

Por [Rodrigo da Silva Barroso](#) | Publicado 5/11/2008 | [Tecnologia](#) | Sem nota

Second Life - Tecnologia

RODRIGO DA SILVA BARROSO, Bacharel em Direito com habilitação em direito empresarial pela UNICENP/PR, consultor jurídico e empresarial em Curitiba / PR, com diversos artigos publicados na internet. rodrigobarroso@terra.com.br

O ANDAR DA TECNOLOGIA: ANÁLISE DA REVOLUÇÃO QUE O GAME SECOND LIFE TROUXE E PODE AINDA TRAZER EM NOSSAS VIDAS.

O presente tem por objetivo apresentar como a tecnologia e as inovações podem influenciar e devem ser objeto de estudo para os mais diversos ramos de atividade como, por exemplo, o Marketing.

A tecnologia vem se mostrando cada vez mais surpreendente, hoje podemos fazer as mais variadas atividades sem sair de casa. Essas atividades podem ser voltadas para o lado pessoal assim como para o profissional. O Second Life, por exemplo, foi criado em 2002, pelo engenheiro americano Philip Rosedale. Os autores do texto, Bel Moherdau e Laura Ming, alertam que não devemos confundir o Second Life, com um jogo, e sim com um espaço de relacionamento, com crescimento populacional com mais de 5,4 milhões de habitantes, dados atualizados em abril de 2007. Deste número expressivo de “habitantes” temos os Brasileiros como a sétima maior população no Second Life, cerca de 216 mil usuários (“habitantes”).

Isso nos mostra o quanto as pessoas tem se “viciado” em programas de computador. O artigo nos informa que o Second Life, tradução para o português “segunda vida”, funciona com o acesso ao site no qual o usuário cria o seu personagem, e se relaciona com os demais usuários. Pode-se fazer de tudo como dançar, voar, consumir e construir objetos, viajar, namorar, casar, etc.

No Second Life pode-se logar sem gastar nenhum centavo. Porém para se ter alguns privilégios na Second Life, como comprar e vender terrenos, é preciso tornar-se um usuário pagante, e os valores variam muito de acordo com a vontade e o objetivo do usuário. No SL, existe um “GOVERNO” ou “DEUS”, que é a “LINDEN LAB”, empresa que administra o site, e controla todos os atos dos Avatares (usuários do Second Life).

No SL existe uma economia com câmbio ativo e flutuante como a nossa, que sofre cotações diárias (na data do artigo U\$ 1,00 dólar valia L\$ 267,00 Linden dólar).

O usuário real tem que comprar os Lindens com cartão de crédito com dinheiro de verdade. Pode-se também ganhar Linden com trabalho dentro do próprio ambiente do SL, e até tem gente ganhando a vida com lucros em dólar só com o trabalho no mundo virtual. Um exemplo vivo disto, é a chinesa radicada na Alemanha Ailin Graef, avatar Anshe Chung, quem em dois anos e meio acumulou a quantia estimada de U\$ 1 milhão de dólares, vendendo imóveis que ela mesma construiu no SL. O criador do SL, disse que o valor que arrecada é irrisório, mas como o número de contribuintes é grande, torna-se um negócio lucrativo.

O texto traz ainda, os problemas jurídicos causados pela vida em sociedade tais como injúria, difamação, utilização indevida de marcas, e demais quebras de contratos existentes nesta sociedade virtual, etc. Como o “site” é mantido pela LINDEN LAB, existem processos judiciais na vida real buscando execução de contratos firmados no ambiente do SL.

Todavia o que mais interessa aos profissionais do marketing é sem dúvida o comércio promissor que surge em meio a sociedade paralela virtual. Este público-alvo (Avatares) ávidos pelo comércio digital, pela compra de bens para serem usados e/ou consumidos no ambiente do SL, movimenta muito dinheiro os Linden e até Dólar de verdade. Devido este fato empresas como Adidas, Volkswagen, Bradesco, Credicard Citi, Petrobras, etc., e algumas Universidades como Harvard e a Universidade de Nova York, já instalaram salas de aula no SL, para dar palestras, e vender seus mais diversos produtos.

Para os profissionais do marketing é preciso ficar atento as novidades e as tendências de consumo. Segundo Angela Gunn, do IDG Now!, em matéria publicada em 12 de Janeiro de 2007, estima que um Avatar gaste na semana cerca de U\$ 50,00 a U\$60,00. Segundo estatística do próprio LINDEN LAB espera-se um gasto semanal acima dos U\$ 115,00. Com estas estimativas muitos empresários buscam atingir e atender o público real e virtual, assim o profissional do marketing deve estar apto para divulgar e produzir uma campanha capaz de gerar efeitos em ambos os mundos para captar os mais diversos consumidores em potencial, sem que esta propaganda virtual no ambiente do Second Life possa ser entendido como um spam, ou um excesso do empresário.

Em suma, finalizando o presente devo dizer que a presente provocação para escrever este pequeno artigo foi devido leitura de um artigo sobre o game que foi veiculado na Revista Veja, e que é bem completo e nos mostra o que é o Second Life, e como funciona, delimitando como iniciar o jogo, como ganhar dinheiro, como as pessoas interagem, e quais os principais problemas jurídicos e de segurança que a LINDEN LAB, enfrenta.

A minha idéia neste artigo é de provocar os leitores a discutirem o tema, sendo assim aguardo o resultado.

Ao usar este artigo, mantenha os links e faça referência ao autor:

[Análise do Second Life](#) publicado 5/11/2008 por [Rodrigo da Silva Barroso](#) em <http://www.webartigos.com>

[Quer publicar um artigo? Clique aqui e crie já o seu perfil!](#)

RODRIGO DA SILVA BARROSO



Advogado atuante em Curitiba e região metropolitana. Consultor Jurídico Empresarial, com formação em Direito pela UNICENP, com ênfase na área empresarial.

[Ler outros artigos de Rodrigo da Silva Barroso](#)

Não encontrou o que procurava?

Comentários 