

# Melhor que eu: um estudo das representações do corpo em ambientes gráficos multiusuário online de caráter multicultural

*Suely Fragoso & Nisia Martins do Rosário<sup>i</sup>*

**Resumo:** Esse artigo apresenta os resultados de uma investigação quanti-qualitativa dos avatares de sujeitos de diferentes origens étnicas e culturais no ambiente gráfico multiusuário online *Second Life*. Com vistas a contextualizar e explicar nossa questão de pesquisa, as ponderações iniciais tratam da representação do *Eu* em avatares gráficos, com foco nos ambientes 3D. Apresentada a proposta da pesquisa, explicamos as estratégias metodológicas adotadas para a construção do *corpus*, que compreendeu 18 nacionalidades configuradas em 68 avatares, coletados em 5 diferentes tipos de fontes. Os resultados encontrados nos permitem dizer que há uma forte preferência por avatares com formas humanas, sendo comum que a aparência dos avatares seja similares às das pessoas que eles representam. Apesar disso, verificamos semelhanças gerais entre os avatares, devidas à tendência para aproximar o avatar de padrões de beleza vinculados a traços caucasianos tais como pele lisa e clara, nariz pequeno, formas longelíneas e olhos amendoados. Elementos que se contrapõem ao padrão estético dominante são atenuados e aqueles que se adequam ao modelo de beleza hegemônico são enfatizados. Com isso, as formas dos avatares tendem aos estereótipos, por vezes incorrendo em exageros.

**Abstract:** This paper presents the results of a quanti-qualitative investigation of avatars which represent subjects from different ethnic origins and various cultural backgrounds in /Second Life/, a graphical multi-user online environment. Initial considerations about the representation of self in avatars in 3D environments contextualise and explain the research question. The methodological strategies adopted for the construction of a /corpus/ comprised of 68 avatars and 18 nationalities collected from 5 different types of sources are explained. Research findings indicate a strong preference for the human form and a tendency towards the adoption of features similar to the physical body of the subject represented by the avatar. Despite this, a general similarity amongst all avatars was verified, due to the adoption of a contemporary Caucasian pattern of beauty composed by fair smooth skin, small nose, slenderness and almond eyes. Features which go against this beauty standard tend to be attenuated and those which comply are emphasized, resulting in a tendency to resort to stereotypes, often with exaggerations.

**Palavras-chave:** avatar, corpo, second life, beleza

**Key-Words:** avatar, body, second life, beauty

## 1. Introdução

O significado e a origem do termo avatar já são de domínio comum. O termo vem do sânscrito e significa encarnação ou incorporação de um espírito numa forma material. Entre as lendas que contam a estória do avatar está a que o coloca como o meio material de comunicação entre os deuses e os terrestres. Assim, o avatar poderia existir em diversos mundos, já que a palavra não denota um corpo material como o nosso, mas a representação

que carrega características divinas, independentes das limitações de tempo e espaço com as quais nos confrontamos diariamente. Essa peculiaridade faz com que o conceito hindu seja particularmente apropriado para denominar elementos do espaço digital que funcionam como representações dos usuários humanos, tanto que a palavra se popularizou no mundo ocidental com esse significado. Nesse sentido, o termo avatar inclui desde as mais simples representações dos usuários, tais como a seta que aparece na tela de acordo com a movimentação do mouse ou o apelido utilizado na interação através de texto até as representações mais complexas, como as imagens gráficas refinadas dos personagens em jogos de computador.

A interatividade e os detalhes gráficos são fatores importantes na complexidade das relações que se forjam entre o sujeito e seu avatar. Nada confere mais realidade a um avatar, entretanto, que a sua história como mediador nas interações entre os sujeitos que ele representa e outras pessoas (também representadas por avatares) em ambientes digitais compartilhados. É nesse sentido que Vasalou, Joinson and Pitt (2007) destacam a importância dos processos de representação e identificação para as interações sociais *online*. Kafai, Fields and Cook (2007, p. 1) propõem que “os avatares construídos pelos jogadores podem representar uma oportunidade promissora para compreender como os participantes nos mundos [*online*] (enquanto designers e como jogadores) pensam sobre suas representações do eu na vida virtual”. Também Taylor (2002) enfatiza a importância dos avatares para o engajamento dos usuários dos ambientes *online*:

Os avatares, na verdade, funcionam como pontos de acesso para a criação da identidade e para a vida social. Os corpos que as pessoas usam nesses espaços permitem viver digitalmente – habitar plenamente o mundo. Os usuários não existem apenas como ‘mentes’, eles constroem suas identidades através dos avatares. (Taylor, 2002, p. 40).

Nesse processo, a atuação do avatar equivale à de outras formas de representação social do *eu*. Esta é, entretanto, uma representação diferenciada, tanto por causa de sua natureza imaterial, que livra o sujeito das limitações do seu corpo e das limitações do tempo e do espaço físico, quanto devido à sua criação ser explícita, isto é, o sujeito representado tem plena consciência de que está produzindo um avatar.

Este artigo visa apresentar resultados de uma investigação sobre avatares do *Second Life*, um ambiente gráfico multi-usuário *online* (AGMUO)<sup>ii</sup> do qual participam sujeitos de diferentes origens étnicas, com diferentes bagagens culturais. Nossas principais questões de pesquisa podem ser assim resumidas: Como esses sujeitos se representam através de seus avatares? Que ênfases étnicas se apresentam e que valores estéticos se fazem visíveis nas criações dos usuários do *Second Life* de diferentes regiões do mundo?

## 2. A representação do *eu*

Uma referência fundamental quando se discute a representação do *Eu* é, sem dúvida, o trabalho de Erwin Goffman (1985), cuja premissa fundamental diz que em todas as interações sociais o desejo de cada participante é regulado pelas impressões que lhe são transmitidas pelo outro e, nesse contexto, a representação de papéis tem suma importância. Goffman consolida sua reflexão ao dizer que os indivíduos representam papéis no seu processo de interação social e, portanto, o *Eu*:

como um personagem representado, não é uma coisa orgânica, que tem uma localização definida, cujo destino fundamental é nascer, crescer e morrer; (...) a questão característica, o interesse primordial, está em saber se será acreditado ou desacreditado (1985, p.231).

Apesar de Goffmann não ter desenvolvido sua reflexão por esse caminho, é possível afirmar que o processo de construção de papéis que é estabelecido nas interações sociais constitui-se a partir da dimensão sígnica, que está na base da organização das representações em discursos complexos (tecnologicamente mediados ou não), nos quais predomina a crença nas representações (signos). Da mesma maneira, o avatar é também um jogo de signos no qual o sujeito procura construir a sua representação para interagir digitalmente e se fazer acreditado.

Acostumado a formulações extremas, Goffman postula a existência de uma assimetria radical no processo de comunicação<sup>iii</sup>, que seria dividido entre um alto nível de controle sobre as expressões verbais e a autonomia “dos aspectos ingovernáveis do comportamento expressivo do indivíduo”<sup>iv</sup> (Goffman, 1985, p. 16) que correspondem, basicamente, às manifestações não verbais, sobretudo à gestualidade. Contudo, é preciso considerar que a expressão verbal também não está sob controle absoluto e que as manifestações não verbais

não são totalmente espontâneas, de modo que essa dicotomia nos parece melhor formulada nos termos de Miller (1995, *online*) que distingue entre ‘informação *fornecida*’ – isto é, intencionalmente produzida e controlada – e a ‘informação *liberada*’ – ou seja, despreendida, que escapa, que é fornecida sem intenção.

A co-presença física implica na abundância dessa informação ‘*liberada*’, porque envolve uma ampla faixa de canais de comunicação. Isso explica porque ela ocupa a posição central no trabalho de Goffman. Para ele, o corpo não é meramente um assistente da comunicação, mas um centro particularmente poderoso da expressão, sendo que a ausência do mesmo implica no desaparecimento de camadas de significado, especialmente na área considerada mais relevante para as representações sociais do *Eu*: a expressão não-verbal. Nessa via, é presumível que se questione a eficiência das interações comunicativas técnica ou tecnologicamente mediadas.

Sem negar que a presença do corpo potencializa as camadas de sentidos, é importante observar que, as interações técnica ou tecnologicamente mediadas também não estão restritas a um único fluxo de sentido. A imagem que se tem do autor de uma carta, por exemplo, não é construída somente pelo conteúdo abordado ou evitado, ou pelas palavras que são selecionadas para expressar esse conteúdo, mas também pelas peculiaridades da caligrafia, o tipo de papel, o estilo da escrita, etc. Numa conversa ao telefone, o vigor e o tom de voz, os barulhos de fundo, as pausas, tudo participa ativamente no processo de comunicação. Num e-mail, como no IRC<sup>v</sup>, a interação é efetivamente restrita ao texto. Devido a isto, apesar das escolhas estilísticas e de outros elementos similares estarem em jogo, Miller (1995) considera que, nos e-mails, “aspectos do *Eu* representado só serão aparentes se descritos pelo remetente”. Já em 1991, entretanto, uma observação empírica do IRC indicou a Reid que não é correto supor que a comunicação se torna mais impessoal à medida que se restringe a variedade de canais de envolvidos. O conhecido livro de Rheingold, *A Comunidade Virtual* (1993), também se dedica à discussão da profundidade e da força das relações sociais forjadas unicamente em interações baseadas em textos verbais.

Em 1994, estudando interação em MUDs<sup>vi</sup>, Reid identificou mais claramente a existência de compensações para a perda de muitas das ferramentas culturais disponíveis em sistemas mais convencionais de interação. Em ambiente virtuais baseados em texto, são perceptíveis as substituições e relocalizações criadas para dar conta da falta de pistas que adviriam da presença física. Esse processo fica destacado nas MUDs porque, ao contrário de

outros sistemas de interação social baseados em texto, nelas é esperado que além de escolher um nome para si, os usuários descrevam seus corpos virtuais, bem como suas roupas, acessórios e outros símbolos de identidade. Essas descrições são, muitas vezes, bastante detalhadas, o que ajuda a consolidar as camadas de sentido, conferindo realismo às representações e intensificando a relação entre o avatar e o sujeito representado.

### 2.1. REPRESENTAÇÕES GRÁFICAS DO EU

O surgimento dos ambientes multi-usuário *online* com interfaces gráficas no final dos anos 1980 não significou uma melhoria imediata nas possibilidades para a criação dos avatares. Comparadas à riqueza das descrições tipicamente encontradas nos MUDs, as representações gráficas bidimensionais dos primeiros AGMUOs, como o *Habitat* (Lucas Film, 1986) ou *The Palace* (Time Warner e sócios, 1995) representaram um evidente retrocesso. Sobretudo graças à indústria dos *games*, a sofisticação visual de tais ambientes melhorou bastante nos anos 1990, num processo que se estendeu para além do universo dos jogos.

A natureza temática de uma boa parte dos AGMUOs implica significativas limitações à caracterização dos avatares. Na maioria dos casos, as representações gráficas dos usuários são construídas com imagens selecionadas de um conjunto previamente definido de alternativas, relativas a características e traços específicos (espécie, raça, gênero, altura, cor do cabelo, etc.). Uma vez escolhida sua aparência, o avatar permanece o mesmo para o resto de sua existência. Já que são construídos através de opções pré-definidas, não surpreende que, apesar de seu visual refinado, os avatares que habitam muitos AGMUOs temáticos tendam a ser bastante parecidos uns com os outros.

Em contraposição, a liberdade criativa é oferecida como uma atração pelos ambientes não-temáticos. O mote do *Second Life*, ‘seu mundo, sua imaginação’, sintetiza a chamada para o usuário participar da construção do AGMUO, sugerindo liberdade criativa em todas as escalas, incluindo a personalização dos avatares. É verdade que o novo usuário do *Second Life* (que lá é chamado de habitante) tem que escolher sua aparência inicial a partir de um número limitado de opções, que são quase todas restritas a seres humanos (há algumas exceções) e claramente divididas entre mulheres e homens. Porém, ainda no tutorial básico obrigatório o habitante aprende a mudar um grupo razoável de características em seu avatar, incluindo a altura, as proporções do corpo, a cor do cabelo, da pele e dos olhos, o tamanho, o

formato e a distribuição das características faciais, etc. Com um pouco mais de experiência, é possível importar imagens para o AGMUO e com elas substituir as texturas que envolvem o modelo 3D do avatar, alterando radicalmente sua aparência. Peles e modelos de corpos – como é o caso com quase tudo que é possível criar dentro do *Second Life* – são vendidos ou distribuídos gratuitamente em vários lugares, de modo que os habitantes com menor habilidade gráfica também encontram modos para transformar seus avatares. Para o usuário *expert*, a customização do avatar do *Second Life* praticamente não tem limites: é possível assemelhar-se a um animal, assumir formas geométricas ou ser invisível.

Apesar desta liberdade para caracterizar a representação do corpo no *Second Life*, a experiência no ambiente e imagens encontradas na web<sup>vii</sup> indicaram que a grande maioria dos habitantes prefere manter a forma humana. Entre as centenas de avatares observados, foi difícil encontrar algum com formas não-humanas, e a maioria destas exceções eram *furries*<sup>viii</sup> com alto grau de antropomorfismo. A grande maioria das texturas para peles negociadas no *Second Life* são realistas, com muita atenção a detalhes como as sombras, as saliências, as cavidades, cor e forma das unhas, mamilos e a inserção de pelos pubianos. A representação da genitália é objeto de especial atenção e muitas vezes é complementada pela adição de objetos que, com *scripts* apropriados, passam a ‘reagir’ aos estímulos.

A tendência a replicar o mundo físico não se limita aos avatares: muitos, se não a maioria, dos objetos do *Second Life* são cópias de coisas do mundo *offline*. Lugares também são recriados, sendo possível encontrar equivalentes de várias cidades, monumentos nacionais e favelas, todos ostentando a fidelidade da cópia<sup>ix</sup>. O residente que frequenta esses lugares virtuais percebe que o que se transcreve para dentro do AGMUO não é apenas a aparência dos ambientes, mas todo o arcabouço social e cultural a eles associado. Por causa disso, essas duplicações informam acerca dos balizadores vigentes e indicam as identidades e as alteridades lá esperadas (Fragoso, 2008) e, conseqüentemente, facilitam a adaptação e a interação com o mundo *online*: avatares usam traje de banho em ambientes que representam praias, mas não nas lojas; sabem que é mais provável encontrar pessoas que falam português na *Ilha Brasil* do que no *Second Japan*; consideram aceitável fazer sexo em espaços privados, mas não em ambientes públicos, etc.

Levando ainda mais adiante essa tendência a reproduzir o mundo *offline*, há indicações de que muitos habitantes do *Second Life* buscam aproximar as características de seus avatares das de seus corpos físicos. Uma situação similar foi observada por Vasalou,

Joinson e Pitt que sugerem que “usuários que personalizam seus avatares para refletir sua própria aparência experimentam um aumento da auto-consciência em comparação com usuários que criam avatares diferentes de si mesmos” (2007, p. 446). Acreditamos que a semelhança entre o corpo do usuário e o do avatar pode reduzir a tensão de representar um único *Eu* simultaneamente em dois mundos: o físico/biológico por um lado e o virtual, por outro. Essa dupla projeção promove uma relação peculiar entre a subjetividade do indivíduo, a experiência do seu corpo de carne e osso e o avatar. Há muitos relatos acerca das emoções e reações (como medo, excitação, vergonha) que se manifestam no corpo físico apesar de serem motivadas por eventos que envolvem exclusivamente o avatar (as relações sexuais *online* são o mais conhecido evento desse tipo). No geral, a irrefutável conexão entre o *Eu* e o corpo físico é reorganizada pela existência de uma representação, o avatar, que apesar de sua aparência corpórea, pertence ao reino simbólico.

### 2.3 Representações trans-culturais do *Eu*

Seguindo o exemplo do que ocorre no mundo *offline*, a construção da identidade social em um AGMUO é dada pela adoção e pelo destaque de algumas características em detrimento de outras. Esse processo é a base de todas as escolhas que definem a aparência do avatar: cada traço enfatiza certos atributos – físicos, intelectuais, estéticos, econômicos – e gera signos que informam quem é aquele sujeito e a qual grupo ele pertence. O arcabouço cultural do sujeito representado é o primeiro ponto de referência para decidir que elementos é desejável (ou não) associar com a representação do *Eu*. Assim como acontece com a representação do *Eu* na vida *offline*, é de se esperar que as pessoas construam seus avatares com características que considerem ser capazes de expressar com mais clareza o que querem indicar sobre si. Além da intenção de tornar o corpo do avatar similar ao seu corpo físico, adolescentes observados por Kafai, Fiel e Cook (2007) listaram seis razões, não mutuamente excludentes, para criar seus avatares do modo como o fizeram. Cinco colocavam o foco na aparência: o desejo de fazer o avatar parecer-se com seus corpos *offline* (conforme discutimos anteriormente); a intenção de exercitar (ou demonstrar) suas habilidades artísticas; a vontade de afiliar-se a alguma coisa ou a alguém que admiram, “*such as a video game character, relative, hobby, or nationality*” (p. 6); ter uma aparência ou posse que não podem ter na vida ‘real’ (como um tipo específico de cabelo ou de lábios); adequar-se contra ou a favor de uma tendência da moda. A sexta razão foi funcional: como um disfarce, com a finalidade de iludir ou de surpreender. Em todos os

casos, a informação acerca do que é desejável ou não no avatar advém da realidade física do sujeito, enquanto os filtros de valores da cultura são mobilizados para distinguir entre o normal e o medíocre, o exótico e o estranho.

Se os avatares são (a) modelados para serem similares aos corpos físicos de seus proprietários e (b) modulados pelos valores do contexto cultural dos indivíduos que representam, seria razoável esperar que os avatares em um AGMUO com abrangência global, como o *Second Life*, apresentassem uma considerável variedade de etnias e valores estéticos. No entanto, a experiência das autoras com o *Second Life* indicava o contrário; que os avatares eram todos muito parecidos entre si. Essa impressão era, no entanto, derivada de observação espontânea, que poderia ser resultado de vários fatores, sobretudo de nossa tendência natural a frequentar apenas certos tipos de lugares, o que tornaria mais provável encontrar pessoas com os mesmos perfis étnicos e culturais. Para obter informação mais consistente sobre como as variações de etnia e dos valores estéticos dos usuários de diferentes regiões do mundo se manifestam nos avatares do *Second Life*, realizamos uma observação sistemática, conforme os procedimentos descritos abaixo.

### **3. Estratégias metodológicas**

*Linden Research Inc.* publica periodicamente dados sobre a nacionalidade dos residentes ativos do *Second Life*<sup>x</sup>. A lista dos cem países com maior número de usuários ativos de novembro de 2007<sup>xi</sup> incluía países de cinco continentes. A predominância dos residentes da América do Norte e do oeste europeu era evidente, mas é possível encontrar avatares cujos ‘donos’ provém de diferentes regiões do mundo, perfazendo uma considerável variedade de etnias e grupos culturais.

#### **3.1. Seleção do corpus**

Tomando como guia a tabela de nacionalidades presentes no *Second Life* em novembro de 2007, coletamos imagens de avatares identificados com usuários de diferentes regiões do mundo<sup>xii</sup>. Sempre que possível, a imagem dos ‘proprietários’ desses avatares também foram gravadas. Nos casos em que os dados que se relacionavam aos avatares representados eram extremamente questionáveis (usavam imagens grotescas, identificavam-se como pessoas ou personagens populares, etc), as imagens não foram incluídas na amostra. Apesar dessa e outras tentativas de minimização das incertezas, é

impossível assegurar de modo absoluto a validação de um *corpus* constituído por registros deliberadamente produzidos pelos usuários de sistemas *online*. Os limites da generalização dos dados relativos a esse *corpus* também são bastante claros. Três fatores foram determinantes na tentativa de ampliar essas limitações: (1) busca de abrangência, isto é, a inclusão de avatares construídos por residentes de nacionalidades, grupos étnicos e culturas diferentes; (2) restrição das considerações a elementos com suficiente representatividade, compreendida como uma recorrência mínima de qualquer característica e (3) a intensidade expressiva das imagens; clareza na visualização das características dos avatares e dos sujeitos representados. As imagens foram coletadas de cinco tipos de fontes:

1. Comunidades e perfis relacionados ao *Second Life* no Sistema de Rede Social (SRS) *Orkut* (<http://www.orkut.com>);
2. *SLProfiles.com* (<http://slprofiles.com>);
3. grupos do *Flickr* relacionados com o *Second Life* (<http://www.flickr.com>);
4. grupos temáticos do próprio *Second Life* ;
5. websites, fóruns e blogs relativos ao *Second Life* e que estão explicitamente ligados a nacionalidades específicas.

Em muitos desses casos seria imprudência considerar suficiente a nacionalidade indicada pelo usuário. No *Orkut*, por exemplo, é comum que os brasileiros se declarem residentes em países exóticos ou em lugares que admiram (Fragoso, 2006). O mesmo é provável para os membros de grupos do *Second Life*, e é possível que isso aconteça também nas outras fontes. Para este trabalho, consideramos que, para chegar à nacionalidade dos ‘donos’ dos avatares, era suficiente encontrar dois ou mais indicadores coerentes: declaração (“eu sou japonês”); habilidade em expressar-se na língua oficial do país (em perfis, fóruns de discussão, blogs, etc) e pertencer ao perfil étnico da maioria do país ou da região denominada. Como a intenção era identificar a representação dos traços hegemônicos de etnicidade e a maioria cultural de cada região, imigrantes e grupos étnicos minoritários não foram considerados no *corpus*.

### 3.1.1. Comunidades e perfis no *Orkut*

Numa busca das comunidades do *Orkut* com a expressão ‘second life’ em todas as línguas, foram identificados 616 resultados. Uma varredura inicial permitiu a identificação de um grande número de comunidades que incluíam tópicos da discussão como ‘qual seu nome na segunda vida?’ ou ‘quem é quem’, cujas as respostas permitiram, às vezes, a identificação

das pessoas representadas pelos avatares e a localização de seus perfis no *Orkut*<sup>xiii</sup>. A coleta das imagens foi concentrada nos tópicos de cinco comunidades (Tabela 1):

*Tabela 1. Avatares selecionados de comunidades do Orkut*

COMUNIDADE (número de membros em 04/Jan/2008)	TÓPICO (número de mensagens em 04/Jan/2008)	NÚMERO DE AVATARES ESCOLHIDOS POR PAÍS DE ORIGEM
<i>Second Life</i> (474)	What is your name in Second Life? (130)	2 Brasil 5 Índia 1 Alemanha 1 Rússia 1 Reino Unido  TOTAL = 10
<i>Second Life</i> (236)	Who is who (55)	2 USA 2 Brasil 2 Índia 1 Finlândia 1 Holanda  TOTAL = 8
<i>Orkut Life- Second Life</i> – 1728	apresente-se (93)	3 Brasil  TOTAL = 3
<i>Second Life Índia</i> (89)	What is your Avatar (The Virtual Reality Name)?(19)	3 Índia  TOTAL = 3
<i>Second Life – Brasil</i> – 1015	qual é o seu nome no SL (102)	4 Brasil  TOTAL = 4
		<b>TOTAL = 28</b>

No total 28 avatares foram selecionados no *Orkut*, sendo 11 brasileiros, 10 indianos, 2 americanos, 1 alemão, 1 russo, 1 inglês, 1 holandês e 1 finlandês. Três características fizeram do *Orkut* um dos melhores locais para se pesquisar avatares: (1) a conexão explícita entre o usuário do SRS e o seu avatar no *Second Life*; (2) a presença de numerosos indicativos de nacionalidade através dos registros realizados e recebidos pelos avatares e usuários nas comunidades e scrapbooks, que permitiu estabelecer a nacionalidade dos sujeitos por trás dos avatares com base na confluência de conjuntos amplos de indicadores e (3) a frequente disponibilidade de imagens dos avatares e seus donos, geralmente nos álbuns de fotografias dos dois perfis (associados ao nome do avatar e do usuário do SRS) e em alguns poucos casos, no mesmo perfil. O fato de que a maioria dos usuários do *Orkut* são brasileiros e indianos implicou um desequilíbrio inicial das nacionalidades presentes na amostragem obtida nessa fonte. A coleta de avatares em outras fontes ajudou a reequilibrar a amostra.

### 3.1.2. *SLProfiles.com*

No *SLProfiles.com* os avatares foram selecionados com base nas fotografias dos sujeitos representados, publicadas na área *First Life Pics*. Complementando a observação das nacionalidades, também foi possível observar indicadores étnicos e diferenças em relação aos tipos físicos mais comuns entre os previamente selecionados nas comunidades do *Orkut*<sup>xiv</sup>. Assim, foi possível aumentar a amplitude, não somente das nacionalidades, mas também das etnias presentes na amostra. Foram coletadas as imagens de 14 avatares (e dos sujeitos associados com eles) de 8 países: 7 dos EUA; 1 do Reino Unido, 1 da França, 1 do Canadá, 1 da Espanha, 1 da Alemanha, 1 do Japão e 1 da África do Sul.

### 3.1.3. Grupos do *Flickr*

Os usuários foram identificados com base nas fotografias publicadas nos grupos *Second Life* (4.949 membros em 11/Jan/2008) e *Second Life - Avatars* (1.472 membros em 11/Jan/2008). Tomando a indicação da origem geográfica das fotografias (de acordo com o mapa associado ao grupo do *Flickr*) e indicações adicionais encontradas no perfil do usuário ou nos comentários da foto, foram selecionados três avatares: 1 da Noruega, 1 da Austrália e 1 do México.

### 3.1.4. Grupos do *Second Life*

No *Second Life* foi feita uma varredura dos perfis dos avatares dos seguintes grupos: *Angola* (30 membros<sup>xv</sup>), *Japan E-kuni* (302 membros), *Jeju korea* (16 membros), *Jiang hu* (208 membros), *Lobito – Angola* (10 membros), *People's Republic of China* (32 membros), *Second Japan* (469 membros) e *Vietnam* (28 membros). A seleção desses grupos tinha a intenção de aumentar a presença de usuários africanos e do extremo oriente na amostra. Somente 9 perfis (4 japoneses, 3 chineses e 2 coreanos) tinham identificação suficiente de nacionalidade (descrições na língua nativa do país declarado na nacionalidade e pertencimento a outros grupos em que a comunicação acontece total ou preferencialmente naquela mesma língua) e imagem suficientemente clara do avatar. Apenas dois desses tinham também fotografias claras de seus 'donos' na aba *1st Life*. Todas as tentativas de contatar os membros dos grupos que estavam *online* durante o processo foram mal sucedidas.

### 3.1.5. Outras fontes: websites, forums e blogs

Adicionalmente, foram coletadas imagens e informações de outros 7 grupos, sendo 3 deles associados à China (*Second Life* 中国同盟 (第二人生) 这不是一场游戏 (<http://www.cnsecondlife.com/bbs>), 飞刀塑梦的 *secondlife* - 飞刀塑梦 - 新浪 (<http://blog.sina.com.cn/secondlife100>), e *estellecloud* (<http://www.photoblog.com/estellecloud>); 1 da Alemanha (*Slinside.com* (<http://www.slinside.de>), 1 da Turquia (*Second Life Türkiye Video Dizini* (<http://video.slturkiye.com>), 1 da Rússia (*Русское сообщество Second Life (Вторая Жизнь)* (<http://world2.ru>), e 1 dos EUA *InRich* (<http://slbeat.mytimesdispatch.com>).

### 3.1.6. Caracterização geral do *corpus*

O processo de construção do *corpus* implicou na observação de centenas de avatares. A amostra final foi composta de imagens relativas a 61 avatares, de 19 nacionalidades, distribuídos conforme a Tabela 2. A relevância da amostra foi configurada em bases qualitativas, ou seja, optamos pela garantia do cruzamento de diversos indicativos de nacionalidade para cada avatar e pelo descarte de todos os casos com informações insuficientes ou contraditórias. Isso implicou abrir mão da representatividade quantitativa, de modo que a amostra final foi composta por um número pequeno de avatares, porém com maior segurança quanto às nacionalidades de seus criadores.

Durante o processo de composição do *corpus*, foram encontrados poucos avatares não humanos, sendo que a maioria deles tinha corpo humano, apenas com alteração nas orelhas (o mais comum sendo orelhas felinas, mas um avatar chinês tinha orelhas de elfo), e/ou com caudas (também de felinos) e/ou texturas que sugeriam peles de animais.

Tabela 2. Composição do *corpus*

	Fonte	Nacionalidade (provável)	Total
1	Orkut (11)	brasileira	11
2	Orkut (10)	indiana	10
3	Orkut (2) SLProfiles (7) Website (1)	estadunidense	10
4	Second Life Groups (3)	chinesa	6

	Forum & Blog (3)		
5	<i>SLProfiles</i> (1) <i>Second Life Groups</i> (4)	japonesa	5
6	<i>Orkut</i> (1) <i>SLProfiles</i> (1) Website (1)	alemã	3
7	<i>Orkut</i> (1) Website (1)	russa	2
8	<i>Orkut</i> (1) <i>SLProfiles</i> (1)	inglesa	2
9	<i>Second Life Groups</i> (2)	coreana	2
10	<i>Orkut</i> (1)	holandesa	1
11	<i>Orkut</i> (1)	finlandesa	1
12	<i>SLProfiles</i> (1)	francesa	1
13	<i>SLProfiles</i> (1)	canadense	1
14	<i>SLProfiles</i> (1)	espanhola	1
15	<i>SLProfiles</i> (1)	Sul-africana	1
16	<i>Flickr</i> (1)	norueguesa	1
17	<i>Flickr</i> (1)	australiana	1
18	<i>Flickr</i> (1)	mexicana	1
19	Website (1)	turca	1
	TOTAL		61

### 3.2 Análise

As imagens foram analisadas para identificar tanto os padrões gerais como as exceções entre as formas selecionadas para compor o corpo dos avatares. Inicialmente todos os avatares da amostra foram analisados conjuntamente. Em seguida, foram separados por nacionalidade e analisados outra vez. Os resultados dessa segunda etapa foram comparados aos da análise geral. Finalmente, os avatares foram comparados às imagens dos sujeitos que representavam. Os padrões, as repetições, as similaridades e as exceções identificadas em cada estágio foram registrados e discutidos.

## 4. Resultados

Apesar da variedade de nacionalidades que constituíram o *corpus*, foi perceptível o predomínio de determinadas características faciais e formas físicas entre os avatares analisados, principalmente: cabelo liso, pele clara, olhos grandes, boca pequena, nariz fino, corpos altos e delgados, com proporções vitruvianas. A maioria das mulheres tinha cintura fina, seios fartos, rosto delicado, nariz pequeno, lábios carnudos e cabelo longo. Entre os homens predominaram o tórax grande, bíceps definido, quadris estreitos e cabelo curto. Estas características seguem o padrão caucasiano contemporâneo de beleza, continuamente reiterado pela mídia ocidental, e são elas as responsáveis pela similaridade dos avatares no *Second Life*.

Algumas variações de acordo com a nacionalidade foram percebidas: apesar da grande maioria dos avatares serem brancos, alguns tinham pele bronzeada. Esta é uma preferência entre os avatares alemães, mas vem acompanhada pelo cabelo liso (e loiro em geral) e os narizes e lábios finos. A maioria dos avatares bronzeados alemães é mulher, enquanto em outras nacionalidades é mais comum que os avatares masculinos sejam bronzeados.

Entre os asiáticos predominou o cabelo escuro e liso e os olhos ligeiramente mais amendoados que nos ocidentais (embora não chegassem a parecer com os olhos de etnias asiáticas). Os vietnamitas e os chineses pareceram preferir peles mais escuras que os demais, e os japoneses tinham os olhos maiores (mas não tão grandes que pudessem ser associados à estética mangá).

Quando comparados às fotografias de seus ‘donos’, a maioria dos avatares revelou similaridades. Enquanto isto poderia ser indicativo de uma tendência geral de os avatares se assemelharem à pessoa que representam, pode ser também que os usuários do *Second Life* que optam por revelar suas fotografias são os que constroem seus avatares de acordo com sua própria aparência. De todo modo, a despeito da inclusão de peculiaridades dos sujeitos representados, os avatares eram muito similares entre si, uma vez que as características pessoais dos ‘donos’ eram atenuadas ou enfatizadas de acordo com o padrão geral de beleza. Por exemplo, praticamente todos os avatares femininos tinham cabelos mais longos e corpos mais magros do que os de suas ‘donas’.

A referência estética para o *Second Life* não parece ser, entretanto, exatamente a mesma que prevalece nos meios de massa, particularmente no que diz respeito aos padrões da moda. No lugar das formas retas das modelos, o que predominou foram as formas curvilíneas

que recordam as *pin-ups* dos anos 1940 e 1950s: seios generosos e firmes, cintura extremamente estreita, quadris arredondados e pernas torneadas.

O único avatar negro e com sobrepeso encontrado pertencia a uma mulher que era igualmente negra e acima do peso. Ao mesmo tempo que se diferenciava dos outros pela inclusão destas duas características, o avatar obedeceu a lógica predominante ao enfatizar as características de sua ‘dona’ que estavam em consonância com o padrão corrente de beleza, tais como o cabelo longo e os seios fartos. Esta mesma tendência a ‘aperfeiçoar’ a realidade foi encontrada nos avatares de ambos os gêneros, mulheres e homens, cujos corpos reproduziam o padrão estético atual. Os resultados dessa composição são combinações raramente viáveis, por exemplo seios demasiadamente grandes com as cinturas extremamente finas ou, entre os homens, bíceps e peitorais aumentados excessivamente e os quadris reduzidos drasticamente. Oscilando entre caricaturais e aperfeiçoados, os corpos femininos eram exibidos em roupas apertadas, blusas pequenas, com os ombros expostos, enquanto os avatares masculinos se apresentavam sem camisa.

A juventude foi também uma característica constante nos avatares analisados. Isto não significa uma preferência por pele livre de rugas (que poderia ser um resultado de limitações técnicas): independentemente da idade dos sujeitos representados em suas fotografias da vida *offline*, a firmeza e a distribuição da massa corporal sugeria sempre avatares jovens.

Entre os traços predominantes na construção dos avatares parece haver também algumas regras implícitas que informam quais seriam as combinações possíveis e desejáveis. Há o caso já mencionado da pele bronzeada e do cabelo loiro. Os (poucos) avatares negros encontrados tinham o cabelo liso, lábios e narizes finos<sup>xvi</sup>, enquanto os avatares com cabelo escuro ou encaracolado optavam por olhos claros e pele clara. Estas associações contribuem também para a convergência da aparência dos avatares ao padrão caucasiano da beleza.

Finalmente, a adoção generalizada dos elementos valorizados pelo padrão de beleza que é comum encontrar na mídia ocidental sugere o desejo de criar uma impressão positiva sobre os outros residentes (o que, como Goffman teve cuidado de indicar, não é sempre o caso nas representações do *Eu* no cotidiano *offline*). Durante todo o processo de coleta de imagens para o *corpus* foram encontradas somente duas imagens de avatares cuja aparência não indicava a intenção de agradar: um animal que pareceu agressivo e um avatar sem pele (ou, mais precisamente, cuja textura simulava um corpo dissecado). O primeiro não foi incluído no *corpus* devido à falta da informação a respeito da nacionalidade, e o segundo, além disso, era

apresentado como um experimento que não correspondia à aparência usual do avatar. Em ambos os casos, as imagens estavam acompanhadas por comentários que se desculpavam ou se justificavam por sua aparência incomum.

A similaridade observada entre todos os avatares examinados, independentemente da origem étnica e geográfica dos sujeitos, sugere que o padrão de beleza baseado em valores como a juventude, a aptidão física e a etnicidade caucasiana, tem hegemonia global. Ao mesmo tempo, as escolhas dos avatares do *Second Life* evocam o período clássico, referindo-se a um mundo habitado por jovens com corpos perfeitos que andam despidos, como no exemplo das figuras humanas nas frisas do Parthenon (Sennett, 1997, p.37).

## 5 Considerações finais

À primeira vista, a constatação da hegemonia do padrão caucasiano de beleza pode parecer pouco surpreendente. As variações na leitura e apropriação desse padrão de beleza pelos avatares de diferentes nacionalidades, entretanto, tornam os resultados bastante mais significativos.

As imagens dos avatares do *Second Life* foram consideradas a partir de seus fins comunicativos – a caracterização de um avatar procura informar ao outro sobre o seu *Eu*. Para que isso aconteça é necessário que os significados associados ao avatar sejam lidos pelos outros residentes do *Second Life*, sobre quem, a princípio, nada se sabe. Por essa razão, os indicadores estereotipados (por exemplo de gênero) são abundantes, enquanto os elementos sutis, exóticos, ambíguos, ou aqueles cuja interpretação requer um repertório refinado, são raros. Como todo estereótipo é, por definição, uma representação exagerada, essa ênfase nas características positivas frequentemente resulta em acentuar o que já está no limite. O resultado é muitas vezes bizarro, particularmente no tamanho dos seios entre as mulheres e, entre os homens, o exagero na musculatura peitoral e do bíceps.

As figuras mais bem proporcionadas do *Second Life*, por outro lado, são exemplos de uma perfeição também impossível para corpos de carne e osso. É interessante pensar, a partir desse dado, sobre o fato de que o *Eu* que está sendo representado por um corpo virtual perfeito continua inescapavelmente vinculado ao seu corpo físico.

Em sua discussão de como a representação do corpo em ambientes virtuais afeta a mente, Biocca (1997) enfatiza o conflito entre o corpo objetivo e o fenomenológico. Taylor (2002) afirma que os usuários estão sempre trabalhando pela reconciliação de seus corpos *online* e

*offline*. Uma outra situação pode ser vislumbrada quando se leva em conta que não há apenas dois corpos em jogo de uma só vez, mas, sim, três – o terceiro é o ‘corpo imaginado’, ou seja, a construção mental que o indivíduo faz sobre o seu próprio corpo (como definido por Freud, 1980a, 1980b, 1980c e Lacan 1949, 1956). O fato do corpo digital do avatar e do corpo imaginado serem essencialmente simbólicos e ambos terem o corpo físico como referência preliminar ajuda a explicar por que os avatares funcionam tão bem como projeções da identidade (em muitos sentidos melhor do que os corpos físicos)<sup>xvii</sup>. Diferentemente de nossa experiência cotidiana, os sujeitos que interagem num AGMUO não estão tratando somente das diferenças entre seus corpos imaginados e a realidade de carne e osso. As formas escolhidas para os avatares implicam uma situação na qual o corpo imaginado é projetado em um símbolo que tem a aparência de um corpo humano - e que frequentemente foi criado para se assemelhar ao corpo que o sujeito está acostumado a identificar consigo mesmo. Seu corpo do carne e osso e seu corpo imaginado permanecem ambos presentes e ativos. Neste contexto, as similaridades entre a aparência do corpo físico e do corpo digital potencializam a conexão entre as três incorporações simultâneas do *Eu*: o imaginado, o físico e o digital. No caso específico dos habitantes do *Second Life*, é provável que a adaptação das características do corpo real aos padrões hegemônicos de beleza seja uma tentativa de aliviar a pressão gerada pela diferença entre o corpo do carne e osso e os parâmetros irrealizáveis que o jogo cultural insiste em reiterar (isto é, como um corpo físico deve ser: jovem, saudável, delgado, alto, etc.).

A experiência de estabelecer relações sociais através das representações do *Eu* baseadas em um corpo que parece com o seu, mas foi alterado para adequar-se aos padrões da beleza, está fadada a ter implicações tanto psicológicas quanto sociais. Esta investigação mostra que, no *Second Life*, a referência para aquelas alterações é a mesma para os usuários distribuídos nos cinco continentes e que essas apropriações são muitas vezes estereotipadas. Este é um primeiro achado na identificação e compreensão daquelas implicações.

Estudos adicionais são necessários para verificar e estender os resultados encontrados. O caminho que nos parece mais proveitoso seria o aprofundamento da abordagem qualitativa, privilegiando técnicas etnográficas, em especial o cruzamento de registros documentais, observação participante e entrevistas. Embora essa opção sacrifique a representatividade quantitativa da pesquisa, permite especial atenção à validação das nacionalidades dos avatares incluídos no *corpus*, o que é mais importante para a abordagem da problemática em questão.

Na mesma direção, a etnografia parece ser a opção mais indicada para a obtenção de informações que permitam aprofundar a discussão das motivações e balizas culturais que estão em jogo quando os usuários caracterizam seus avatares.

### Referências Bibliográficas

- BIOCCA, F. The Cyborg's Dilemma: Progressive Embodiment in Virtual Environments. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 3, n. 2, 1997. Disponível em <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue2/biocca2.html#Body> [10/01/2008]
- FRAGOSO, S. Games *Online* como Terceiros Lugares. **Revista Fronteiras, estudos midiáticos**, v. 10, p. 36-45, 2008.
- FRAGOSO, Suely . A recepção da perspectiva. **Comunicação & Informação**, v. 4, n. 1/2, p. 45-58, 2001.
- FRAGOSO, Suely . Limites técnico-científicos da computação gráfica mainstream. **Chronos**, v. 31, n. 1, p. 64-73, 1998.
- FRAGOSO, Suely . WTF a Crazy Brazilian Invasion. In: F. Sudweeks, H. Hrachovec, C. Ess. (orgs.). **Cultural Attitudes Towards Technology and Communications 2006**. Murdoch: Murdoch University, 2006, p. 255-274, 2008.
- FREUD, S. (1980c). Identificação. **Obras completas**. v.XVIII 1920-1922. Rio de Janeiro: Imago, pp.133-139, 1980c.
- FREUD, S. A dissecação da personalidade psíquica. Conferência XXXI. **Obras completas**, v. XXII, 1932-1936. Rio de Janeiro: Imago, pp. 63-84, 1980b.
- FREUD, S. Sugestão e libido. **Obras completas**, v. XVIII, 1920-1922. Rio de Janeiro: Imago, pp.113-118, 1980a.
- GOFFMAN, E. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985
- KAFI, Y.B; D. A. FIELDS, M. COOK. Your second selves: avatar designs and identity play in a teen virtual world. **Proceedings of Situated Play - DiGRA 2007 Conference**. Tokyo, Japan, 24-28/09/2007, 2007.
- LACAN, J. “El Estadio del Espejo como Formador de la Función del yo (je)”. Presented in XVI Congreso Internacional de Psicoanálisis, Zurich, 17/07/1949, 1949. Disponível em **El Oriba**, <http://www.elortiba.org/lacan5.html> [14/01/2008]
- LACAN, J. La Pregunta Histórica. Seminario 3, Las Psicosis, clase 12, 1956. Disponível em **El Oriba**, <http://www.elortiba.org/lacan6.html> [14/01/2008]
- LINDEN RESEARCH INC. **Second Life Virtual Economy, Key Metrics (BETA) Through November 2007**. Publicado em 18 de Dezembro de 2007. Disponível em [http://static-secondlife-com.s3.amazonaws.com/economy/stats\\_200712.xls](http://static-secondlife-com.s3.amazonaws.com/economy/stats_200712.xls) [03/01/2008]
- LINDEN, M. **Economic Key Metrics for October and November 2007**, publicado no *Second Life*

Blog em 18 de Dezembro de 2007. Disponível em <http://blog.secondlife.com/2007/12/18/economic-key-metrics-for-october-and-november-2007/> [03/01/2008]

MILLER, H. The Presentation of Eu in Electronic Life: Goffman on the Internet. **Embodied Knowledge and Virtual Space Conference**, Goldsmiths' College, University of London, 1995. Disponível em <http://www.psicopolis.com/psicopedia/Euweb.htm> [03/01/2008]

REID, E. M. **Cultural Formations in Text-Based Virtual Realities**. Dissertação de mestrado apresentada ao Cultural Studies Program, Department of English, University of Melbourne, Australia, 1994. Disponível em <http://www.aluluei.com/cult-form.htm> [03/01/2008]

REID, E. M. **Electropolis: Communication and Community On Internet Relay Chat**. Department of History, University of Melbourne, Australia, 1991. Disponível em <http://www.irchelp.org/irchelp/misc/electropolis.html> [03/01/2008]

RHEINGOLD, H. **The Virtual community: homesteading at the electronic frontier**, 1993. Disponível em <http://www.rheingold.com/vc/book/> [12/01/2008]

SECONDLIFE WIKI **Metrics Glossary**, n.d. Disponível em <http://wiki.secondlife.com/wiki/> [03/01/2008]

SENNETT, R. **Carne e pedra**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

SMITH, M.A, S.D. FARNHAM & S.M. DRUCKER The social life of small graphical chat spaces. **Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems, CHI Letters**, v. 2, n. 1, pp. 462-469, 2000.

TABET, A. O principal desafio de fazer humor é fazer o que é engraçado para você e para os outros, Entrevista para **Cronicamente Viável**, 9/10/2007. Disponível em <http://www2.uol.com.br/cronicamenteviavel> [12/01/2008]

TAYLOR, T.L. Living Digitally: Embodiment in Virtual Worlds. In R. Schroeder (Ed.) **The Social Life of Avatars: presence and interaction in shared virtual environments**. London: Springer-Verlag, 2002.

TURKLE, S. **A Vida no Ecrã: a identidade na era da internet**. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.

VASALOU, A., A. N. JOINSON, J. PITT. Constructing my *online* self: avatars that increase self-focused attention. **Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems**. San Jose, California, USA, pp. 445-448, 2007.

<sup>i</sup> *Suely Fragoso* é Ph.D. em Communications Studies pela University of Leeds (1998), Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1992) e Graduada em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo (1987). Professora titular da Unisinos, RS, onde atua desde 1999 no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (Mestrado e Doutorado) e na Habilitação Comunicação Digital do Curso de Graduação em Comunicação Social. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Mídias Digitais (<http://www.midiasdigitais.org>) desde 2005, pesquisa as tecnologias digitais de comunicação, com ênfase nas abordagens do espaço e representações espaciais e seus desdobramentos socioculturais. *Nisia Martins do Rosário* possui doutorado em Comunicação Social pela PUC/RS, mestrado em Ciências da Comunicação pela Unisinos e graduação em Comunicação Social pela mesma instituição. Atualmente é professora permanente do Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. A ênfase de suas investigações é em Comunicação Visual, atuando principalmente nos seguintes temas: audiovisual, corpo e comunicação social.

<sup>ii</sup> - O acrônimo AGMUO é uma variação de AMUO, tradução livre do inglês MUVE (*Multi-User Virtual Environment*), utilizado para denominar uma larga gama de ambientes *online* persistentes, que inclui desde mundos baseados apenas em texto, como MUDs, até MMOGs (*Massive Multi-User Online Games* temáticos, como *World of Warcraft*, <http://www.worldofwarcraft.com/index.xml>, e não-temáticos, como *Second Life*, <http://secondlife.com>).

<sup>iii</sup> Como acontece com outras afirmações que, inicialmente, parecem ser definitivas, esse radicalismo é revisto mas também reafirmado várias vezes em *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. Juntamente com a predileção por palavras e expressões de significados extremos em seu uso comum (por exemplo ‘cínico’ ou ‘manipulação’), esse tipo de escolha estilística favorece interpretações simplistas que parecem estar por trás de uma leitura equivocada que atribui a Goffman um retrato caricaturizado da sociedade.

<sup>iv</sup> Goffman trata da interação mediada em pelo menos dois de seus textos: no capítulo no capítulo Radio Talk, (em *Forms of Talk*, publicado originalmente pela University of Pennsylvania Press em 1981) e em *Gender Advertisements* (publicado originalmente pela Harvard University Press, 1979).

<sup>v</sup> IRC, ou *Internet Relay Chat*, é a denominação genérica para um sistema de conversação síncrona exclusivamente textual baseado no estabelecimento de canais, que foi muito popular entre o final da década de 1980 e o início dos anos 2000.

<sup>vi</sup> MUDs (*Multi-User Dimensions*) são ambientes *online* baseados em texto. Entre as mais populares figuram, por exemplo, a *TinyMUD*, fechada na década de 1990 e a *LambdaMOO* (MOOs são MUDs com programação orientada ao objeto), ativa em [telnet://lambda.moo.mud.org](mailto:telnet://lambda.moo.mud.org) em 10/01/2008.

<sup>vii</sup> Foram realizadas buscas com a expressão “second life” no *Google Images* (<http://images.google.com.br/>) e no *Yahoo! Images* (<http://br.images.search.yahoo.com/>) em dezembro de 2007 e janeiro de 2008.

<sup>viii</sup> *Furries* são animais com formato antropomórfico. Subculturas *furries* são relativamente comuns em determinados países.

<sup>ix</sup> Vale a pena observar que esta lógica da duplicação não é exclusiva do *Second Life*, ou mesmo dos AGMUOs. Ela reflete uma tensão histórica das representações digitais: por um lado, os computadores foram a primeira tecnologia que permitiu a criação de imagens técnicas sem o uso de câmeras (e, portanto, independentemente da luz). Diante de um tal dispositivo, entretanto, os esforços não têm se concentrado na criação de imagens que seriam impossíveis de gerar com tecnologias analógicas, mas em reproduzir com máxima fidelidade (fotográfica) o mundo físico (Fragoso, 1998, 2001).

<sup>x</sup> De acordo com *SecondLife Wiki*, somente residentes que permanecem logados no sistema por mais de uma hora são computados como usuários ativos (*active users*).

<sup>xi</sup> *Top 100 Countries by Active Users Counts* é parte do documento intitulado *Second Life Virtual Economy - Key Metrics (BETA) Through November 2007*. Apesar de a maior parte do relatório de novembro ter como referência as figuras de outubro, os dados sobre usuários ativos por país são de novembro (Linden, 2007).

<sup>xii</sup> Todas as imagens usadas estão publicamente disponíveis (algumas fontes como *Orkut* e *Second Life* requerem registro, que no entanto é acessível a qualquer pessoa). Mesmo assim, por razões éticas e legais, a reprodução dessas imagens é particularmente complicada em razão de sua origem multicultural. Em algumas culturas, fotografias pessoais publicadas em um contexto são geralmente consideradas disponíveis para cópia e publicação em outro lugar. No Brasil mesmo seu uso cômico é relativamente comum (o site *Kibe Loco*, <http://www.kibeloco.com.br>, por exemplo, frequentemente ridiculariza imagens de celebridades e de pessoas comuns sem gerar protestos morais ou ações legais (Tabet, 2007, *online*), o que certamente não aconteceria em outros países. Para evitar embaraços tanto quanto para evitar violações das leis, optamos por não incluir nesse artigo as imagens, os nomes ou outros dados que poderiam identificar os avatares que compuseram o *corpus* da pesquisa. Os dados estão disponíveis para outros pesquisadores mediante solicitação às autoras.

<sup>xiii</sup> Vale registrar que encontramos também muitos perfis de avatares no *Orkut*, com informações detalhadas, álbuns de fotos, biografias e vários amigos (também avatares) que deixavam mensagens e comentários.

<sup>xiv</sup> A maioria dos usuários do *Orkut* conectados aos avatares do *Second Life* eram jovens e estavam em boa forma física. É provável que isso seja o resultado da combinação entre o perfil do usuário para o SRS (na maioria jovens) e a prevalência de brasileiros, entre os quais as fotos daqueles que são mais velhos ou estão fora de forma são menos comuns.

<sup>xv</sup> Os dados sobre o número de membros do *Second Life* groups são de 11/Jan/2008.

<sup>xvi</sup> Não é difícil alterar essas características, sendo que inclusive um dos avatares padrão do sexo masculino tem cabelo encaracolado, nariz largo e lábios mais grossos.

<sup>xvii</sup> Este ponto está diretamente relacionado com o potencial terapêutico da experiência *online* advogado por Turkle (1997).