

SECOND LIFE: O LAZER EM UM AMBIENTE DE SOCIABILIDADE NA INTERNET

Rogério Santos Pereira

Mestrando em Educação Física. PPGEF/UFSC. Integrante do Grupo de Estudos Observatório da Mídia Esportiva/LaboMídia - CDS/UFSC.

RESUMO

Este estudo pretende descrever, através de procedimentos etnográficos, a dinâmica do lazer em uma plataforma de sociabilidade na Internet – Second Life. Para pensar o lazer nesse contexto, considero a tecnologia como mediadora da inteiração social dos sujeitos, buscando pensar o real e o virtual a partir de fronteiras permeáveis que se estabelecem no cotidiano e não em uma dualidade. Parto do entendimento do ciberespaço como um desdobramento dos espaços urbanos. Assim, busco utilizar categorias cunhadas pela Antropologia Urbana e pela Sociologia do Lazer para compreender como a dinâmica de ocupação e a sociabilidade se estabelecem nos espaços virtuais.

ABSTRACT

This paper intends to describe the leisure's dynamics in a platform of sociability in the Internet, Second Life - a program that works on-line and simulates a virtual world in three dimensions. To think the leisure on this context, I consider the technology as mediating of the social interaction of the persons and the real and the virtual as permeables borders and not opposite categories. Thus, I make use of the Urban Anthropology and the Sociology of the Leisure categories to understand how the dynamics of occupation and the sociability are established in the virtual spaces of the platform.

RESUMEN

Esta investigación se prepone a describir la dinámica del ocio en una plataforma de sociabilidad en el Internet, Second Life - un programa que funcione en línea y simule un mundo virtual en tres dimensiones. Para pensar el ocio en este contexto, considero la tecnología como mediadora de la interacción social de las personas y el real y el virtual como fronteras permeables, no como categorías diferentes. Así, hago uso de categorías de la Antropología Urbana y la Sociología del Ocio para entender cómo las dinámicas de la ocupación y de la sociabilidad se establecen en los espacios virtuales.

A TECNOLOGIA NO COTIDIANO

O programa Fantástico, da Rede Globo, exibiu no dia 01/10/2006 um quadro intitulado “Os perigos da Internet”. Na reportagem – que abordava os riscos da Internet para a juventude, em especial o abuso sexual por parte de pedófilos e os conteúdos impróprios, como o racismo e a pornografia – destaca-se a fala de um menino de 11 anos que diz usar a Internet para tudo, inclusive para namorar. Quando perguntando se é melhor

namorar uma menina que está perto na escola ou uma que esteja longe, mas que ele encontre todos os dias pelo computador, a criança não vacila ao responder: “Pela Internet, porque pela Internet a gente não expressa os sentimentos”, deixando perplexo o pai que o acompanhava na entrevista. Se homem não é apenas ser natural, mas ser natural humano, como anuncia Marx (1978) em seus manuscritos, temos a tarefa de entender essas novas formas de exercer a humanidade a partir da relação do homem com seus novos objetos (tecnológicos), valendo-se dos sentidos humanos.

Outro exemplo da presença da tecnologia no cotidiano vem de um período em que fui professor de Educação Física entre os anos de 2005 e 2006 em um município de aproximadamente três mil habitantes no interior de Minas Gerais. Rio Doce é uma cidade pobre e desigual que possui uma população predominantemente rural. No município, poucos canais abertos de televisão estão disponíveis e poucas casas tem acesso à TV por assinatura via satélite. A instalação de antenas de telefonia móvel é uma promessa distante e existem poucos pontos de acesso à Internet disponibilizados pela prefeitura, apenas um deles na escola municipal. Ainda assim, por várias vezes observei que crianças e jovens verbalizavam um preciso e extenso conhecimento acerca de assuntos aparentemente distantes da sua realidade cotidiana: detalhes técnicos de carros importados, organização urbana, administração de empresas, estratégias militares, conhecimentos geográficos, políticos, esportivos. Como não indagar sobre a origem e abrangência de tais conhecimentos?

Busquei nos diálogos com os alunos entender o fabuloso conhecimento esportivo que eles traziam de fora do ambiente escolar. No caso específico do futebol, eles sabiam não só o nome dos principais campeonatos e times de futebol do mundo, como conheciam a escalação dos jogadores de cada time, as cores dos uniformes, a bandeira de cada clube. Diziam o país de origem de cada atleta e suas características técnicas, táticas e físicas. Detalhavam a posição em campo, a estatura, peso, fisionomia, perna mais habilidosa e até qual jogador do banco de reservas é o mais indicado para substituição em caso de lesão do titular. Arranjos táticos complexos eram esmiuçados em suas falas: diferentes esquemas táticos, organização da defesa e ataque, adequação do sistema de jogo de acordo com as características do time oponente. A transação de jogadores a cada temporada também era acompanhada. As regras eram dominadas e interpretadas.

Partir por uma explicação que passasse pela exaltação da “pátria de chuteiras” me pareceu improvável quando percebi que os alunos conheciam também detalhes do basquete, do tênis e do beisebol, esportes improváveis em tais terras interioranas. As aulas

de Educação Física também não eram a origem daquele saber. Fui o primeiro professor dessa disciplina a atuar na rede municipal de ensino. Indagados pela origem de tais conhecimentos, a resposta foi simples e direta: “aprendemos no vídeo game”. Como quase nenhuma das crianças e jovens possuía o aparelho em casa, eles trabalhavam¹ fora do horário escolar, repassavam parte do dinheiro aos pais e usavam o restante para alugar a hora de uso de aparelhos de vídeo game em uma pequena videolocadora da cidade.

Desde então não consigo deixar de pensar nos jogos digitais como novos álbuns de figurinhas impulsionados pela interatividade que a tecnologia proporciona. O desafio de “atuar” como os melhores do mundo da bola é uma experiência cada vez mais interativa e busca ser fidedigna, à imagem da realidade. Qual o limite dos jogos digitais que criam e recriam, cada dia com mais realismo de imagens e sensações, o mundo que se quiser? Dirigir carros, praticar esportes radicais, administrar cidades, comandar impérios e exércitos de diferentes épocas da história, viver uma vida cotidiana perfeita. Longe do estigma de diversão solitária, os jogos cada vez mais abrem a possibilidade de interação com outros jogadores em rede, estejam eles no mesmo console de vídeo game, no computador ao lado ou do outro lado do oceano.

Os exemplos anteriores têm sua origem na busca por elementos que me ajudassem a pensar as relações entre lazer e tecnologia na sociedade contemporânea. No decorrer do ano de 2006, busquei elementos para pensar a quebra de dualismos como o real/virtual, autêntico/fabricado, tecnologia/natureza, representação/realidade. A tentativa de me manter inteirado com os desdobramentos da tecnologia não evitou que eu fosse surpreendido no mês de novembro do ano passado. Foi nessa época que um *post* no blog “Contemporânea”², trouxe um título enfático: “Não está gostando dessa vida? Tente outra...” A notícia relatava uma reportagem da *CBS News*³ intitulada, por sua vez, com o questionamento: “*Is Virtual Life Better Than Reality?*”

Os dois textos curtos apresentavam o *Second Life* (SL), ou segunda vida em português, um universo tridimensional (3D) digital on-line que promete a possibilidade de realizar-se de uma forma que a vida real não oferece. Com uma interface semelhante aos jogos digitais 3D da atualidade, os usuários interagem com outras pessoas e com o cenário

¹ As atividades mais comuns eram a venda de picolés, a entrega de pães e a manutenção de hortas e pequenas criações.

² O blog “Contemporânea” é redigido pela jornalista Carla Rodrigues e é ligado ao site “Nomínimo”. Disponível em <<http://contemporanea.nominimo.com.br/>>

³ *Is Virtual Life Better Than Reality?* Disponível em <<http://www.cbsnews.com/stories/2006/07/31/eveningnews/main1852600.shtml>>

através de avatares cuja aparência pode ser modificada livremente. O número crescente de usuários atingia na época quase um milhão de pessoas que tinham a possibilidade de utilizar uma moeda virtual para comprar e vender objetos, terrenos, construções e serviços dentro da segunda vida. Empresas estavam sendo criadas dentro SL com lógicas de funcionamento e administração semelhantes às empresas “reais”. Enquanto isso, empresas “reais” estavam instalando filiais virtuais dentro do SL. Dezenas de universidades criaram campus digitais e se lançaram em pesquisas sob os mais variados enfoques dentro do universo virtual do SL.

Busquei mais informações no site oficial do SL⁴. Descobri que ferramentas de *design* incorporadas ao software de acesso ao SL permitiam que tudo o que existe dentro do universo digital fosse construído pelos próprios usuários. Prevalecendo a lógica do propriedade privada, os avatares têm posse sobre suas criações, sejam elas roupas ou naves espaciais. Agregando diferentes tecnologias já existentes, a plataforma do SL permite que se executem dentro do universo paralelo diferentes funções, como escutar música, assistir filmes, conversar através de mensagens instantâneas, jogar boliche, apostar em cassinos, acessar páginas da Internet, visitar exposições de arte.

Em poucos meses diferentes veículos de mídia começaram a voltar sua atenção para o SL. Milhares de blogs tematizaram a possibilidade da segunda vida digital. Jornais e revistas tradicionais de todo mundo deslocaram reportares para que fizessem reportagens com os acontecimentos de dentro do SL. O G1, portal de conteúdo na Internet das Organizações Globo, criou o G2, site dedicado a noticiar o SL, e deslocou dois reportares para a cobertura virtual. A lista dos que noticiaram o SL como o novo fenômeno da Internet se estende para as Revista Época e Veja, Programa Fantástico, Jornal da Bandeirantes:, entre outros. O SL se expandia rapidamente.

Aos poucos fui incorporando a idéia de que o Second Life poderia ser o campo para minha pesquisa de mestrado. Uma plataforma de sociabilidade onde os usos da Internet pudessem ser densamente descritos não como uma negação da realidade, mas como um prolongamento que dialoga com ela fazendo parte da sua constituição. Um ambiente onde as relações entre trabalho e lazer estão postas em uma dinâmica que é desconhecida em seus nuances.

Ao buscar estudar a Internet nos vemos diante de um campo onde as interações são mediadas pela tecnologia. A afirmação de que “o espaço onde se performa uma cultura é

⁴ Disponível em <www.secondlife.com>

simultaneamente constituído e constituinte da mesma” (GUIMARÃES JR., 2000, p. 76)⁵ me parece importante para que não seja assumida uma visão determinista da tecnologia e dos seus efeitos. Interagimos através dos programas e cada um deles traz sua especificidade. Entender a dinâmica de funcionamento de uma plataforma multimídia enquanto espaço onde se performa uma cultura é imprescindível para compreendermos como se instala uma rede de sociabilidade nesse ambiente e como suas características condicionam simbólica e materialmente essa rede.

APRESENTANDO O SECOND LIFE

SL é a mais nova estratégia de mídia pra você atingir seu público alvo.
(Site do Second Life Brasil⁶)

O Second Life⁷ (SL) é um programa que funciona utilizando a Internet e simula um mundo virtual em três dimensões, ou *metaverso*⁸. Sua plataforma se assemelha à interface gráfica de um jogo digital. No entanto ele se difere dos videogames por não possuir objetivos delineados. Um personagem virtual chamado avatar⁹ é criado e passa a transitar pelo mundo digital do SL interagindo com outros avatares em infindáveis possibilidades que o metaverso proporciona.

Criado em 2003 para ser um jogo por Philip Rosedale, um engenheiro americano apaixonado por realidade virtual, o Second Life quase fracassou nos seus dois primeiros anos de existência. O sucesso da Linden Lab, laboratório que administra o SL, se delineou quando um advogado especializado em propriedade intelectual na internet sugeriu que o ambiente virtual sofresse uma transformação para que os usuários – nomeados no SL de

⁵ Mário José Lopes Guimarães Jr. foi um dos pioneiros no Brasil a considerar a Internet como campo de pesquisa antropológico. Sua dissertação de mestrado é a descrição etnográfica de um ambiente de sociabilidade no Ciberespaço, o Palace, popular no Brasil no final dos anos 1990.

⁶ Disponível em <www.secondlifebrasil.com.br/comercio/comercio.aspx>.

⁷ Disponível em <www.secondlife.com>

⁸ O termo metaverso (em inglês, *metaverse*) tem origem livro de ficção ciberpunk “Snow Crash”, publicado em 1992 por Neal Stephenson. Parte do romance desenrola-se no Metaverso, um espaço virtual cibernético de avatares que interagem numa rede informática mundial que tem uma mega cidade como interface visual. O termo tem sido usado amplamente para denominar espaços virtuais imersivos em três dimensões. O Metaverso é um ambiente onde pessoas interagem ente si (social e economicamente) através dos seus avatares em uma plataforma virtual, sendo assim uma metáfora do mundo real que não apresenta as suas limitações físicas. Disponível em <<http://en.wikipedia.org/wiki/Metaverse>> .

⁹ Os avatares são corpos virtuais que possibilitam uma presença corporificada em ambientes de sociabilidade *on-line*.

residentes – se tornassem proprietários dos objetos que criavam. O laboratório instituiu então uma moeda virtual, o *linden dólar* (L\$), e começou a vender “terras” dentro do SL. A moeda vigente nas transações feitas dentro do mundo virtual ganhou uma taxa de câmbio com cotação diária atrelada ao dólar americano¹⁰. Os residentes passaram a comprar lindens usando o cartão de crédito e também a fazer a troca inversa, convertendo para dólares o dinheiro acumulado dentro do SL. A plataforma virtual constituiu uma economia própria, pessoas começaram a ganhar dinheiro e a economia do mundo “real” se viu seduzida pelas previsões de expansão de um mercado virtual.

O programa de acesso ao SL chama-se *client* e incorpora ferramentas on-line para que os residentes construam seus objetos dentro do metaverso, de roupas a edifícios, de tatuagens a animações das ações dos avatares. O lema é “crie qualquer coisa que você puder imaginar, tenha os direitos sobre suas criações digitais e comece a vendê-las facilmente a outros residentes¹¹”. Se um residente quer algo e não tem tempo ou habilidade para construir, pode usar os mecanismos de busca para achar e comprar o objeto do desejo¹². Como consequência da lógica da propriedade privada dentro do SL, os residentes movimentaram em abril de 2007 entre um milhão e meio e dois milhões de dólares por dia. A economia dentro do SL se expande à taxa anual de 300%. Empresas existentes apenas no mundo virtual¹³ destinadas a construir estruturas no metaverso já empregam dezenas de funcionários, principalmente designers, arquitetos e programadores.

A plataforma do SL possui uma linguagem interna, a Linguagem de Programação Linden (LSL em inglês), que permite controlar o comportamento de objetos e avatares. A linguagem permite a inclusão de mini-games e outros programas mais complexos à dinâmica do metaverso. Esse recurso permite, por exemplo, que se possa apostar em cassinos, jogar futebol ou boliche, escutar música, assistir a um filme em salas de cinema ou acessar páginas da Web a partir do SL.

¹⁰ A cotação no mês de março de 2007 oscilou na faixa de 1 dólar para cada 270 lindens.

¹¹ Retirado do texto de divulgação do pré-lançamento do SL Brasil. Disponível em <www.secondlifebrasil.com.br>.

¹² Vários itens do jogo são distribuídos gratuitamente e recebem o nome de *freebies*. Um uso recorrente de *freebies* é a publicidade dentro do metaverso. É comum lojas e marcas distribuírem gratuitamente camisetas com seu o logotipo estampado para auxiliar na divulgação dentro do SL.

¹³ Em novembro de 2006, Anshe Chung, nome do avatar de Ailin Graef, chinesa radicada na Alemanha, anunciou em uma entrevista coletiva dada a repórteres dentro do Second Life que sua empresa, o Anshe Chung Studios (Disponível em <www.anshechung.com>) contabilizou uma fortuna correspondente a US\$ 1 milhão. Com 25 funcionários chineses contratados, Chung é dona de uma construtora/imobiliária de terrenos e edifícios virtuais no SL.

De dezembro de 2006 a fevereiro de 2007, a população de residentes no SL dobrou de tamanho, passando de dois para quatro milhões. Já no início de abril de 2007, mais de 5 milhões e meio de residentes estavam cadastrados no SL. Os acessos simultâneos têm oscilado no decorrer do dia entre 20 e 30 mil residentes. O Brasil ocupa a sétima posição em número de residentes, ultrapassando os 200 mil usuários cadastrados. Desde o ano de 2006 existem “ilhas¹⁴” que tematizam o Brasil dentro do SL. Seguindo a máxima de que tudo o que existe no SL pertence aos residentes, esses ambientes foram construídos por pessoas que se lançaram ao desafio empresarial investindo dinheiro real na compra de terras e na criação arquitetônica de um mundo virtual de inspiração brasileira. Assim surgiram as *Ilhas Brasil*, *Berrini*, *Itaim* e *Nelore*, o *Jardins São Paulo* e o *Boulevard Brasil*, entre outros. Nesses ambientes, o uso do português nos diálogos entre os avatares é predominante e os cenários tematizam a arquitetura e as paisagens nacionais. Essas ilhas também abriram o caminho para que inúmeras empresas e instituições que atuam no Brasil inaugurassem a sua filial dentro do SL¹⁵.

O pré-lançamento de uma versão oficial brasileira em português do SL foi realizado no início de abril de 2007 e seu o lançamento comercial ocorreu no dia 24 de abril. O *Second Life Brasil*¹⁶ é fruto de uma parceria entre a Kaisen Games¹⁷, empresa brasileira de desenvolvimento de jogos digitais e o IG, portal de Internet da Brasil Telecom. Com o lançamento, o Brasil é o primeiro país a ter sua própria porta de entrada para o metaverso. A previsão é de que a estréia da versão brasileira oficial faça com que o número de residentes brasileiros no SL cresça rapidamente¹⁸, ocupando em 2008 cerca de 10% do total mundial.

¹⁴ As ilhas são as unidades territoriais do Second Life. Elas geralmente são temáticas, ou seja, apresentam uma determinada característica que a caracteriza: relação com algum país ou cidade, com um “tempo histórico” passado ou futuro, com alguma empresa, filme, grupo musical, produto. Muitas ilhas se referem também aos serviços oferecidos, como a Ilha Berrini, criada por brasileiros para ser um espaço de negócios dentro do SL.

¹⁵ Nokia, Globo, Volkswagen, Unibanco, PSDB e Federação de Comércio do Estado de São Paulo são exemplos que ilustram a diversidade das empresas, associações, instituições que já estão presentes em ilhas “brasileiras” no SL.

¹⁶ Disponível em: <www.secondlifebrasil.com.br>

¹⁷ A KAIZEN Games também tem licença do Second Life para a América Latina e demais países de língua portuguesa e espanhola. Disponível em: <www.kaizengames.com.br>

¹⁸ A expectativa é baseada nas características do internauta brasileiro, que é um dos mais presentes em sites de relacionamento, comunidades virtuais e programas de mensagem instantânea e que frequentemente bate recordes de tempo de navegação na internet. A previsão da Kaisen Games e do IG é que a população brasileira de residentes no SL atinja a marca de dois milhões até abril de 2008.

A promessa no site oficial do SL Brasil é de que “nas ilhas produzidas especialmente para os brasileiros, você encontrará ambientes que reproduzem a cultura nacional¹⁹”. Com uma área de cerca de 700 mil metros quadrados em seu lançamento, o SL Brasil já abriga em recriações tridimensionais do Vale do Anhangabaú e do Edifício Martinelli – ícones do centro de São Paulo – e da praia de Copacabana, do Rio de Janeiro. O SL Brasil também está negociando com os donos das ilhas brasileiras “não oficiais” a incorporação desses ambientes aos que serão inaugurados, agregando a iniciativa individual dos pioneiros brasileiros no SL à gestão empresarial da versão oficial brasileira.

A estréia da versão brasileira do SL possibilita que os residentes adquiram Linden Dólar a partir de cartão de crédito nacional (até então só era aceito cartão de crédito internacional) e boleto bancário. Como uma estratégia de transição, o residente já cadastrado na plataforma em inglês não precisa repetir o procedimento e criar um novo avatar. A conta no SL Brasil é ativada no primeiro acesso (login) realizado ao site com o nome de usuário e senha já existentes.

UMA PERSPECTIVA DE ESTUDO A PARTIR DA ETNOGRAFIA

Um grande risco de ter a Internet, e conseqüentemente o Second Life, como objeto de estudo é alardear um impacto transformador de tal tecnologia. Por muitas vezes o SL tem sido descrito com um ar de deslumbramento, como se fosse uma fábrica de sonhos e fantasias que supera e se separa da vida real. Em outros momentos ele é visto como sendo o futuro da Internet, uma interface revolucionária que simula um mundo em três dimensões onde informação, comunicação e negócios se arranjam de uma forma muito mais intuitiva do que nos atuais formatos digitais baseados em quadrados bidimensionais.

Logo no início do seu livro “Etnografia Virtual²⁰”, Christine Hine chama a atenção de que até agora se tem dedicado muito mais esforço em prever um futuro revolucionário da Internet do que em investigar, em detalhe, como a utilizamos e de que modos ela é incorporada à vida cotidiana das pessoas. Hine sustenta o argumento de que o agente de transformação não é a tecnologia em si mesma e sim os usos e a construção de sentido ao redor dela. Assim, a autora sugere que a Etnografia é uma metodologia adequada para compreender o que as pessoas fazem quando usam a Internet:

¹⁹ Disponível em <www.secondlifebrasil.com.br/oquee/oquee.aspx>

²⁰ HINE, 2004. O livro não possui tradução para o português. Tive acesso ao primeiro capítulo da versão espanhola disponibilizado on-line pela editora.

La etnografía es una metodología ideal para iniciar esta clase de estudios, en la medida en que puede servir para explorar las complejas interrelaciones existentes entre las aseveraciones que se vaticinan sobre las nuevas tecnologías en diferentes contextos: en el hogar, en los espacios de trabajo, en los medios de comunicación masiva, y en las revistas y publicaciones académicas. Una etnografía de Internet puede observar con detalle las formas en que se experimenta el uso de una tecnología (HINE, 2004, p. 13).

É preciso pontuar que esse estudo parte do princípio de que uma perspectiva etnográfica pode ser usada para compreender como a Internet se configura através dos seus usos. Isso significa entender o mundo digital como um cenário de ação onde as interações sociais são mediadas pela tecnologia. Mais especificamente, esse estudo se atém ao lazer, “fenômeno tipicamente moderno, resultante das relações entre capital e trabalho, que se materializa como um tempo e espaço de vivências lúdicas, lugar de organização da cultura, perpassado por relações de hegemonia” (MASCARENHAS, 2000). Pensar o lazer sob esse prisma reforça o pressuposto de que ele se insere e reflete a organização da sociedade contemporânea. Assim o lazer envolve “não só a alegria do lúdico, a fruição, a fantasia, o prazer estético e a experiência criativa, mas, também, a satisfação imediata, a utilidade prática, o lucro e a alienação”(MASCARENHAS, 2003, p.122). De que forma o lazer é entendido e vivenciado a partir do Second Life? Como o SL (re)estrutura a relação entre cultura, consumo, “tempo livre”, ocupação dos espaços urbanos, redes de sociabilidade? Minha suposição é de o SL cria uma “segunda vida” que ao se desenrolar na rede não nega ou anula a dinâmica da vida cotidiana marcada pela heterogeneidade e desigualdade social e cultural.

Compartilho o olhar com Mário J.L.Guimarães Jr²¹ ao entender que os estudos do *ciberespaço* podem ser pensados em paralelo com os estudos da Antropologia Urbana. Ambos os estudos se ocupam de objetos que não são homogêneos, que têm uma ênfase grande nas individualidades e que são permeados por uma dinâmica fragmentada e móvel, típica das grandes metrópoles:

A forma como o ciberespaço se constitui faz com que ele se estabeleça como mais um loci de sociabilidade no mundo contemporâneo, mantendo uma constante interação com os demais, e não como um

²¹ GUIMARÃES Jr., p. 76. Mário José Lopes Guimarães Jr. foi um dos pioneiros no Brasil a considerar a Internet como campo de pesquisa antropológico. Sua dissertação de mestrado é a descrição etnográfica de um ambiente de sociabilidade no Ciberespaço, o Palace, popular no Brasil no final dos anos 1990. Suas contribuições para problematização serão desenvolvidas adiante.

contexto isolado. Naturalmente, em decorrência de sua própria natureza, existe uma série de especificidades e peculiaridades que, no entanto, não impedem a migração do referencial teórico e metodológico da Antropologia desenvolvida em grupos urbanos, ou melhor, da Antropologia das Sociedades Complexas, para análise das culturas desenvolvidas em seu interior. (GUIMARÃES Jr., 2000, p. 8-9)

A tecnologia está tão presente no nosso cotidiano que temos dificuldade de nos distanciarmos para observá-la. Os que ainda se negam a reconhecer a amplitude dessa abrangência não se atém à própria rotina e à dinâmica do mundo que os cerca. Assistimos horas de TV, controlamos nossas contas bancárias pela Internet e retiramos dinheiro em caixas eletrônicos. Os preços dos produtos do armazém da esquina estão impressos nos códigos de barra, uma central eletrônica nos carros verifica a mistura entre álcool e gasolina e regula o motor para um melhor desempenho, nos sentimos incomodados se não conseguimos ler diariamente os nossos e-mails. Numa perspectiva antropológica, tornar-se um nativo é algo que já não faz sentido no nosso contexto. Contemporaneamente, “somos todos nativos” e essa expressão desestabiliza completamente a posição do observador. Naturalizamos não só a natureza do “real”, mas também a do “virtual”.

É dentro desse contexto que acho pertinente usar categorias cunhadas para pensar o urbano em um estudo com o uso de procedimentos etnográficos “dentro” do Second Life. O metaverso do SL está repleto de ilhas temáticas que tem um forte referencial simbólico e que estão sendo efetivamente urbanizadas. Nelas surgem ruas, esquinas, prédios, lojas, bares, museus, cinemas, parques de diversão, cassinos, prostíbulos, escolas, universidades... Pessoas trabalham, conversam, jogam, dançam, namoram, escutam música, assistem filmes, viajam por um mundo reproduzido (expandido) digitalmente. Reforço novamente minha posição: é preciso entender o que as pessoas estão fazendo no SL antes de um julgamento que corre o sério risco de cair em maniqueísmos.

Para tentar entender o lazer e pensar sua dinâmica no SL a partir de categorias utilizadas no “real” é preciso adaptar os procedimentos metodológicos às características de um campo que é constituído a partir da relação com a tecnologia. Guimarães Jr (2000, p. 42), ressalta que “apesar das semelhanças já mencionadas com a Antropologia Urbana, as especificidades do *ciberespaço* requerem um instrumental adequado para serem abordadas”. Como cada programa que usa a Internet propicia uma interface diferenciada ao seu usuário, a natureza, as possibilidades de coleta e as formas de registro dos dados também se diferenciam.

O caminho percorrido desperta a necessidade de colocar o lazer no centro da discussão. Não pretendo nesse momento me adentrar nas discussões sobre a busca por uma unidade conceitual do lazer, mas sim problematizar o seu entendimento no âmbito da relação entre real e virtual. Que significados possui o lazer dentro do Second Life? Nesse contexto, os significados que o lazer possui no SL se aproximam dos que são construídos na vida cotidiana ou inauguram uma nova forma de entender e experienciar o lazer a partir do metaverso? Como o lazer se comporta quando tempo e espaço têm suas fronteiras sensivelmente alteradas e quando a atitude frente à experiência, às atividades e aos conteúdos desenvolvidos é mediada pela tecnologia?

Penso em articular teorias clássicas do lazer, como as de Joffre Dumazedier (1979) às características que as fronteiras permeáveis entre o real e o virtual trazem pra as nossas vivências cotidianas. Seria possível, por exemplo, pensar o lazer no *Second Life* – plataforma que se apresenta como “a mais nova estratégia de mídia” – utilizando a estrutura de classificação dos conteúdos culturais? Parto de um ponto onde as indagações superam as certezas, compartilho minhas reflexões em busca de um diálogo que auxilie a construção de respostas.

REFERENCIAS

DUMAZEDIER, Joffre. *Sociologia Empírica do Lazer*. São Paulo: Perspectiva/SESC-DN, 1979.

GUIMARÃES Jr. Mário J. L. *Vivendo no Palace: etnografia de um ambiente de sociabilidade no ciberespaço*. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social)-Florianópolis, PPGAS/Universidade Federal de Santa Catarina, 2000.

HINE, Christine. *Etnografia virtual*. Barcelona, Editorial UOC, 2004. Disponível em <<http://www.uoc.edu/dt/esp/hine0604/hine0604.pdf>>. (primeiro capítulo). Acesso em 12 de novembro de 2006.

IS virtual life better than reality? *CBS News*: online. Disponível em <http://www.cbsnews.com/stories/2006/07/31/eveningnews/main1852600.shtml>. Acesso em 15 de setembro de 2006.

MARX, Carl. *Manuscritos econômicos-filosóficos e outros textos escolhidos*. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

MASCARENHAS, Fernando. *Lazer e grupos sociais: concepções e métodos*. Dissertação (Mestrado em Educação Física) Campinas, Faculdade de Educação Física Universidade Estadual de Campinas, 2000.

_____. O pedaço sitiado: cidade, cultura e lazer em tempos de globalização. *Rev. Bras. Cienc. Esporte*. Campinas v. 24, n. 3, p.121-143, maio, 2003.

Endereço: Rua Capitão Romualdo de Barros, 997, apt 301 bloco A. Bairro Carvoeira.
Florianópolis – SC. CEP 88040- 600. E-mail: rogeriosantosp@gmail.com