

O PALCO NA TELA:

Uma análise do show do U2 no *Second Life*

Renata Cristina da Silva.

Mestranda em Comunicação e Novas Tecnologias da

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ); bolsista Capes.

A interação em mundos virtuais através de avatares ⁽¹⁾ torna-se cada vez mais comum com a difusão da Web 2.0 e Internet Banda Larga. Embora possam remeter a ambientes de ilusão e fantasia, esses locais são vistos como novos canais de experiência e realidade, que vão além do entretenimento, e são utilizados para compras *on-line*, envios de mensagens, compartilhamento de fotos e vídeos, negócios, relacionamentos, entre outros fins. Se, nos últimos séculos, as relações humanas se davam essencialmente a partir do contato físico, ao longo da história dos meios de comunicação essa condição corpórea foi se perdendo. Desde a invenção da escrita até as formas mais complexas de realidade virtual (RV), as possibilidades de interagir com o outro se transformaram.

A escrita representou a primeira tentativa de não-presença. Em seguida, a prensa viabilizou a produção em larga escala de idéias e descrições de mundos reais e imaginários. Já o telefone permitiu o deslocamento da voz e trouxe uma maior aproximação dos interlocutores. A fotografia, o cinema, a televisão e o rádio também contribuíram para desenvolver as potencialidades de “comunicar sem estar frente a frente”. No entanto, somente com o advento da Internet, a realidade virtual tornou-se possível e, com ela, a criação de mundos paralelos amplamente povoados.

Ainda que seja um fenômeno recente, a vida em ambientes virtuais parece ganhar cada vez mais adeptos. O *World of Warcraft*, um mundo *on-line* criado em 2004 pela empresa americana Vivendi, alcançou a marca de 9 milhões de assinantes no ano passado. A China abocanha a maior parcela desses usuários, somando 4,5 milhões, enquanto que 2 milhões estão nos EUA e 1,5 milhões na Europa. Assim como o *Warcraft*, outros espaços semelhantes crescem consideravelmente em todo o mundo, como o *Cyworld*, da Coreia do Sul, com 15 milhões de membros, cerca de 25% da população cadastrada. O *Habbo Hotel*, da Suécia, chega a 5 milhões de membros ativos. Já o *Second Life (SL)* é um dos mais difundidos no ocidente. De acordo com estimativa da Linden Lab, empresa fabricante, há cerca de 9,7 milhões de cadastros. A comunidade brasileira é a terceira maior do mundo, com 800 mil usuários, atrás apenas dos Estados Unidos e Alemanha. Atualmente, o SL ganhou concorrência direta do gigante Google, com o lançamento do *Lively*.

Considerando a expressividade dos números e a complexidade do novo ambiente, é que nos propomos a analisar o show da banda de rock irlandesa U2. A apresentação foi realizada em fevereiro de 2007 e teve um público representativo, porém não divulgado pelos organizadores do evento. Para isso, vamos realizar uma breve elucidação teórica sobre mundos virtuais e expressões culturais no SL para, posteriormente, abordarmos o show.

¹ Avatar é uma representação do corpo em ambientes virtuais tridimensionais, utilizado como personagem ou o próprio participante “encarnado”.

Mundos virtuais e imaginários

Embora pareçam sinônimos, os termos “mundos virtuais” e “imaginários” possuem diferenças conceituais. No caso dos ambientes virtuais, há uma conexão direta com o mundo em que vivemos, diferentemente da idéia geral que se tem em torno do termo. Já os mundos imaginários não precisam necessariamente fazer parte de nossa realidade e possuem práticas distintas do mundo vivido. Daniel Pargman explica essa diferença:

“O termo “mundo imaginário” aqui se refere a um mundo autônomo e freqüentemente cuidadosamente engendrado que é diferente do mundo normal no qual nós vivemos. Tal mundo tem uma lógica e uma “realidade” próprias, mas esta lógica e realidade são diferentes da vivida diariamente no nosso mundo.” (PARGMAN, Daniel, 2003, p.1).

Muito antes de a Internet existir, já no início do século XX, o autor da trilogia Senhor dos Anéis, John Tolkien, foi pioneiro ao indicar essa diferenciação. O lingüista utilizava o termo “mundo secundário” para descrever um mundo criado por um autor e concretizado através de livros. Para ele, esses espaços possuíam uma fantasia compartilhada. Com o advento das tecnologias digitais, Pargman sugeriu a substituição da palavra “secundário” pela “imaginário”, com o objetivo de ampliar o significado do termo.

Nesse sentido, Philip Quéau nos dá a definição usual para mundos virtuais, como uma “base de dados gráficos interativos explorável e visualizável em tempo real sob a forma de imagens sintéticas tridimensionais de forma a dar um sentimento de imersão na imagem” (1993, p.692).

Tomando como base os conceitos, podemos afirmar que o SL se enquadra na demarcação de mundos virtuais, visto que não há um roteiro fantasioso obrigatório, mas sim um ambiente de exploração e invenção coletiva. E, é justamente nessa liberdade de criação que o SL se distingue dos outros mundos lançados no mercado. Por lá, o usuário é estimulado a confeccionar desde a aparência do seu avatar até casas, prédios, automóveis e objetos dos mais variados. Além da opção de construir na própria plataforma do SL, on-line, os participantes também podem importar suas criações realizadas fora do ambiente.

A participação também é vista como propriedade imprescindível para esses espaços. Até mesmo nos games tradicionais, se não há participação, não há jogo. Lúcia Santaella acredita que “a grande distinção do espaço eletrônico em relação a quaisquer outros, encontra-se, antes de tudo, na interatividade e na imersão” (2004, p.4). Essas duas características podem vir em diferentes níveis, dependendo do grau de envolvimento que é dado ao usuário. No caso do Second Life, o poder de interação é alto, tanto pela existência de uma interface gráfica em 3D, que confere realidade às ações, quanto pelo patamar de participação que é instituído: se você não produz, não inventa objetos, pouca coisa há o que fazer lá dentro.

No entanto, em relação ao nível de imersão, podemos dizer que ele é médio no SL. Isto porque o espaço não permite a interação corpórea, como acontece em cabines de realidade virtual, e somente o espaço simulado tridimensional é utilizado. Segundo Diana Domingues, a sensação de envolvimento ocorre nos mundos virtuais:

“porque de um lado, o corpo está munido de dispositivos sensoriais ou de interfaces que ampliam o campo sensório, de outro lado, os ambientes, aos quais os corpos se conectam, são construídos em linguagem computacional tridimensional que compõe paisagens com qualidades

proprioceptivas que replicam situações espaciais experimentadas quando deslocamos nosso corpo no mundo físico” (DOMINGUES, Diana, 2004, p. 37).

A simulação é, ainda, uma propriedade inerente desses ambientes. De acordo com Kolo & Baur (2004), parte da sedução presente nos MMOs é o seu “esforço de simulação” do mundo real. No SL, o objetivo é simular a própria vida, tanto em níveis psicológicos, como nos relacionamentos, contatos profissionais e no entretenimento, quanto em níveis geográficos, ao reproduzir o bairro de Copacabana, ou cidades inteiras, como a do Rio de Janeiro, Nova York, Paris, Amsterdã, entre outras.

Para Pierre Lévy, a simulação é uma forma de estimular a inteligência, já que nesses ambientes o participante tem a chance de errar sem ser repreendido. Segundo ele, “programas de inteligência artificial podem ser considerados simuladores de capacidades cognitivas humanas: visão, audição, raciocínio(...) a simulação de todas estas condições dão ao usuário do programa uma espécie de intuição sobre as relações de causa e efeito” (1995, p.122).

Janet Murray, no intuito de delimitar os mundos virtuais, também pontua algumas de suas peculiaridades:

“(…) são procedimentais, participativos, espaciais e enciclopédicos. As duas primeiras propriedades correspondem, em grande parte, ao que queremos dizer com o uso vago da palavra interativo; as duas propriedades restantes ajudam a fazer as criações digitais parecerem tão exploráveis e extensas como o mundo real, correspondendo, em muito, ao que temos em mente quando dizemos que o ciberespaço é imersivo.” (MURRAY, Janet, 2003, p. 78).

Second Life

Popularizado em 2006, o Second Life (SL) é um mundo virtual em que o participante interage *on-line*, através de um avatar, navegando pelo espaço em três dimensões (3D), onde é possível conversar com outros interatores, criar objetos, fazer compras ou exercer uma profissão. É considerado um simulador da vida real ou um MMOSG – Massively Multiplayer Online Social Game (Jogo Multi Jogadores Social em Massa).

Com origem nos Estados Unidos, o SL se tornou objeto de estudo para os pesquisadores do mesmo país e, mais tarde, chamou a atenção do mundo. A Linden Lab, empresa responsável pelo projeto, liderada por Philip Rosedale, iniciou os primeiros esboços do SL em 1999 e só veio a lançá-lo no mercado em 2003. A primeira planta foi feita por uma equipe multidisciplinar e envolveu esforços de designers, programadores, economistas, ex-professores universitários e até militares da reserva.

A grande novidade desse meio é que os usuários podem mobilizar uma economia própria através do Linden Dollar - moeda corrente. O dinheiro é cotado em dólar e pode ser adquirido com cartão de crédito e materializado no câmbio. As relações comerciais se dão como no mundo real, com a oferta e procura de produtos. Um grande filão do meio é a venda de terrenos ou imóveis. A designer chinesa Anshe Chung ficou milionária vendendo casas e lojas virtuais. Ainda em 2003, quando o ambiente era pouco conhecido, a chinesa

comprou terrenos a preços baixos e foi taxada de louca por muitos. Investiu em projetos gráficos de alta qualidade lá dentro e ganhou a simpatia dos primeiros usuários. Hoje, ela possui uma empresa com 25 funcionários que trabalham exclusivamente com projetos arquitetônicos virtuais.

“O Second Life é a realização de um sonho. Imagino Nova York, por exemplo, como um museu. É um lugar incrível para visitar, mas, no futuro, vai se tornar um lugar ruim para trabalhar. O trabalho criativo, aquele em que você se conecta com outras pessoas, em que precisa de colaboração, não vai mais acontecer no mundo real. Já está acontecendo no virtual. É mais fácil e eficiente”.(ROSEDALE, Philip, 2007, p. 60)

O sucesso de audiência ocorreu em 2006, com a adesão do público ao meio ou com inúmeros debates, críticas, reportagens e artigos sobre o SL. Como a repercussão na mídia era intensa, diversas multinacionais garantiram seu espaço no metaverso², como foi o caso de Toyota, Vodafone, General Motors, Lacoste, L’Oreal e IBM. No espaço virtual, as companhias movimentam um valor diário que supera 5 milhões de dólares.

Diferentemente de um jogo tradicional, com roteiro e animações pré-definidas, no SL, os usuários são responsáveis por tudo o que existe lá dentro. Criam paisagens, objetos e até mesmo a aparência e movimento dos avatares. É claro que há ações previamente estabelecidas para iniciar a navegação, no entanto é possível também elaborar alguns itens e importá-los, como roupas e objetos.

Cada invento garante aos feitores o direito de propriedade intelectual. Daí surgem as chances de emplacar um novo produto no mercado. Como é permitido o comércio de todas as invenções, até de avatares, os residentes têm meios de vender tudo. A criação também pode ser colaborativa. O projeto é iniciado por uma única pessoa, mas há como dividir uma realização através de comandos que autorizam o acesso. Cidades inteiras podem ser arquitetadas por grupos. Por esse motivo, o ambiente permanece em constante evolução pela ação dos próprios usuários. Nesse aspecto, o espaço é ideal para a experimentação. Muitos arquitetos e engenheiros têm usado o espaço para testarem seus produtos.

Outro elemento que diferencia o SL de outros games convencionais é visualização em tempo real, on-line, das ações específicas de cada ambiente. Se na Ilha Búzios há alguém no mar, nadando, você verá tudo no mesmo momento da ação. Isso é viável devido à tecnologia *streaming*, que torna a transmissão on-line mais leve, sem a necessidade de baixar todo o programa de uma só vez. Os pesquisadores de mundos digitais Auriea Harvey e Michaël Samyn em “Realtime art manifesto” destacam as potencialidades dessa nova tendência:

“Realtime 3D is the most remarkable new creative technology since oil on canvas (...) [we need to produce] the most stunning art to grace this planet so far. (And claim the name “game” for what we do even if it is inappropriate). All elements serve the realisation of the piece as a whole. Models, textures, sound, interaction, environment, atmosphere, drama, story, programming are all equally important. Do not rely on static renderings. Everything happens in real time.” (HARVEY e SAMYN, 2006, p.1)

2 . Metaverso é um neologismo criado por Neal Stephenson no romance Snow Crash (1992), apropriado recentemente pela cibercultura. Designa um “universo paralelo” ou “universo virtual tridimensional”.

A complexidade dos avatares é outro ponto forte do meio. Os “bonequinhos” não apenas representam alguém, mas têm uma capacidade de falar e gesticular. As caras e bocas são inúmeras e dependem dos esforços de programação de cada um. Entre os movimentos de maior sucesso, podemos citar danças populares no Brasil, como o “Créu” e a “Dança do Siri”. Na Ilha Búzios, uma das mais freqüentadas, muitos avatares executam os movimentos e tentam retratar esses modismos. A criatividade é tamanha, que torna-se difícil acompanhar e adquirir os comandos de tantas tendências.

A apropriação do espaço por diversos setores da sociedade é mais uma característica marcante no SL. O ambiente não é usado somente por jovens que procuram divertimento. O espaço é fonte de estudo para assuntos diversos, que abrangem desde novas formas de educação, sociabilidade até inteligência artificial. A exemplo disso, no mês de maio de 2008, o robô Edd Hifeng foi testado por cientistas americanos do Rensselaer Polytechnic Institute, no Estado de Nova York. Apesar de parecer apenas um avatar na forma de robô, Edd é comandado por computador. O foco do experimento é analisar a capacidade de interação de Edd com outros usuários no Second Life, respondendo perguntas e realizando tarefas.

No Brasil, o espaço também despertou a atenção de estudiosos do metaverso. A Cidade do Conhecimento da Universidade de São Paulo (USP), que elabora, planeja e desenvolve projetos de emancipação digital, entrou para a “segunda vida” em agosto de 2007. Lançou, recentemente, o programa “Gestão de Mídias Audiovisuais” (GeMA), com o objetivo de atuar como laboratório de produção e gestão de projetos, com enfoque na criação no SL. O curso oferece reuniões semanais e oficinas para a criação de projetos sociais e culturais, além de planos de negócios em audiovisual digital. A idéia é que os participantes criem comunidades móveis, ilhas no SL, games e soluções em navegação.

Por essas características diversas, que envolvem um ambiente tridimensional participativo, incentivador da criação colaborativa e utilizado para os mais diversos fins é que acreditamos que o Second Life seja resultante de um processo de complexificação das mídias (RÉGIS, p.2). Sua natureza é por si só multimídia. Som, texto, vídeo, fotografia, animação digital entre outros elementos o transformam em uma rede social completa. Para Norval Baitello Júnior (1999, p.2), “a complexificação do sistema comunicativo de uma sociedade é decorrência e ao mesmo tempo pressuposto da complexificação da própria sociedade”. É nesse sentido que se justifica estudar as formas de entretenimento no SL, como meio de desenvolvimento de novas potencialidades humanas.

Entretenimento no SL

Exposições de arte, desfiles, shows, lançamentos de filmes, CDs e livros também ganharam a simpatia de quem “vive” no metaverso. Muitas empresas de entretenimento encontraram no ambiente formas inovadoras para divulgarem seus produtos e serviços. A HBO comprou os direitos autorais de um seriado produzido totalmente no Second Life. Chamado de “My Second Life: The Video Diaries of Molotov Alva”, o seriado é um conjunto de curtas que narram a trajetória do avatar “Molotov Alfa”.

“Hollywood, por sua vez, tem demonstrado interesse cada vez maior em englobar ambientes virtuais a filmes, em um processo que ficou conhecido como “machinima”. O termo surgiu a partir da junção das palavras machine (máquina) e animation (animação). A rede de TV americana CBS, por exemplo, criou um anúncio do Super Bowl usando o processo para seu seriado *Two and a Half*

Man, e planeja usar filmagem produzida no Second Life em um episódio do programa *CSI*". (PASI, Adam. Reuters online, 4/9/07)

No Brasil, artistas vêm utilizando a estratégia de marketing para alargar a lista de fãs e promover um novo CD ou videoclipe, como é o caso de Caetano Veloso, Charlie Brown Júnior e Pitty. Em abril desse ano, Tetê Spíndola realizou um show no metaverso para os visitantes da Ilha Bradesco. Além de divulgar seu novo CD, a cantora teve mídia espontânea em diversas revistas e jornais do país. Já a baiana Cláudia Leite encomendou um avatar idêntico a sua imagem na vida real e caminhou com os residentes por diversas ilhas. Gastos e trabalho reduzidos, além de alcance massivo do público são apontados pelos empresários como fatores positivos da iniciativa.

Já o músico americano Von John é o primeiro avatar a fechar contrato com uma grande gravadora. O rapaz foi descoberto por olheiros da Reality Entertainment, em um de seus shows de blues realizados todas as quartas, no bar Blue Note Club. O homem real que dá vida a Von John é músico profissional da cidade de Nashville e já tocou em bandas famosas como Jefferson Airplane, Grateful Dead e Fleetwood Mac. Embora a experiência do artista seja vasta, o CD está disponível apenas no nome de seu avatar.

Mas não é somente de música popular e filmes que se divertem os participantes. Há, ainda, espaço para arte moderna. No Vista Hermosa Art Center, um prédio de três andares localizado em um "vilarejo no mediterrâneo", são expostas obras de designers gráficos. Em uma das mostras, fotografias manipuladas digitalmente tentavam imitar pinturas a óleo. E a movimentação do centro é enorme. A cada 15 dias um artista virtual é chamado para expor.

Além da possibilidade de conhecer novos trabalhos, existem cursos no ramo. Para quem deseja se especializar em algum tipo de arte gráfica, o Photo Institute oferece aulas semanais gratuitas. Os fotógrafos do metaverso aprendem a fazer imagens no ambiente em 3D de maneira artística, balanceando a luz, contraste, cores e ângulos.

Outra manifestação artística de grande repercussão no SL foi o balé Quebra Nozes. Já no primeiro dia para a venda de ingressos, os bilhetes se esgotaram. Devido ao grande interesse do público, o cineasta virtual Halden Beaumont publicou os vídeos na *web*, divididos em atos. Segundo os organizadores, da companhia Second Life Ballet, foi preciso reunir uma equipe de profissionais de dança e computação gráfica para alcançar um resultado perfeito.

Nelson Zagallo e Patrícia Gouveia discorrem sobre o potencial desses mundos digitais para uma divulgação multidisciplinar das artes, considerando-os videogames. Para isso, recorrem a características de diversos autores:

"Os videogames (³) como lugares de convergência de inúmeros saberes integram num só *medium* a poesia, a ilustração, a música, a fotografia, o teatro e o cinema, promovendo experiências múltiplas de significação (Sutton-Smith, 1997). Como actos de design (Salen & Zimmerman, 2004) e representações processuais os jogos digitais exploram diferentes tipologias de espaço - narrativo, fenomenológico e semiótico - (Walther, 2003) e níveis de interpretação (icônica, improvisação/acção e configurativa/simbólica) - (Calvert, 2005)" (ZAGALLO e GOUVEIA, p. 2212).

3 Zagallo e Gouveia defendem o conceito de videogame para os artefatos interativos pela sua natureza tecnológica de base 3D e *realtime* estruturada sob princípios de design e estética.

Se por um lado o aparato técnico do Second Life viabiliza novas formas de expressão artística, por outro viés estimula a criação de outras tecnologias. É como se fosse uma relação interdependente, em que de um ponto o usuário necessita de recursos e, de outro, ele também se encarrega por aperfeiçoá-los. A dinâmica acompanha o raciocínio de Steven Johnson que entende o “cenário do entretenimento popular como uma espécie de sistema complexo, onde forças diversas e, até mesmo conflitantes, interagem, mudando as plataformas tecnológicas” (2005, p. 9, apud RÉGIS).

O show do U2

Nos propomos aqui a analisar os aspectos de complexidade do show da banda de rock irlandesa U2, no Second Life (veja figura 1). Realizado em fevereiro de 2007, a apresentação teve um público expressivo, porém não divulgado pelos organizadores do evento. Os ingressos precisaram ser retirados antecipadamente em estandes. Contudo, os avatares não eram os integrantes do grupo, mas sim, fãs que foram autorizados pela banda a realizar o show no metaverso.



Figura 1 – Show do U2 no Second Life

Para fazer um espetáculo no SL, é necessário criar um avatar de todos os integrantes do grupo e comprar instrumentos musicais. Os sons são reproduzidos on-line via *streaming*. Já os movimentos são pré-construídos e precisam ser baixados pelos *pop stars*. É verdade que um show em ambiente físico também demandaria preparativos semelhantes a esses. A grande diferença está no papel do público diante da apresentação. Assistir ao show no SL requer uma participação mais ativa, como a transferência de arquivos com movimentos para acompanhar o ritmo da música, aplaudir, gesticular e festejar com a banda. Nesse sentido, acreditamos que haja um número maior de elementos de atenção no show virtual do que no presencial, tornando-o mais complexo.

As limitações do corpo virtualizado também puderam ser observadas na platéia. O público parecia ainda inexperiente com a aparição virtual do U2. Muitos conversavam sobre como realizar danças de acordo com o ritmo. Para esse tipo de evento, o próprio salão

disponibiliza um “script” aos avatares e simula balanços gratuitamente. O grande problema é que na saída do show, muitos usuários continuavam dançando, só que sem música. Nessas situações, é preciso desativar o dispositivo no inventário, um tipo de central de configurações, nem sempre conhecido pelos participantes.

Os avatares responsáveis pela banda também necessitam de outro nível de atenção. Mesmo com movimentos pré-programados, a interação pode ser melhorada com a resposta em tempo real ao público. Se as fãs gritam, o avatar precisa responder com beijos, caras e bocas. Se alguém joga um objeto no palco, é esperada alguma reação. Por esse motivo, os artistas precisam estar preparados para acessar o comando certo, na hora exata.

Há, ainda, uma preocupação maior por parte dos produtores do show: construir artistas (avatares) semelhantes ao mundo real (veja figura 2). No caso do U2, o vocalista Bono Vox, é retratado com óculos e lenço na cabeça, marcas de seu figurino. O rosto e corpo também possuem formas semelhantes as suas, obedecendo aos traços da sobancelha, barba e rugas de expressão. Assim acontece com outros integrantes da banda, como é o caso do guitarrista e vocal Hedge, desenhado com cavanhaque, além de touca e roupas pretas. Já o baterista Larry Mullen e o baixista Adam Clayton têm os cabelos menos brancos do que o real e tornam-se um pouco mais jovens no SL.



Figura 2: Avatares criados para o show do U2 no SL

Embora os avatares sejam parecidos com seus projetos originais, os movimentos no ambiente virtual ainda não conseguem transparecer naturalidade. O caminhar no palco assemelha-se ao andar em uma esteira. O vocalista não consegue deslocar-se passo a passo, somente deslizar os pés no chão. Ao levantar as mãos para o alto, ato comum de Bono Vox, o avatar lembra mais um robô do que um humano. Mullen também não é capaz tocar bateria acompanhando o som, nem segurar as paletas perfeitamente. O guitarrista e baixista aparentam executar a mesma dança, sempre balançando de um lado para outro.

A falta de conexão nos movimentos traz um certo estranhamento aos espectadores. Como define Felinto, “os robôs, autômatos e ciborgues são expressões do poder criativo do homem, que busca imitar a divindade por meio de suas conquistas científicas e tecnológicas, mas ao mesmo tempo encarnam os temores com que costumeiramente encaramos nossos duplos artificiais” (FELINTO, 2003, p.15). Por essas questões, muitos fãs reclamaram na platéia da ausência de realidade das ações.

Mesmo com dificuldades para simular passos e expressões, vale ressaltar a preocupação dos criadores do show com as manobras labiais, piscadas de olhos e, ainda, movimentos marcantes a partir de um toque mais acentuado da música. Mas como ressalta Denise Siqueira (2006, p. 44), em sua abordagem sobre Mauss: “Não há técnica e

tampouco transmissão, se não há tradição”. Como o show foi um dos primeiros a ser realizado no metaverso, nem mesmo os cuidados técnicos dos *designers* e programadores foram suficientes para tornar o show mais “natural”.

Outras peculiaridades podem ser demarcadas nesse tipo de evento, como a existência de seguranças e o empenho do público para driblá-los. Formas de controle são comuns no ambiente virtual, por meio de código de conduta social. Quem estava presente no show comentava sobre o uso de um comando para subir no palco. E muitos deles conseguiram abraçar Bono Vox sem que os seguranças pudessem agir. Essa fã conta como foi sua experiência no show em um post no blog:

“Não pude resistir à febre chamada Second Life. Já que eu estou nele, por que não participar de um grupo dedicado ao U2 ?? As chances da banda fazer um show virtual assim como Green Day e Fat Boy Slim eram grandes. O show aconteceu e lá estava eu. E querem saber mais ??? Eu subi no palco para cantar e dançar Mysterious Ways com o Bono e que pegada !! Ah se isso fosse real, a Katilce seria destronada !! No final do show ainda teve uma sessão de autógrafos com a banda e conversei com 'Bono'. Ele me deu uma rosa e um beijo 'na boca' ahahahahaha. Ahhh se isso fosse verdade Bem, isso é o que dá ter uma segunda vida. Estar no Second Life!!” (Blog There’s Multiply. Acesso em 28/04/08)

Considerando as questões abordadas acima é que acreditamos na complexificação das mídias e do entretenimento por meio do SL, visto que para o público foi necessário mais do que a intenção de assistir a banda e para o grupo foi preciso mais do que o domínio dos instrumentos musicais. A organização de todo esse aparato de linguagens, códigos e comandos a serem seguidos tornou o evento mais elaborado. Nesse sentido, acreditamos que um show como esse aponta apenas um caminho promissor em que muitas ações se darão nos ambientes interativos tridimensionais. O futuro dirá.

Referências bibliográficas:

Blog There’s Multiply. Disponível em: <http://thereverbarrymore.multiply.com/journal>. Acesso em: 28/04/08.

DOMINGUES, Diana. *Realidade virtual e a imersão em caves*. Em Conexão, Comunicação e Cultura, v.3, no. 6, jul-dez 2004, 35-50.

FELINTO, Erick *A Religião das máquinas*. Porto Alegre: Sulina, 2005.

HARVEY, Auriea e SAMYN, Michael. *Realtime art manifesto, in Gaming realities: the challenge of digital culture*. Mediaterra festival of Art and Technology, Athens, 2006.

JÚNIOR, Norbal Baitello. *A mídia antes da máquina*. JB online, Caderno Idéias. 1999. Disponível em: <http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/maquina.pdf>.

KOLO, Castulos; BAUR, Timo. *Vivendo uma vida virtual: Dinâmica social do gaming em linha*. Gamestudies. S/1: s/ed, 2004.

LEVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.

_____. *As tecnologias da inteligência*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

MURRAY, Janet H. *Hamlet on the Holodeck. O futuro da Narrativa no Ciberespaço*. São Paulo: Unesp, 2003.

PASIK, Adam. Reuters, 4/9/07. In Observatório da imprensa. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=449MON016>. Acesso em 01/10/2008.

PARGMAN, Daniel. *Word and Code, Code as World*. Artigo apresentado na conferência MelbourneDAC, 2003. Disponível em: <http://hypertext.rmit.edu.au/dac/papers/>. Acesso em 09/04/2007.

QUÉAU, Philippe. *Le virtuel : vertus et vertiges*. Champ Vallon. Collection Milieux. 1993.

RÉGIS, Fátima. *Da Cultura De Massa À Cultura Ciber: A Complexificação Da Mídia E Do Entretenimento Popular*. Artigo apresentado no XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

ROSEDALE, Philip e RYMASZEWSKI, Michael (et al). *Second Life: guia oficial*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007. Tradução: Abner Dmitruk.

SANTAELLA, Lúcia. *Games e Comunidades Virtuais*. Texto para a exposição Hiperrelações Eletrodigitais. Disponível em: <http://www.canalcontemporaneo.art.br/tecnopoliticas/archives/000334.html>. Acesso em 15-06-2008.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. *Corpo, comunicação e cultura: a dança contemporânea em cena*. Autores Associados. Campinas, 2006.

SCHWARTZ, Gilson. Entrevista concedida ao Blig – Blog do Ig sobre Second Life. Disponível em: <http://secondlife.blig.ig.com.br>. Acesso em 23/08/2007.

ZAGALLO, Nelson e GOUVEIA, Patrícia. **Uma Abordagem Interdisciplinar do Entretenimento Digital**. Moisés de Lemos Martins & Manuel Pinto (Orgs.) (2008). Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, 6 - 8 Setembro 2007, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho).