



A Nova Economia e o “*produsuário*” no Second Life¹

Camila Wenzel²

Universidade Federal de Juiz de Fora – PPGCOM – UFJF

Resumo

O capitalismo pós-fordista inaugura um novo tipo de trabalho, o trabalho imaterial, onde o conhecimento passa a ser mercadoria. Os produtos dessa nova economia, que vê nas redes informacionais seu lugar de expressão mais forte, não passam pelas tradicionais formas de produção. O usuário aparece não mais como mero consumidor, mas como criador de conteúdo, transformando-se em “produsuário”. O trabalho colaborativo em rede é uma das formas de expressão desse novo usuário. Assim, analisaremos como a plataforma Second Life, um software colaborativo, está inserida neste contexto.

Palavras-chave

Capitalismo pós-fordista; Trabalho imaterial; *Produção*; Trabalho colaborativo; Second Life.

“Repensar o modelo de desenvolvimento da humanidade implica, também, refletir sobre os bens imateriais e os espaços imateriais. Estes terão, possivelmente, um contributo crucial numa dinâmica de desenvolvimento em que os conhecimentos e os valores culturais são elementos estruturantes do processo.” (Lidia Oliveira Silva)³

A tecnologia sempre foi intermediária entre a natureza e o homem e ao longo dos séculos subverteu as relações do homem com o seu meio, bem como seus sistemas de produção. O estabelecimento de uma nova economia está modificando diversos campos econômicos e os tipos de bens produzidos, principalmente no setor de serviços.

Há algum tempo, as empresas vem percebendo que seu maior patrimônio não é físico: instalações, maquinário e processos de produção, mas sim intelectual. Esta é a tendência do chamado capitalismo pós-fordista ou capitalismo imaterial, uma nova economia que vê nas pessoas e no conhecimento, a chave do trabalho contemporâneo.

A informação, bem como o patrimônio intelectual, passam a ser essenciais nesse novo cenário, afirma Pinheiro (2008)

¹ Exemplo: Trabalho apresentado a Divisão Temática Comunicação Multimídia do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

² Mestranda e bolsista CAPES do PPGCOM – UFJF. e-mail: camilawenzel@gmail.com

³ (SILVA, 2001, p.169)



O valor da informação passa a ser vital na economia. Ninguém compra uma ação da *Aple* levando em consideração os seus bens materiais. O que conta são seus contatos, potencialidades da estrutura de marketing, vontade de vencer, capacidade organizacional e força de invenção de seu pessoal, portanto se tratam de bens ou ativos intangíveis. O recurso humano intelectual é a origem do valor, e ele é nulo se não for capturado e transformado em propriedade. (PINHEIRO, 2008, p.8)

O trabalho deixa de ser mensurável por padrões e normas relativos à produção e o desempenho individual passa a ser subjetivo, o que em jargão administrativo é chamado de motivação.

Negri, Bontang e Corsini falam de uma produção “imaterial” onde não há mais produtos como trabalho cristalizado, e sim o conhecimento e as capacidades pessoais: comunicação, capacidade de resolver problemas, atividades cognitivas, relacionamentos. Tipos de conhecimentos que não são apreendidos em escolas ou cursos técnicos. Saberes que, de acordo com Gorz (2003), a informatização revelou insubstituíveis e não formalizáveis, saberes adquiridos no cotidiano. “O saber da experiência, o discernimento, a capacidade de coordenação, de auto-organização e de comunicação.” (GORZ, 2003, p.9).

Terranova (2005) em seu texto “Free Labor” apresenta o pensamento de Mauricio Lazaratto sobre o “immaterial labor”, ou seja, trabalho imaterial. Terranova (2005) afirma que a concepção de trabalho imaterial de Lazaratto se refere a dois aspectos do trabalho: De um lado, a mercadoria informacional está diretamente relacionada às mudanças na tomada de lugar do trabalhador no processo do trabalho – onde as habilidades envolvidas no trabalho direto são, cada vez mais, habilidades relacionadas à cibernética e ao controle do computador (comunicação vertical e horizontal). Do outro lado, quando a atividade do produto como mercadoria é o conteúdo cultural, o trabalho imaterial envolve uma série de processos que não são normalmente reconhecidas como “trabalho”, ou seja, “atividades envolvidas em definir e em reparar padrões culturais e artísticos, formas, gostos, normas do consumidor, e, mais estrategicamente, a opinião pública”⁴ (TERRANOVA, 2005, p.8)

Dessa forma, o conhecimento passa a ser a força produtiva principal e o trabalhador passa a produzir-se, ser ele mesmo um produto contínuo. Essa produção de si é baseada em uma cultura comum, mas subjetivada pelo indivíduo.

⁴ Trad. Livre de “in other words, the kinds of activities involved in defining and fixing cultural and artistic Standards, fashions, tastes, consumer norms, and, more strategically, public opinion.”



Os trabalhadores pós-fordistas (...) devem entrar no processo de produção com toda a bagagem cultural que eles adquiriram nos jogos, nos esportes de equipe, nas lutas, nas disputas, nas atividades musicais, teatrais, etc. É nessas atividades fora do trabalho que são desenvolvidas sua vivacidade, sua capacidade de improvisação, de cooperação. (GORZ, 2003, p.18)

A produção de si ou “*self-branding*” é analisada por Hearn (2008), como uma forma explícita de trabalho não desinteressada e que está de acordo com os paradigmas da Indústria Cultural e sujeita a comercialização de valor. O objetivo do *branding* é produzir valor cultural e, potencialmente, lucro material. A autora conclui em seu texto “Meat, Mask, Burden: probing the contours of the branded ‘self’” que a produção de si não é somente um evento da economia global, mas participa efetivamente como elemento de subjetivação.

O produto desse sujeito não é palpável e está pautado na economia em rede, onde o resultado coletivo passa a ser maior do que a soma dos dados individuais, apesar das recompensas serem individualizadas. As ferramentas, assim como o tipo de produto deste novo trabalhador, se organizam na lógica da rede e para a rede.

Com a informatização dos serviços, a Internet desponta como espaço aonde essa nova economia ganha de fato contornos reais. Não estamos nos referindo apenas à prestação de serviços *online*, que já se tornou uma prática cotidiana dos usuários na Internet, mas de uma mudança na cadeia da produção cultural industrial, que está alinhada com a tomada do trabalhador nos processos de produção, como afirmou Lazaratto, e que se dá principalmente através dos computadores pessoais.

Essa mudança na produção cultural está inserida na era da *Web 2.0*, que de acordo com Bruns (2008, p. 3) é uma revolução comercial na indústria de computadores causada pela mudança da Internet como plataforma. Outro conceito proposto por Bruns (2008) para compreensão das transformações do conteúdo na Internet é o de *software social*: “É uma sub-classe de *softwares* que se preocupam com o reforço do recurso humano e social através de habilidades colaborativas e estruturados no sistema *bottom-up*, emergente.”⁵ (BRUNS, 2008, p. 2)

⁵ Trad. Livre de “Social Software is a particular sub-class of software-prothesis that concerns itself with the argumentation of human, social and/ or collaborative abilities through structured mediation (this mediation may be distributed or centralised, top-down or bottom-up/ emergent.”



Dessa forma, nesse contexto, o termo produto deixa de ser adequado na descrição do conteúdo criativo e colaborativo de alguns espaços na Internet, já que está diretamente relacionado a uma forma específica de resultado, um processo para se chegar a esse resultado e um tipo de interação do consumidor com esse produto. Este é o pensamento de Axel Bruns, (2008) que para superar o dilema terminológico que implica o termo “produto”, propõe o conceito de “*produsage*”, que se destaca dentro de comunidades que se envolvem na criação colaborativa e extensão da informação. Os usuários passam a ser produtores de conhecimento compartilhado tornando-se “*producer*” que podemos traduzir como “produsuários”. “Produsuários não estão envolvidos em uma tradicional forma de produção de conteúdo, mas estão envolvidos em *produsage* – a construção contínua e colaborativa e a ampliação do conteúdo existente na busca de novas melhorias.”⁶ (BRUNS, 2008, p.21)

O foco da *produsage* é predominantemente informacional e de serviços, ainda que a indústria tradicional sinta os reflexos desse processo.

No modelo de produção industrial, que começou na revolução industrial e até hoje é dominante, há uma clara distinção entre produtor, distribuidor e consumidor. Na cadeia da *produsage*, já não há essa distinção e trabalho colaborativo está na base da *produsage*.

Os usuários estão aptos para se envolver de forma flexível e fluida no enfrentamento das tarefas colaborativas, consciência coletiva, pois eles não colaboram realizando apenas o monótono, repetitivo, tarefas predeterminadas da linha de produção, ou contribuindo totalmente. Há o desenvolvimento de novas idéias para a informação comum e perpetuamente inacabada, interativa, evolutiva e um gradual processo de desenvolvimento dos recursos informacionais partilhados pela comunidade.⁷ (BRUNS, 2008, p.20)

Bruns (2008) ainda identifica quatro princípios básicos da *produsage*: 1) participação aberta e avaliação comunal; 2) meritocracia – não há hierarquias; 3) artefatos não-estanques; 4) propriedade comum, recompensas individuais.

Os ambientes da *produsage* oferecem alternativas credíveis e sustentáveis para a competição criada pela indústria e seus produtos. O usuário colaborativo induz questões

⁶ Trad. Livre de “Producers engage not in a traditional form of content production, but are instead involved in *produsage* – the collaborative and continuous building and extending of existing content in pursuit of further improvement.”

⁷ Livre Trad. de “Users are able to involve themselves flexibly and fluidly in the tasks confronting the collaborative, ‘hive’ community; they collaborate not by performing only the monotonous, repetitive, predetermined tasks of the production line, or by contributing fully formed new ideas to the information commons, but instead engage in an ongoing, perpetually unfinished, iterative, and evolutionary process of gradual development of the informational resources shared by the community.”



jurídicas e econômicas a respeito do conteúdo e do direito autoral das indústrias tradicionais, bem como de entidades, que tradicionalmente ganham com a acumulação e difusão de informação e conhecimento. Passamos a repensar quem detém e controla a informação e o conhecimento. Esse debate está fazendo a própria indústria enxergar o conteúdo do usuário como um modelo alternativo de produção, o que explica inclusive, a ênfase dada na participação do consumidor e a absorção desses conteúdos por parte de grandes companhias. Podemos citar como exemplo, os blogs oficiais de jornais *online* e portais de acesso. Também tornou-se comum “blogueiros” saindo do anonimato e sendo reconhecidos por seu conteúdo. É o exemplo da “blogueira” MariMoon⁸, que foi contratada pela emissora MTV para apresentar um programa sobre blogs. Para Lemos, (2007) há uma tensão entre as mídias massivas e pós massivas, entre o usuário produtor de informação e as empresas jornalísticas.

Hoje convivem, em permanente tensão, mídias desempenhando papéis massivos e pós-massivos, reconfigurando a indústria cultural (...) Conseqüentemente, *blogs* surgem com funções pós-massivas e tencionam publicações massivas, como as empresas jornalísticas. Essas por sua vez, contratam “blogueiros” e, enquanto publicações mediadas por profissionais (jornalistas), podem aferir e criticar o “jornalismo cidadão”, por exemplo. (LEMOS, 2007, p.126)

Outro exemplo é o da cantora Mallu Magalhães⁹, que chamou a atenção da indústria fonográfica depois que sua página no site *MySpace* teve milhões de acessos.

De acordo com o pesquisador em estudos culturais Henry Jenkins (2008), a criação de conteúdo pelos fãs na Internet, a partir de produtos da grande mídia, foi o primeiro passo na percepção por parte da Indústria Cultural na mudança de perfil do consumidor, que passou a ter grande influência na produção e distribuição da cultura. Jenkins, (2008) chama de “Economia Moral” a reconfiguração das relações entre produtores e consumidores. Para o autor, “‘economia moral’ se refere a expectativas sociais, investimentos emocionais e transações culturais que criam um entendimento compartilhado entre todos participantes dentro de uma economia de intercâmbio”¹⁰. (JENKINS, 2008, p.3)

⁸ <http://mtv.uol.com.br/marimoon/blog>

⁹ <http://www.myspace.com/mallumagalhaes>

¹⁰ Trad. Livre de “‘Moral economy’ refers to the social expectations, emotional investments, and cultural transactions which create a shared understanding between all participants within an economic exchange”.



Na tentativa de exemplificar os conceitos descritos acima, apresentaremos, assim, a plataforma de realidade virtual Second Life, como exemplo de trabalho colaborativo e inserida nos conceitos expostos acima.

A nova economia no Second Life

O Second Life (SL) é um ambiente virtual e tridimensional que simula aspectos da vida social do ser humano e possui, hoje, mais de 8 milhões de usuários. Nele, além de interagir com jogadores de todo o mundo em tempo real, é possível criar seus próprios objetos, casas, negócios e personalizar completamente seu personagem. O Second Life possui uma moeda própria, o Linden, que pode ser convertida em dólares, e desde 2007, também em reais, e aparece como um novo mercado que movimenta 1,18 bilhão de Linden Dollars, o equivalente a 4,7 milhões de dólares. A plataforma tem disponibilizado novas formas de emprego, dentro e fora do mundo virtual, investimentos de todos os setores da sociedade - partidos políticos, grandes empresas, publicitários, arquitetos, artistas, profissionais liberais, programadores, que trabalham e se divertem nesse ambiente virtual. O SL possui características de jogo, simulador, comércio virtual, rede social e ambiente de educação à distância, dependendo da forma como é utilizado.

Os residentes dão forma e substância a tudo que existe no SL, o que o diferencia de outros mundos virtuais, que são parques temáticos estritamente regulados pelas empresas proprietárias. Todos os objetos (casas, automóveis, moda e projetos) são criações dos residentes, que os constroem através de uma linguagem de programação. O SL está inserido na era da *Web 2.0* ou *read-write Web*, um *software* de edição de conteúdo como a *Wikipedia*, onde qualquer usuário pode editar a informação.

Como já descrevemos anteriormente, a nova classe de trabalhadores imateriais, aqueles que possuem as ferramentas do processo de trabalho, bem como aproveitam suas características e habilidades adquiridas no cotidiano, enxergaram no Second Life a oportunidade de serem seus próprios chefes e empresários de sucesso.

Em 2003, a empresa *Linden Lab* tinha um novo projeto para o Second Life. Ao invés dos usuários pagarem pela assinatura do ambiente, como na maioria dos *games online*, o objetivo passou a ser: criar um sistema econômico próprio, baseado na produção de produtos e serviços que, no final das contas, não existiam. Os usuários



começaram a comprar um território virtual, o que deixou o Second Life mais parecido com um site de hospedagem do que um jogo. Dessa forma, os residentes pagavam para armazenar a informação, que diferente do conteúdo da Web, é representada em 3D. A empresa foi obrigada a reelaborar um contrato social com uma “declaração de propriedade intelectual”, já que as pessoas precisavam ter os direitos sobre suas criações. Os residentes passaram, portanto, a possuir a propriedade intelectual daquilo que construíam, através do número do IP do seu computador. Qualquer criação, desde um sapato a uma nova marca, não pertencia à empresa *Linden Lab*, dona do Second Life, mas ao proprietário do avatar. Somando-se a isso, a criação do Linden, a moeda oficial do SL, com valor de mercado universal e conversão em dólares, fez do Second Life uma plataforma de comércio e viu nascer uma classe de comerciantes. Logo, muitas pessoas com habilidades técnicas investiram tempo e dedicação criando conteúdo virtual e obtendo lucro real. Construtores em 3D, artistas, *designers* de moda, arquitetos e uma gama de profissionais, encontraram no Second Life emprego e muitas oportunidades.

Um ramo de negócios que se mostrou próspero nessa nova fase do Second Life, com o assinante comprando seu pedaço de terra aonde poderia construir o que quisesse, foi o da vendas de terrenos e a especulação imobiliária de terras virtuais. Avatares compravam grandes extensões de terras, dividiam em lotes e vendiam ou alugavam a outros residentes. De acordo com estimativas de Au (2008), 10% dos residentes do Second Life são os chamados capitalistas, cuja principal atividade é a de administrar algum negócio. “Até agosto de 2007, eles compreendiam bem mais de 42 mil residentes com saldo positivo, ganhando mais Linden dólares com suas iniciativas do que estavam pagando à *Linden Lab* por território virtual e outros serviços” (AU, 2008, p. 168)

O caso mais popular e bem sucedido é o da avatar *Anshe Chung*, uma mulher alemã que ficou conhecida como a primeira milionária do Second Life. Ela não só vendia terrenos como construía simuladores temáticos colaborativos – (ilhas temáticas para aqueles usuários que não queriam ou não sabiam construir em 3D, comunidades reguladas e fechadas). *Anshe Chung* acabou se transformando em uma diretora não-oficial da *Linden Lab* na Europa, oferecendo planos alternativos de pagamento para os Europeus (que não gostavam de usar cartão de crédito). Em 2006 ela tinha 1 milhão de dólares em terras virtuais.

Outro caso de sucesso no Second Life é o de *Kermitt Quirk*, um australiano que criou o jogo Tringo, uma espécie de Tetris em câmera lenta, num campo de jogo de



duas dimensões. Programador na vida real, Quirk e um amigo, desenvolveram um algoritmo que calcula o posicionamento das peças sem sobrecarregar os servidores, tornando o jogo muito rápido, mesmo em regiões populosas. No começo, Quirk fazia uma espécie de franquia, vendendo o jogo a donos de territórios e ficando com parte dos lucros das apostas. Também em 2006 ele havia passado de 1 milhão de Linden em lucros. A repercussão do Tringo ultrapassou o mundo virtual. A empresa *Donnerwood Media* comprou os direitos do Tringo para desenvolver uma versão para Web e outra para o sistema Nintendo Game Boy Advance.

Trabalho colaborativo no Second Life: o caso Nexus Prime

Podemos denominar de *Groupware* (sistema ou ambiente colaborativo) o tipo de trabalho em grupo possibilitado pela interface¹¹ do Second Life.

Groupware é a tecnologia baseada em mídia digital que dá suporte às atividades de pessoas organizadas em grupos. Aplicações de bate-papo, mensagem instantânea, sites de relacionamentos, blogs, sistemas de recomendação e ferramentas de compartilhamento de arquivos. (RAPOSO E FUKS, 2007, p.170)

Em ambientes colaborativos de realidade virtual, os participantes interagem por meio da simulação de um mundo real ou imaginário. Ainda para Raposo e Fuks (2007), colaboração designa a ação de trabalhar em conjunto ou a realização de um trabalho em comum com uma ou mais pessoas. Para que haja colaboração, os membros de uma equipe precisam trocar informações (se comunicar), na tentativa de um entendimento comum das idéias discutidas; organizar-se (se coordenar), agir com certa ordem, usar um método, identificar e distribuir tarefas; e operar em conjunto num espaço compartilhado (cooperar). Para se compreender a narrativa de construção colaborativa do Second Life, usaremos o exemplo da construção da cidade de *Nexus Prime*, que é um dos mais antigos projetos colaborativos do SL.

Em seus primeiros meses, ela era uma cidade sublime, cintilante, feita de espirais de neon. Mas, de repente, ela começou a ser corroída, tornando-se um lugar escuro e decrépito, cheio de docas suspeitas e bares desleixados, com a cara de um futuro distópico. Isso acabou depois que os construtores fizeram a

¹¹ Interface refere-se à conexão humana com as máquinas e mesmo à entrada humana em um ciberespaço que se autocontém. (SANTAELLA, 2007, p.87)

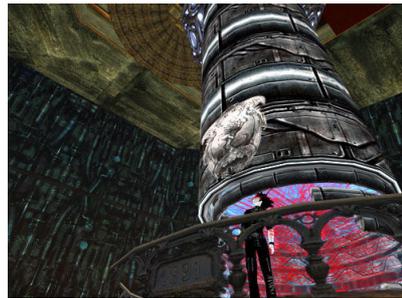
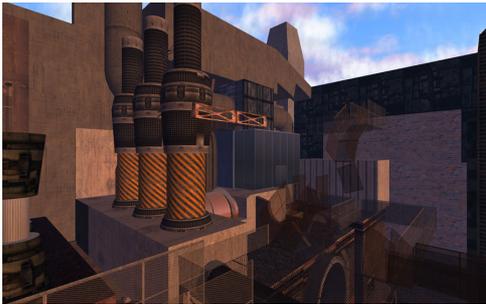


terra engolir esse lugar e assim Nexus pode renascer como uma cidade em um deserto cheio de ravinas e crateras. Pouco depois disso, a cidade toda foi assentada sobre um enorme prato de metal, que se mantinha sobre o desfiladeiro por meio de estacas do tamanho de arranha-céus. Depois se transformou em uma arcologia, um vasto habitat artificial amarrado a uma gigantesca estação espacial suspensa. (...) E houve ainda outras mudanças profundas na cidade. (AU, 2008. p. 51)

Nexus Prime foi concebida no período inicial de testes do SL, conhecido como Beta, em 2003, logo após a função “Grupo” ter sido adicionada ao *software*. Parecido com uma guilda ou um clã dos *RPGs online*, a função grupo permitia os usuários se juntarem em torno de interesses comuns e trocar mensagens instantâneas. O grupo que construiu a cidade de *Nexus Prime* chamava-se “*Tyrell*” e tinha entre seus componentes “uma pornógrafa, um estudante de física, um oficial da policia militar, um frentista de posto de gasolina e uma jovem mulher escondida num prédio de apartamentos ocupado por viciados em drogas.” (AU, 2008, p.62) A cidade foi construída de forma que tudo podia ser modificado por qualquer um que estivesse construindo. No primeiro dia eles construíram qualquer coisa e no dia seguinte a construção havia sido movida dez metros acima e alguém havia modificado seu interior. “O processo era muito orgânico, cristalino. O conceito de cidades não tem haver com estruturas rígidas e ordem. Elas são quase vivas”, afirmou o avatar *Spider Mandala* em entrevista ao jornalista Au. (AU, 2008 p.65) O processo de construção no Second Life é algo como uma Wiki em 3D, igual a um site em que se pode editar, com todos os seus pontos positivos (autocorreção, dinamismo) e negativos (inconsistência e confusão).

A cidade de *Nexus Prime*, conhecida como a “*Cyberpunk City of the Future*”, passou por diversas modificações e foi definitivamente destruída¹² no dia 17 de janeiro de 2008, depois de anos de acréscimos e mudanças. A cidade possuía muitos níveis de criação, acima do solo era brilhante e desenvolvida, com arranha-céus que abrigavam companhias *high-tech* e em seu subsolo, era escura e assustadora, com metrô, esgoto e túneis escondidos. Ainda é considerada a cidade mais antiga, famosa e visitada do Second Life.

¹² Mais imagens da destruição da cidade *Nexus Prime* em: <http://www.massively.com/2008/01/19/breaking-news-sls-nexus-prime-devastated/>



Au afirma que o trabalho colaborativo no Second Life, embora possa parecer apenas diversão, na verdade reflete o que torna a própria Internet possível.

Considere-se a comunidade informal de programadores de código aberto que constantemente aperfeiçoa os sistemas operacionais que alimentam a maior parte dos servidores da net, e quase sempre esse trabalho é feito sem nenhuma compensação financeira, apenas por diversão e pela satisfação pessoal de melhorar o todo, com uma elegante e valiosa combinação de códigos que podem chamar de sua. (AU, 2008, p. 66)

Há inúmeros trabalhos colaborativos no Second Life. Universidades americanas estudam comportamentos sociais e planejamento urbano. Uma universidade inglesa reconstruiu um teatro grego com o objetivo de fomentar a exibição de dramatizações clássicas. Entidades de auxílio a deficientes motores utilizam a plataforma para permitir uma socialização sem preconceitos. Outros utilizam a plataforma como salas de aula e ferramentas extracurriculares para fomentar a percepção espacial, a geometria 3D e também o incentivo à utilização de ferramentas de artes gráficas e de animação (cujos resultados podem ser importados para a plataforma). O software também é usado para o desenvolvimento rápido de conceitos de jogos de computador, já que se mostra uma aplicação pronta e funcional. Outros procuram simular modelos econômicos e todo tipo de produtos, testando sua viabilidade antes de lançarem no "mundo real". E outros ainda usam a plataforma como para educação à distância, palestras e conferências.



Considerações finais

A economia pós-fordista instaura um novo paradigma informacional, fazendo com que haja uma reestruturação de sistemas estabelecidos, crenças e hierarquias. A Internet como meio de comunicação, com características diferentes dos meios massivos, introduz desafios a indústria da informação, que passa a ser avaliada pelo usuário e que, devido sua forma digital, torna-se facilmente modificada e distribuída em rede. Há, cada vez mais, a produção de informação sobre informação, a incorporação de novas fontes de informação, que criam outras formas de classificação e a produção de conhecimento, que se apresenta de forma coletiva e emergente.

Tratando-se de um ambiente virtual em 3D, O Second Life apresenta-se como um espaço aonde a informação ganha forma, com as características da *produsage* proposta por Bruns (2008). Além disso, o *software* é aberto e colaborativo – o interator tem acesso ao código de programação e sua modificação é possível em tempo real, por todos os usuários conectados em um único servidor global. As modificações tornam-se visíveis em um clique, tornando o trabalho em grupo mais dinâmico. Há assim, dentro do ambiente, a formação de uma classe de trabalhadores, que usam as potencialidades do sistema, construído por eles mesmos, como uma forma de produção de si.

O caso da cidade Nexus Prime no Second Life está diretamente relacionado com a cadeia de *produsage* descrita por Bruns. Uma cidade modificada por seus usuários de acordo com sua usabilidade e interesses e não como os tradicionais projetos urbanos. As intervenções criativas em grupo dos “produsuários” deixam o projeto dinâmico e sempre aberto a emergência de novos conhecimentos e combinações inusitadas.

O Second Life como um novo espaço de representação da informação, está diretamente relacionado com a hipótese defendida em outros trabalhos, de que a Web tende para um espaço de navegação em 3D, com características de ambiente.

Essa nova forma de representação da informação virtual leva em consideração todos os aspectos anteriormente apresentados da nova economia em rede: a importância das capacidades pessoais, de coordenação, comunicação e a informação estendida através do trabalho colaborativo e criativo.



Referências bibliográficas

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

BRUNS, Axel. **Blogs, wikipedia, second life, and beyond**: from production to produsage. New York: Lang Publishing, 2008.

FILIPPO, D., RAPOSO, A., ENDLER, M. E FUKS, H. **Ambientes Colaborativos de Realidade Virtual e Aumentada**. In: Realidade Virtual e Aumentada – Conceitos, Projetos e Aplicações. Editora SBC – Sociedade Brasileira de Computação. ISBN 85-7669-108-6, Cap. 9, p. 168-191. Porto Alegre, 2007. Disponível em: <<http://groupware.les.inf.puc-rio.br>>

GORZ, André. **O imaterial**. Conhecimento, valor e capital. SP: Annablume, 2005.

HEARN, Alison. **Meat, Mask, Burden**: probing the contours of the branded ‘self’. Journal of Consumer Culture, n.8, 2008, p.197-217. Disponível em: <<http://joc.sagepub.com>>. Acesso em: 16 jul. 2008.

LEMOS, Andre. **Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais**. In Matrizes – Revista do programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade e São Paulo. Ano 1, n.1 (jul – dez 2007) – São Paulo: ECA/USP, 2007.

PINHEIRO, Marta de Araújo. **Subjetivação, cultura e consumismo em sites de relacionamento**. In: 17º Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, 2008, São Paulo. 17º Encontro Anual da Compós - CD, 2008.

SANTAELLA, Lucia; **As linguagens como antídotos ao midiacentrismo**. In Matrizes – Revista do programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade e São Paulo. Ano 1, n.1 (jul – dez 2007) – São Paulo: ECA/USP, 2007.

SILVA, Lídia J. Oliveira L. **A internet – a geração de um novo espaço antropológico**. In: As janelas do Ciberespaço. (org.) LEMOS, Andre; PALACIOS, Marcos. Porto Alegre: Sulina, 2001.

TERRANOVA, Tizian. **Free Labor**: producing culture for the digital economics. Disponível em: [www.electronicbookreview.com.thread.technocapitalism.voluntary](http://www.electronicbookreview.com/thread/technocapitalism/voluntary)