

ISSN - 3085-5624

Eixo Temático 4 - Fontes, Recursos e Serviços de Informação

A BUSCA INFORMACIONAL DA COMUNIDADE BRASILEIRA NO METAVERSO *SECOND LIFE****THE INFORMATIONAL SEARCH OF THE BRAZILIAN COMMUNITY IN THE METAVERSE
SECOND LIFE***

Diana Vasconcelos Silva – Universidade Federal de Alagoas (UFAL) –
diana.vasconcelos@ichca.ufal.br – Orcid: <https://orcid.org/0009-0004-6193-4672>

Willian Lima Melo – Orcid: Universidade Federal de Alagoas (UFAL) –
willian.melo@delmiro.ufal.br – <https://orcid.org/0000-0001-9298-1333>

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: O *Second Life* é um metaverso que proporciona uma experiência de vida virtual através de interações entre avatares. Por outro lado, a necessidade informacional é subjetiva e ocorre na mente do indivíduo, sendo moldada de acordo com o ambiente em que ele está inserido. Nesse sentido, este estudo apresenta como objetivo caracterizar caminhos direcionados à busca informacional dos usuários brasileiros do metaverso *Second Life*. Metodologicamente, o trabalho é de natureza exploratória, utilizou-se da técnica do levantamento de dados, sendo adotada a perspectiva qualitativa para a análise dos dados. Consideram-se presentes no metaverso os aspectos de complexidade e dinamismo das necessidades informacionais.

Palavras-chave: busca informacional; metaverso; *Second Life*.

Abstract: *Second Life* is a metaverse that provides a virtual life experience through interactions between avatars. On the other hand, the informational need is subjective, and occurs in the individual's mind and is shaped according to the environment in which they are inserted. In this sense, this study aims to characterize paths aimed at the information search of Brazilian users of the *Second Life* metaverse. Methodologically, this is an exploratory study, which uses data collection technique and adopts a qualitative perspective for data analysis. Thus, demonstrating the complexity and dynamism of the informational needs of this metaverse.

Keywords: *informational search; metaverse; Second Life.*

1 INTRODUÇÃO

A busca informacional não é um assunto novo, dado que sua função está diretamente ligada às necessidades informacionais do ser humano. Contudo, quando se fala de busca informacional em um metaverso, é necessário levar em consideração algumas especificidades que alteram a forma como essa busca informacional ocorre. E, sendo o metaverso uma espécie de nova camada da realidade que integra os mundos real e virtual,

onde as possibilidades de interações sociais, educacionais e profissionais possuem particularidades, analisar esses contextos e seus atores pode tornar possível o entendimento de suas necessidades informacionais.

Dessa maneira, apresenta-se como problema a seguinte questão: como se caracterizam possíveis caminhos relacionados à busca informacional da comunidade brasileira do metaverso *Second Life*? Para esta pergunta, indica-se como objetivo caracterizar caminhos direcionados a busca informacional dos usuários brasileiros do metaverso *Second Life*.

Tendo em vista que a necessidade informacional é subjetiva e ocorre na mente do indivíduo sendo moldada de acordo com o ambiente em que ele está inserido (Wilson, 1981), os residentes do *Second Life* (SL) têm à sua disposição uma infinidade de canais de comunicação, como fóruns, grupos, *chats* de texto em tempo real e a utilização de comunicação oral por meio do *voice*, permitindo assim uma comunicação multifacetada, adaptável e colaborativa que leva em consideração às preferências individuais e necessidades informacionais de cada residente.

Previamente, se faz necessário compreender que assim como no mundo real, o *Second Life* possui diferentes tipos de residentes, com características individuais e necessidades específicas, podendo variar de exploradores, que buscam descobrir novos ambientes com diferentes temáticas, a criadores de conteúdo e empreendedores, residentes envolvidos diretamente em atividades econômicas dentro do *Second Life*. Ressalta-se que todo o conteúdo disponível dentro desse metaverso é criado pelos próprios residentes, logo, atividades como, compra e venda de propriedades, objetos virtuais, oferta de serviços e participação de mercados virtuais são algumas das atividades exercidas por esse grupo.

Enquanto Exploradores de Identidade, alguns residentes utilizam o *Second Life* como um espaço para explorar identidades alternativas, expressões de gênero, estilos de vida e experiências diferentes que podem não ser possíveis na vida real. Educadores e estudantes, desenvolvendo atividades de aprendizagem virtual, com aulas, workshops e interações colaborativas. Artistas e Performers, cantores, músicos, artistas plásticos realizam

apresentações e eventos culturais. Socializadores e Comunicadores, buscam interações sociais, conhecer e se relacionar com outros residentes dentro do ambiente virtual.

2 METODOLOGIA

Esta pesquisa se caracteriza como exploratória, em que segue na busca de levantar “[...] informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto.” (Severino, 2016, p. 132). Procedeu as análises por meio da perspectiva qualitativa (Laville; Dionne, 1999). Para a construção do referencial teórico base, utilizou-se da pesquisa bibliográfica, recorrendo a livros e artigos publicados em periódicos científicos, todos em consonância com a temática explorada.

Outro aspecto metodológico a ser referenciado diz respeito à percepção do objeto de estudo estar localizado e em manifestação na *web*, o ambiente virtual *Second Life* (<https://secondlife.com/>). Devido a essa característica, a pesquisa exigiu dos autores o perfil netnográfico de investigação, que objetiva a naturalidade, a imersão, a capacidade descritiva dos analistas, a aplicação de multi-métodos de análise e a capacidade de adaptação e orientações guiadas pelo contexto percebido (Moura, 2015).

Descreve-se que o referido ambiente foi analisado nos meses de abril e maio de 2024, em que foi verificado/descrito características referentes a necessidades e comportamentos informacionais da comunidade brasileira.

3 NECESSIDADES E COMPORTAMENTOS INFORMACIONAIS: ALGUMAS DEFINIÇÕES

Primordialmente a necessidade informacional surge quando uma pessoa percebe uma lacuna entre o conhecimento que possui e o conhecimento necessário para alcançar um objetivo, sendo um processo descrito por Wilson (1981) como uma experiência subjetiva que ocorre apenas na mente de cada indivíduo, não podendo assim, ser diretamente acessível ao observador. Tornando-se um processo constante pelo qual as pessoas buscam, ativamente, por informações relevantes para preencher esses lapsos de conhecimento.

Sendo necessário compreender as circunstâncias que geram a necessidade e busca informacional e quais seriam seus principais elementos:

[...] os elementos principais para os quais a situação surge dentro da necessidade para a informação aparecem como (a PESSOA desempenhando um PAPEL em um AMBIENTE), as barreiras que podem existir para tanto engajar no comportamento de busca-informacional ou no sucesso da busca informacional, e no comportamento de busca informacional em si (Wilson, 1997, p. 552, tradução nossa).

Figueiredo (1994) assinala que os estudos sobre o comportamento de busca de informação possuem como objetivo verificar os diferentes motivos que levam o indivíduo a buscar a informação, tentando dessa forma compreender quais os fatores que afetam sua busca informacional.

Podendo ter também aspectos psicológicos, tendo influência direta do estado emocional de cada indivíduo, é descrita por Cooper (1971 *apud* Silveira; Oddone, 2007) como algo não observável diretamente, pois, não podemos ver sua 'estrutura', mas, ainda assim a necessidade informacional existe. Gerando, conseqüentemente, comportamentos informacionais que estão diretamente ligados às fontes e aos canais de informação, o que inclui a busca ativa e passiva de informações, bem como, o uso propriamente dito da informação.

Conseqüentemente ao surgimento da necessidade informacional, se dá a busca informacional, como uma tentativa de encontrar informações acerca do que se anseia. Wilson e Walsh (1996) descrevem oito variáveis que influenciam no processo de busca informacional sendo elas: Pessoais; Emocionais; Educacionais; Demográficas; Sociais/interpessoais; Ambientais; Econômicas; Fontes de Informação.¹

Dessa forma, podemos analisar características pessoais e interpessoais que permeiam a necessidade e busca informacional de diferentes públicos, para, conseqüentemente, criar e analisar modelos de comportamento informacional para diferentes grupos de usuários da informação.

4 O METAVERSO *SECOND LIFE*

Ao falar sobre Metaverso estamos falando de um conceito que tem sua base na ficção científica e na evolução da internet, tendo destaque na década de 1990, mais especificamente com o romance "*Snow Crash*", escrito por Neal Stephenson no ano de 1992,

¹ Fontes de informação: canais de comunicação; qualquer fonte de informação que esteja acessível.

que descreve um futuro distópico onde as pessoas passam a maior parte do tempo em uma realidade alternativa na tentativa de fuga da sua realidade. Esse vasto mundo virtual chamado Metaverso, é descrito como um lugar onde os usuários poderiam interagir e criar conteúdo vivendo assim uma vida paralela.

Atualmente, entende-se como Metaverso uma realidade paralela, um espaço coletivo que une o mundo real e virtual, onde é possível, por meio de um avatar², conversar, jogar, estudar ou mesmo trabalhar, sendo assim,

[...] uma tecnologia que se constitui no ciberespaço e se “materializa” por meio da criação de Mundos Digitais em 3D – MDV3D³, no qual diferentes espaços para o viver e conviver são representados em 3D, propiciando o surgimento dos “mundos paralelos” contemporâneos (Schlemmer; Backes, 2008, p. 522).

Para Lévy (1999) os mundos virtuais possuem duas características distintas, sendo elas a imersão, que possibilita ao sujeito uma representação interativa com outros usuários e com o meio, e a navegação, que se dá quando o mundo orienta os passos do usuário. Sendo essa a base de todas as possibilidades encontradas em um metaverso.

Recentemente o assunto Metaverso se tornou popular novamente após a declaração de Mark Zuckerberg, CEO do Facebook, anunciar a intenção de transformar a plataforma em um espaço virtual compartilhado, onde as pessoas poderiam se encontrar, socializar e trabalhar de maneira imersiva. Aliada a isso, temos a ascensão da realidade virtual, contribuindo de forma significativa para a concepção do metaverso como uma extensão do mundo físico, em que as fronteiras entre realidade e virtualidade se encontrariam, tornando-se cada vez mais fluidas.

Sendo assim, a origem do metaverso está diretamente ligada à imaginação criativa, bem como à evolução da tecnologia digital e à busca por novas formas de interação e experiência humana em um mundo que se torna cada vez mais conectado.

² Avatar: termo criado por Neal Stephenson em 1992 para designar a representação de um ser humano no ciberespaço.

³ MDV3D: ambientes multimídia que possibilitam a comunicação por meio de diferentes suportes tecnológicos, (Lévy, 1999).

4.1 Second Life

Second Life é um *software* idealizado por Philip Rosedale em 1999 e desenvolvido em 2003 pela empresa norte americana Linden Lab. Research In., sediada nos Estados Unidos. Popularizou-se em meados de 2005, sendo um dos primeiros e mais conhecidos exemplos de metaverso em atividade nos últimos 21 anos. Dados disponíveis em Fastcompany (2023) apontam uma média mensal de 750 mil residentes ativos.

James Au (2008) descreve o *Second Life* como um mundo virtual on-line e persistente, funcionando como uma comunidade virtual emergente. Após criar uma conta, o residente⁴ é apresentado ao avatar, sendo esse o seu elo de ligação no SL, ocupando assim um papel centralizador nesse metaverso, podendo ser totalmente personalizado se tornando único.

O humano que se encontra do lado de cá da tela nunca é deslocado e replicado na íntegra do lado de lá. Evidente que ele se desloca, mas não totalmente; da mesma forma, os deslizamentos que ocorrem encontram-se misturados, de modo não necessariamente organizado ou integrado, mas embaralhado ao sistema, à máquina, software e até finalmente chegar ao avatar (Gomes, 2015, p. 99).

Dessa forma, o avatar será a materialização e representação do usuário. A partir daí, se dá início à exploração do universo virtual, sendo possível, além da locomoção entre os espaços, a interação entre outros residentes e objetos dispostos nos ambientes, exercendo uma ampla gama de atividades como festas, palestras, concertos, shows, feiras ou mesmo a criação de conteúdo.

Como se trata de um ambiente vasto e diversificado, tendo milhões de residentes conectados simultaneamente participando de uma ampla gama de atividades é natural que existam comunidades dedicadas a interesses específicos, como artes, moda, música, *role-playing*⁵, negócios, relacionamentos, entre outros.

Tendo uma economia virtual e uma moeda própria, o Linden Dollar (L\$), o SL possui uma economia interna que mobiliza aproximadamente US\$ 650 milhões em transações entre pessoas, movimentando, assim, uma rede interna de trabalho em que os residentes podem

⁴ Residente: nomenclatura utilizada para se referir aos usuários do *Second Life*.

⁵ *Role-playing*: “simulação” ou “encenação” de um evento real.

criar conteúdo em terceira dimensão (3D), como roupas e acessórios utilizados na personalização dos avatares ou itens como imóveis, veículos, dentre outros.

Quando se fala em aspectos sociais, Schlemmer e Backes (2008) descrevem a sociedade do *Second Life* como algo que transita entre o capitalismo digital virtual e a lógica do socialismo que está presente na rede de colaboração, cooperação e na solidariedade entre os residentes. *Second Life* possui normais morais básicas como qualquer outro ambiente social, mas grande parte das regras de convivência são desenvolvidas pelos próprios residentes, podendo variar de acordo com a proposta de cada ambiente visitado, gerando, assim, o que as autoras descrevem como um “viver” virtual. Desse modo, pode-se entender que o *Second Life* propicia uma experiência de vivência aos seus residentes, tornando-se um metaverso completo por unir aspectos pessoais, sociais e culturais a uma plataforma tridimensional completamente modificada e moldada pelos próprios residentes.

4.2 Comportamento e busca informacional da comunidade brasileira do *Second Life*

Uma das principais características da comunidade brasileira do *Second Life* é a troca de informações entre seus membros, tendo um fluxo de informação constante e que, muitas vezes, se equivalem aos que ocorrem nas interações presenciais. Para Tajra (2003), uma comunidade virtual é definida como uma organização composta por elementos que estão continuamente se interrelacionando entre si e com o meio. A autora afirma que tais comunidades são formadas por componentes físicos, lógicos, humanos e ideológicos.

Partindo do princípio de que cada residente é um potencial produtor de informação e que sua tomada de decisão contribui para o processo de disseminação de informação, com interações sociais sendo a base de toda comunicação e moldando o comportamento informacional dos residentes do SL, é possível classificar a busca informacional da comunidade brasileira em aspectos, pessoais, comunitários, comerciais, culturais e econômicos.

Ainda que se esteja falando sobre um metaverso é necessário ter em mente que os comportamentos informacionais apresentados por seus residentes são reflexos do comportamento informacional do indivíduo que está por trás de cada avatar.

Denomina-se comportamento informacional o conjunto das atividades desencadeadas por uma necessidade de informação, ou seja, a busca a comparação das várias informações acessadas, a avaliação, a escolha, o processamento cognitivo e a utilização da informação para suprir a necessidade primeira incluindo a própria identificação desta necessidade (Bartalo; Di Chiara; Cotrini, 2011, p. 1-2).

Dessa forma, mostra-se necessário entender que a subjetividade implícita no comportamento informacional da comunidade brasileira do SL é baseada no que Oliveira (2013) descreve como um conjunto dos fatores inerentes ao contexto do usuário, sendo esses relativos às necessidades e ao contexto informacional de cada usuário, gerando, assim, influências diretas em sua ação e obtenção de conhecimento.

5 CAMINHOS DE BUSCA INFORMACIONAL: MEIOS DE COMUNICAÇÃO E DE DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES NO *SECOND LIFE*

Ao se falar em ambientes virtuais, dentre eles os metaversos, deve-se levar em consideração a complexidade e dinâmica existentes no mundo virtual, bem como a variedade de fatores e interações que possibilitam e influenciam o comportamento informacional, sendo esse o reflexo das interações sociais ou de caráter pessoal, bem como a base de seu comportamento. Dessa forma, esses ambientes se tornam responsáveis pela disseminação de conhecimento e podem influenciar as percepções e opiniões individuais de seus usuários.

O *Second Life* possui uma ampla rede comunicação interna, mas uma parte significativa das interações se dá por meio de redes externas de comunicação, gerando, assim, um elo adicional entre os residentes e esse metaverso. Dessa forma, é possível se manter atualizado sobre os acontecimentos internos mesmo não estando conectado ao SL.

5.1 Meios de comunicação internos

Second Life é um metaverso que permite diferentes tipos de interação social possibilitando uma experiência virtual ampla e de diferentes níveis de imersão. Alguns dos principais tipos de interação existentes nesse metaverso serão descritos a seguir:

- **Chat de texto e voz**

Os residentes podem se comunicar com outros residentes por meio de *chat* de texto ou voz, em ambientes públicos ou *chat* privado IM⁶, permitindo conversas e interações sociais em grupo ou individuais.

- **Comunidades e grupos**

Os residentes podem se reunir e discutir sobre interesses em comum através de grupos e comunidades, podendo variar entre temas como artes, música, *role-playing*, negócios, entre outros. Por meio desses grupos, os residentes podem organizar encontros, eventos e atividades coletivas relacionadas a temáticas específicas.

- **Eventos e encontro sociais**

O ponto mais alto do *Second Life* é, sem dúvidas, a sua gama de eventos e encontros sociais organizados pelos próprios residentes. Esses eventos são a base dos encontros sociais e responsáveis, também, por boa parte da circulação econômica desse metaverso. Eles são, em sua maioria, a materialização de ideias que surgem muitas vezes de simples conversas e troca de ideias entre residentes com interesses em comum.

- **Relacionamentos e *networking***

As interações sociais existentes no *Second Life* não se limitam apenas a troca de conversas e ideias momentâneas, tais interações possibilitam relações pessoas mais profundas como a criação de famílias, parcerias e até mesmo relacionamentos amorosos.

- **Comércios e negócios**

A economia virtual existente dentro do *Second Life* é ativa e movimentada milhões de dólares por ano. Uma parcela dos residentes trabalha com a criação de conteúdo para a plataforma. Esse conteúdo criado pode variar de uma simples roupa ou acessórios utilizados pelos avatares a estruturas como imóveis ou objetos utilizados para a interação com os outros residentes. Essa variedade de itens criados fica à disposição para a compra dos demais residentes tanto em lojas físicas existentes dentro do próprio SL quanto no *marketplace* existente no *site* oficial do *Second Life*. É válido ressaltar que a economia existente no SL possibilita a geração de empregos virtuais, nos quais todo o faturamento obtido em L\$ pode ser convertido em Dólares americanos. Atualmente 245L\$ são

⁶ IM – Sigla para individual messenger (Mensagem individual).

equivalentes a um dólar americano. Dessa forma, muitos residentes, de diferentes nacionalidades, podem trabalhar com modeladores 3D, na criação de conteúdos, como Disk Jockey (DJ), *promoters* ou *designers*, conseguindo utilizar o *Second Life* como fonte de renda parcial ou mesmo principal.

- **Role-playing e jogos de interação**

É muito comum encontrar grupos destinados a esse tipo de prática dentro do SL. Ilhas de RPG⁷, por exemplo, têm espaço garantido dentro desse metaverso. Nelas, os residentes podem assumir papéis fictícios e interagir em ambientes temáticos. Isso pode incluir simulações de vida real, fantasia, ficção científica, dentre outros, proporcionando uma experiência imersiva e criativa.

Alguns dos espaços mais frequentados pela comunidade brasileira são a ilha “Ajuda SL Brasil” e “Raízes do Brasil”, que têm como objetivo auxiliar os novos residentes em seus primeiros passos dentro do *Second Life*. Nela os novos residentes têm à disposição informações como guias e tutoriais, além de contato direto com outros residentes que se colocam à disposição para tirar dúvidas e auxiliar na descoberta de novas funcionalidades.

“Curitiba Brasil”, “Beco do Rock”, “Club Brasil”, “Bar Balada Boa” são exemplos de ilhas destinadas a festas e eventos musicais, como apresentações de cantores e instrumentistas brasileiros atraindo diferentes públicos com gostos musicais diversos.

Ilhas como “Favela Brasil”, “Jardim do Eden”, “*SexyLife* Brasil” e “Brasil Rio”, por sua vez, são centros de encontros sociais, nesses espaços é possível interagir socialmente com outros residentes, sendo esse o seu maior foco.

“Brasil Rio” e “Distrito Central RPG” são exemplos de ilhas dedicadas ao *role-playing*. Nelas os residentes podem assumir o papel de personagens de uma história e interagir com os outros residentes por meio de narrativas pré-moduladas.

Em síntese, a rede de comunicação interna do *Second Life* é um componente primordial para o funcionamento e vitalidade da plataforma, uma vez que permite a disseminação eficiente de informações, promovendo o engajamento da comunidade através de diferentes tipos de atividade e favorecendo o crescimento dos laços sociais entre os residentes, o que torna o SL um ambiente ativo e dinâmico.

⁷ RPG – Sigla para Role Playing Game, modelo de jogo onde os jogadores assumem o papel de personagens imaginários.

5.2 Meios de comunicação externos

A utilização de meios externos de comunicação pela comunidade do *Second Life* facilita a disseminação de informações e fortalecem a coesão da comunidade, uma vez que esses canais permitem uma comunicação contínua e rica que ultrapassa os limites do mundo virtual. Além disso, fortalecem, de forma significativa, o crescimento contínuo da plataforma. Os principais meios de comunicação externos são:

- **Redes Sociais**

Sendo amplamente utilizadas pelos residentes, as redes sociais funcionam como um meio de compartilhamento de experiências pessoais e de divulgação de produtos por lojistas ou por residentes que trabalham como *bloggers*. Funcionam ainda como um ponto de encontro para discussões e divulgação de eventos. Plataformas como Facebook, Instagram, Twitter e Flickr servem como extensões do SL para a disseminação de informações.

No Twitter, *hashtags* como *#secondlife* ou *#SL* são utilizadas para categorizar e facilitar a localização de informações referentes ao *Second Life*, ensejando a descoberta de novas comunidades e eventos.

O Instagram e Flickr são redes com foco visual, sendo vastamente utilizadas para o compartilhamento de produtos e serviços. Criadores de modelagem 3D utilizam essas redes sociais como um meio de divulgação de seus trabalhos.

- **Blogs e Websites**

Funcionam como recursos valiosos para novos usuários que estão aprendendo a navegar no ambiente virtual, bem como para veteranos que buscam informações a certa de novidades ou tem dúvidas sobre determinadas funcionalidades.

Um *site* muito utilizado pelos brasileiros é o “Seraphin.com”, focado na divulgação de eventos de venda de produtos, e *blogs* como “Vida de SL”, que, aliado a um canal no YouTube, compartilha tutorias e dicas sobre funcionalidades do SL.

- **Plataformas de vídeo**

Plataformas como YouTube e Twitch são amplamente utilizadas para a criação e disseminação de conteúdo relacionado ao SL. *Tours* virtuais, tutoriais, transmissão ao vivo de eventos e entrevistas são alguns dos tipos de conteúdo que podem ser encontrados pela comunidade brasileira.

Canais como “Vida de SL”, “O mundo Dos Jogos”, “Flor Vortex” e “Gabie Crystal SL”, têm seu conteúdo voltado a dicas e tutoriais sobre funcionalidades do SL, além de trazerem sempre conteúdo novo referente a atualizações e novidades.

Em síntese, a utilização dos meios externos de comunicação pela comunidade brasileira do *Second Life*, além de facilitar a comunicação de informações, também fortalecem a união da comunidade, permitindo uma linha de comunicação contínua e rica que transcendem os limites do mundo virtual.

6 CHOQUE ENTRE MUNDOS: INFLUÊNCIAS DO MUNDO REAL NO METAVERSO *SECOND LIFE*

A disseminação de informações do mundo real dentro do *Second Life* enriquece e gera impactos diretos no comportamento informacional dos residentes brasileiros, reafirmando o comportamento descrito por Wilson (1997), que apresenta um modelo abrangente para entender as circunstâncias que geram a necessidade de busca informacional. Podemos, dessa forma, caracterizar a ‘PESSOA’ como o avatar, o ‘PAPEL’ como a necessidade informacional existente no indivíduo que está por trás desse avatar e o ‘AMBIENTE’ como o próprio *Second Life*.

Quando falamos de notícias de impacto nacional, a quebra de barreira se torna ainda mais perceptível, sendo possível encontrar a materialização dessa disseminação de informações do mundo real dentro do *Second Life*. As eleições presidenciais de 2022 foram um evento muito marcante nos meios de comunicação utilizados dentro e fora do *Second Life*.

Recentemente, a tragédia climática e ambiental ocorrida no Rio grande do Sul em maio de 2024, gerou uma grade mobilização dos residentes brasileiros do *Second Life*. Durante a catástrofe, que afetou de forma direta e indireta muitos residentes brasileiros, foi possível presenciar através das redes de comunicação externa, como Facebook, o compartilhamento de notícias oficiais e o relato de residentes que moram na região afetada. Nos meios de comunicação interna, a tragédia trouxe constantemente discussões de cunho político e ambiental. Cartazes contendo informações de como ajudar as vítimas da tragédia foram espalhados em diferentes ilhas brasileiras.

O engajamento gerou também a criação de um evento intitulado “*Southern Brazil emergency support: in support of the tragedies in Rio Grande do Sul*”. O evento ocorreu durante duas semanas no mês de maio de 2024 e teve a participação de lojista criadores de modelagem em 3D que disponibiliza itens à venda. Todos os Lindens Dollar doados pelos residentes que participaram dos inúmeros shows, bem como o dinheiro arrecadado pela venda dos itens, foi convertido e doado para as vítimas do Rio Grande do Sul. Esse tipo de mobilização deixa explícito o quanto o mundo real tem impacto e relevância na segunda vida dos brasileiros

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A metodologia utilizada, tendo como apoio uma abordagem netnográfica, possibilitou uma análise das interações e comportamentos informacionais da comunidade brasileira, em que foi possível desenhar os caminhos relacionados à busca informacional da comunidade brasileira do metaverso *Second Life*, cumprindo, com isso, o objetivo deste estudo exploratório.

Observou-se que a comunidade do *Second Life* vai além do simples intercâmbio de dados, abrangendo a criação de laços sociais e a participação ativa em eventos e atividades que validam a coesão da comunidade. É possível afirmar com, base no pensamento de Tajra (2002), que as interações virtuais entre residentes existentes no *Second Life* se assemelham com as interações presenciais descritas pela autora, moldando, dessa forma, o comportamento informacional desses residentes.

Bartalo, Di Chaira e Cotrini (2011) descrevem o comportamento informacional como um conjunto de atividades desencadeadas por uma necessidade de informação, o que inclui a busca, comparação, avaliação e uso da informação. Esse comportamento no SL reflete a subjetividade e o contexto de cada usuário, como descrito por Oliveira (2013).

Se torna perceptível, ainda, a interseção entre o real e o virtual, o que enriquece a experiência dos residentes, destacando a importância da troca constante de informações, bem como, a mobilização social dentro desse metaverso.

A caracterização de caminhos voltados à busca informacional da comunidade brasileira no metaverso *Second Life*, revelou um panorama dinâmico e, ao mesmo tempo,

complexo, em que se pode observar que as necessidades informacionais são moldadas pelas características únicas desse ambiente virtual. Demonstrando, ainda, que a natureza subjetiva da busca informacional, como descreveu Wilson (1981), traz consigo aspectos específicos do contexto em que cada residente está inserido, gerando dessa forma um comportamento informacional multifacetado.

A diversidade de residentes existente no *Second Life* demonstrou a amplitude das necessidades informacionais e a fácil adaptabilidade na utilização dos diferentes meios de comunicação internos e externos, facilitando, dessa forma, um fluxo de informações contínuo e dinâmico, sustentando, a vida social, cultural e econômica.

Percebe-se que a necessidade informacional nesse ambiente surge como um paralelo à vida real, mostrando-se como um espelho das vontades dessas mesmas necessidades informacionais, sendo por uma causa individual ou social (como por exemplo, o desastre no Rio Grande do Sul e as campanhas *in-game*⁸ para arrecadação de valores para a causa). Percebe-se, então, a necessidade de estudos mais aprofundados na temática para que se possa efetivar de maneira mais descritiva a compreensão das necessidades informacionais dos públicos específicos do *Second Life*.

Ademais, o estudo da busca informacional da comunidade brasileira no metaverso *Second Life* demonstra a necessidade de considerar as especificidades desse ambiente para um melhor entendimento das dinâmicas informacionais de seus residentes. A pesquisa evidencia a importância do desenvolvimento de modelos que contemplem a diversidade de necessidades informacionais, contribuindo, dessa forma, para a criação de estratégias eficazes de gestão da informação nesse contexto específico.

REFERÊNCIAS

BARTALO, L.; DI CHIARA, I. G.; COTRINI, M. L. Competência informacional: suas múltiplas relações. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 24., 2011, Maceió. **Anais** [...]. Maceió: Associação Alagoana dos Profissionais em Biblioteconomia, 2011.

⁸ In-game: expressão utilizada para designar a participação de algo referente ao mundo dos games.

FAST COMPANY. **Fast Company**. 2023. Disponível em:

<https://fastcompanybrasil.com/evento/innovation-festival-brasil-2023/>. Acesso em: 21 maio de 2024.

FIGUEIREDO, N. M. **Estudos de uso e usuários da informação**. Brasília: IBICT, p. 1994.

GOMES, L. G. "Os modos de existência" de um avatar: imagem, inventário e perfil. **Vivência: revista de antropologia**, [s. l.], v. 1, n. 45, p. 97-124, 2015. Disponível em:

<https://periodicos.ufrn.br/vivencia/article/view/8254>. Acesso em: 29 abr. 2024.

JAMES AU, W. **The Making of Second Life: Notes from the new world**. Collins, 2008.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34 Ltda, 1999.

MOURA, M. A. Netnografia: a realidade social sob o véu digital. In: ARAÚJO, R. F. (org.)

Estudos métricos da informação na web: atores, ações e dispositivos informacionais. Maceió: EDUFAL, 2015.

OLIVEIRA, E. S. **O comportamento informacional de pós-graduandos de engenharia: estudo sobre a influência da personalidade**. 2013. 194 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Estadual Paulista, Marília, 2013. Disponível em:

https://www.marilia.unesp.br/Home/PosGraduacao/CienciadaInformacao/Dissertacoes/oliveira_es_me_mar.pdf. Acesso em: 19 maio 2024.

SCHLEMMER, E.; BACKES, L. Metaversos: novos espaços para construção do

conhecimento. **Revista Diálogo educacional**, Curitiba, v. 8, n. 24, p. 519-532, maio/ago.,

2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1891/189116834014.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2024.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 24 ed. São Paulo: Cortez, 2016.

SILVEIRA, M. M.; ODDONE, N. Necessidades e comportamento informacional: conceitos e modelos. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 36, n. 1, p. 118-127, 2007. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/ci/a/KrG78hPcXjDbCyKLHWMcKNP/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 22 abr. 2024.

TAJRA, S. F. **Comunidades virtuais: um fenômeno social da sociedade do conhecimento [...]**.

[S. l.: s. n.], 2003. Disponível em: <http://espacio.uned.es/fez/view/bibliuned:1414>. Acesso em: 30 abr. 2024.

WILSON, T. D. Information behaviour: an interdisciplinary perspective. **Information Processing and Management**, [s. l.], v. 33, n. 4, p. 551-572, 1997. Disponível em:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0306457397000289>. Acesso em 30 abr. 2024.

WILSON, T. D. On user studies and information needs. **Journal of Documentation**, [s. l.], v. 31, n. 1, p. 3-15, 1981. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/eb026702>. Acesso em: 29 abr. 2024.

WILSON, T. D.; WALSH, C. INFORMATION BEHAVIOUR: an interdisciplinary perspective Contents. West Yorkshire: **The British Library Board**, 1996. Disponível em: <https://informationr.net/tdw/publ/infbehav/cont.html>. Acesso em: 21 maio 2024.