimentação", em que "um dos lados está voltado em direção ao dispositivo operacional (computadores, redes, programas) e o outro em direção às determinações institucionais e culturais" (WEISSBERG, 1999:169).

Dos dispositivos que compõem os espaços virtuais emergem algumas fórmulas de crença. São construídas por "recursos" de produção de "crentes" e portanto praticantes, consumidores, levando a "mudar o ver num crer" (CERTEAU, 2003). Weissberg menciona, entre outros recursos dessa produção, o fato de apresentarem o virtual "como mensageiro de um real" assim como a possibilidade de "fabricar o real com aparências", deixando, através do simulacro, ver o que se deve crer.

> O "simulacro" contemporâneo é, em suma, a localização derradeira do crer no ver, é o *visto* identificado com aquilo que se deve *crer* – uma vez que se abandonou a hipótese que esperava que as águas de um oceano invisível (o real) viessem habitar as margens do visível e fazer delas os efeitos, os sinais decodificáveis ou os reflexos enganadores de sua presença (CERTEAU, 2003:289).

Produzidos pela intermediação de dispositivos, os cenários engendrados nos espaços virtuais foram explicitados, reconhecidos e analisados no decorrer deste trabalho, gerando uma contribuição ao entendimento das potencialidades e limitações desses ambientes enquanto possibilidades de atualização dos processos comunicacionais das organizações neles inseridas.

Incorporar, pois, os elementos presentes no conceito ampliado de dispositivo é fundamental para este estudo, vinculado aos espaços virtuais.

4.2. Etnografia: fonte primeira

Uma outra compreensão diz respeito à netnografia, também denominada etnografia virtual, enquanto uma abordagem metodológica proveniente da etnografia, que potencializa possibilidades e recursos disponibilizados em ambientes digitais, como os existentes no ambiente do *SL*. A netnografia, vinculada ao entendimento das dinâmicas presentes em ambientes virtuais e às práticas comunicacionais mediadas por computadores, constitui uma abordagem ressignificada da etnografia pela via do qualitativo, originária do campo da antropologia.

Para um entendimento da netnografia, e as potencialidades que ela traz para a abordagem dos objetos relacionados aos espaços virtuais, faz-se necessária uma aproximação à etnografia, buscando entender questões que dela foram apropriadas e incorporadas, enquanto referências conceituais para o presente estudo.

> Fazer etnografia é como tentar ler (no sentido de "construir uma leitura de") um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos, escrito não com os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamento modelado (GEERTZ, 1989:20).

Martin Hammersley e Paul Atkinson, citados por Pink (2007), definiram etnografia como uma alternativa metodológica que

> (...) envolve a participação do etnógrafo, aberta ou veladamente, na vida diária das pessoas por um extenso período de tempo, observando o que acontece, escutando o que é falado, fazendo perguntas – na verdade colecionando qualquer dado que estiver disponível para jogar luz sobre questões que são foco da pesquisa[65] (p.22)

Ampliando o conceito "tradicional" de etnografia, apontado pelos autores acima, Pink (2007) chama atenção para o fato de que

---

[65] Do original: (...)involve the ethnographer participantig, overtly or covertly, in peolpe´s daily lives for an extended period of time, watching wht happens, listening to wht is said, asking questions – in fact, collecting whatever data are avalible to throw light on the issues that are the focus of the research.

> (...) mais do que um método de coleta de dados a etnografia é um processo de criação e representação de conhecimento (sobre a sociedade, a cultura e os indivíduos) baseado nas próprias experiências dos etnógrafos. Ela (a etnografia) não reivindica a produção de uma descrição da realidade objetiva e verdadeira mas deve almejar o oferecimento de versões da realidade das experiências dos etnógrafos que são fiéis dentro do possível ao contexto, negociações e intersubjetividades através dos quais o conhecimento foi produzido. Isto pode levar a métodos reflexivos, colaborativos, participativos. A etnografia pode envolver informantes de diversas formas, em diferentes momentos da pesquisa e etapas representativas do projeto[66]. (p.22)

De longa trajetória vivenciada por pesquisadores e estudiosos no interior das ciências sociais, a abordagem etnográfica se caracteriza por um contato de imersão do pesquisador com a unidade de análise, pelo destaque aos dados qualitativos, pelo emprego preferencial de instrumentos de coleta de dados com uma estruturação mais flexível, pelo uso da imagem como recurso de visualidade, características, entre outras, que visam permitir a captação da multiplicidade de dimensões e elementos contidos no espaço pesquisado.

Historicamente, a antropologia, tendo Malinowski (1976), com seu reconhecido livro *Argonautas do pacífico ocidental,* como uma de suas expressões, conviveu (e convive) com a compreensão de que a pesquisa etnográfica passa pela atividade de trabalho de campo intensivo, envolvendo a experiência conjunta do pesquisador junto ao ambiente observado. A participação do pesquisador viabiliza, de modo diferenciado, o acesso às informações, o tipo de dados que obtém e, consequentemente, o alcance e os resultados da pesquisa. O antropólogo Boellstorff (2008) considera que

> (...) a observação participante é o método central da etnografia, pois não requer que aspectos da cultura

---

[66] Do original: (...)rather than a method for the collection of data, ethnography is a process of creating and representing knowledge (about society, culture and individuals) that is base don ethenographers´ own experiences. It does not clam to produce an objective or truthful account of reality, but should aim to offer versions of ethnographers´ experiences or reality that are as loyal as possible to the context, negotiations and intersubjeticities through which the knowledge was produced. This may ential reflexive, collaborative or participatory methods. It may inlolve informants in a variety of ways at different points of the research and representational stages the project.

> estejam evidenciados para uma reflexão consciente. Permite que o pesquisador esteja envolvido nos eventos criados enquanto eles ocorrem; a observação participante é ela mesmo uma *techne*[67]"[68] (p.68).

Cicourel (1990) amplia esse conceito ao indicar que a observação imersiva do pesquisador constitui

> um processo pelo qual mantém-se a presença do observador numa situação social com a finalidade de realizar uma investigação científica. O observador está em relação face-a-face com os observados e, ao participar da vida deles no seu cenário natural, colhe dados. Assim o observador é parte do contexto sob observação, ao mesmo tempo modificando e sendo modificado por este contexto (Cicourel, 1990:89).

A vivência de imersão se, por um lado, pode trazer uma aproximação facilitadora, por outro lado, apresenta inúmeros problemas, sendo alguns vinculados à própria figura do pesquisador, que transita no ambiente pesquisado com determinadas características incorporadas. A construção e apresentação de sua figura geram um processo de mútuo reconhecimento ou de dificuldades de identificação que poderá ser parcialmente controlado pelo próprio pesquisador, mediante sua habilidade individual de manipular essas impressões.

A abordagem etnográfica traz consigo também a preocupação de propiciar um reconhecimento ampliado do contexto vivenciado pelo pesquisador, conceito significativo enquanto referência para a compreensão do objeto deste estudo.

> Resumindo aqui a primeira e principal questão metodológica, posso dizer que cada fenômeno deve ser estudado a partir do maior número possível de suas manifestações concretas; cada um deve ser estudado através de um levantamento exaustivo de exemplos detalhados (Malinowski, 1976:31).

A vivência etnográfica incorpora recursos de observação

---

[67] O termo *techne* apresenta vários significados: arte, criação, técnica. Entendo o termo como a imbricação dos três significados.

[68] Do original: (...) participant observation is the central methodology for ethnography because it does not require that aspects of culture be avaliable for conscioes refletion. It allows the reseacher to become involved in crafting events as they occur; participant observation is tiself a form of techne.

ampliados, propiciando condições de captação, registro sistemático e detalhado do espaço estudado, gerando, potencialmente, condições para o que Geertz (1989), apropriando-se de uma noção de Ryle, chamou de “descrição densa”. Esta, partindo de uma descrição minuciosa do ambiente pesquisado, propicia o entendimento das configurações, dos diversos eventos, gerando a possibilidade de torná-los inteligíveis e criando condições de contribuição ao entendimento do

> que o etnógrafo enfrenta, de fato, (...) uma multiplicidade de estruturas conceituais complexas, muitas delas superpostas ou amarradas umas às outras, que são simultaneamente estranhas, irregulares e inexplícitas, e que ele tem que, de alguma forma, primeiro apreender e depois apresentar (GEERTZ, 1989:20).

4.2.1 Netnografia: uma etnografia do virtual

A netnografia incorporou muitas questões metodológicas presentes na abordagem etnográfica. Suas formulações foram originariamente desenvolvidas por Kozinets(2002) e vinculadas às pesquisas de marketing, objetivando o reconhecimento de comportamentos de consumidores presentes no ambiente virtual. Foi utilizada em estudos relativos aos usuários de bibliotecas digitais, trabalhando também com a informação que está publicamente disponível em fóruns *on-line*, buscando entender os grupos participantes.

Os trabalhos publicados nessa área que trazem a preocupação com a netnografia - Boellstorff (2008); Hine (2000/2005/2008); Kozinets (2002); Sá (2002/2008); Montardo (2005/2006); Amaral (2008a/2008b); Bentes Pinto (2007), entre outros, - frequentemente contemplam pesquisas realizadas em *blogs,* MUD ou mundos virtuais gráficos, com ênfase em combate, como o *World of Warcraft* e *Stars Wars Galaxies*. Boellstorff (2008) aponta que a experimentação metodológica nesses espaços pode ser limitada pelo tipo de inserção do pesquisador. Essa questão fica explicitada na pesquisa desenvolvida por Schaap (*apud*: Boellstorff, 2008) sobre jogos colaborativos (*role-playing*), ao apontar que, enquanto

pesquisador, “senti que não podia jogar como um personagem antropólogo, porque eu não conseguia encaixar o antropólogo ou o pesquisador no tema do mundo[69]” (Schaap, *apud*: Boellstorff, 2008:67) virtual observado.

Do conjunto das preocupações apontadas, presentes na abordagem da etnografia e apropriadas pela netnografia, merecem destaque, por serem fundamentais como referências teóricas para o desenvolvimento deste estudo vinculado ao metaverso *Second Life*: a conceituação explicitada de imersão do pesquisador e de descrição “densa”, contribuindo ao entendimento do ambiente pesquisado. O espaço virtual do *SL* mostrou uma capacidade de reconhecimento passível de ser realizada “por dentro”, viabilizada pela participação direta, através do acesso e imersão do pesquisador, na figura do avatar, no dia-a-dia do universo pesquisado e a possibilidade de gerar condições para o uma descrição “densa”, progressivamente construída, na busca do entendimento de relações existentes no ambiente pesquisado.

A opção pela netnografia trouxe outros componentes que constituíram pontos significativos para a abordagem feita. Considerei que constituiu uma aproximação menos invasiva, uma vez que o avatar/pesquisador esteve incorporado como um personagem do próprio ambiente.

O fato de utilizar o computador como acesso, suporte e mediação com os ambientes pesquisados, eliminou a necessidade de deslocamento físico do pesquisador para a realização das observações. Dentro do ambiente, é possível ir para qualquer lugar em questão de poucos *clicks* do *mouse*, possibilitado pelos *hubs*[70] e mecanismos de busca; a barreira física não existe. Um fator limitador desse movimento, realizado de modo ágil, está relacionado, frequentemente, à exigência tecnológica de banda

---

[69] Do original: I felt I couldn´t play an anthropologist as a character, because I didn´t know how to fit an Anthropologist or a Researcher into the theme of world.

[70] *Hubs* são os lugares pré-determinados de chegada em uma ilha ao se teletransportar de um ponto ao outro.

larga constante.

Duas preocupações adicionais se colocaram no desenvolvimento da abordagem netnográfica realizada neste estudo. Uma primeira diz respeito ao acesso aos dados obtidos nos contatos realizados, repassados de forma textual e não por viva voz. No caso do SL, o uso do *chat* foi, e ainda é, a principal forma de comunicação. A possibilidade de comunicação por voz, incorporada recentemente ao programa, não estava disponível no momento das observações realizadas. Os depoimentos obtidos no *chat* trouxeram vantagens, mas levaram a uma redução da conversação estabelecida, considerando que as trocas textuais apresentaram uma dinâmica distinta: textos compactos, frases curtas e tempo de interação dado pela velocidade de digitação. Se, por um lado, a comunicação face-a-face, cuja "fala" é repassada de forma textual, pode trazer uma série de limites, por outro lado, a imersão netnográfica permite, de modo amplo, a captação de imagens, recurso este amplamente explorado no percurso deste trabalho. Essas imagens contribuíram na construção de sentidos presentes nas interações com os espaços e ampliaram os "discursos" ofertados.

Uma segunda preocupação esteve relacionada à estética construída pelos residentes, em forma de avatares. A caracterização das diferentes figuras que compõem o ambiente ajudou a compreender e identificar os espaços organizacionais – dominantemente ocupados por residentes que se assemelham às figuras humanas — em um ambiente no qual, muitas vezes, não há uma correspondência com o humano. Essa não-correspondência provocou a necessidade de identificação diferenciada, exigindo uma compreensão conceitual distinta para o seu entendimento.

4.2.1.1. O avatar-pesquisador: observação e interação

A produção da figura do avatar-pesquisador, para a entrada e imersão nos espaços organizacionais a serem pesquisados, evocou o momento de preparação para o trabalho de campo do etnógrafo. Essa

Imagem 8 - O avatar pesquisador em campo (figura ao centro)

imersão constituiu um elemento diferenciado em relação às abordagens netnográficas presentes nos estudos relacionados a outros espaços virtuais na medida em que demandou a criação de uma figura do pesquisador, na forma de avatar (imagem 01), viabilizando sua inserção e interação no ambiente.

A criação de um avatar, com todas as possibilidades existentes nesse processo, trouxe a preocupação dos significados do “eu” digital para a apresentação enquanto pesquisador. Preocupações sobre as implicações do modo e da forma de apresentação aos seus interlocutores da pesquisa. No caso do avatar que produzi, optei por construí-lo o mais sobriamente possível, expresso em uma figura “humana”, com vestimenta escura. Essa opção está relacionada à compreensão de que, para uma inserção nos ambientes organizacionais presentes no *SL*, um visual próximo ao “humano” poderia propiciar uma interação com maior nível de reconhecimento nesses espaços. Isso estaria justificado pela semelhança com as características que estariam presentes em uma abordagem etnográfica realizada no mundo real. Reconheço que a opção feita tem repercussões na aproximação que foi realizada, pois o universo

do *SL* permite uma variedade de figuras construídas, havendo inclusive, de um modo geral, uma expectativa de presença visual de seres ou objetos imaginários.

A figura do avatar-pesquisador presente no *SL* trouxe a potencialidade de aproximação permitida pela abordagem netnográfica, acrescida de movimentos próprios, possíveis de serem realizados nesse espaço virtual, não ficando restrito às possibilidades de observação oferecidas pelo observado/pesquisado. O observador teve a autonomia para escolher como, onde e o que observar de uma forma não possível em outros espaços virtuais. Incorporou a possibilidade do seu livre movimento e deslocamento, permitindo uma visibilidade de vários ângulos, o que gerou uma ampliada coleta de dados obtidos, fundamentalmente, através da observação e registro de imagens.

O avatar-pesquisador estabeleceu uma relação face-a-face com outros avatares, mantendo um diálogo com eles, cuja informação foi repassada, fundamentalmente, através de texto escrito. O fato das interações ocorrerem por meio da escrita permitiu o registro imediato das falas e sua utilização posterior, enquanto depoimentos dos pesquisados. Essa relação permitiu a interlocução realizada pelo avatar-pesquisador com os avatares que respondiam pelas organizações pesquisadas e residentes do *SL*.

4.2.1.2. Registros documentais das imagens de síntese.

Uma abordagem que demanda descrição de sistemas visuais requer o uso de recursos também visuais que possibilitem a compreensão da complexidade do objeto, não ficando reduzida aos limites da expressão oral e escrita.

A opção metodológica que coloca o uso da imagem como algo central, estabelecendo vínculos de interação não apenas ilustrativo com o texto escrito, constituiu uma alternativa válida e imprescindível na aproximação ao objeto desta pesquisa, que envolve a visualidade. A utilização da imagem / fotografia fazendo

parte da narrativa, mesmo já tendo seu uso ampliado em diferentes áreas do conhecimento, ainda tem sido pouco explorada, até no campo da antropologia. O que ainda permanece mais frequente é o domínio das abordagens baseadas nas formas verbais e escritas. A linguagem originária das imagens, entretanto, tem a narrar, e foi incorporada neste estudo com o objetivo de explicitar, através do visual, dimensões e conceitos que integram a compreensão de seu objeto.

O fato de mundos virtuais, atualmente, trazerem a imagem como um dos principais recursos para a sua composição traz uma possibilidade quase infinita de informações e dados registrados. As possibilidades de movimentação da câmera, incorporada ao olhar do avatar, estabelece uma multiplicidade de deslocamentos que propiciam possibilidades de angulações ilimitadas para a captação de imagens. Assim, "etnógrafos de mundos virtuais normalmente encontram o desafio de filtrar uma grande quantidade de informação"[71] (BOELLSTORF, 2008:75), no caso deste estudo, a informação imagética.

O material empírico disponível em imagens é extenso e foi coletado e documentado em registros "fotográficos" relativos aos cenários das organizações, inseridas no *SL*. Criados a partir de imagens de síntese e obtidos diretamente da tela do computador, ou seja, de imagens que já não são produzidas por meios óticos em filme e nem pela fotografia digital, apresentam informações e a possibilidade de reconhecimento de elementos diferenciados: figuras em movimento e capacidade de imersão.

4.3. Movimentos de construção da pesquisa

O processo da pesquisa que propiciou uma aproximação ao espaço virtual *SL* foi realizado em três grandes movimentos, coerentes com a opção metodológica assumida. O movimento **um,** de

---

[71] Do original: Ethnographers of virtual worlds often face the challenge of filtering though large amounts of data.

imersão, foi vivido em dois momentos diferenciados. Um primeiro momento de caráter exploratório que subsidiou a construção do problema, objeto e hipóteses de investigação, incluindo a identificação da metodologia em jogo, adotada conforme processos de abdução na esfera metodológica. Um segundo momento, vivido também por um processo de imersão no espaço virtual, esteve relacionado com a observação sistemática dos ambientes organizacionais do *Second Life,* gerando uma descrição sistemática das expressões de sentido em interação no espaço virtual.

O movimento **dois,** que se desdobra do anterior, traz consigo a observação dos registros imagéticos realizados, que, conjuntamente com os textos e discursos captados, oferece visibilidade à realidade estudada das organizações no *SL.*

O movimento **três** articula sentidos advindos do processo de imersão anterior, que gerou observações sistemáticas dos ambientes organizacionais, assim como dos registros provenientes das imagens captadas. Essa articulação foi trabalhada, fundamentalmente, tendo por base os cenários propostos por Weissberg (2008).

4.3.1. Imersão nos ambientes organizacionais: 1º movimento

A – Momento de imersão exploratória

Este primeiro momento está vinculado aos processos exploratórios que subsidiaram a construção do objeto de pesquisa, suas hipóteses e todas as definições iniciais, tanto relacionadas à base teórica, quanto operacional.

Momento de reconhecimento, que incluiu observações *in-world* e a coleta de informações obtidas através de documentos relativos ao SL. Constituiu uma observação preliminar que foi realizada com o intuito de propiciar um contato inicial com o “desconhecido” mundo do *SL*, universo da pesquisa que se iniciava. Um momento de encontro com potenciais dados e informações relevantes para a pesquisa. Esse reconhecimento foi realizado através de

observações em ambientes de diferentes organizações, eventos promovidos no interior desse espaço virtual, entre os quais se destacaram:

- a VW do Brasil – esta organização construiu uma concessionária virtual, com possibilidade de *test-drive* de alguns modelos de carros e de atendimento pessoal 24 horas, além de realizar uma grande festa de lançamento do novo Golf;
- a Rede Globo de Televisão - com o lançamento da novela "Sete Pecados";
- a Rádio Gaúcha - nos dois programas transmitidos simultaneamente no *Second Life* e no rádio;
- a TAM linhas aéreas – que disponibilizou prédios de atendimento em várias "cidades" onde a organização opera voos. O atendimento não oferecia muitas informações da empresa para o público. Posteriormente, após afirmar que não iria utilizar o *Second Life* em momentos de crise, cria um espaço de homenagem e informação[72], duramente criticado pela mídia[73], sobre o acidente do vôo no aeroporto de Congonhas.

O critério principal de aproximação a essas quatro organizações e aos eventos observados foi o destaque dado por algumas mídias acessadas – Jornal Folha de São de Paulo, site da RBS, e-mail marketing e site organizacional. Também, o fato de serem eventos que, em sua maioria, atraiam um público amplo e diferenciado, tendo a possibilidade de maior interação. Um outro critério foi constituído pela diversidade de áreas de atuação das organizações, garantindo informações diferenciadas. Por fim, a possibilidade de dar prosseguimento às observações durante o processo da pesquisa a ser realizada.

---

[72] http://www.estadao.com.br/arteelazer/not_cid21589,0.htm / http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u313822.shtml

[73] http://mundolinden.blogspot.com/2007/07/acidente-da-tam-provoca-protestos-no.html?showComment=1184940180000 / http://www.blogdeguerrilha.com.br/2007/07/20/luto-no-second-life/

Com base nesses critérios, foi realizada uma aproximação a 3 organizações: a Volkswagen, com o lançamento do carro Golf, a rádio Gaúcha, em dois programas transmitidos simultaneamente no *Second Life* e no rádio, e a Rede Globo de televisão, com o lançamento da novela Sete Pecados. A TAM foi eliminada por ter saído desse espaço virtual.

Para situar as estratégias de visibilidade organizacionais utilizadas no *Second Life* e o modo como se desenvolvem as lógicas de funcionamento de seus eventos, foi realizada uma contextualização descritiva do que ocorreu em cada um dos acontecimentos observados, mostrando o percurso e o significado dessa primeira imersão, de caráter exploratório, para as definições da pesquisa. A inserção abaixo das informações, consideradas relevantes, constituiu parte da explicitação da metodologia de pesquisa assumida, em que todos os processos vividos, desde as suas primeiras definições, integram um percurso no qual todas as partes interagem entre si, tendo seus próprios significados no conjunto.

Imagem 9 – Recepção VW

A Volkswagen, empresa produtora de carros, optou por

construir uma concessionária[74] no *Second Life.* Nesse espaço há atendentes (imagem 02) que se revezavam 24 horas por dia, no momento em que foi realizada a observação. Esses atendentes são treinados para dar informações gerais sobre os produtos da VW e direcionar o cliente para o site da empresa, quando necessário. Como não é possível realizar vendas para o mundo real, o cliente pode, entre outras ações, realizar um *test-drive* ou a compra de carro virtual.

Durante o período de observação preliminar, foi realizada uma festa (imagem 03) de lançamento do Golf virtual. Essa festa ocorreu na concessionária VW e, inicialmente, foi restrita aos convidados, jornalistas "reais" e outras pessoas. Após essa primeira parte, a festa foi aberta ao público presente, animada por um DJ e alguns *promoteurs* da VW. O evento gerou uma

Imagem 10 – Festa no interior da VW Haus

repercussão em vários *sites*[75], especializados ou não, que

---

[74] É interessante ressaltar que o investimento para a entrada no *Second Life* ainda é muito baixo se comparado com outros espaços digitais.

[75] Por um bom tempo gerou uma boa repercussão nas mídias tradicionais, como pode ser conferido em *Mais sobre o Second Life, se me permitem.* http://naocontepramamae.blogspot.com/
e, entre outros, alguns sites que noticiaram:

escreveram sobre o lançamento realizado, indicando sempre a idéia de pioneirismo e modernidade da organização.

Após as primeiras observações, notou-se que a concessionária passou a funcionar com atendimento limitado a determinados horários. Foi percebido que faltavam maiores informações sobre os veículos, tais como *folders*, cartazes e até mesmo um *link* direto para o *site* externo. O espaço virtual VW era composto, basicamente, por um prédio, a exposição de automóveis e dois *outdoors*.

Uma outra observação foi feita na rádio Gaúcha, que realizou dois programas - "Sala de Redação" - no ambiente virtual. O programa que é voltado para comentários esportivos, foi transmitido pelo *Second Life* em homenagem aos 80 anos da Rádio, com um intervalo de 7 dias.

Como mídias para divulgação no *SL*, foram utilizados *banners* na ilha Porto Alegre. O diferencial aqui, e que se tornou relevante para o estudo, é que os seis apresentadores são pessoas idosas, o que faz supor um desconhecimento do SL por parte delas. Esse desconhecimento foi utilizado nas chamadas feitas na rádio tradicional. Os apresentadores brincavam com essa questão, "estaremos no SL, representados por avatares" diz um apresentador, "o que?" questiona outro, no que é respondido "aqueles bonequinhos que se parecem com a gente", seguido da chamada "não perca o 'Sala de Redação' no SL".

Imagem 11 - Apresentadores reais (fonte www.clicrbs.com.br/gaucha)

A transmissão foi ao vivo, diretamente do estúdio (imagem 04) e era nítido o *delay*[76] que havia entre a rádio tradicional e o que se escutava no *SL*. Essa questão era comentada pelos apresentadores, pois acompanhavam o que ocorria no *SL* pelo telão e estavam interagindo a todo o momento com o que era colocado, por *chat*, ou ocorria nesse espaço. O grande diferencial dessa transmissão foi exatamente essa interação entre os apresentadores e o público presente no estúdio virtual (imagem 05). Mesmo no *site* da rádio, onde haveria uma possibilidade de interação, isso não ocorre, pois somente é possível a escuta tradicional. Essa foi uma ação para marcar o aniversário da rádio mostrando, também, o seu pioneirismo e as possibilidades que surgem com a participação em ambientes virtuais.

Imagem 12 - Estúdio virtual

A terceira aproximação foi realizada na rede Globo de televisão, durante a festa de lançamento da novela Sete Pecados.

---

[76] *Delay* é um termo utilizado para indicar o atraso no sinal em relação ao acontecimento ao vivo.

Para divulgar essa festa, foi criado um *site* específico[77] e houveram duas chamadas no interior da coluna do jornalista Daniel Castro, na Folha de São Paulo - caderno Ilustrada -, com um intervalo de 15 dias. Na primeira chamada, realizada por esse jornalista, apenas havia indicação do lançamento; na segunda, estava registrada a informação que a apresentadora virtual do programa Fantástico - Eva Byte, entraria ao vivo diretamente do *SL*. Esse fato não ocorreu.

Para poder participar da festa, era necessário retirar uma camisa virtual escolhida entre sete diferentes modelos, que estavam disponíveis em um *totem* especialmente criado para tal fim. O espaço onde ocorreu a festa estava bloqueado e só foi aberto no momento de seu início, gerando uma fila de espera na entrada, o que demonstra a grande afluência ao evento. A participação na festa esteve condicionada ao uso da camisa, previamente distribuída. Em todo momento, *promoteurs* conversavam com os participantes, indicando a presença dos personagens da novela e que estes estavam disponíveis para conversa.

O que chamou a atenção na ação desenvolvida pela Globo foi um *banner* (imagem 06), indicando a existência de um brinde real. Esse *banner* comunicava que seriam enviadas camisetas para os 98 primeiros e-mails recebidos pelo endereço informado. Enviei o e-mail e alguns dias depois fui contemplado com o brinde, enviado por sedex diretamente ao endereço do pesquisador. Os brindes eram camisas iguais às utilizadas na festa (imagem 07). O fato que mais repercutiu depois da festa esteve relacionado aos avatares de Vesgo e Silvio que foram

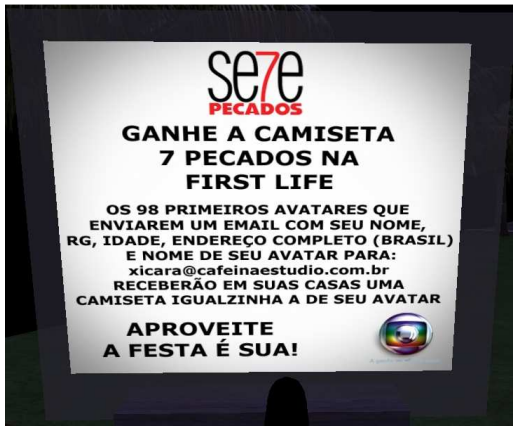

Imagem 13 - *Banner* promoção

[77] O *site* apesar de ser um *blog* era mantido pela Globo e foi desativado quando a empresa parou de oferecer o *blog.* Nele era possível encontrar todos os detalhes do evento no *SL*- http://www.setepecados1.globolog.com.br/

barrados[78], sendo expulsos por estarem fazendo a dança do Siri, marca do programa Pânico na TV, da RedeTV. O sucesso da festa pôde ser medido por ter atingido o teto máximo imposto pelo servidor, de 300 participantes em uma mesma ilha. Esse limite imposto, também prejudicou o evento, pois gerou a expulsão automática de alguns avatares, entre eles o do pesquisador. Caso houvesse interesse, era possível retornar. Ocorreu uma grande circulação de avatares e mesmo estando permanentemente lotado, na relação com o tamanho do espaço disponibilizado para o evento, tinha-se a impressão de não estar em sua lotação máxima.

Imagem 14 – Camisetas da festa

Esse modelo de divulgação possivelmente teve bons resultados, uma vez que a rede Globo realizou algo similar para o lançamento da novela Duas Caras, em seu horário nobre (21 horas), tendo atraído mais de quatro mil[79] avatares em visita ao espaço criado.

Enfim, todos os dados obtidos nessa primeira imersão mostram algumas dinâmicas presentes nos espaços virtuais e geraram compreensões iniciais importantes, que serviram de base para a formulação do objeto e das hipóteses, bem como forneceram informações fundamentais para a concepção e direcionamento desta pesquisa.

B - Momento de imersão sistemático nos ambientes organizacionais – VW e FIAT

---

[78] http://tecnologia.terra.com.br/interna/0,,OI1695944-EI4802,00.html

[79] http://www.gruposecondlife.com.br/noticias/festa-de-lancamento-da-novela-duas-caras-no-second-life-atrai-curiosos

A imersão vivida constituindo o trabalho de campo, propriamente dito, passou pela inserção do avatar-pesquisador nas duas organizações escolhidas - a Volkswagen do Brasil e a FIAT Automóveis-, propiciando o reconhecimento dos espaços virtuais pesquisados com detalhamento e profundidade.

A escolha dessas organizações para os estudos de caso esteve vinculada à presença das mesmas no *SL* durante os anos de 2007 e 2008. Anos significativos enquanto crescimento expressivo desse espaço virtual, com a entrada de muitas organizações e momento em que foi realizada a imersão exploratória.

Constituíram critérios principais de escolha: o pertencimento das duas organizações a um mesmo setor, o automobilístico, considerado de ponta da economia nacional, e de grande porte: a VW do Brasil contava com aproximadamente 22000 funcionários e a FIAT Automóveis ultrapassou a cifra dos 17000 empregados, em 2008. O porte de ambas constituiu um critério de escolha pelo potencial de recursos disponíveis para o estabelecimento de um processo de comunicação organizacional sistemático em espaço digital de destaque nos dias de hoje; igualmente, o fato da visibilidade e reconhecimento social que possuem em suas áreas de atuação, expressando um patamar similar de consolidação organizacional. Um outro critério constituiu a possibilidade de acompanhamento e registro sistemáticos, por parte do pesquisador, do processo de implantação das organizações estudadas no *SL*, com interações diretas em seus eventos, realizando uma aproximação em vários momentos, com regularidade, o que permitiu obter uma visão das mudanças que ocorreram nesse espaço virtual. Ainda, a interação direta do pesquisador, na figura de um avatar, em todos os espaços e eventos, fazendo parte da opção metodológica que incorporou a netnografia, enquanto possibilidade de estudo desse ambiente virtual mediado por computador.

Por fim, a escolha das organizações, baseada nos critérios anunciados, expressou uma preocupação de coletar dados sistemáticos vindos de realidades organizacionais com condições similares, permitindo estabelecer comparações.

A VW do Brasil esteve presente no *SL* em 2007, tendo desativado sua presença nesse espaço virtual no final de 2008. A FIAT Automóveis corresponde a um espaço que permaneceu ativo até maio de 2009. A observação sistemática dessas inserções - ativa e desativada-, pôde trazer elementos diferenciados ao entendimento da questão pesquisada.

Com a preocupação de captar por dentro a dinâmica dos ambientes pesquisados, coletando dados organizados que permitissem comparações sistemáticas, reconhecendo cenários possíveis que estão presentes nos espaços virtuais, foram pensadas algumas categorias descritivas, que propiciaram ao avatar-pesquisador observar movendo-se no interior dos ambientes pesquisados, captando imagens e dialogando com outros avatares, obtendo dados vinculados ao entendimento das hipóteses de pesquisa. São elas:

1) Constituição espacial

Localização na ilha, entorno / dimensões do espaço e dos elementos existentes/ configuração espaço e avatares presentes / padrão arquitetônico / campos construídos e espaços ao ar livre / presença de iluminação: natural / artificial – (dia – noite) / presença e composição das cores / incorporação da natureza.

2) Presença e interação de avatares

Composição dos residentes/ distribuição espacial / presença de figuras individuais, duplas ou grupos / constituição e aparência física / vestimentas / configuração de avatares / outras figuras – seres vivos (animais, plantas, figuras de ficção).

3) Espaço relacional – movimento/ diálogos

Agilidade de movimentos / aproximações entre residentes / presença de diálogos entre avatares (público externo) e avatares (funcionários das organizações)/ hierarquias (funcionários, gerentes, chefias, etc.).

4) Disposição espacial

Localização espacial de cada elemento que compõe o cenário

(prédios ao fundo, figuras “humanas” em movimento no espaço em primeiro plano, presença e destaque da logomarca). Representação tridimensional, angulações, proporcionalidade – tamanho das figuras e imagens com relação ao espaço como um todo.

5) Disponibilização de informação/comunicação

Informações visual, verbal e escrita / localização espacial / facilidade de acesso às informações / visualização e leitura / possibilidade de armazenamento.

Esse roteiro de observação, além de constituir referência para um reconhecimento dos dois espaços virtuais, também forneceu subsídios para a coleta de dados realizada através perguntas feitas pelo avatar-pesquisador aos atendentes e profissionais das organizações.

A possibilidade de estabelecer comparações entre as duas organizações pesquisadas foi dada pelos procedimentos de aproximação comuns que permitiram pensar casos particulares de modo relacional.

O estudo de caso constitui uma abordagem de cunho qualitativo centrado em uma unidade de análise procurando explorá-la amplamente em seu próprio contexto. Incorpora uma dimensão descritiva e de entendimento das relações presentes em cada situação. As análises e inferências são realizadas por analogia entre situações apontando tendências que emergem.

O primeiro estudo de caso corresponde à VW do Brasil. A aproximação sistemática à realidade dessa organização pesquisada consistiu na observação de seu ambiente virtual no *SL*, feita pelo pesquisador, na figura de um avatar, enquanto possibilidade de inserção nesse espaço: um requisito fundamental para estar no ambiente, propiciando um registro “por dentro” do fenômeno estudado. Essa observação do espaço virtual da VW do Brasil no *SL* foi feita e registrada em imagens. Cabe ressaltar aqui a observação realizada pelo pesquisador, de modo “presencial”, em vários momentos, incluindo a festa de lançamento do automóvel

Golf.

No segundo estudo de caso, também ocorreu uma observação da FIAT Automóveis através de seu ambiente no SL, com o mesmo roteiro de questões a ser observado. Por ter sido uma realidade virtual ativa até recentemente, a abordagem dessa organização foi sendo realizada através da observação sistemática e do registro "fotográfico" desse espaço em momentos distintos do ambiente, levando a perceber as mudanças que ocorreram em seu interior: mudanças no espaço físico, no atendimento oferecido, nas informações veiculadas, nas relações estabelecidas pela organização, nos eventos promovidos, etc., captando a dinamicidade presente nesse espaço.

4.3.2. Interação discursiva: imagens e textos: 2º movimento

Esse movimento aglutina e organiza o material empírico coletado, que passa por textos, discursos, anotações de condutas e, fundamentalmente, incorpora imagens fotográficas, obtidas durante toda a imersão vivida.

O dados coletados foram ordenados em dois grandes blocos, de acordo com a sua origem. Registros de imagens feitas em distintos momentos da imersão pelo avatar-pesquisador; os diálogos estabelecidos nas interações com os funcionários responsáveis pelo atendimento nas organizações pesquisadas, também, com profissionais vinculados à criação e manutenção desses espaços.

A possibilidade de registro de imagem digital, com as condições de posicionamento de vários ângulos da "câmera" possíveis pelos próprios recursos do programa, somadas às características do avatar (entre elas, a sua capacidade de deslocamento e de vôo, que geram uma visão diferenciada), viabilizou a captação de 350 imagens registradas.

A extensa gama de imagens gerou a necessidade do

estabelecimento de um filtro seletivo, que delimitasse as consideradas relevantes. Os critérios de escolha das imagens apontaram para aquelas que expressavam: uma visão de conjunto do espaço observado, a constituição do espaço organizacional, as relações com o seu entorno, o perfil dos avatares e a inserção do avatar-pesquisador nos ambientes observados. Através desse filtro foram selecionadas 60 imagens que integraram o *corpus* da pesquisa.

Os diálogos que foram intencionalmente estabelecidos com os funcionários buscaram entender as dinâmicas presentes no desenvolvimento do trabalho, a relação com residentes potenciais clientes, a interação existente com o mundo real da organização e o tipo de comunicação realizado.

Com os profissionais vinculados à criação e manutenção desses espaços virtuais, os dados obtidos na interação realizada guardaram uma maior especificidade com preocupações vinculadas às expectativas das organizações ao entrar no *SL*, estratégias de comunicação utilizadas, potencialidades de construção de credibilidade organizacional, questões relevantes da inserção, limitações e dificuldades percebidas e, por fim, aos motivos da saída desse ambiente virtual. A possibilidade de incorporação desses dados foi gerada pelo estabelecimento de uma relação com o avatar-profissional responsável pelo ambiente da FIAT no *SL* e com o gerente de propaganda e *web* marketing da VW, realizada no seminário "O ambiente de negócios no *Second Life*".

Organizado pela revista Info[80], esse seminário foi o primeiro grande debate sobre o *SL* no Brasil. As exposições e diálogos foram gravados e transcritos, fazendo parte do material analisado e incorporado ao texto, enquanto depoimentos.

O evento contou com a apresentação de experiências de inserção de grandes organizações - VW, Bradesco, Intel, Nokia, IBM - e buscou abordar diversos temas que estavam relacionados aos

---

[80] A revista INFO é uma das maiores publicações especializadas em informática no Brasil, impressa pela editora Abril. O evento ocorreu em junho de 2007.

processos vividos no ambiente virtual do *SL*. A participação do pesquisador foi fundamental para o entendimento das preocupações apontadas nesta pesquisa, bem como proporcionou um espaço de interlocução com profissionais envolvidos nessa temática e vinculados às organizações.

Em todo esse movimento, se, por um lado, a dimensão descritiva dos dados obtidos jogou um papel importante, mostrando uma capacidade de explicitar a riqueza das informações contidas nos materiais, por outro, que foi fundamental, passou pela possibilidade de interação entre texto e imagem, articulada na produção de sentido.

4.3.3. Uma compreensão que emerge: 3º movimento

O terceiro movimento refere-se ao sentido que se constrói no espaço de interlocução, em que o pesquisador mobiliza e articula os diferentes ângulos em jogo. Incorpora, pois, diversas angulações explicitadas pelos diferentes interlocutores nas interações estabelecidas nos movimentos anteriores, permitindo a emergência de uma compreensão em profundidade do objeto de estudo. Esse movimento tem na análise de todo o material empírico coletado, sintonizado às contribuições teóricas advindas dos referenciais, o momento de sua concretização. Momento que faz convergir a contribuição das imagens registradas e de cada um dos interlocutores com os quais o avatar-pesquisador interagiu.

A apresentação das imagens e das falas dos entrevistados, recuperadas pela gravação das entrevistas, possibilitou a explicitação do modo como foram representadas as diferentes vivências, mostrando uma maneira particular de compreender a realidade.

Uma simbiose foi gerada na intenção de compreender a imensa potencialidade dos dispositivos presentes nesses ambientes virtuais, com uma percepção gerada pela vivenciada “por dentro”. A

imbricação dos três movimentos constrói e reconstrói sentidos, permitindo sua ressignificação.

Por fim, é importante fazer um registro com relação ao olhar que foi sendo construído durante todo o processo de vivência desses movimentos de constituição da pesquisa em espaços virtuais. Um olhar que foi se tornando, progresivamente mais atento para a percepção da imensa potencialidade dos dispositivos presentes nesses espaços virtuais. Reconhecer o modo particular como se configuram, operam, interessa à pesquisa, pois representa a possibilidade de reconhecê-los em seu interior e não apenas na relação aos resultados que oferecem.

5. O espaço organizacional no *Second Life*: reiteração e inovação

> Estudar um mundo virtual em seus próprios termos, não significa ignorar as múltiplas formas que as idéias do mundo real "imprimem" no virtual, significa examinar essas correspondências enquanto se manifestam no mundo virtual(...)[99] (BOELLSTORFF, 2008: 64).

A aproximação ao empírico, conforme indicação feita na metodologia da pesquisa, deu-se através de estudos de caso das duas organizações escolhidas: a Volkswagen do Brasil e a FIAT Automóveis. Os critérios de escolha, também já explicitados, foram: significativa presença no *SL* nos anos de 2007/2008; ter grande porte; pertencer ao setor automobilístico consolidado, em termos organizacionais, e ter expressivo reconhecimento social.

A reflexão realizada neste capítulo é resultante da junção de três movimentos de aproximação ao universo estudado: o primeiro, de imersão, enquanto avatar-pesquisador, observando os espaços organizacionais, vivenciando o cotidiano, seus eventos, e estabelecendo uma relação de coleta de dados com os residentes desses ambientes. O segundo, gerado por um olhar minucioso em relação às imagens captadas nos contextos observados e registradas, constituindo significativos documentos, "depoimentos" provenientes do universo abordado. O terceiro se refere ao sentido que se constrói no espaço de interlocução, em que o pesquisador mobiliza e articula os diferentes ângulos em jogo.

As imagens impregnadas de significados, em conjunto com os depoimentos verbais obtidos e as observações advindas da interação junto aos espaços vivenciados,tendo por base categorias de análise e indicadores e emolduradas pelos referenciais teóricos, constituem o substrato do processo analítico construído, expresso neste capítulo.

Na organização dessa reflexão, cabe destacar o estabelecimento

---

[99] Do original: Studyng a virtual world in its own terms does not mean ignoring the myriad ways that ideas from the actual world impinge upon it; it means examining those interchanges as they manifest in the virtual world. (BOELLSTORFF, 2008:64)

de uma íntima relação entre este texto, produzido a partir dos registros da interação com os indivíduos-avatares nos espaços estudados, e as imagens, captadas no decorrer da imersão realizada, propiciando um diálogo de forma a gerar uma conexão entre ambos.

As imagens contribuíram como se fossem “pontos de partida”, “desencadeadoras”, “molas inspiradoras” do texto que conjuntamente com elas foi elaborado (SAMAIN, 1995). Assim, cada imagem registrada e apresentada não tem uma mera função ilustrativa, secundária, mas compartilha as descrições e reflexões realizadas, fazendo emergir um reconhecimento ampliado da complexidade e vitalidade dos elementos e dinâmicas constituintes dos ambientes pesquisados. Este estudo incorpora essa contribuição da imagem em sua construção, marcando os significados da presença do “depoimento” trazido pela imagem/fotografia e faz parte integrante da inspiração etnográfica de que a netnografia se apropria. Quéau (2008) reforça esse significado das imagens que se incorporam como parte constitutiva da narrativa.

> A imagem, tornada meio de escrita ubíqua, não deve nunca mais ser vista como natural, distraidamente vista, mas deve ser (...) atenciosamente lida, analisada, comparada ao seu contexto, como aprendemos a fazê-lo no campo da informação escrita (p. 96).

Reafirmo, pois, o significado dos registros trazidos das imagens de síntese, enquanto recurso narrativo na construção conjunta – texto/imagem - para uma compreensão da realidade estudada e integrando a elaboração feita. As imagens escolhidas para serem analisadas constituem parte do empenho de contribuir para a potencialização da interpretação de um universo complexo. Essas, de modo extenso, estão relacionadas aos ambientes que oferecem uma visão ampliada, com uma diversidade de elementos presentes. Outras imagens foram incorporadas ao texto produzido, consideradas uma espécie de *zoom*, de aproximação, que propicia um foco de maior visibilidade e compreensão, relativo às questões reconhecidas e analisadas.

Um outro componente na organização desta reflexão diz

respeito à presença de descrições dos contextos observados, advinda da vivência do momento de imersão sistemático nos ambientes organizacionais – VW e FIAT. Constitui parte necessária da construção netnográfica permitindo, de modo sistemático, externalizar elementos constitutivos dos ambientes estudados, tendo por base indicadores apontados na metodologia da pesquisa. Para relembrar, vale dizer que estes passam pela formulação:

- da constituição e disposição do espaço;
- da presença e interação entre avatares;
- do espaço relacional – movimento/ diálogos;
- da disponibilização de informações.

Esses indicadores, articuladamente com as categorias analíticas propostas por Weissberg (2008), contribuíram para dar visibilidade ao movimento das organizações no *SL*.

As descrições realizadas têm todo um significado como oferta de material sistematicamente colhido e que contribui para uma visão de conjunto dos ambientes observados. O material descrito do ambiente virtual das organizações é extenso e amplo em significações.

A condição plena de observação e imersão foi concretizada pelos deslocamentos vivenciados pelo avatar-pesquisador, viabilizados pelas tecnologias incorporadas aos espaços virtuais. Estas permitem ao avatar entrar, caminhar, voar em diferentes níveis de altitude. Também circular em todos os ambientes, através de um movimento de reconhecimento ampliado e inédito, proporcionado pela possibilidade do olhar de 360º, somado à observação aérea, o que propicia uma visão global do espaço e a auto-percepção do pesquisador, no interior do ambiente.

5.1. Portais de entrada das organizações no *SL*

Duas imagens dos portais das organizações pesquisadas – VW e FIAT - , captadas durante o período de imersão no *SL*, foram escolhidas para uma descrição de seus elementos. Expressam as "portas de entrada" para o acesso dos residentes e foram consideradas as imagens primeiras de contato com a organização, nesse espaço virtual. Sendo registro de imagem, cabe reconhecer que este "congela" um momento, cria um recorte da realidade observada, fixando-a, o que gera limites para a apreensão de todo o movimento e dinamismo existente no ambiente observado.

A - Portal de apresentação da concessionária VW

A imagem (imagem 08), expressa um enquadramento do portal da empresa VW, o qual acessei enquanto avatar-pesquisador. Na imagem selecionada está representada a ilha escolhida para a sua localização, mostrando a totalidade do espaço físico ocupado pela VW no *Second Life*, bem como parte de seu entorno, dividido com outros estabelecimentos.

Imagem 8 - Concessionária VW no mundo virtual

Prédio em forma retangular com base mais estreita construído em estrutura moderna de vidro, sendo possível ver o interior do edifício. Linhas retas e simétricas, em tom de azul, emolduram os quadrados de vidro que compõem a estrutura. Apresenta um teto plano, sem telhado aparente, de cor marrom acinzentado. Um holofote encontra-se no topo do prédio, vinculado à festa que estava ocorrendo no momento do registro. Os pilares nas laterais, a parede central do prédio, e o saguão de entrada apresentam listras horizontais em tonalidades suaves, marrom e bege.

Toda a estrutura do prédio, de algum modo, permite a visão parcial de seu interior; através de suas paredes de vidro, pode-se ver uma grande logomarca da VW ao fundo e uma mesa com um avatar sentado em posição de conversa, realizando um atendimento a um residente. Outros avatares estão também presentes no interior do prédio, em pé. A logomarca da VW ocupa lugar de destaque na parede central, correspondendo a 1/3 da mesma. Localizado na lateral do saguão de entrada estão dois banners, de cor cinza, com textos em letras brancas, logomarca da VW, que trazem informações do carro que estava sendo lançado, encoberto na foto do banner.

Construído abaixo da logomarca VW, o saguão de entrada apresenta forma arredondada, um túnel que direciona e delimita o acesso ao interior da edificação. Nesse saguão, é possível vislumbrar um tapete vermelho que leva ao interior do prédio, continuidade de uma faixa existente no chão, de cor cinza claro, que conduz ao arco de entrada do edifício. Em frente ao prédio, dos dois lados do saguão central, são vistos carros de cor prata de portas e vidros fechados, estacionados em diagonal e protegidos por um cordão de isolamento vermelho atado a dois pequenos postes de cor preta e bege com listras em tom mais claros. As dimensões do carro exposto apresentam uma proporção exagerada em relação ao tamanho do prédio da concessionária. Um terceiro carro pode ser visto atrás do holofote central na portaria. Também pode ser visto um banner preto com texto em letras brancas e logomarca da VW, situado à frente da faixa de cor cinza claro da entrada principal. Nas laterais do banner, existem dois grandes holofotes projetando

luz branca em diagonal para cima.

O pátio em frente à estrutura do prédio é plano, liso e de coloração cinza escura. Apresenta uma cor diferenciada somente na faixa que dá acesso ao saguão da concessionária. Dois canteiros com vegetação rasteira, e um arbusto ao centro, encontram-se à frente do prédio ao lado dos dois holofotes de iluminação.

Um jardim localiza-se na lateral direita da figura, ocupando aproximadamente a metade do terreno total. O jardim apresenta vegetação rasteira, quatro arbustos intercalados entre três bancos retangulares de cor branca paralelos à faixa divisória que separa o pátio da concessionária, com relação ao jardim. No canto direito inferior da figura, vê-se um tronco de árvore e uma vegetação de pequeno porte com flores em tons rosados.

Todo o terreno da concessionária é circundado por uma faixa de cor branca, delimitando o espaço pertencente à VW. Atrás do edifício, pode ser visto um outdoor de publicidade da própria empresa, estando em destaque a figura de um carro em cor prata. Vê-se ainda uma área verde composta de árvores que se assemelham a coqueiros.

A movimentação de avatares presentes no dia do registro fotográfico esteve relacionada com a festa de lançamento do carro Golf virtual. Os avatares aparentam serem adultos de ambos os sexos. Sobre cada avatar aparece a indicação de seu nome. As vestimentas de alguns eram mais sofisticadas por motivo da festa. As roupas apresentavam diferentes cores como preto, branco, azul, vermelho, marrom, cinza, etc. Os modelos também são variados: saias curtas, vestidos longos, calças compridas, camisetas, etc. São figuras entrando e saindo do prédio, mostrando um movimento de ir e vir. Em seu interior, pela localização e postura física, aparecem avatares que se apresentam como atendentes da concessionária e os atendidos ou clientes.

No entorno da concessionária, ao atravessar a rua, é possível notar uma loja e uma galeria de arte. Uma loja de produtos

virtuais de *skins* (pele) e *shapes* (formato de corpo) para construção de avatares.

Iluminação artificial encontra-se presente tanto nos espaços internos quanto externos. Pela tonalidade do céu no cenário, pode-se perceber que se trata de um final de tarde, um crepúsculo.

Ao voar pela ilha em seu conjunto, foram percebidas suas dimensões não muito extensas. Estão presentes outras organizações, além de grandes espaços verdes. Nota-se que o espaço da VW ocupa uma pequena parte dessa ilha e foi constituído de um modo mais simplificado, com um menor número de elementos.

B - Portal de apresentação da concessionária FIAT

Imagem 9 – Espaço FIAT

Será descrito o portal de entrada (imagem 9), localizado no show-room, parte do complexo total da ilha FIAT. A imagem não tem como referência central um edifício. Mostra um ambiente, amplo, plano, com linhas retas, simétricas e longas, que compõem sua estrutura física. Dominância das cores branco e vermelho, que identificam a marca FIAT. O piso branco, com mesa e bancos

vermelhos colocados nas laterais, é uma das expressões dessa combinação de cores. No salão de entrada, por não ter uma estrutura com paredes, todas as informações parecem estar disponíveis aos olhos do observador.

Apresenta concepção de espaço, aberto, moderno e “flutuante”, com a presença de água no horizonte, ao fundo e nas áreas internas, nos moldes de duas “raias” de piscina, ao lado do avatar.

Um teto suspenso recobre parte do espaço, nos moldes de uma lage de cor vermelha. Apesar de ser dia, a iluminação artificial do espaço é feita por 6 spots. Desse teto, se desprende uma armação de aço que sustenta um painel retangular com os dizeres: “Bem vindo à FIAT latinoamérica”, em letras brancas sob fundo vermelho, com a logomarca da empresa na parte superior em posição destacada. Ao fundo, abaixo do painel, vê-se um estande, ou seja, um tablado sobre o qual está um carro em exposição. Este está com portas e vidros fechados e possui cor laranja, estando em um tablado rotatório. Atrás há um telão com fotografias reais do carro. Abaixo do carro, é possível ler, em letras brancas sob fundo preto: FIAT carro do ano 2008, tendo duas logomarcas nas extremidades.

Do lado direito do carro, é possível notar uma figura em forma de pilar cilíndrico, como uma espiral. Foi construída tendo como base o que é chamado de quadrifóglio – um tipo de flor formada por quatro pétalas. Apresenta-se como se fosse uma escultura, mas constitui uma representação do espaço, o mapa virtual (imagem 10) da empresa, indicando a existência do auditório, do *show-room*, da Casa FIAT de Cultura.

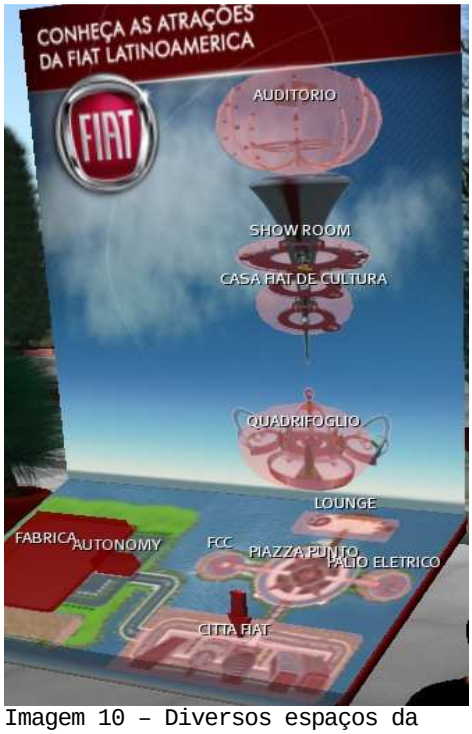

Imagem 10 – Diversos espaços da FIAT

Uma torre de estrutura metálica está situada à esquerda de onde estão sendo lançados balões coloridos. Nesse mesmo lado, vê-se um painel vermelho. Atrás, um outro painel apresenta um anjo e um demônio, que foram usados como personagens da propaganda do carro Punto.

A vegetação presente e visível está composta por duas árvores de grande porte, quatro de pequeno porte nas laterais e uma folhagem, que pode ser vista à esquerda. Pela tonalidade de fundo do cenário, com céu azulado, pode-se deduzir que se tratava de horário diurno. Do lado esquerdo, atrás da árvore, há uma mesa de atendimento. Não se registrou presença de avatares no momento em que se deu a captação da imagem, estando somente em pé, de costas, a figura do avatar-pesquisador.

Pela capacidade de voar, o avatar-pesquisador obteve uma visão aérea da totalidade do conglomerado da ilha FIAT, composta por uma complexa rede. Construída em três grandes ambientes, constitui uma simulação do complexo da organização, como demonstra a imagem 11.

Imagem 11 – Dimensão do espaço ocupado pela ilha FIAT

Um primeiro espaço, FIAT Latinoamérica, que abriga o *show-room*, o auditório, destacando-se o conjunto de edificações que, apesar de inacessíveis aos residentes, corresponderiam à administração. No segundo espaço, um quadrado cinza é o telhado sob o qual está localizado um simulacro da fábrica, uma representação lúdica da produção de automóveis. O terceiro espaço, denominado FIAT Adventure, consiste nas pistas para a realização de *test-drive*.

5.2. Cenografia digital: imbricação virtual e real

Para situar a reflexão que se desprende do conjunto de cenários analisados no *SL*, vale retomar o ponto de partida que move este estudo. Os espaços virtuais, atualmente disponíveis na Internet, apresentam-se para as organizações como instâncias de constituição de referências de reconhecimento social, de sociabilidade, que viabilizam o seu estabelecimento, desenvolvimento e prosperidade no mundo dos negócios. Criam interações entre virtual e real, que repassam estímulos, sensações e conteúdos, que estabelecem uma relação dos públicos com a identidade e marcas organizacionais, num movimento de afirmação de sua credibilidade. O *SL* apresenta uma potencialidade de contribuir para viabilizar esse processo através dos vários recursos presentes em seu interior e de sua capacidade de re-criação, expressa na possibilidade de vivência de seu trinômio: imersão, movimento e interação.

Cenários do composto virtual e real, possíveis de serem oferecidos no espaço *SL*, foram reconhecidos. Buscou-se a compreensão de suas operações, mecanismos de estruturação e funcionamento, expressando o modo como articulam as relações presentes entre o virtual e o real e que são significativas para os movimentos organizacionais, nesse espaço tridimensional interativo. O reconhecimento desses cenários encontrou em Weissberg (2008) elementos para o seu entendimento.

No processo de interação e interlocução com o ambiente virtual

estudado, um total de dez cenários se mostraram expressivos da potencialidade de interpenetrabilidade do virtual e do real, oferecendo visibilidade para o entendimento do significado desse espaço para as organizações.

No percurso de análise, à proposta de Weissberg, novos cenários foram sendo incorporados para dar conta, de um modo mais amplo, da apreensão do objeto de estudo. Assim, emergiram três expressivos cenários vinculados à reprodução do real pelo virtual, ampliação do real pelo virtual e autonomia do virtual frente ao real.

Compreender os movimentos que são articulados pela relação virtual e real, através dos cenários apresentados no decorrer deste capítulo, propiciará uma visão de seus possíveis significados para as organizações, na busca da constituição de referências de reconhecimento, através do *Second Life*.

Cenário 1 - Apresentação do real pelo virtual

A condição de simulação, presente no *SL*, "apresenta o real pelo virtual", colocando em contato espaços virtuais com espaços reais e visando, muitas vezes, a aprimorar os "conhecimentos previamente adquiridos dos elementos estrategicamente significativos", no qual "o virtual não substitui, propriamente falando, o real: torna-se uma de suas formas de expressão" (WEISSBERG, 2008:120).

No contexto deste enunciado, os complexos simuladores de voo se colocam como a sua mais significativa expressão. Nesses simuladores, o piloto visualiza todo o conjunto de instrumentos disponíveis na aeronave bem como nítidas informações sobre o espaço em que está voando, realizando os comandos para operá-la.

Esses sofisticados simuladores permitem uma imersão profunda, viabilizada pela vivência, dentro de espaços especialmente criados, que visam

> simular as percepções humanas, gerando um ambiente virtual que produz a sensação de realidade, na medida em que os objetos se movem de acordo com os movimentos e o ponto de vista do participante, todos controlados por computadores. (...) Contemporaneamente, a *cave*, caverna digital, é um meio muito mais sofisticado para a criação de ambientes simulados que incorporam, em tempo real, o ponto de vista do participante. (SANTAELLA, 2004: 44)

Treinamentos esses que vão desde os que oferecem as condições de capacitação, habilitação continuada para o desempenho permanente no trabalho: formação de pilotos de aviões, enfretamento de situações de risco - aos que se dedicam à superação de situações "traumáticas" vivenciadas e que podem dificultar a inserção e relações no trabalho. (WEISSBERG,2008).

Para Quéau (2008) os espaços virtuais trariam essa simulação pois "os mundos virtuais dentro do quais podemos mergulhar e navegar darão um aspecto eminentemente realista, palpável, tangível, e aparentemente crível, (...) a qualquer tipo de simulação" (p. 97).

No *Second Life*, toda essa experiência, mesmo incorporando avanços tecnológicos, ainda se configura de uma forma extremamente simplificada frente às propiciadas pelos simuladores, de alta complexidade, existentes ou contratados por organizações para treinamento de seus recursos humanos ou mesmo pelas situações de *test-drive* do mundo real.

Boellsortff (2008) alerta que "enquanto o *SL* não é um simulador, por si, há vários exemplos de simulações dentro dele[100]" (p.243). Um exemplo ficou evidenciado no ambiente *Second Life* ao poder realizar um *test-drive* em alguns carros das concessionárias observadas. Essa simulação, vivida pelo avatar-pesquisador, é aproximativa, pois não consegue apresentar toda a sofisticação dos modelos reais dos carros, fundamentalmente, por limitações de criação dos objetos dentro do próprio programa. A experiência possível está restrita à entrada no carro e à condução por algumas

---

[100] Do original: While Second Life was not a simulation, per se, there were examples of simulation within in.

ruas que circunscrevem a concessionária, no caso da VW (imagem 12), ou à utilização da área de teste da FIAT. Após entrar no carro, a imagem que o usuário vê na tela do computador corresponde ao ângulo de visão do olhar humano, visualizando as ruas por onde vai conduzir, assumindo a perspectiva do condutor. Internamente, o controle para condução é basicamente o volante; não há marchas e a experiência se restringe a guiar o carro e visualizar o interior do veículo, que não contempla todos os recursos e detalhes existentes no carro do mundo real.

Imagem 12 – Avatar-pesquisador realizando um *test-drive*

Essa experiência é marcada também pela relação que estabelece com o seu entorno, paisagens e algumas variáveis do ambiente, que modificam o comportamento da imersão. A observação, norteada pela categoria empírica vinculada à constituição espacial do *SL*, mostrou a existência de amplos espaços de circulação, dispostos de forma organizada, demarcados por sinalização viária, no caso da VW, assim como, um local específico, no espaço da FIAT, que constitui um circuito fechado para realização dessa experiência. Em ambos os espaços, os movimentos que efetivam o deslocamento ocorrem pela condução do veículo, somados às mudanças climáticas e de iluminação (vento, luminosidade diferenciada), que ocorrem na paisagem, aumentando a sensação de ação. Na observação realizada,

pôde-se perceber o movimento do vento sobre as árvores e a vegetação, de um modo geral, incluindo o seu ruído, assim como a mutação do ciclo do dia, em que se faz necessário, ao anoitecer, o uso de faróis, pois haverá pouca iluminação no ambiente.

A concepção do *SL* tem como proposta propiciar simulações progressivamente mais sofisticadas e vem evoluindo a cada atualização do programa, que apresenta cada vez mais o real pelo virtual. Nesse sentido, observou-se o aperfeiçoamento dos fenômenos climáticos e a evolução da passagem do tempo, antes expresso apenas na dualidade - dia e noite, progredindo para a existência da translação solar e lunar, dando a impressão da progressividade do ciclo, com gradações de luminosidade, a exemplo da sutileza dos tons do horizonte no momento do crepúsculo (imagem 13).

Imagem 13 – Crepúsculo observado pelo avatar-pesquisador

Nessa mesma linha de entendimento da apresentação do real pelo virtual, no decorrer da pesquisa, foram constatadas outras evoluções do programa, como a incorporação de sombra nos objetos e avatares, aumentando a sensação da passagem das horas no decorrer do dia e o realismo das imagens. Outra evolução recente está relacionada à inserção de voz para os diálogos ainda

dominantemente realizados somente por *chat* escrito. Um depoimento da atendente da FIAT mostra a potencialidade da inserção da conversa por voz permitindo novas interações, ao indicar que “isto facilitou o contato com o cliente e a apresentação de alguns detalhes do produto. Quando era tudo escrito demorava muito mais”.

Em termos numéricos, a experiência de simulação no *SL* foi realizada de maneira extensa pelos residentes que ali estiveram. Segundo informações do gerente de propaganda e marketing da VW, foram realizados mais de 30 mil *test-drives*, no período de dezembro 2006 a junho de 2007.

Ao se concretizar enquanto vivência de um expressivo número de pessoas, a simulação, que apresenta o real pelo virtual, tem repercussões nas organizações que adotaram este tipo de experiência no *Second Life*.

> Hoje, o que acontece é que, como as pessoas que fazem os *test-drives* são atendidas dentro da concessionária [do *Second Life*], a gente tem oportunidade de conversar com essas pessoas lá dentro e entender o que elas pensam do carro e obviamente esses comentários são, na maior parte das vezes, feitos sobre o mundo real. Elas fazem o *test-drive* virtual, mas elas falam sobre o automóvel real. Então, essas impressões são pra nós muito importantes, evidentemente, para tentar redimensionar alguma coisa, mudar alguma coisa no produto, alterar. São todos comentários que são relevantes na hora que nós vamos fazer as nossas análises internas pra depois, possivelmente, mexer num produto, fazer um face lifting no produto. Enfim, todos esses comentários são levados em consideração no momento que a gente precisa mexer no carro.(ZOLA, gerente de propaganda e web marketing da VW)

A possibilidade de simulação propiciada no *SL* e a visão expressa no depoimento trazido pelo profissional da VW mostram o circuito que se desdobra do movimento presente nesse cenário, que apresenta o real pelo virtual, ou seja, a possibilidade de retorno, a contribuição com respostas ao real enquanto atual.

> Essa simulação virtual, em confronto com o mundo real, é algo que também é bastante interessante pra Volkswagen porque, a partir dessa ferramenta no mundo virtual, nós conseguimos hoje gerar uma ponte com o mundo real e passar as informações daquilo que tá acontecendo no mundo real, nesse mundo virtual, e

> obviamente, vice-versa; trazer as pessoas de lá pra cá, isso é muito importante, muito interessante pra Volkswagen (ZOLA, gerente de propaganda e web marketing da VW).

Esse movimento de retorno que se estabelece pode ser visto enquanto indicativo de alguma dimensão de convencimento repassado pelas organizações através desse dispositivo. O fato das pessoas que vivenciam essa experiência propiciarem um *feedback* que repercute no mundo real mostra, ao menos, uma disposição de interagir e algum nível de reconhecimento da organização que justifique o "investimento" de tempo nessa interação.

Um circuito, pois, se instaura. Circuito esse que segundo Deleuze (1996), faz com que o virtual e o atual coexistam e possam estabelecer uma relação que permanentemente um reconduz ao outro.

Cenário 2 - Interpretação do real pelo virtual

O virtual ajuda a interpretar o real a partir da constituição de imagens que são mesclas da captação ótica real e de complementos virtuais. A imagem simulada legitima uma leitura visual, oferecendo uma visibilidade mais profunda (WEISSBERG, 2008). O fotográfico e as imagens de síntese se mesclam para ajudar a interpretar, a compreender o real.

Esse processo de construção está muito presente no *SL*, mesmo que de uma forma adaptada, pela possibilidade de criação dos objetos por meio da imagem de síntese e construção virtual, acrescida de elementos fotográficos que ajudam a construir e constituir os ambientes. Em muitos casos, essa junção contribui para entender os modelos construídos, possibilitando uma observação maior e detalhada, um aprofundamento.

Em ambas as concessionárias observadas, a utilização de fotografias reais e a junção com a imagem de síntese resultam em um acordo que vai sendo progressivamente obtido entre uma e outra, que faz surgir uma interpretação que se considera satisfatória (WEISSBERG, 2008).

A FIAT utiliza desse tipo de relação para apresentar seus carros e espaços. Várias fotografias reais estão no espaço observado, mescladas às imagens de síntese. O próprio carro em destaque (imagem 14), é uma criação a partir de imagens do veículo original, com manipulações e adições visuais virtuais. O mesmo ocorre com a VW, já que a sua concessionária apresenta fotos reais dos modelos de carros em *outdoor*.

Imagem 14 – Carro no *SL*– construído com fotografia e imagem de síntese

À diferença da FIAT, onde o modelo do carro é uma simulação perfeita, ajudando a dar sentido e interpretar o real, no caso da VW, o carro destacado é uma construção toda modelizada, com menor elaboração visual, possuindo formas rudes, expressando serem modelos virtuais produzidos de modo simplificado (imagem 15).

Entende-se que essa relação de interpretação do real pelo virtual deveria propiciar a criação de modelos cuja visualização fosse superior ao original. No caso do *Second Life*, é interessante notar que, apesar da utilização de modelos reais para serem construídos, os modelos virtuais são inferiores em qualidade de imagem. O padrão estético possível no *SL* apresenta um design que é retilíneo e cúbico, em contraste ao design das formas do mundo real, onde os carros e demais objetos, principalmente as formas

Imagem 15 – Carro virtual e ao fundo *outdoor* de modelo real

humanas, possuem uma plasticidade e nuances, ainda não reproduzíveis nesse espaço virtual. Como afirma Zola, gerente de propaganda e web marketing da VW,

> evidentemente, a gente não consegue com os nossos carros, no *SL*, impressionar as pessoas pelo design, e por isso para nós é importante, muitas vezes, fazer ações, como colocar um filme real do nosso produto, para que as pessoas possam observar, aquelas que por ventura não conheçam o produto e entender de forma perfeita como é o carro.

A constatação de que o *SL* ainda tem uma limitação gráfica muito grande reduz a possibilidade de interpretar o real pelo virtual. A potencialidade de visualização não é ampliada. Essa constatação inverte, de alguma forma, o apresentando por Weissberg (2008), de que o virtual deveria ser melhor que o real para ajudar na sua interpretação. Esse autor entende que "a simulação valida, pois, uma leitura visual e restitui sua profundidade. (...) O virtual não substitui o real, ele ajuda a lhe dar sentido" (WEISSBERG, 2008:121), o que nem sempre ocorre no ambiente estudado.

Ao inserir fotografias do mundo real em conjunto às imagens de síntese que compõem o cenário do mundo virtual, as organizações supõem que tornam esses espaços e seus produtos mais críveis, com

base na facilidade de aproximação, correlação e identificação direta.

Cenário 3 - Prolongamento do real no virtual por contiguidade

Ações reais são apresentadas na tela por imagem de síntese, prolongando assim o seu efeito e simulando a experiência sob o virtual. Nesse sentido uma

> forma de co-presença do real e do virtual é a que prolonga um no outro. (...) Prolongamento por contiguidade da ação do real sobre o virtual ou o inverso, o composto real/virtual, (...). O essencial não está na precedência de um dos termos sobre o outro, mas na articulação deles em um único sistema (WEISSBERG, 2008:121).

São muitas as aplicações que participam desse composto em diferentes campos. Weissberg (2008) anuncia várias destas, que passam também por processos vinculados aos sistemas de aprendizagem para o trabalho, de consulta documentária e até propostas de intervenção artística. Todas essas aplicações somente são possíveis a partir da existência de dispositivos que permitem a intervenção direta do usuário, tais como tela sensível ao toque, sonorização que cria a ambiência.

No *Second Life*, esse prolongamento ocorre por duas vias: pela intervenção do usuário, ao utilizar o *chat* por voz, e pelos sons existentes no ambiente, como a brisa do vento, barulho do mar ou das músicas de um show. Ao utilizar a voz, o avatar deixa de ser virtual pleno e se torna uma extensão do usuário: a fala prolonga o real, pois os diálogos são mais rápidos e dinâmicos, como ocorrem no cotidiano real. “A voz trouxe uma possibilidade de estar mais próximo do cliente, dá um ar mais real ao avatar, pois as pessoas podem interagir mais rapidamente” (Avatar responsável - ambiente FIAT no *SL*).

Na proposta de Weissberg (2008), em sua categorização, é algo mais complexo do que é possível ser realizado no *Second Life*. Somente simuladores dedicados possuiriam a capacidade de tornar

essa experiência um prolongamento do real. Isso ocorre pela complexidade das imagens utilizadas, que demandam grande poder de processamento dos computadores e, principalmente, por todos os equipamentos que são demandados e organizados para serem comandados no mundo real, tendo seu efeito apresentado no virtual. Esse tipo de simulador seria a expressão máxima do “prolongamento do real no virtual por contigüidade” (WEISSBERG:2008). Por sua complexidade, este prolongamento pleno ainda é pouco utilizado por pessoas comuns; está ainda no campo da experimentação restrita.

O progressivo avanço das tecnologias e seus dispositivos, acrescido da redução de custos na sua produção, possibilitam, hoje, a existência de simuladores acessíveis para o consumo de massa, ao permitir acoplar dispositivos que os tornam mais reais. Possuem recursos tecnológicos que propiciam o prolongamento do real através de mecanismos de controle, tais como manches para o comando da aeronave, volante e marchas para pilotar o carro “a toda” velocidade por ruas e estradas virtuais. Não criam uma imersão total do usuário, mas viabilizam uma sensação muito próxima do real.

Se comparado com esses simuladores, o *SL* é muito simplificado. Sua interação para realizar ações somente ocorre por comandos do teclado e do mouse, restringindo a sensação de realidade plausível. Ainda que, comandados pelo teclado, seja possível, por exemplo, folhear uma revista, como não há uma prolongação da ação do real para se fazer isso, a sua total potencialidade fica restrita. Com isso, o *Second Life* deixa de oferecer algo: uma possibilidade real de maior interação. Algum potencial existe nos ambientes, mas falta a inserção do controle por mecanismos externos reais, como indicado por Weissberg (2008). Isso, de algum modo, influencia a dinâmica do convencimento, da persuasão presente no dispositivo.

Enfim, o que é apresentando aqui é o efeito de agir “´realmente´ sobre o virtual e, ainda por cima, experimenta-se ´realmente´ o efeito virtual” (WEISSBERG, 2008:121).

Cenário 4 - Telepresença real no virtual

Diversos autores (Weissberg, 2008; Quéau, 1995; Santaella, 2004) discutem a noção de telepresença. Com entendimentos diferenciados e nem sempre complementares, todos esses autores concordam que é útil para as organizações e para a sociedade, ao evitar deslocamentos de grandes distâncias para "estar presente", ao permitir criar um tipo peculiar de audiência simultânea, expandida, diversificada. A telepresença "encurta" as distâncias e elimina o tempo de locomoção, promovendo o encontro de pessoas, separadas fisicamente. A discordância entre os autores passa, fundamentalmente, pelo modo como ocorre esse "deslocamento" e os dispositivos envolvidos em sua realização.

Quéau (1995) apresenta uma síntese desses diferentes entendimentos ao apontar que a expressão telepresença "coloca, em um mesmo plano, problemas de distintas categorias e tende a ocultar nuances importantes entre as diversas formas de contradições entre presença e ausência, presença e representação e presença e distância[101]" (p. 19). O conceito de telepresença, para Quéau (1995), guarda relação com a noção de "técnicas clássicas de representação que nos situam diante de telas" (p.51). Traz o conceito de televirtualidade, este mais próximo do movimento que ocorre no *SL*, onde

> (...) as técnicas virtuais nos submergem na imagem e nos permitem mover, atuar e trabalhar neste universo de síntese. A ilusão de "imersão na imagem" provém essencialmente da interação visual e auditiva, mas também gestual, tátil e muscular entre o mundo virtual e nós[102](p.51).

Retomando a perspectiva apresentada por Weissberg (2008) sobre

---

[101] Do original: Coloca en un mismo plano problemas de distintas categorias y tiende a ocultar matices importantes entre las diversas formas de contradicciones entre presencia y ausencia, presencia y representación y presencia y distancia.

[102] Do original: (...) las técnicas virtuales nos sumergen en la imagen y nos permiten movernos, actuar y trabajar en este universo de síntesis. Esta ilusión de "inmersión en la imagen" proviene esencialmente de la interacción visual y auditiva, pero también de la gestual, táctil y muscular entre el mundo virtual y nosotros.

a telepresença real no virtual, há que se indicar que não está disponível amplamente, demanda grandes investimentos, estando, assim, limitada a algumas corporações e instituições de pesquisa. Para esse autor, a telepresença, em seu sentido pleno, demanda aparelhagem especial, como capacetes que dão novo sentido ao campo de visão, luvas para movimentar o objeto virtual, tudo ligado a computadores, sendo estes responsáveis por processar e gerar as imagens. Espaço e ferramenta se unem, criando objetos operados pelo homem real. 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.

Uma outra forma de telepresença, um pouco mais difundida para uso organizacional, é constituída pelas vídeo-conferências, principalmente as que utilizam grandes monitores posicionados para dar a sensação de que realmente conversamos com "a pessoa que está a nossa frente", porém, no vídeo. O aumento das telas, a alta resolução das imagens (HDTV[103]) e a qualidade do som (Dolby Digital, DTS[104]) já são características presentes em computadores com recursos mais avançados, dando uma percepção cada vez mais real de imersão no ambiente.

O *Second Life* trouxe duas dimensões da telepresença possibilitada pela imersão do avatar. Uma primeira, expressa na própria condição de entrada no *SL*, constitui uma forma de telepresença, pois o usuário vai imergindo no ambiente e se "desliga" do mundo real, tornando-se um residente do espaço virtual e estabelecendo contato com outros avatares. Para estar no *SL*, o usuário não precisa vestir roupas especiais nem utilizar equipamentos sofisticados: é o avatar que se faz presente. Isso modifica "elementos fundamentais da nossa relação com outros homens, como a noção de presença" (QUÉAU, 2008:99). Convive-se com a idéia não de uma presença à distância, mas de uma presença que é

---

[103] HDTV significa High Definition TV, que é o novo padrão de imagem em alta definição que está sendo implantado.

[104] Dobly Digital e DTS são sistemas *surround* de som, normalmente compostos por 5 alto-falantes acompanhados de uma caixa de som grave, para reproduzir sons que envolvem o ouvinte. Utilizados em *home theaters* e salas de cinemas.

o contrário de distância. Pode-se estar presente estando distante, o elemento distância fica subsumido ao presencial.

> Ao contrário de todo o senso comum, a noção intrinsecamente contraditória de "telepresença" tende a dar crédito à idéia de uma "presença" à distância, quando na realidade a "presença" é o contrário de "distância" e o único que se transporta "à distância" são as representações[105](QUÉAU, 1995:19).

O fato da atenção do usuário estar intensamente direcionada para a tela e, ainda, por estar representado no ambiente, na figura de um avatar, faz com que haja uma sensação de presença pelo "apagamento" dos contornos do computador enquanto uma máquina que estabelece, naquele momento, uma intermediação.

A observação das organizações estudadas, mais especificamente a FIAT, mostrou uma segunda dimensão, inferida a partir da primeira. Guarda uma vinculação do entendimento de telepresença, trazida pelo *SL* e que foi amplamente utilizada pela organização, estando relacionada à realização de palestras e treinamentos, tanto para funcionários, parceiros de negócios vinculados às diversas filiais geograficamente distantes, quanto para residentes. Criar um espaço que propicie esse tipo de telepresença foi considerado importante para a organização, pois

> para uma empresa do porte da FIAT, é inviável, muito caro, reunir tanta gente fisicamente numa só reunião. E aqui a gente faz isso, no auditório. Cada avatar assiste ao evento e no *coffee-break* há uma possibilidade de conhecer muita gente e ao final do evento as pessoas continuam conversando, como em uma reunião normal (depoimento da atendente da ilha FIAT).

A constituição espacial da FIAT, ao apresentar um auditório (imagem 16) ao ar livre, possibilita uma forma de telepresença para os usuários. Espaço este projetado para ser palco de palestras, cursos, coletivas de imprensa e todo tipo de evento envolvendo platéia, utilizando recursos de áudio e vídeo em quatro

---

[105] Do original: En contra de todo sentido común, la noción intrínsecamente contradictoria de "telepresencia" tiende a dar crédito a la idea de una "presencia" a distancia, cuando en realidad la "presencia" es lo contrario de "distancia" y lo único que se transporta "a distancia" son representaciones.

telões para transmitir os conteúdos.

> Os encontros promovidos aqui são muito proveitosos, os residentes aprovam os eventos. Há uma comunicação para muita gente reunida num mesmo tempo, são trocas que não ocorreriam de jeito nenhum nos espaços do mundo real (Avatar responsável - ambiente FIAT no *SL*).

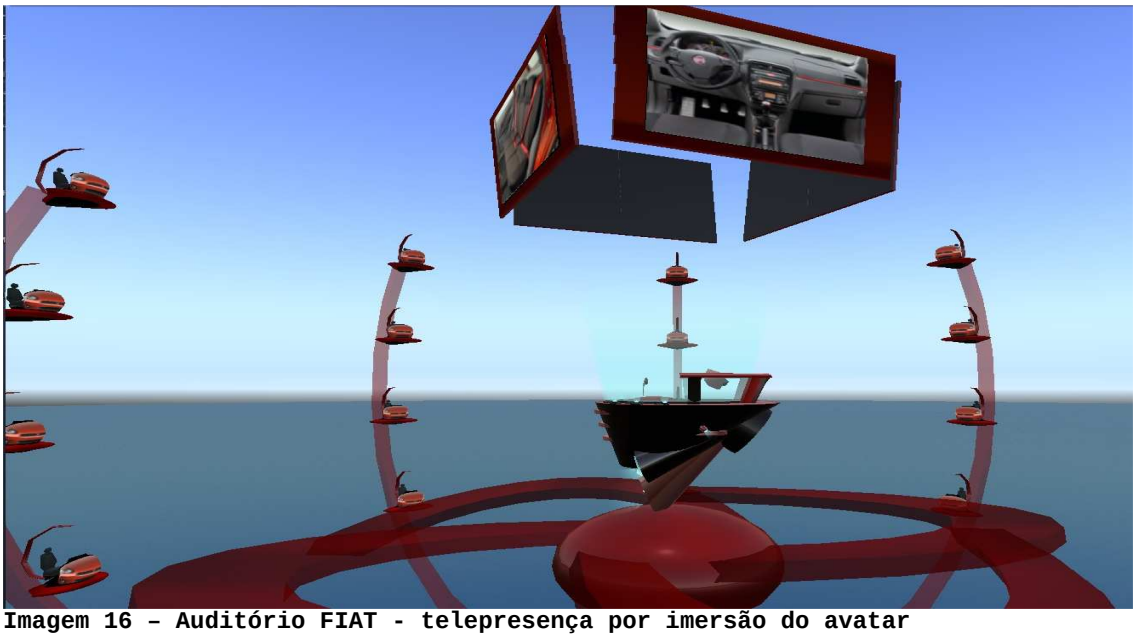

Imagem 16 – Auditório FIAT - telepresença por imersão do avatar

A observação desse auditório, enquanto espaço relacional, mostrou a aproximação possível que pode ser gerada entre residentes, permitindo o acesso a informações repassadas aos grupos de interesse, assim como interações em torno de objetivos comuns de conhecimento e aprendizagem, tudo isso potencializado pela telepresença.

Todo o movimento de telepresença percebido pelo avatar-pesquisador mostra uma possibilidade de significativa imersão dos residentes no ambiente virtual organizacional que somada às diferentes abordagens presentes, viabilizam um compartilhamento de conteúdos, informações e interação organização-cliente "mundializado". Essa movimentação possível, envolvendo avatares de diferentes países, gera uma imagem de solidez organizacional, componente fundamental para aumentar a possibilidade de convencimento da organização junto ao seu público.

Cenário 5 - Reprodução do real pelo virtual

Diferente do cenário proposto por Weissberg (2008), da apresentação do real pelo virtual, onde há o efeito do simulador e um propósito de uma ação com este, o cenário que expressa a reprodução do real pelo virtual mostra o reconhecimento, a identificação dos espaços e formas de contato com os públicos pela similitude de sua constituição. São reproduções dos espaços existentes no mundo real, presentes no mundo virtual, evocando, no usuário, ao mesmo tempo, a organização no plano real e virtual. Transfere-se para o plano virtual, disposições semelhantes existentes no mundo real.

Esse cenário, enquanto recurso do dispositivo digital tornou-se visível a partir do movimento de imersão nos ambientes organizacionais e começou a ser reconhecido, na observação exploratória realizada, com relação à imagem reproduzida das capas da revista VIP.

Essa revista possui uma versão "impressa" dentro do *SL*, através de uma edição virtual, observada na imersão exploratória. Tem a mesma linha editorial e o mesmo enfoque da revista produzida no mundo real, mas apresenta matérias voltadas para o *Second Life*. Ao analisar a capa das duas revistas, em um primeiro momento, pode ser difícil definir qual é a real (imagem 17) e qual a virtual

Imagem 17 – VIP real

Imagem 18 – VIP virtual

(imagem 18). Por que isso ocorre? Poderia ser respondido que a capa da revista do mundo real é a em que está a modelo humana em imagem fotográfica, enquanto a outra possui uma modelo virtual.

Duas questões se apresentam: a primeira é que ambas as imagens estão na tela do computador, pois a VIP real é acessível pelo site da editora, no máximo será impressa e distribuída em bancas. Tendo como premissa o acesso pelo computador, ambas não são palpáveis, isto já é uma virtualização, ou seja, a imagem que desperta o imaginário sem poder de concretização. Uma outra questão é que a modelo, dita do mundo real, provavelmente já passou por uma série de procedimentos que a produziram - cirurgias plásticas, maquiagens. Após as fotos serem realizadas, sem dúvida, foram tratadas em “photoshop”, o que, novamente, evidencia a virtualidade da imagem. O caráter do tratamento e manipulação dados à foto da modelo do mundo real leva ao questionamento do quanto virtualizada está a imagem exposta. Já a imagem virtual foi integralmente criada em imagem de síntese e a modelo construída possui traços tão “humanos” quanto a que foi captada através da fotografia.

Se pensarmos somente na imagem, as duas despertam o interesse de forma praticamente idêntica. Mexem com imaginário humano e despertam reações bastante semelhantes. As figuras femininas expostas nas capas se “tornam iguais” após tantos processos digitais de produção. Essa questão fica bem exposta em Dentin (2008) ao perguntar: “o que há numa imagem digital de mais virtual que em qualquer outra imagem? Nada, desde que se revele a questão do suporte” (p. 133).

Tendo na virtualidade uma possibilidade de desvinculação e distanciamento atribuída à imagem de síntese, liberada das referências ao real, nos espaços organizacionais virtuais observados, essa questão não se realizou plenamente. As imagens de síntese, produzidas pelas organizações e inseridas em alguns ambientes do *Second Life*, mostraram uma tendência a reproduzir a realidade não virtual. Apontaram que o ambiente virtual das organizações tem uma necessidade de manter alguns padrões de

identificação e referência com o real, mesmo tendo em suas configurações possibilidades livres de modelização.

A utilização das simulações que incorporam imagens 3D, cada vez mais complexas e avançadas, possibilita a criação de imagens diversificadas. Notou-se, no entanto, que há uma necessidade de se criar imagens similares ao real. A incorporação de elementos constitutivos da realidade, no caso da VW, esteve expressa em vários componentes presentes no *SL*, a começar pela arquitetura dos prédios (imagem 19 e 08 na página 109), em que há uma associação direta com essa organização na vida real.

Imagem 19 – Concessionária VW – mundo real

A estrutura do prédio da VW, retomando a descrição realizada do portal, é uma manifestação dessa reprodução na medida em que se configura enquanto um edifício construído com linhas modernas, simétricas, no estilo *clean*, bastante similar ao da vida real. É nítido o padrão visual estabelecido pela empresa, buscando assim consolidar sua referência e sua identidade visual nos “dois mundos”. O usuário que chega aos espaços dessa empresa a reconhece facilmente pelo tipo de construção.

Ainda como expressão da reprodução do real no plano virtual, pode-se destacar a pouca inovação existente neste espaço quanto às

formas de contato com os públicos: continuam sendo a tradicional recepção aos clientes no espaço formal de escritório, mediados por uma mesa de atendimento, com mensagens veiculadas através de banners e a exposição pública externa e interna de automóveis, reproduzindo o mesmo modelo existente no mundo real. O mesmo ocorre com a necessidade de ter uma atendente para a interlocução com o público, repassando informações e demonstrando os produtos da organização. No espaço FIAT, esses elementos também se fizeram presentes, mas se apresentaram acompanhados de inovações que se vinculam a outros cenários.

Mais além da reprodução do real nas formas de se relacionar com os públicos, as organizações exigem as mesmas condutas dos funcionários, reproduzidas em ambos os espaços, como fica evidenciada na fala do diretor de sistemas e tecnologia da IBM.

> Basicamente, o que se recomenda aos funcionários é que eles sejam exatamente como eles são, do ponto de vista da conduta, na vida real, é exatamente essa a postura hoje em dia. (...) Mas, de novo, existem maneiras, dependendo até do que a pessoa tem, (...) de se identificar como Ibmista. O que a gente tá dizendo é que a gente espera que a atitude que o funcionário tenha, não só nas ilhas IBM, mas fora, seja condizente com a atitude que ele tem hoje em dia no mundo real (TOLEDO, seminário *SL*).

Essa questão ficou evidenciada também na VW e na FIAT, reforçando uma prática instituída pelas organizações no mundo real. No atendimento realizado, os funcionários utilizavam camisas para identificação (imagens 20 e 21).

Imagem 20 – Atendimento VW
http://farm1.static.flickr.com/137/350523847_51073993db.jpg

Imagem 21 – Atendimento FIAT
http://www.flickr.com/photos/metamidia/2852832979/

Todos os processos que têm por base esse cenário expressam elementos reproduzidos do real, cuja motivação passa pelo fato do real constituir-se o referencial de construção do virtual; por haver a associação entre o convencimento e o que é considerado verossímil; e, ainda, por propiciar um reconhecimento rápido das organizações no espaço virtual por sua semelhança com o "já conhecido" do mundo real.

Cenário 6 - Autonomia do virtual frente ao real

Não fazendo parte da proposta de Weissberg (2008), esse cenário se alinha ao anterior por oposição, mostrando a possibilidade de uma autonomia do real frente ao virtual, potencializando a criação e a inovação em ambientes imersivos tridimensionais.

As imagens de síntese apresentam uma possibilidade de criação infinita, são imagens sintéticas, modelizáveis, correspondendo a uma matriz numérica, configurada em *pixel*, que se apresenta na tela do computador. Estas características produzidas tecnicamente têm a possibilidade de distanciamento do seu referente e podem liberar-se da correspondência aos aspectos do mundo real, não estabelecendo com este a condição de seu "duplo". Parecem possuir uma autonomia frente ao real.

> A realidade que a imagem numérica dá a ver é uma outra realidade: uma realidade sintetizada, artificial, sem substrato material além da nuvem eletrônica de bilhões de micro-impulsos que percorrem os circuitos eletrônicos do computador, uma realidade cuja única realidade é virtual. Nesse sentido, pode-se dizer que a imagem-matriz digital não apresenta nenhuma aderência ao real: libera-se dele (COUCHOT, 2008:42).

O universo das imagens de síntese, em princípio, abre as portas para essa desvinculação da inspiração imaginada no mundo real. Abre as portas para uma nova virtualidade. A imagem produzida pela

> cadeia modelização – numeralização - programação constituiu a virtualidade como espaço de

> experimentação disponível, intermediário entre o projeto e o objeto, enquanto o virtual permanecia até então prisioneiro da atividade imaginária (WEISSBERG, 2008: 118).

Poucas organizações conseguiram ousar e viabilizar essa "autonomia" dentro do *Second Life*. Um dos exemplos mais significativos de ousadia organizacional deu-se no caso da agência de propaganda Ginga (imagem 22), captada na imersão exploratória. A modelização realizada criou o escritório virtual situado em uma flor carnívora gigante. Essa possibilidade de libertação dos "traços" do real expressa por essa construção talvez tenha ocorrido pela própria vinculação da agência a uma área de atuação aberta às inovações, ou seja, a de criação publicitária.

Imagem 22 –Sede da Ginga no *SL*

Na imersão sistemática, a FIAT, enquanto organização, se destacou constituindo sua ilha e incorporando, por um lado, uma criação próxima ao real (imagem 09 pág. 112) e, por outro, uma que expressa sua desvinculação, representada pelo caráter lúdico e fantástico também presente em seu espaço no *SL*. Essa junção propicia um "balanço" das duas dimensões e da capacidade de ambas de contribuir para o reconhecimento organizacional articulado no mundo virtual. Como foi reconhecido pelo avatar responsável do ambiente FIAT no *SL*, "a empresa inovou ao colocar um espaço de atendimento normal e uma fábrica que não é real, mas sim um grande espaço lúdico quebrando o vínculo certinho de ser tudo igual ao mundo real".

Como expressão da autonomia do virtual, na FIAT, podem ser destacados dois ambientes, constituídos pelo auditório e pela fábrica, que não guardam nenhuma relação com os construídos pela empresa no mundo real. O auditório, flutuante, é uma representação de uma “flor aberta” gigante, onde cada pétala possui várias cadeiras, que se apresentam como painéis de carro. No centro, estão situados um púlpito e vários telões para projeção de filmes (vide imagem 16 página 129).

Imagem 23 – Fábrica lúdica FIAT

Já a fábrica é uma representação, que mistura o lúdico com o real (imagem 23). O real está expresso na existência da linha de montagem, explicando, através de painéis, as diversas etapas necessárias para a produção de um carro. A representação da linha de montagem, construída no ambiente, constitui uma animação lúdica de demonstração. Como pode ser observado no lado esquerdo, há um rolo preto junto a um boneco, um japonês, que corta este rolo como se fossem *sushis*, sendo os pneus. Estes são colocados no chassi do carro, de forma semelhante ao que ocorre nas corridas de Fórmula 1, por homens de vermelho usando capacetes e tendo uma placa vermelha indicando que o veículo deve ficar parado, enquanto são feitos os ajustes no carro. Ao fundo, pode-se observar um grande microscópio, que seria um aparelho de controle de qualidade final

do carro. ”As pessoas ficam fascinadas vendo a fábrica (imagem 24). Ela funciona como se fosse uma fábrica de verdade. É inovador e todo mundo gosta” (Avatar responsável - ambiente FIAT no *SL*). Esse depoimento é expressivo da repercussão que a imagem modelizada, criada com “autonomia” do real, tem sobre os residentes. Ajuda a dar uma ambiência da renovação das estratégias de aproximação das organizações com os residentes/públicos, concretizando uma proposta diferenciada de se mostrar.

Imagem 24 – Interior fábrica FIAT
http://www.flickr.com/photos/metamidia/2852832615/

Cenário 7 - Ampliação da percepção do real pelo virtual

No mundo real, não é possível a visualização do conjunto do espaço em uma única aproximação a uma organização. Para se obter a totalidade de sua apreensão, seriam necessários muitos movimentos de deslocamento e a utilização de recursos técnicos mais complexos como guindastes, helicópteros, para propiciar uma visão aérea. Sem esses movimentos torna-se mais difícil, senão impossível, a visualização da totalidade do espaço da organização. Como máximo, no cotidiano, obtêm-se uma visão imediata e pontual do entorno, possível segundo o campo de visão humana.

Nas organizações que reproduzem, no espaço digital, muitos de seus elementos do mundo real, o virtual ajuda a ampliar a percepção do real. Um virtual que produz uma visão ampliada do real e que permite sua captação expandida, uma nova virtualidade expressando uma nova atualidade (QUÉAU, 2008). Essa percepção é propiciada, no espaço digital, através de diferentes possibilidades. Uma primeira, está ligada ao fato de poder reconhecer, de uma só vez, a totalidade do conjunto físico (prédios, carros, árvores, etc) que compõem o contexto total da organização. Isso somente é possível pelo movimento de deslocamento do ângulo de visão do avatar. Não restrito, como na visão humana, o olhar do avatar tem a possibilidade de ser uma "câmera" externa a ele (imagem 25). Uma segunda possibilidade está presente no ato de voar em todas as direções e altitudes sem a necessidade de nenhum aparato técnico, o que amplia enormemente a capacidade de visualizar a totalidade do ambiente, ultrapassando as condições de visão do avatar, que se localiza no nível da superfície.

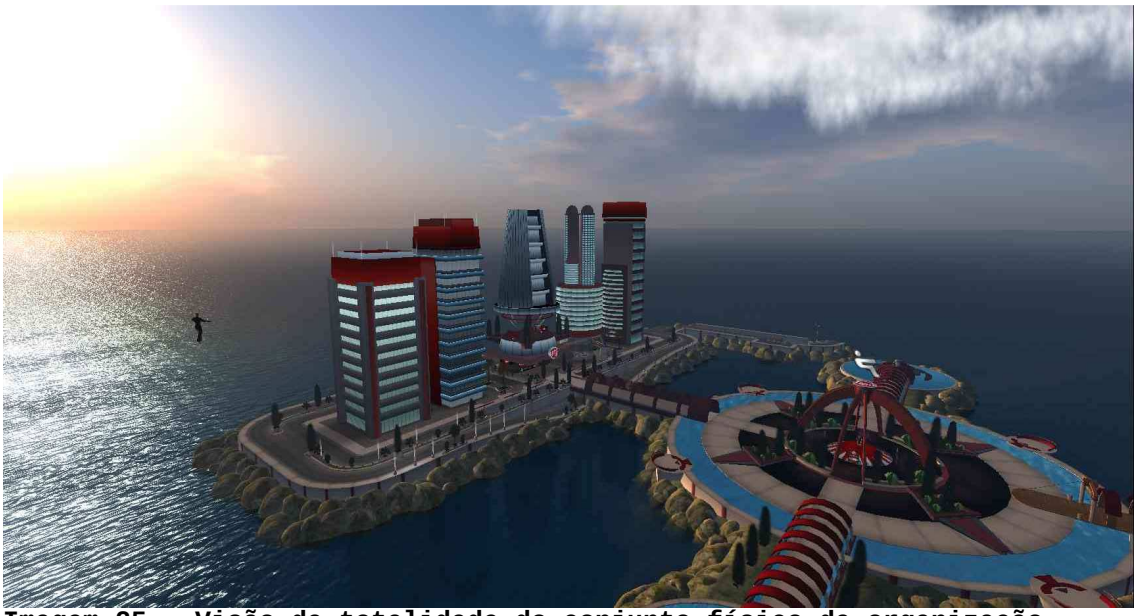

Imagem 25 - Visão da totalidade do conjunto físico da organização.

Uma outra forma de ampliar o real pelo virtual foi constatada na possibilidade de testar uma peça de metal, no seu limite, e depois observar internamente o que ocorreria ao ser tracionada,

algo que não existe no mundo real. Não há como observar internamente uma peça de metal no mundo real, mas no virtual sim. Essa simulação estava presente na fábrica da FIAT do *SL*, como forma de mostrar os testes que os engenheiros realizam ao planejar uma peça. A possibilidade de percepção potencializada do real presente no mundo virtual refere-se à sua condição de gerar o "ver por dentro" estando fora. De alguma forma, seria a criação de uma transparência possível, "eliminando" barreiras visuais, para compreender os seus processos.

Essas potencialidades, presentes no *SL* através do avatar, fazem com que o usuário tenha uma visão ampliada da organização no mundo real. Os espaços físicos, ao se aproximarem dos existentes no que é chamado de realidade e o fato do avatar ter múltiplas possibilidades de visões, propiciam um entendimento alargado da organização. "Os residentes podem chegar voando na FIAT e assim tem uma visão de toda a ilha, que está muito bonita. É legal voar e ver todo esse conjunto" (Avatar responsável - ambiente FIAT *SL*).

Isso permite um outro tipo de reconhecimento que se tem da organização no plano real após reconhecer o espaço virtual, certamente diferenciado e ampliado, ao ter incorporado novos elementos advindos da observação *in-world*.

Percebe-se que o espaço virtual oferece uma visão de conjunto com toda a sua grandiosidade e imponência, que ajuda a fazer incorporar um maior reconhecimento da organização no mundo real, ao identificar os diferentes componentes, que compõem a sua estrutura e dinâmica.

Cenário 8 - Fantasticamente real: o humano e a quimera moderna

A metáfora da quimera moderna expressa uma relação possível entre o real e o virtual, presente no *SL*, e que também compõe os cenários virtuais presentes nesse espaço digital. A figura da Quimera, associada ao híbrido, ao heterogêneo, está impregnada nos diferentes dispositivos do mundo virtual do *SL* e, de um modo

bem visível, se expressa nas imagens modelizáveis dos avatares criados. Vem, de um modo bem significativo, romper padrões, concepções de imagem, de espaço perceptivo, chegando a "subverter a nossa relação com nosso próprio corpo" (Quéau, 2008:99). Ao falar sobre as modificações trazidas nos modos de perceber o corpo, esse autor mostra que o processo vivido no mundo virtual de

> hibridação íntima do corpo real, no qual habitamos desde a nossa infância, com os formalismos abstratos os mais tangíveis, com escalas de tempo e curvaturas de espaço arbitrárias, irá nos levar, provavelmente, a uma certa desapropriação dos nossos hábitos mais interiorizados (QUÉAU, 2008:99).

Além disso, a própria concepção de presença se modifica substantivamente nas relações sociais estabelecidas nesses ambientes digitais.

A Quimera, nesse espaço virtual, seria, em um primeiro momento, o próprio *Second Life* a partir de seu *software*-cliente[106], constituído por menus materializados em "imagens que não são feitas para serem vistas, mas para encadearem-se na ação" (WEISSBERG, 2008:118).

Ao entrar no mundo virtual do *SL*, nos deparamos com "novas" quimeras. São os residentes que, na condição de livre criação de seu avatar ou adquirindo o *shape*[107] e a *skin* dos mais diferentes "seres", criam identidades muito distintas do humano e até mesmo quando a ele se assemelha é um "super" ser - grande, musculoso, lindo, tentador – um arquétipo idealizado (imagem 26). São figuras que foram observadas e identificadas pelo avatar-pesquisador em sua imersão no cotidiano dos espaços observados.

---

[106] É considerado o programa que deve ser instalado no computador para poder utilizar algum recurso disponível em outro computador, normalmente um servidor remoto. Por demandar dados disponíveis remotamente para poder ser operado plenamente necessita algum tipo de acesso à Internet. No caso do SL, o programa baixado é o básico para poder acessar o mundo virtual, todas as imagens que constituem o espaço são baixadas quando ingressa em um local. Por este motivo software-cliente ocupam pouco espaço em disco, mas demandam muito processamento do computador, para poder gerar imagens ou manter as informações na máquina enquanto se utiliza aquele espaço.

[107] *Shapes* é o formato de corpo e cara e *Skin* é pele. Ambas são modelizáveis para se criar o avatar.
http://getasecondlife.net/2007/11/interface-edit-truques-e-dicas-second-life/skins-e-shapes/

Imagem 26 – Arquétipo idealizado

Pelo processo de sua construção a figura do avatar possui uma possibilidade ilimitada expressar um *outro*, um “novo” ser, uma imagem qualquer. Essa imagem construída poderá ter maior ou menor relação com as características visuais do usuário no mundo real. Sua criação e modelização não é algo simples, exatamente por tudo o que envolve a construção de um corpo idealizado de algum modo, relacionado a uma imagem mental, com níveis diferenciados de identificação por parte do usuário, através do qual o residente se apresenta na figura de um avatar. Todos os componentes, ao serem customizados, se entrelaçam, configurando uma determinada imagem com a qual o avatar circula e estabelece relações sociais no ambiente virtual e a partir da qual é visto e se vê, enquanto residente.

Como são as figuras dos residentes do ambiente *SL* pesquisado? Responder a esta interrogação significa trazer a tona uma série de questões que mostram a complexidade de seu entendimento enquanto figuras de avatares presentes nesse espaço virtual e, mais especificamente, pelo fato de se constituírem, no caso estudado, o público efetivo e potencial das organizações.

As organizações no mundo real interagem com o seu público constituído por figuras humanas e essa relação já é desafiadora no

sentido do reconhecimento de suas características, comportamentos, expectativas, colocando demandas com relação à atualização de seus processos comunicacionais. O público circulante dos espaços virtuais estudados apresenta-se visualmente de modo extremamente diversificado, idealizado, não tendo, algumas vezes, correspondência às figuras humanas, característica marcante dos usuários dos serviços presentes na dinâmica organizacional no mundo real. A compreensão dessas figuras coloca novas exigências conceituais para o seu entendimento e relacionamento nos espaços virtuais.

Criar um avatar traz a possibilidade de expressar um inconsciente que gera, muitas vezes, figuras que não têm nenhuma proximidade e semelhança com o humano. Sua configuração é ficcional, "extraterrestre", de fato uma Quimera moderna, como é proposta por Weissberg (2008).

Estima-se que

> algo entre 70% e 80 % da população de residentes está registrada como humana. Uma lista seleta daqueles que estão fora desse espectro incluiria robôs de todos os tamanhos, formas e funções, anjos, vampiros, elfos, personagens de animes, raios de sol ambulante e nuvens de tempestade; (...) extraterrestres; caricaturas de políticos; pinguins e pôneis (Au, 2008: 96).

Esses seres seriam, de fato, as quimeras, como pode ser observado na imagem (imagem 27).

Nos ambientes virtuais, muito antes do *SL*, esse tipo de avatar já era conhecido como *furries*, animais antropomórficos, muitas vezes derivados dos desenhos animados. "Os *furries* também representam o ápice da experiência de ser um avatar: uma luta para transcender um alter-ego tão idealizado que não é mais humano" (AU, 2008: 96). Esse tipo de personagem está presente nos debates que hoje se estabelecem vinculados às linguagens sobre o eu em ambientes virtuais. Circulam, cada vez mais frequentemente, nos espaços virtuais, ou seja, pessoas que no mundo "virtual" são outras e não somente personagens, mas uma outra coisa, uma quimera moderna.

Quando o avatar se constitui enquanto uma figura humana, mais próxima ao real, as questões que se apresentam estão relacionadas, principalmente, ao gênero e raça. Dados de pesquisa realizada pela Global Market Insides[108] indicam que 23% dos participantes entram nos espaços virtuais apresentando-se como de sexo diferente do seu na vida real - homens entram como mulheres e vice-versa - não por uma opção sexual reprimida no mundo real, mas motivados pela fantasia de se perceber como é "ser uma outra pessoa" ou buscando aprender mais sobre si mesmo, vendo-se pelo eu oposto - uma forma de libertar-se. Já na questão racial, 22% apontam que possuíam uma cor de pele não correspondente à sua no mundo real. Além disso, essa pesquisa indica que 64% dos participantes se apresentam de forma diferenciada do que são em suas vidas cotidianas, normalmente apresentando ter um corpo que é considerado mais atrativo (45%) e indicando serem mais jovens (37%). Nessa busca por ser um outro, 23% dizem se apresentar com outra nacionalidade e 11% declaram ter uma posição política diferente da real.

Imagem 27 – Quimera virtual

Nos espaços virtuais estudados, o que foi dominante no interior das duas organizações, tendo como referência os seus funcionários, é a modelização de traços físicos vinculados à estética humana, de forma sóbria, à semelhança do mundo real. Essa constatação ficou evidenciada no que se refere, principalmente, aos seus executivos. Os avatares criados não somente tinham sua

---

[108] Para maiores detalhes ver http://www.gmi-mr.com/about-us/news/release.php?p=20070423 e AU (2008:102).

aparência exterior configurada com essa estética, mas eram customizados com o maior nível de fidelidade possível ao real, tanto nas expressões de seus rostos, como em seus corpos (imagem 28).

Essa semelhança estabelece uma identificação dos homens de negócios presentes nos dois "mundos": autoridades que ao serem reconhecidas nos ambientes repassam credibilidade organizacional. O fato de o usuário poder reconhecer e se aproximar desses executivos, gerando uma interação, potencializa essa condição, uma vez que eles representam o garante das organizações, expresso em suas autoridades.

Imagem 28 – Zola, gerente de propaganda e webmarketing da VW
http://mundolinden.wordpress.com/category/marca

Já no caso dos atendentes, dominantemente figuras femininas que circulavam pelos ambientes, essa fidedignidade aos padrões humanos não esteve tão marcada na customização de seus avatares. Assim como na vida real, não são figuras públicas cujos semblantes são reconhecíveis: constituem pessoas "anônimas". Esse anonimato ficou evidenciado na impossibilidade de se perceber a correspondência do avatar construído e sua identificação com a fisionomia do usuário/operador. Por assumirem o primeiro contato da organização com os residentes notou-se uma adequação mais livre de suas vestimentas e fisionomia, mas sempre próxima ao humano.

O fato dos avatares que representam as organizações possuírem sempre uma aparência humana aponta três grandes entendimentos. O primeiro estaria relacionado à necessidade de se identificarem com a maioria dos residentes que "são humanos", conforme apontado anteriormente pela pesquisa da Global Market Insides. O segundo, marcado pela necessidade de reconhecimento do usuário real no avatar, como no caso dos executivos. E um terceiro pode ser

indicativo, também, de restrições no entendimento, por parte das organizações, das potencialidades desses espaços interacionais, cada vez mais dinâmicos e anamorfóticos, como é o caso do *SL*.

A existência de quimeras modernas coloca um grande desafio para as organizações que buscam se inserir em espaços virtuais em seu processo de reconhecimento do cliente/usuário/quimera para poder planejar uma interação e divulgação que sejam direcionadas para esse público.

> Eu já passei informações e vendi carros para uma flor, um tigre, fantasmas, bruxos, mas muitas vezes fiquei sem saber como agir com esses 'seres'. De repente a flor é milionária, o tigre pode ser um tigre asiático, aqui no *SL* é muito diferente do real (Avatar responsável - ambiente VW no *SL*).

Entender esse "novo" público que se forma em espaços virtuais 3D interacionaiss configura-se como algo complexo. Não sendo o mesmo público da página *web* organizacional, das campanhas de comunicação, o desafio que se coloca é como entender e se posicionar frente a esse seu perfil. Demanda a criação de métodos de pesquisa e observação e, principalmente, o entendimento de que as demandas presentes em ambientes virtuais, como o *Second Life*, são diferenciadas.

Cenário 9 e 10 - Injeção do real no virtual e ver o virtual por uma janela real

Os cenários - injeção do real no virtual e ver o virtual por uma janela real - propostos por Weissberg (2008) trazem níveis de percepção e, principalmente, de detalhamento das ações, necessários para sua apreensão, que não foram identificadas no *SL*, ou seja, nenhuma forma que se aproxime plenamente do que foi apresentando pelo autor.

Relacionado ao primeiro cenário, constatou-se que este tipo de "injeção" ainda não é possível no *SL*: não existe a possibilidade de um movimento real do usuário 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, além do uso de *scripts* para animar o avatar.

Por outro lado, o avatar pode ser constituído da forma mais próxima da configuração física humana. A modelização ainda é considerada muito complicada e há agências de publicidade que se especializaram nesse serviço, cobrando 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 (imagem 29), passando pelo tamanho e peso da pessoa. Tudo com o máximo de detalhes e combinações diversas. Esse tipo de inserção ainda não caracteriza e possibilita a injeção do real no virtual, no entendimento de Weissberg (2008).

Imagem 29 – Tela de personalização do avatar

Sem a potencialidade de movimentar um monitor ou deslocar o equipamento para ver o virtual por uma janela real, o mais próximo que se chega à proposta de Weissberg (2008) no *SL* é a percepção de que o cenário vai sendo revelando no caminhar do avatar pelos ambientes. “A tela revela sua mutação em órgão de visão” (WEISSBERG, 2008:122). Esse movimento de revelação progressiva ocorre pois os cenários são “baixados” do servidor e construídos na tela do residente, desvelando-se à medida que o avatar se desloca.

Ao contrário dos jogos tradicionais para entretenimento, no quais todo o programa e seus cenários são instalados conjuntamente, no *SL* estes últimos não ficam no computador, ou seja, não existe a instalação junto com o programa. Os ambientes do *SL* existem, estão construídos anteriormente, mas ficam

armazenados em um servidor e são requisitados, via Internet, ao entrar no ambiente, sendo baixados para o computador no momento de sua utilização. É a imagem de síntese que se revela ao andar.

A forma de interação com o programa *Second Life* só ocorre pelo movimento do *mouse* e do uso do teclado. O avatar se movimenta a partir do comando desses 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 realizar uma aproximação a cada objeto.

Por fim, todo esse percurso de reconhecimento e reflexão mostrou possibilidades do dispositivo, seus recursos, mecanismos presentes e apropriados pelo espaço virtual do *SL*, incorporada nos ambientes organizacionais estudados através dos muitos cenários possíveis, que expressam a intrincada e sutil articulação virtual/real.

5.2.1. Tendências dos cenários

A observação realizada explicitou muitos contextos, presentes no espaço virtual estudado, em que existem articulações, que estabelecem conexões com o real enquanto atual - reproduzindo, apresentando, ampliando, prolongando, interpretando esse mundo. Entre os diversos cenários propostos, o que traz a reprodução do real no virtual propriamente dita apresentou um número maior de elementos percebíveis nos espaços virtuais observados. Outros cenários evidenciaram uma ruptura com o referente do real, como é o caso das quimeras enquanto seres imaginários; o da autonomia do real frente ao virtual e o da telepresença, no modo como Weissberg a concebe.

Os cenários que guardam uma maior aproximação ao real foram dominantes por se revelarem em maior número. Também por apresentarem atrativos gerados pela simulação (a exemplo do test-drive e da distribuição de brindes e produtos, que atraem um

grande número de residentes para os espaços organizacionais). De diferentes modos realizam uma reiteração do real nesse espaço virtual.

Se considerarmos que os residentes do *Second Life* têm um potencial para viver o mundo virtual enquanto espaço de inovação diferenciado do real, a expectativa que se tinha, ao iniciar a pesquisa, era a de que as organizações estivessem realizando um movimento de ruptura ou, ao menos, de “suspensão” do real na abordagem e criação de seus espaços nesse ambiente. O que se observou é que esse movimento ocorreu de forma tímida. Na VW, quase não havia elementos inovadores; já a FIAT foi mais ousada, assumindo uma concepção para o seu espaço virtual em que estabelece essa ruptura, materializada em algumas estruturas arquitetônicas e dinâmicas implementadas.

As duas organizações se apresentaram incorporando representações do real que se aproximam e se afastam dos referenciais do real presentificado por graus de iconicidade diferenciais. Isso implicou regras de interpretação ampliadas que pudessem fazer entender as diferentes assimilações do convencimento se produzem nessa diversidade de aproximações e afastamentos do real enquanto atual. Essa diversidade, gera para as organizações, dilemas de escolha de um padrão de aproximação aos públicos existentes e potenciais, demandando um reconhecimento profundo destes.

Ao buscar compreender esse movimento de criação realizado e as possíveis motivações pelas quais as organizações insistem em reproduzir o real no espaço virtual, Boellstorff (2008) mostra um primeiro entendimento para esse comportamento.

> Porque os mundos virtuais são muito novos, é esperado que as pessoas que os constroem e neles entram, acabam por importar e reconfigurar aspectos cotidianos do

> mundo atual, desde a gravidade e a luz solar até a encarnação e a linguagem[109](p.63).

As referências ao mundo real trazidas pelas organizações ao *Second Life* podem também estar muito marcadas pela transposição "automática" de lógicas presentes no mundo real, percebendo, de modo incipiente, que a esfera do virtual constitui um outro universo e que novos modelos e metáforas podem ser concebidos de modo livre e inovador.

> É preciso entender aquele universo. Não dá para imaginar na nossa realidade real e tentar reproduzir no espaço virtual. Não dá para entrar no *SL* pensando em fazer negócio, imaginado a realidade organizacional do mundo real. A empresa tem que estar ligada no que é o metaverso, entendendo a suas propriedades distintivas. (COSTA, presidente do IG, seminário *SL*)

O fato de as organizações desejarem "garantir" o estabelecimento de uma relação de reconhecimento imediato dos espaços organizacionais dentro do *SL* pelos residentes que circulam no ambiente pode ser ainda um elemento explicativo. Essa necessidade de serem reconhecidas visualmente traz, para o universo virtual, concepções e características semelhantes às estruturas arquitetônicas, às figuras humanas e ao atendimento existentes nas organizações no mundo real.

Fundamentalmente, passa por um

> enfoque da atualidade [que] pode distinguir aí dois dispositivos pelos quais uma dogmática sempre se impôs à crença: de um lado, a pretensão de falar em nome de um real que, supostamente inacessível, é ao mesmo tempo o princípio daquilo que é crido (uma totalização) e o princípio do ato de crer (uma coisa sempre subtraída, inverificável, ausente); de outro lado, a capacidade do discurso, autorizado por um "real" para se distribuir em elementos organizadores de práticas, isto é, em "artigos de fé". Essas duas forças tradicionais se acham hoje no sistema que combina com a narrativa da mídia – uma instituição do real – o discurso dos produtos de consumo – uma distribuição deste real em "artigos" que devem crer e comprar. (CERTEAU, 2003:286)

---

[109] Do original: Because virtual worlds are quite new, it is to be expected that as persons have built and entered them they have imported and reconfigured everyday aspects of the actual world, from gravity and sunlight to embodiment an language.

Enfim, um enfoque dos dias atuais que vincula a exigência de “falar” em nome de um real, gerando, no caso das organizações, a capacidade de, através de seu discurso baseado no “real”, criar “artigos de fé” para serem consumidos.

A FIAT, ao entrar mais tarde no *SL*, trouxe elementos para se diferenciar de seus concorrentes. Buscou uma mescla entre elementos de simulação do real e simulacros para criar uma ilha que tivesse maiores atrativos além da exposição de automóveis. Assim, sua concessionária continha espaços mais apropriados ao padrão virtual inovador que foi sendo estabelecido. Ao expressar na configuração de seu espaço virtual, elementos de inovação diferenciados do real atual demonstrou uma preocupação de incorporar uma proposta que proporcionasse uma dinamicidade, que avançasse sobre o já existente no mundo real. Apostou em uma posição de vanguarda que o próprio ambiente do *SL* produz sobre si mesmo, utilizando e potencializando muitos de seus recursos. Por via distinta, esta organização também apostou no espaço virtual do *SL* enquanto possibilidade de criação de “artigos de fé” consumíveis.

5.3. Adesão e adaptações organizacionais ao *Second Life*

Para entender o movimento de entrada e inserção das organizações no *SL* foi fundamental obter uma visão ampliada das motivações para a busca e permanência nesse espaço virtual. O entendimento dessas motivações e expectativas iniciais contribuiu para a compreensão do processo de virtualização que realizam, percebendo o seu significado para os objetivos que perseguem na perspectiva da comunicação.

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

inegável que houve (e ainda há[110]) um movimento de ingresso de organizações no *Second Life*. O seu processo de crescimento, com expressiva entrada de organizações, deu-se de modo muito veloz, o que fez com que muitas delas desconhecessem esse espaço virtual – o que é, qual o seu potencial e, principalmente, como agir e reagir em seu interior. Assim, essa entrada gerou uma série de expectativas do que poderia ser realizado nesse ambiente, que se mostrou desconhecido para muitas das organizações, mesmo as que possuíam um *know-how* significativo em suas páginas *web*-organizacionais e outros espaços virtuais. Essa importância foi mostrada através de diferentes expressões, durante o processo da pesquisa, como demonstra 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 *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*[111]).

Uma primeira motivação que se apresenta (e talvez a mais forte para a entrada de muitas organizações no *SL*) é o caráter de pioneirismo que envolve a presença em um novo espaço virtual. Esse

---

[110] Durante o decorrer da pesquisa, várias outras organizações ingressaram no SL. Entre elas pode-se mencionar o grupo de pesquisa em educação digital da Unisinos - http://www.unisinos.br/pesquisa/educacao-digital/ambsec.htmls (2007). Também a agência de notícias Reuters abriu um bureau para divulgação de notícias, em outubro de 2007, http://in.tech.yahoo.com/061016/137/68izr.html. Mais recentemente pode-se citar o Sebrae que mantém sua ilha no ambiente e em plena atividade http://mundosebrae.wordpress.com/2008/07/09/o-sebrae-no-second-life-ii/ (2008) e http://www.youtube.com/watch?v=EwR0SYr3BgY (2009)

[111] http://www.philips.com.br/mt_theme_2007_06_secondlife.page A Philips do Brasil é uma subsidiária da Royal Philips Eletronics da Holanda e atua há 84 anos no mercado brasileiro de eletroeletrônicos, eletrodomésticos, lâmpadas, aparelhos de monitoramento médico na área da saúde. Em sua totalidade emprega, aproximadamente, 133 mil funcionários, distribuídos em 60 países.

caráter de pioneirismo está relacionado à necessidade de criação, de ser atual, sendo visto como um grande laboratório de inovação para o mundo dos negócios.

> Entrar no *SL* está associado, inexoravelmente, à inovação, a formatos absolutamente diferentes, a experiência de interatividade em ambiente tridimensional e que pode significar grandes projetos (COSTA, presidente IG, seminário *SL*).

Essa entrada pioneira e inovadora, somada à ampla cobertura midiática que ocorreu, garantiu um destaque nos mais diversos espaços comunicacionais. Isso ficou evidente nos casos estudados quando a mídia, principalmente a digital[112], destacou de uma maneira enfática, o fato da VW ter sido a primeira empresa automobilística do Brasil a entrar nesse espaço virtual.

Ao localizar sua concessionária na terceira ilha mais visitada pelos brasileiros, a VW garantiu uma média alta de visitas de avatares desde que foi inaugurada em dezembro de 2006.

Imagem 30 – Outras organizações presentes na ilha

[112] Uma busca simples, em sites especializados para tal fim, com o nome das organizações acrescido da palavra *second life* irá resultar na visualização de vários artigos e links que comprovam o espaço de divulgação realizado.

Segundo ZOLA, gerente de propaganda e *web* marketing da VW,

> foram 3 mil pessoas que participaram nesse evento de lançamento. Hoje nós temos uma média diária de aproximadamente 2 mil visitantes na Volkswagen Haus, ao longo desse período, tivemos mais de 80 mil usuários únicos; já foram mais de 300 mil visitas[113].

O alto número de visitas conseguido por essa organização, igualmente registrado em todos os momentos em que o avatar-pesquisador esteve circulando pelo ambiente VW, vinculou-se também ao fato de dividir a ilha com outras organizações (imagem 30) de igual reconhecimento, o que gerou uma circulação ampliada em seu próprio espaço.

Já a FIAT, por ter criado uma ilha sem vínculos com outras organizações (vide imagem 11 - página 114) onde somente ela ocupava todo o seu espaço, registrou um movimento menos intenso, centrado nos residentes que, de algum modo, chegavam até ela na busca de informação direta. Soma-se a isto o fato de haver entrando "mais tarde", em 2008, quando o *boom* do programa já havia passado, mas ainda havia um grande número de usuários ativos.

Ambas as organizações vincularam a idéia de atualidade presente na motivação para a sua entrada no *SL* à oportunidade de ampliar, através do mundo virtual, a sua capacidade de interação com seus potenciais públicos, visando reforçar o referencial de marca e produtos.

> A idéia inicial era de realmente fazer com que as pessoas, os avatares, os internautas tivessem oportunidade de conhecerem os nossos produtos, obviamente de fazer um *link* desse mundo virtual com o mundo real da Volkswagen e pra isso a gente criou alguns processos, algumas ferramentas lá dentro (ZOLA, gerente de propaganda e marketing VW – seminário *SL*).

---

[113] Além da informação repassada por ZOLA no seminário SL, alguns sites noticiaram esse alto número de visitantes:
http://www.estadao.com.br/arquivo/economia/2007/not20070419p10432.htm

Com essa compreensão mais centrada no produto, a VW construiu apenas uma concessionária, cuja movimentação efetivou-se em torno do atendimento, divulgação e negócio. A FIAT, ao construir um espaço diversificado (imagem 31), trouxe uma nova proposta de relacionamento com o usuário, proporcionando um espaço de sociabilidade - casa de cultura, auditório, *show-room*, ambiente para festa - e de informação veiculada através de diferentes mecanismos – *banners*, fotos dos carros -, até a estrutura da fábrica mostrando sua linha de montagem.

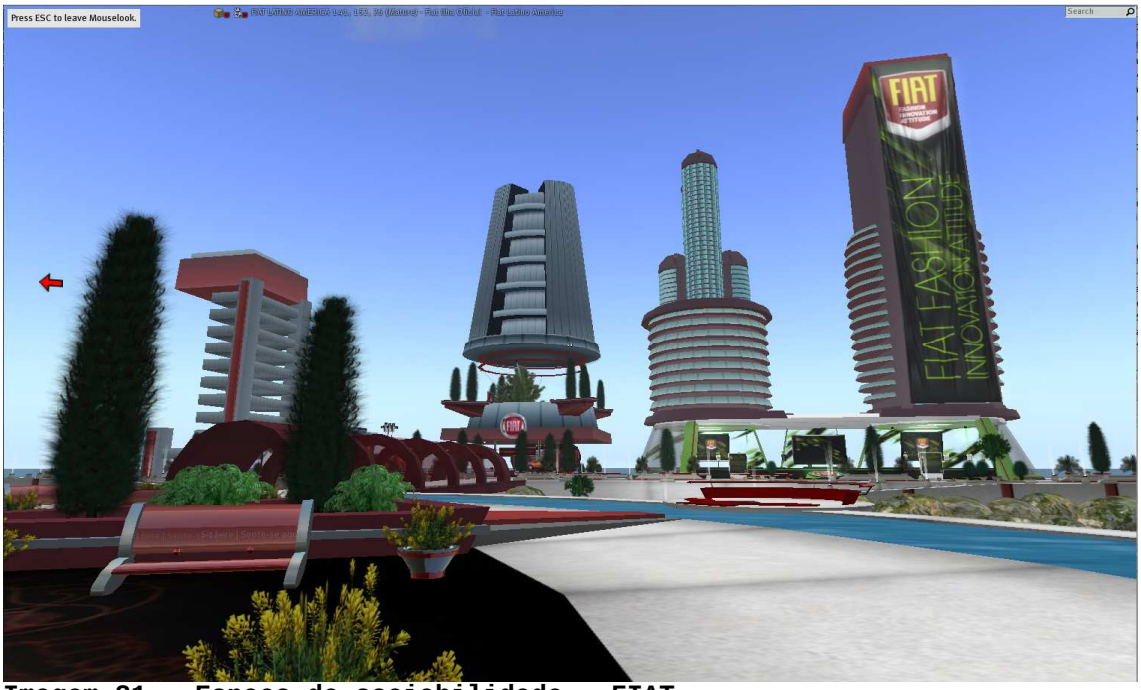

Imagem 31 – Espaço de sociabilidade – FIAT

Por sua vez, a VW entrou no *SL* com um amplo leque expectativas. Uma primeira estava vinculada à aposta no crescimento exponencial do número de usuários do programa. Uma segunda referiu-se à possibilidade de acompanhar os movimentos do residente, buscando identificar se ações realizadas no *SL*, a exemplo do *test-drive*, tinham repercussão no mundo real, como a compra do veículo. Disponibilizar no ambiente toda a linha de produtos, buscando também a oportunidade de desenvolver uma área de pós-venda, em contato direto com o consumidor, constituíram algo esperado por essa organização. Uma última expectativa, expressa no depoimento de Zola (Gerente de propaganda e marketing

da VW), diz respeito à necessidade de

> cada vez mais reproduzir e integrar ações de promoção, ações de relacionamento e outras atividades que por ventura a gente venha a fazer no mundo real, no mundo virtual. Cada vez mais, isso vai acontecer, vai ser um fato constante dentro da atividade da Volkswagen no *Second Life*.

A possibilidade de ampliar o acesso de pessoas a diversos eventos se apresentou como um outro fator explorado para a inserção das organizações no *SL*. A telepresença propiciou que as figuras dos avatares estejam “presentes” em eventos, mesmo que os usuários fisicamente não possam estar no local, o que amplia o acesso do público participante, expandindo a capacidade de mútua interação – organização/público. Expressão dessa interação possível, observada no interior do *SL*, está vinculada à realização de reuniões coletivas com funcionários de várias partes do mundo, todos reunidos em um auditório virtual, sem, no entanto, haver deslocamento físico de seus participantes (vide imagem 16 página 129).

Ao lembrar que a Internet tem alcance mundial, o *SL* possui o mesmo potencial. E esse alcance constitui um fator de aproximação das organizações com públicos diversos, tendo uma possibilidade de interação que o site organizacional não consegue estabelecer. Apesar de ter alcance global, essa interação possível apresenta restrições, como a colocada pela barreira linguística. Em princípio, os avatares responsáveis pelas organizações necessitam se dirigir em mais de um idioma aos residentes que acessam seus espaços na tentativa de identificar qual o melhor para o estabelecimento da comunicação. Essa demanda aumenta a complexidade da estrutura de suporte necessária para as interações.

> Um dado interessante e importante pra nós: a Alemanha, obviamente nossa sede, nossa matriz, o povo alemão é um dos maiores usuários hoje do *Second Life* e nós temos a experiência de atender muitos alemães dentro da nossa Volkswagen Haus, buscando informações sobre o que a gente está fazendo aqui no Brasil, dentro desse ambiente (ZOLA, gerente de propaganda e marketing da VW).

O que é possível apontar é que o *SL* trouxe para as organizações expectativas de constituir-se um ambiente que pretendia 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. O metaverso prometia representar um significativo papel nas relações comerciais estabelecidas, incorporando a concepção de rede social em que seus participantes integram uma comunidade virtual.

A inserção das organizações no *SL* anunciava a possibilidade do estabelecimento de uma relação de aproximação com seus participantes, ampliando a sua credibilidade na sociedade, sendo reconhecida por um público potencial entre os residentes desse espaço virtual, considerados um novo tipo de cidadão, o E-cidadão.

5.3.1. Metamorfoses organizacionais

As organizações têm vivido um desafio constante de atualização e entendimento das dinâmicas que se fazem presentes nas possibilidades da "experimentação numérica" enquanto um dispositivo sócio-técnico que compartilha da "redefinição cultural de uma fórmula de crença" (WEISSBERG, 2008). Entender o dispositivo enquanto um espaço de interação entre três universos vinculados à tecnologia, relações sociais e sistema de representações (FERREIRA, 2006) faz parte dos processos que as organizações necessitam realizar para o estabelecimento de estratégias diferenciadas nos espaços virtuais, mais especificamente no *SL*.

> A gestão de projetos de comunicação em meios digitais é uma ferramenta estratégica para a gestão da marca e, em especial, de sua imagem. A comunicação on-line transforma as relações da organização com seus competidores, clientes, fornecedores e públicos internos e externos. Não se trata, portanto, de outros meios que somam às estratégias midiáticas em andamento, se não de repensar a identidade mediática da organização à luz dos meios digitais e, em algumas

> ocasiões, até de repensar o modelo de negócio[114] (COLLIVA; PASCUALENA, 2004:398) .

Entre os conhecimentos que se apresentam como necessários, o referente "tecnologia", relativo à construção do metaverso, é algo muitas vezes transferido para agências especializadas, contratadas para modelizar espaços virtuais. Essa transferência não retira das organizações a exigência de profundo conhecimento e domínio da totalidade que envolve, que constitui o dispositivo e que se vincula à heterogeneidade de seus elementos, convivendo em estreita (e muitas vezes contraditória) ligação, permanentemente atualizada no tempo (FOUCAULT, 2008).

Para as organizações observadas, algo fundamental e complexo são as mudanças das dinâmicas dos públicos frente a esses espaços. "O usuário que chega aqui, mesmo sendo novato no *SL*, já conhece muito de Internet, acessa *blogs* e outras comunidade virtuais" (Avatar responsável - ambiente VW no *SL*). Entende-se que o perfil daqueles que utilizam a Internet hoje está composto, cada vez mais, por "usuários ativos da plataforma *Web* 2.0 também, de *blogs* a redes sociais e *sites* de compartilhamento de vídeo e imagem" (AU, 2008:190). São usuários que possuem voz, produzem e demandam conteúdos diferenciados e portanto dinâmicos. Estão plugados em vários espaços virtuais e imersos na tecnologia, que utilizam plenamente. É, pois, o consumidor final, que está presente de modo significativo no espaço *SL* das organizações observadas, não tendo sido percebida a interação entre parceiros comerciais.

Hoje o relacionamento *B2B*[115], no caso da Volkswagen no *Second Life*, ainda é muito limitado, como admite o gerente de propaganda

---

[114] Do original: La gestión de proyectos de comunicación en medios digitales es una herramienta estratégica para la gestión de la marca, de los productos y servicios asociados a ella y, en especial de su imagen. La comunicación *on-line* transforma las relaciones de la empresa con sus competidores, clientes proveedores y públicos internos y externos. No se trata, por tanto, de otros medios que sumar a la estrategia mediática en marcha, sino de repensar a la identidad mediática de la empresa a la luz de los medios digitales y, en ocasiones, hasta de reasentar el mismo modelo de negocio.

[115] Business-to-business vincula-se a negócios baseados no comércio eletrônico, apoiado por redes privadas, onde há compra e venda de produtos e informações, viabilizadas entre parceiros.

e marketing da VW.

> Pelas informações de nossos atendentes, vemos que o perfil do usuário que hoje utiliza o *Second Life*, o relacionamento B2B pra Volkswagen, ainda é muito pequeno, ainda é muito restrito, hoje, realmente, a linha de comunicação é basicamente só com o consumidor final (Zola – seminário *SL*).

Assim, para as organizações torna-se necessário compreender que

> o caráter multimídia, interativo e hipertextual dos meios digitais, junto com o potencial para a comunicação personalizada e a atualização de conteúdos em tempo real, exigem das organizações a adoção de uma nova perspectiva que permita compreender que o alcance da atual revolução mediática converte a organização que se comunica por canais digitais em um meio em sí[116] (COLLIVA; PASCUALENA, 2004:398).

Isso muitas vezes não tem ocorrido. Se os usuários estão cada vez mais ágeis na compreensão e na adaptação aos novos meios que surgem, fluindo entre esses, as organizações muitas vezes não compreendem o que esses fluxos representam. Parecem migrar, de forma estanque, entre os diversos espaços virtuais. Entendem o mínimo (a tecnologia, muitas vezes) e transportam suas estratégias de comunicação do mundo real. Na medida em que esse espaço vai se consolidando, buscam ampliar o investimento, bem como o entendimento dos significados dessas mudanças.

> Acho saudável que empresas invistam no *Second Life* pois, na prática, este mesmo ceticismo ocorria há 10 anos, quando as pessoas não sabiam exatamente o que era "*web*" ou "*home-page*". Então, o mundo virtual passa por um período de maturação (FERRAZ, 2007:80).

Essa questão ficou nítida no tipo de inserção da VW. A organização tinha todo o potencial para criar sua própria ilha, mas optou por manter seu espaço virtual dividindo-o com outras organizações, tendo um crescimento progressivo. Se por um lado essa convivência aumenta o número de visitantes, como já

---

[116] Do original: el carácter multimedia, interactivo e hipertextual de los medios digitales, junto a su potencial para la comunicación personalizada y la actualización de contenidos en tiempo real, exige a las organizaciones la adopción de una nueva perspectiva que permita comprender que el alcance de la actual revolución mediática convierte a la empresa que comunica mediante canales digitales en un medio de por sí.

mencionado, por outro dispersa a atenção sobre a sua concessionária em particular.

> A VW resolveu investir um passo de cada vez. Quando nós chegamos no Boulevard Brasil, tínhamos inclusive a dificuldade de não ter ruas, então tudo isso precisou ser construído pra que pudéssemos fazer com que os avatares tivessem a oportunidade de experimentar o nosso produto. Não é algo simples, optamos por ir crescendo aos poucos (ZOLA, gerente de propaganda e marketing da VW).

Muitas organizações ainda não incorporaram o paradigma que se coloca frente a essas mudanças e que está centrado no

> conhecimento e sua gestão estratégica [que] aparecem no entorno digital como o principal capital das empresas: sua identidade corporativa está cada vez mais relacionada com a informação (sua história, seu know-how, sua imagem de marca, a percepção pública de seus mercados de referência, a linguagem com que se comunica com os clientes e seus fornecedores, sua imagem mediática)[117] (COLLIVA; PASCUALENA, 2004:398).

Pode-se constatar que existe um longo caminho a ser percorrido pelas organizações para que haja um entendimento do que seja esse metaverso. Ficou nítido que o *Second Life* não havia atingido a sua maturidade quando as organizações começaram a aderir; assim a experiência propiciada foi muito mais limitada do que se imaginava. O principal obstáculo notado foi a falta de um plano de longo prazo para as organizações, provavelmente pelo desconhecimento dos potenciais do metaverso. Nas organizações observadas e, de modo geral, em outras, ocorreu um ingresso amplamente divulgado mas, com o passar do tempo acabaram abandonando seus espaços virtuais. Todo esse processo aponta, neste momento, para a criação de um “deserto de marcas reais”: grandes espaços organizacionais sem atendimento, oferecendo escassas informações, levando a uma redução do movimento de avatares/residentes, acarretando sua desativação posterior.

---

[117] Do original: conocimiento y su gestión estratégica aparecen en el entorno digital como el principal capital de las empresas: su identidad corporativa está cada vez más relacionada con la información (su historia, su *know-how*, su imagen de marca, la percepción pública en sus mercados de referencia, el lenguaje con el que se comunican con clientes y proveedores, su imagen mediática).

6. Considerações finais

Em sua formulação inicial, o objetivo de analisar as contiguidades entre virtual e real, que referenciou a primeira hipótese, apostava na existência no *Second Life* de possibilidades de múltiplas combinações dessa relação concretizadas através de ampliados recursos computacionais. Combinações que, efetivamente, se mostraram presentes nesse espaço, viabilizadas por dispositivos que criam uma dinâmica, um movimento peculiar estabelecido em seu interior, expressas nos cenários analisados.

Os recursos tecnológicos que se apresentam no *SL* repassam uma visão de um espaço construído por tecnologia avançada, o que foi constatado pela evolução demonstrada nas incorporações feitas ao programa. No entanto, alguns limites puderam ser percebidos e constituíram elementos transversais que perpassaram diversos cenários observados. Entre estes, a capacidade de modelização, incorporada às imagens de síntese, mesmo tendo avançado significativamente, mostrou-se limitada, ao ficar aquém da expectativa de apresentação de suas formas de modo plástico e aceito como válido e convincente pelos residentes desdobrando-se em reconhecimento das organizações no mundo real, como por elas demandado.

A imagem de síntese, produzida por cálculos numéricos abstratos, abre espaço para o estabelecimento de uma relação original inusitada, criando dinâmicas próprias cujos referenciais são os mais diferenciados, seja em seus vínculos com o real/atual, seja com o próprio virtual. Emergem, assim, inter-relações distintas - linguagem, espaço, tempo, corpo –, trazendo uma compreensão inerente para noções que transitam no ciberespaço, tais como, a de telepresença, a de experiência interativa e a de imersão. Assim, as imagens de síntese se apresentam como uma possibilidade de transmutação de modelos de representação presentes no real. No caso do *SL,* ao incorporar a perspectiva tridimensional, de movimento, e de imersão, têm potencialmente capacidade para provocar sensações, idealizações e sonhos, num *devir* permanente, em que a simulação produz “mais real”, alarga os

limites do modelo, criando uma virtualidade, e, também, novas atualidades, incluindo eventos artificiais, tão reais quanto qualquer acontecimento do mundo real.

Os processos de virtualização, expressos na constituição da relação virtual /real presente nesses espaços, trazem consigo a possibilidade de rupturas com os referentes vinculados ao real. No entanto, na materialização desses processos, as organizações reiteradamente se referenciam às situações análogas ao mundo real que, em um primeiro momento, parecem constituir a referência dominante. No entanto, no interior do *SL* existe uma estreita convivência com uma outra dimensão que se distancia da necessidade de importar padrões estéticos do mundo do real. Uma convivência que estabelece uma relação com construções próximas ao ficcional e uma interlocução com (os aparentemente) "seres imaginários" – estranhos entes que a fantasia dos homens engendrou, ao longo do tempo e do espaço, e que se revelam nos mundos virtuais.

O virtual e todo o processo de virtualização tomam uma expressiva dimensão que parece ganhar uma certa autonomia, uma vida com parâmetros e "estatuto" próprios. Autonomia construída por processos de modelização do espaço virtual, criando significados que são gerados por uma linguagem de programação oculta para o usuário e que se torna transparente pelo efeito analógico das imagens de síntese.

As múltiplas articulações do composto virtual/real, presentes na primeira hipótese, incorporadas nos cenários virtuais e expressas em imagens, criam um estado subjetivo favorável, uma predisposição de reconhecimento frente à organização. A constituição do espaço organizacional no *Second Life* — através de diversas composições, figurações e estruturação de planos e ângulos — pôde contribuir para o estabelecimento dessa predisposição que se materializa na constituição de diferentes atmosferas. Entre elas, uma atmosfera futurista, por suas figuras e estruturas extravagantes e hipermodernas, que expressa o culto à inventividade, ao poder de criação, à valorização do avanço tecnológico; uma atmosfera de poderio e solidez organizacional,

subjacente à grandiosidade da composição arquitetônica e ao compartilhamento de vivências de caráter multinacional no espaço da organização; uma atmosfera de domínio e autoridade, expressa na sobrevalorização dos primeiros planos e no agigantamento de figuras e ângulos, gerando uma percepção de força. A incorporação dessa predisposição favorável à organização, foi percebida nas interlocuções com os responsáveis pelos espaços organizacionais, ao manifestarem a existência de um movimento de recondução do virtual ao real, através das opiniões emitidas pelos avatares residentes e por eles captadas.

O monitoramento e avaliação do reconhecimento organizacional assimilado pelos residentes e seu desdobramento em ações no mundo do real/atual, se plenamente realizados, contribuiriam para consolidar a presença das organizações nesse espaço virtual tridimensional. Tornam-se particularmente relevantes, ao se considerar que no *Second Life* convivem seres fantásticos – quimeras modernas – que apesar de serem usuários reais, como qualquer avatar "humano", se apresentam, enquanto entes diferenciados e assim demandam aproximações distintas por sua qualidade de clientes efetivos e potenciais.

Todos os movimentos presentes no *SL* geram aproximações, cada vez mais singulares, e apontam para a necessidade de entendimentos a serem incorporados pelas organizações. A vinculação a esse espaço virtual, articulada à sua potencialidade de repasse de referências de reconhecimento, traz uma necessidade de adaptação permanente das organizações. Essa compreensão presente na formulação dos objetivos, que se desdobram nas hipóteses mais diretamente relacionadas às apropriações e adaptações realizadas pelas organizações, passa pelo modo como se articula a convivência entre real/virtual, numa relação sutil que ocorre no espaço modelizável de simulações e simulacros. Espaço este que as organizações estudadas utilizaram, de forma restrita, ao permanecerem atadas aos padrões do mundo real/atual. Não criaram modelos suficientemente plásticos que incorporassem a interlocução possível, propiciada por esse espaço virtual, tendo por base

informações diferenciadas, e que produziriam uma relação distinta do “real” presentificado.

A apropriação plena das potencialidades oferecidas pelo *SL*, em seus diversos dispositivos, demanda das organizações a assimilação de novos paradigmas para a configuração desse espaço virtual que superem a recorrência aos marcos conceituais de figuração do real enquanto atual. Essa recorrência tem levado a uma dissintonia entre o que é oferecido pelas organizações no interior do programa, moldado pela visão ainda dominante, que associa capacidade de convencimento à proximidade e reprodução do real/atual, e a potencialidade desse espaço de criação virtual “autônoma”. Um paradoxo é gerado pelo confronto das expectativas dos usuários frente às potencialidades do programa e as configurações modelizadas pelas organizações, emolduradas por estas perspectivas, levando a um movimento ambivalente de identificação e estranhamento.

O dinamismo das relações, que se instala em espaços virtuais e que é muito presente no *SL*, aponta para processos de adaptação das organizações, que ocorrem de maneira extremamente acelerada, uma vez que o ciclo de vida do programa, marcadamente curto, não disponibiliza tempo de maturação aos processos necessários para sua utilização plena. O caráter volátil imposto pela virtualidade e, principalmente, a incessante busca por “garantes” levam ao estabelecimento de um fluxo migratório das organizações para novos dispositivos, que trazem renovadas promessas. Pode-se inferir que a obsolescência em alta velocidade, uma de suas características, faz com que as próprias organizações incorporem a utilização desse dispositivo e seus recursos tecnológicos como algo renovável em curto espaço de tempo, descartável e substituível por outros que emergem e se mostram mais atrativos.

Os fluxos migratórios realizados pelas organizações repercutem na própria dinâmica social que os residentes estabeleceram. Há, pois, um movimento de duplo desencantamento. Se, por um lado, a busca foi muito grande em um primeiro momento, por outro, as organizações não seguiram aumentando a participação neste espaço e

os residentes buscaram outros ambientes, mais associados à sociabilidade e ao lúdico, muitos deles criados por usuários comuns. Isso levou ao não retorno de muitos avatares aos ambientes organizacionais.

O *Second Life* tem todo o potencial para se tornar um novo padrão de navegação avançado e baseado na tecnologia 3D imersiva. As organizações apostaram nesta evolução ao aderirem maciçamente. Mas, neste momento, o programa e seu uso mostraram-se anacrônicos. Do ponto de vista tecnológico demanda recursos computacionais amplos, muitas vezes não correspondendo ao que o usuário dispõe, tornando a experiência de navegação no ambiente sofrível ou não possível. Isto levou ao estabelecimento de um espaço para os "já iniciados", ou seja, pessoas que têm um conhecimento mais profundo de computação e informática. As organizações não concretizaram uma imersão plena – ao deixarem de realizar um investimento similar ao existente em suas páginas *web* organizacionais – para a disponibilização ampla de informações e, também, pelo não aprofundamento das relações presentes no mundo real, e possíveis no *SL*, através da interatividade e tele-presença.

No processo de desenvolvimento desta tese foram sendo construídos aportes teórico-metodológicos específicos para a compreensão dos dispositivos vinculados ao espaço digital, em constante atualização, tendo constituído também um objetivo da pesquisa. A netnografia, enquanto "suporte metodológico", possibilitou a apropriação de conceitos essenciais. Evidenciaram-se confluências, semelhanças de preocupações, de concepções de abordagem, advindas da etnografia, necessárias para um olhar diferenciado, imersivo, em espaços virtuais tridimensionais, onde se insere o *SL.*

A netnografia, debruçando-se sobre um objeto de estudo da comunicação, contribuiu ao entendimento de um dispositivo que envolve um esforço de estabelecimento de relações interpessoais – "presentificadas" através das figuras dos avatares. Ao assegurar a condição de imersão, de "estar lá", no interior do espaço cria a possibilidade de estabelecimento de diálogos com os residentes,

descobrindo suas interpretações e realizando registros próximos aos moldes do fazer etnográfico em sua tradição calcada no “não apenas estive lá, mas fui um deles e falo com sua voz”.

Vale ressaltar a vivência do resgate de conteúdos de um campo de conhecimento, a antropologia/etnografia que, historicamente, esteve vinculada aos estudos das sociedades ditas “primitivas”, comparecendo e aportando à compreensão de um objeto relacionado às tecnologias de ponta - computacional, imersiva, tridimensional —, no interior do que há de mais avançado nas sociedades consideradas “complexas”. Conteúdos que trouxeram contribuições valiosas para entender componentes novos – interativos, imersivos —, que emergem do desenvolvimento dessas tecnologias e que objetivam superar seus limites, enquanto espaços de comunicação. É exatamente nesse esforço de aproximação da comunicação estabelecida nos espaços virtuais às possibilidades da interação humana vivida no mundo real que se inseriu essa contribuição.

Construir e organizar um processo analítico, a partir de cenários virtuais, que apresentam articulações possíveis, presentes no modo como se configura o espaço virtual que constitui o *SL,* contribuiu para a obtenção de um olhar sistemático sobre o espaço observado. No entanto a mutação incessante presente nos dispositivos traz consigo a permanente renovação de cenários, ou, ao menos, a introdução de sutis mudanças que incorporam novos componentes que alteram sua composição e, portanto, os seus significados. As inovações tecnologias se apresentam marcadas pela velocidade de sua atualização e geram uma obsolescência, uma diminuição da vida “útil” dos conceitos e categorias analíticos empenhados na compreensão de seus processos. Isto restringe a sua capacidade de apreender uma realidade intensamente mutável, pois sua validade e condição interpretativa têm uma determinação de tempo e espaço muito delimitada. O movimento de mutação constante das tecnologias de informação e comunicação vem pois exigindo uma reiterada capacidade de plasticidade e transformação conceitual, enquanto subsídios válidos e permanentemente atualizados para a abordagem da realidade virtual.

A concepção subjacente a esses cenários mostrou sua vinculação com criações baseadas em recursos tecnológicos de alta complexidade, de acesso restrito e sofisticado. Tal concepção, ao ser trazida para a interpretação do *Second Life*, mostrou um anacronismo, em algumas situações observadas, pelo fato desse espaço virtual possuir recursos visuais e tecnológicos mais limitados e ser de amplo consumo. Isso levou com que alguns cenários propostos guardassem pouca relação com o espaço virtual *SL,* não abrangendo suas peculiaridades, trazendo uma menor contribuição ao seu entendimento.

Ao se constituir enquanto um conjunto de cenários, trazendo consigo uma categorização, por um lado, contribuiu para a organização da reflexão realizada, por outro, apresentou algum nível de engessamento, levando à necessidade de elaboração de novos cenários, que contemplassem um espectro mais amplo de entendimento da relação real/virtual.

Enfim, referir-se às tecnologias de informação e comunicação, neste estudo representado pelo *Second Life,* uma questão ficou evidenciada, não somente na produção teórica existente como também no modo como são abordadas pelas organizações: existe uma sobrevalorização das suas potencialidades, em suas promessas de contribuição para a atualização de processos de comunicação organizacional. Promessas estas que ficaram evidenciadas desde a constituição das primeiras expectativas de entrada das organizações no *SL,* passando por todo o processo de sua inserção, que repassou mais "euforia" do que uma postura de reconhecimento de limites e potencialidades do programa. As organizações assimilaram fragilmente a profunda, e extensa, crítica presente nos debates sobre as tecnologias de informação e comunicação, que vêm sinalizando a distorção desse processo de exagerado otimismo, o que compromete a precisão do entendimento da significação de sua presença nesse espaço virtual, específico do *SL*.

Ao término dessa reflexão pode-se dizer que as mutações que vêm ocorrendo com relação à presença das organizações nesse espaço virtual constituem parte integrante das adaptações por elas

realizadas expressando seu entendimento com relação às potencialidades e limites do *SL*. Se por um lado tem existido, conforme já foi explicitado, um movimento de alternância, de deslocamento das organizações para novos espaços virtuais, expressando um processo de busca de outras inserções inovadoras, por outro lado, coexiste um movimento de permanência expressando reconhecimento da potencialidade do *SL.* Movimento igualmente inovador, de continuidade nesse espaço buscando entender, de modo mais sutil, as suas especificidades, incluindo as referentes aos residentes que nele transitam. Algumas organizações têm realizado uma intensificação do uso do *SL* mais diretamente direcionado aos clientes e parceiros de negócios a elas vinculados. Também tem se dado a incorporação desse programa às experiências internas vivenciadas pelo conjunto de seus funcionários, utilizando os recursos por ele trazidos enquanto espaço virtual, imersivo, tridimensional gerando uma dinâmica renovada nos processos comunicacionais das organizações, em âmbito local, nacional e mundial.

Referências

ADAMS, Lee. *Visualização e realidade virtual*. São Paulo: Makron,1994.

ACCIOLY, Maria Inês. *Isto é simulação*: o *efeito de real* como estratégia de comunicação. 2009. 172f. Tese (Doutorado)- Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Rio de Janeiro.

ACCIOLY, Maria Inês. Um estudo exploratório sobre simulação e controle no Second life. In:XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Santos, INTERCOM, 2007.

AMARAL, Adriana, *et al.* Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. *Comunicação cibernética*, n.20. Porto Alegre, Famecos/PUCRS, dez. 2008 http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/4829/3687.(b)

AMARAL, Adriana. Autonetnografia e inserção online: o papel do "pesquisador-insider" nas práticas comunicacionais das subculturas da WEB. In: XVII COMPÓS. São Paulo: UNIP, jun. 2008.(a)

ANDRADE, Rosane. *Fotografia e antropologia*: olhares fora-dentro. São Paulo: Estação Liberdade/EDUC, 2002.

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

AUMONT, Jacques. *A imagem.* 11.ed. Campinas: Papirus, 2006.

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

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

BAUDRILLARD, Jean. Televisão/revolução: o caso Romênia. In: PARENTE, A. (Org.). *Imagem máquina*: era das tecnologias do virtual. Rio de Janeiro: Editora 34, 2008.

BELLEIL, Arnaud. *@-Privacidade* – o mercado dos dados pessoais: proteção da vida privada na idade da Internet. Lisboa: Piaget, 2002.

BENTES PINTO,Virginia *et al.* "Netnografia": uma abordagem para estudos de usuários no ciberespaço. In: 9º CONGRESSO NACIONAL DE BIBLIOTECÁRIOS, ARQUIVISTAS E DOCUMENTALISTAS. Lisboa : APBAD, 2007. p. 79-95. Disponível em http://badinfo.apbad.pt/Congresso9/COM90.pdf. Data do acesso: 28.04.2008.

BETTETINI, Gianfranco; COLOMBO, Fausto. *Las nuevas tecnologías de*

la comunicación. Barcelona: Paidós, 1995.

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

BORGES, Jorge Luis. *O livro dos seres imaginários*. São Paulo: Globo, 1989.

BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação empresarial:* teoria e pesquisa. São Paulo: Manole, 2003.

CARDOZO, Missila L. Games e comunicação: o Second Life e o Advergame. In: XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Santos, INTERCOM, 2007.

CARR, Nicholas G.. *Las tecnologías de la informacinón*. Barcelona: Empresa Activa, 2004.

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

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.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 3.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CASTELLS, Manuel. Inovação, liberdade e poder na era da informação. In: MORAES, Dênis. *Sociedade midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

CEBRIÁN, Juan Luis. *A rede*: como nossas vidas serão transformadas pelos novos meios de comunicação. São Paulo: Summus, 1999.

CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano*: artes do fazer. 9.ed. Petrópolis: Vozes, 2003, v.1.

CERTEAU, Michel. *A cultura no plural.* Campinas: Papirus, 1995.

CICOUREL, Aaron. Teoria e método em pesquisa de campo. In: Zaluar, Alba G. *Desvendando máscaras sociais.* 3.ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1990.

CIPRIANI, Fábio. *Blog corporativo*. São Paulo: Novatec, 2006.

COLLIVA,José Luis O. ; PASCUALENA, María Luisa S. Guia para el diseño y evaluación de proyectos de comunicación digital. In: MALLÉN, José Ignacio Bel. *Comunicar para crear valor*: la dirección de comunicación en las organizaciones. Pamplona: EUNSA, 2004.

COLOMBO, Fausto; BETTETINI, Gianfranco. *Las nuevas tecnologias de la comunicación.* Barcelona: Paidós, 1995.

COSTA, Joan. *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujia, 2006.

COSTA, Joan. *La comunicación en acción*: informe sobre la nueva cultura de la gestión. Barcelona: Paidós Ibérica, 1999.

COUCHOT, Edmond. *A tecnologia dentro da arte*: da fotografia à realidade virtual. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

COUCHOT, Edmond. Da representação à simulação. In: PARENTE, A. (Org.). *Imagem máquina*: era das tecnologias do virtual. Rio de Janeiro: Editora 34, 2008.

DAVENPORT, Thomas H. *Ecologia da informação*: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo: Futura, 2000.

DELEUZE, Gilles. *A imagem-movimento* : cinema 1. São Paulo: Brasiliense, 1985.

DELEUZE, Gilles. *Diálogos.* São Paulo: Escrita, 1998.

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

DELEUZE, Gilles. Que és un dispositivo. In: BALBIER, E. *et al. Foucault, filósofo.* Barcelona : Gedisa, *1990, p. 155-161.*

DENTIN, Serge. O virtual nas ciências. In: PARENTE, A. (Org.). *Imagem máquina*: era das tecnologias do virtual. Rio de Janeiro: Editora 34, 2008.

DERTOUZOS, Michael. *La revolución incompleta*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina, 2003.

DRUCKER, Peter F. O advento da nova organização. In: *Gestão do conhecimento.* 2.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

FABRIS, Annateresa. A imagem técnica: do fotográfico ao virtual. In: FABRIS, A.; KERN, M.L.B. (Orgs.). *Imagem e conhecimento.* São Paulo: EDUSP, 2006.

FABRIS, Annateresa. Redefinindo o conceito de imagem. *Revista Brasileira de História,* São Paulo, v.18, n.35, 1998.

Faria, Marcella S. *As interfaces virtuais do social*: imersão e extensão em ambientes virtuais – Second Life e BarCamp. 2008. 175p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação)- Universidade de São Paulo, São Paulo.

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

FERREIRA, Jairo. Mídia e conhecimento: objetos em torno do conceito de dispositivo. In: XXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS

DA COMUNICAÇÃO. Salvador, INTERCOM, 2002.

FERREIRA, Jairo. Midiatização: dispositivos, processos sociais e de comunicação. *E-Compós*. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, Brasília, v.10, p.1-15, 2007.

FERREIRA, Jairo. Uma abordagem triádica dos dispositivos midiáticos. *Líbero:* revista acadêmica. São Paulo, Ano IX, n. 17, p.137-145, jun.2006.

FIGUEIREDO, José Carlos; GIANGRANDE, Vera. *Comunicação sem fronteiras*: da Pré-História à era da informação. São Paulo: Gente, 1999.

FISCHER, Gustavo Daudt. *Presença na web e elaborações identitárias*: um estudo de caso sobre diários online. 2002. Dissertação.(Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS, São Leopoldo.

FLUSSER, Vilém. Sintetizar imagens. In: FABRIS, A.; KERN, M.L.B. (Orgs.). *Imagem e conhecimento.* São Paulo: EDUSP, 2006.

FORTES, Waldyr Gutierrez. *Relações Públicas*: processo, funções, tecnologia e estratégias. São Paulo: Summus, 2003.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder.* 26.ed. São Paulo: GRAAL, 2008.

FREITAS, Ricardo F.; LUCAS, Luciane. (Orgs.). *Desafios contemporâneos em comunicação:* perspectivas de relações públicas. São Paulo: Summus, 2002.

FRAGOSO, Sueli. Games online como terceiros lugares. In: XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Santos, INTERCOM, 2007.

GAINES, Brian R.; SHAW, Mildred L. G. *A interação computador-usuário*: um novo meio de comunicação. Rio de Janeiro: Livros técnicos e científicos, 1987.

GARCIA JIMÉNEZ, Jesús. *La comunicación interna.* Madri: Díaz de Santos, 1998.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas.* Rio de Janeiro: Guanabara-Koogan, 1989.

GEERTZ, Clifford. *Obras e vidas*: o antropólogo como autor. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2002.

GERMAN, Christiano. *O caminho do Brasil rumo à era da informação*. São Paulo: Konrad Adenauer, 2000.

GUBERN, Román. *Del bisonte a la realidad virtual*: la escena y el laberinto. Barcelona: Anagrama, 2007.

HARVEY, Pierre-Léonard. *Ciberespaço e comunáutica*: apropriação, redes, grupos virtuais. Lisboa: Piaget, 2002.

HILL, Peter D. *Así se crea realidad virtual*. Barcelona: Artyplan, 1996.

HINE, Christine. *Etnografia virtual.* Madri: UOC, 2000. (Colección Nuevas Tecnologias).

HINE, Christine. *Virtual ethnography*. London: SAGE, 2008.

HINE, Christine.(Ed.). *Virtual methods:* issues in social research on the Internet. New York: BERG, 2005.

HUNT, Tood; GRUNIG, James E. *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000, 2000.

IANNI, Octavio. *Enigmas da modernidade* – mundo. 3.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

JOLY, Martine. *Introducción al análisis de la imagen*. Buenos Aires: GEA, 1999.

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

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

KERCKHOVE, Derrick. *Inteligencias en conexión*: hacia una sociedad de la web. Barcelona: Gedisa, 1999.

KERCKHOVE, Derrick. *La piel de la cultura*: investigando la nueva realidad electrónica. Barcelona: Gedisa, 1995.

KLEIN, Otavio José. A gênese do conceito de dispositivo e sua utilização nos estudos midiáticos. *Estudos em Comunicação,* n.1, p.215-231, abr.2007. Disponível em: www.labcom.ubi.pt/ec/01/_docs/artigos/klein-otavio-genese-do-conceito-de-dispositivo.pdf Acesso em: 18/3/2008.

KOZINETS, Robert V. The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*. Chicago, n.39, p.61-72, 2002.

KOZINETS, Robert V. Netnography 2.0. In: BELK, Russell W. (Ed.). *Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing.* Cheltenham, UN;Northampton, MA: Edward Elgar Publishing, p.129-142, 2006.

KOZINETS, Robert V. The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research.* Chicago, n.39, p.61-72, 2002.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.* 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

LACASA, Antonio S. *Gestión de la comunicación empresarial*. Barcelona: Gestión 2000, 1998.

LAURINDO, Fernando J. B. *Tecnologia da informação*: eficácia nas organizações. São Paulo: Futura, 2002.

LESLY, Philip. *Os fundamentos de Relações Públicas e da Comunicação*. São Paulo: Pioneira, 1995.

LÉVY, Pierre. *A conexão planetária*. São Paulo: Editora 34, 2001.

LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva*. São Paulo: Loyola, 1998.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Rio de Janeiro: Editora 34, 2000.

LÉVY, Pierre. O ciberespaço e a economia da atenção. In: PARENTE, André (Org.). *Tramas da rede*: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulinas, 2004.

LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996.

LÉVY, Pierre. *Tecnologias da inteligência*: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. *Pesquisa em comunicação*. 6.ed. São Paulo: Loyola, 2001.

LORENZET, Fabíola; ROSA, Ana Paula. Second Life: nova vida para a publicidade. In: IX CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - região sul. Guarapuava, 2008.

MACHADO, Arlindo. A fotografia sob o impacto da eletrônica. In: SAMAIN, Etienne (Org.). O fotográfico. 2. ed. São Paulo: Hucitec/Senac, 2005).

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos*: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MALDONADO, Tomás. *Lo real y lo virtual*. Barcelona: Gedisa, 1999.

MALINOWSKI, B. *Argonautas do pacífico occidental.* São Paulo: Abril Cultural, 1976.

MALLÉN, José Ignacio Bel. *Comunicar para crear valor*: la dirección de comunicación en las organizaciones. Pamplona: EUNSA, 2004.

MARCHIORI, Marlene. *Cultura e comunicação organizacional: um olhar estratégico sobre a organizacão.* São Caetano do Sul: Difusão, 2006.

MARÍN, Antonio Lucas. *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1997.

MARINA, José Antonio. *Elogio y refutación del ingenio*. Barcelona: Anagrama, 2000.

MARTÍN GARCÍA, Víctor. La edad de la informática. La cibersociedad. *Documentación social*: revista de estudios sociales y de sociologia aplicada - informática, información y comunicación. Madri, n.108, jul/set.1997.

MARTINS, Francisco Menezes e SILVA, Juremir Machada da. *Para navegar no século XXI*. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 2000.

MATTELART, Armand. *La invención de la comunicación.* Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1995.

MATTELART, Michele, MATTELART, Armand. *História das teorias da comunicação*. 3.ed. São Paulo: Loyola, 2000.

MATTOS, Silvia. *A revolução dos instrumentos de comunicação com os públicos*: como atingir com eficácia os públicos da empresa em tempo de internet. Porto Alegre: Comunicação Integrada, 1995.

MIRABITO, Michael M. A. *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Barcelona: Gedisa, 1998.

MONTARDO, Sandra P.; PASSERINO, Liliana M. Estudo dos blogs a partir da netnografia: possibilidades e limitações. *Novas tecnologias na educação.* São Paulo, v.4, n.2, dez, 2006.

MONTARDO, Sandra P.; ROCHA, Paula Jung. Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura. *E-COMPÓS*, v.4, 2005. Disponível em: http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/55/55

MORAES, Dênis de. (Org.). *Sociedade midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MORAES, Dênis de. *O concreto e o virtual*: mídia, cultura e tecnologia. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

MORGAN, Gareth. *Imagens da organização*. São Paulo: Atlas, 1996.

MORIN, Edgar. *Introdução ao pensamento complexo.* 2.ed. Lisboa: Instituto Piaget, 1990.

MORIN, Edgar. *O problema epistemológico da complexidade*. 2.ed. Mem Martins: Publicações Europa-América, 1996.

MUSSO, Pierre. A filosofia da rede. *In*: PARENTE, André (Org.). *Tramas da rede*: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MUSSO, Pierre. Ciberespaço, figura reticular da utopia tecnológica. In: MORAES, Dênis de. (Org.). *Sociedade midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

NEGROPONTE, Nicholas. *A vida digital*. 2 ed. São Paulo: Companhia das letras, 1995.

NEVES, Roberto de Castro. *Imagem empresarial*: como as organizações [e as pessoas] podem proteger e tirar partido do seu maior patrimônio. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

OROZCO GOMEZ, Guilhermo. Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: MORAES, Dênis de. (Org.). *Sociedade midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

PARENTE, André. (Org.). *Tramas da rede*: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2004.

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

PARENTE, André. *O virtual e o hipertextual*. Rio de Janeiro: Pazulin, 1999.

PAVLIK, John V. *La investigación en Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000, 1999.

PATRIOTA, K.R.M.; PIMENTA, R.D.DA H. Second Life: experiência e consumo para uma nova abordagem da mensagem publicitária. In: XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Santos, INTERCOM, 2007.

PEIRANO, Mariza. *A favor da etnografia.* Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1995.

PINHO, J.B. *Relações Públicas na Internet:* técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse. São Paulo: Summus, 2003.

PINK, Sarah. *Doing visual ethnograph*: images: media and representation in research. Londres: Sage, 2007.

PIÑUEL RAIGADA, José Luis. *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*. Madri: Síntesis, 1997.

PASCUALENA, José. Guia para el diseño y evaluación de proyectos de comunicación digital. In: MALLEN, José Ignacio Bel. *Comunicación para crear valor:* la dirección de comunicación en las organizaciones. Pamplona: EUNSA, 2004.

PRADO, José Luiz A. (Org.). *Críticas das práticas midiáticas*: da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo: Hacker, 2002.

QUÉAU, Philippe. *Lo virtual*: virtudes y vértigos. Barcelona: Paidós, 1995.

QUÉAU, Philippe. O tempo do virtual. In: PARENTE, A. (Org.). *Imagem máquina:* a era das tecnologias do virtual. São Paulo:

Editora 34, 2008.

RÉNAUD, A. Comprender la imagen hoy: nuevas imágenes, nuevo régimen de lo visible, nuevo imaginário. In: TALENS, J. (Ed.). *Videoculturas de fin siglo.* Madri: Cátedra, 1989.

RUTTER, Jason; SMITH, Gregory W.H. Ethnographic presence in a nebulous setting. In: HINE, Christine.(Ed.). *Virtual methods:* issues in social research on the Internet. New York : BERG, 2005.

SÁ, Simone Pereira de. *Netnografia nas redes digitais.* In: X COMPÓS. Brasília: UnB, 2002.

SÁ, Simone Pereira de. Second Life e Stars Wars Galaxies: encenando o jogo da vida na (ciber)cultura do entretenimento. In: XVII COMPÓS. São Paulo, UNIP,jun. 2008.

SAMAIN, Etienne. "Ver" e "dizer" na tradição etnográfica: Bronislaw Malinowiski e a fotografia. *Horizontes antropológicos.* Porto Alegre, ano 1, n.2, p.23-60, jul/set. 1995.

SANTAELLA, Lúcia. *Navegar no ciberespaço*: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. Os três paradigmas da imagem. In: SAMAIN, Etienne. (Org.). O fotográfico. 2. ed. São Paulo: Hucitec/Senac, 2005.

SANTAELLA, Lúcia. *Teoria geral dos signos*: como as linguagens significam as coisas. São Paulo: Pioneira, 2000.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, W. *Imagem.* Cognição, semiótica e mídias. São Paulo: Iluminuras, 1998.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. Relações Públicas e blogs organizacionais. In: XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Santos,INTERCOM, 2007.

SERRES, Michel. *A comunicação*. Porto: Rés, s.d.

SERRES, Michel. *A lenda dos anjos*. São Paulo: Aleph, 1995.

SERRES, Michel. *Atlas.* Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

SILVA, Renata C. da. Humano também na segunda vida:uma análise dos avatares no Second Life. In: XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Natal,INTERCOM, 2008.

SILVA, Renata C. da. Entretenimento no Second Life: como as redes criam tramas cada vez mais complexas. In: XIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - região sudeste. Rio de Janeiro, INTERCOM, 2009.

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

SONTAG, Susan. *Sobre fotografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

STEGANHA, Roberta. A experiência do jornalismo no Second Life: possibilidades e contradições no metaverso. In: XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Natal, INTERCOM, 2008.

TEIXEIRA, Alfredo. Entre a exigência e a ternura: o compromisso como modo de instituir o crer numa paróquia católica urbana. *Revista Lusófona de Ciências das Religiões.* Lisboa, ano III, n.5/6, p.315-120, 2004.

THALMANN, Nadia; THALMANN, Daniel. *Mundos virtuais e multimídia*. Rio de Janeiro: TLC, 1993.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura*: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

THING, Lowell (Ed.). *Dicionário de Tecnologia*. São Paulo: Futura, 2003.

TRIVINHO, Eugênio. *O mal-estar da teoria*: a condição da crítica na sociedade tecnológica atual. Rio de Janeiro: Quartet, 2001.

TUCHERMAN, Ieda; SAINT-CLAIR, Ericson. O corpo transparente: dispositivos de visibilidade e mutações do olhar. *Intexto,* Porto Alegre,v.2, p.1-17, jul/dez 2008. Disponível em http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/viewFile/8000/4767. Acesso em: 12/5/2009.

TURKLE, S. *Life on the screen:* identity in the age of the Internet. New York: Touchstone, 1995.

TURKLE, Sherry. *The second self*: computers and the human spirit. Nova York: Simon & Schuster, 1985.

TURKLE, Sherry. *A vida no Ecrã*: identidade na era da Internet. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.

VILCHES, Lorenzo. Migrações midiáticas e criação de valor. In: MORAES, Dênis. *Sociedade midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

VILLAFAÑE, Justo. *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madri: Pirámides, 1999.

VIRILIO, Paul. *O espaço crítico e as perspectivas do tempo real.* Rio de Janeiro : Editora 34, 1993.

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

WEISSBERG, Jean-Louis. Paradoxos da teleinformática. In: PARENTE, André (Org.). *Tramas da rede*: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2004.

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

WENZEL, Camila. A nova economia e o “produsuário” no Second Life. XIV Congresso de Ciências da Comunicação na região sudeste. Rio de Janeiro, INTERCOM, 2009.

WINKIN, Yves. *A nova comunicação*: da teoria ao trabalho de campo. Campinas: Papirus, 1998.

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

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