

Second Life e Branding Educacional - Parte I

Escrito por Luciane Chiodi Nogueira
Qua, 22 de Agosto de 2007 21:00

Second Life e Branding Educacional - Parte I

O Second Life (SL) é um ambiente virtual que é capaz de simular alguns aspectos da vida real do ser humano. É uma mistura de orkut, msn e videogame. Lá é possível que o usuário crie seu próprio avatar. Avatar é a representação gráfica de um usuário no SL. É possível criá-lo de acordo com seu gosto ou optar pela forma que lhe convém. Além de que, nesse ambiente você pode voar, teletransportar, correr, pular, conversar, conhecer outras pessoas, ver vídeos, dançar, inscrever-se em cursos, enfim é possível uma infinidade de possibilidades.

Em resumo, O SL é uma cópia do mundo real. Conta com universidades, réplicas de algumas cidades, restaurantes, monumentos. O habitante do SL (o dito residente) pode ter as mais variadas profissões, fazer o que quiser, ou até não fazer nada.

No SL não se navega por sites, mas por ilhas. O que equivale ao conceito de site atualmente.

O ambiente SL foi desenvolvido em 2003 e é mantido pela empresa Linden Research, Inc. Essa empresa foi fundada por Philip Rosedale (que só por curiosidade, investiu U\$ 1 milhão de seu próprio bolso). E esse sistema possui uma moeda própria chamado Linden Dollar.

O SL ultimamente está recebendo a atenção da mídia internacional devido ao crescimento significativo de seus usuários e por apresentar uma nova forma de navegação na internet. Segundo estatísticas do próprio site oficial, em 24 de maio de 2007 o sistema contava com 6.657.169 usuários e o sistema computava a movimentação de U\$ 1.428.250 nas últimas 24 horas. O sistema também aponta que nos últimos 60 dias 1.737.273 pessoas entraram no sistema. (dados retirados da wikipédia).

Diante de uma movimentação tão grande de dinheiro as Instituições de Ensino voltaram seus olhos para esse ambiente e apostam no Second Life para divulgarem, posicionarem e desenvolverem suas marcas. Atualmente cerca de 60 universidades já utilizam o SL para divulgação de suas marcas.

A Internet hoje em dia é considerada o maior sistema de comunicação desenvolvido pelo homem e é uma estratégia de branding muito valiosa e que não pode ser descartada.

Acredito que num futuro próximo o Second Life se apresentará como um dos maiores meios de visibilidade de uma instituição de ensino superior, e poderá ser um grande diferencial nas escolhas das instituições pois é através dele que as instituições poderão estreitar seus relacionamentos e se tornarem conhecidas, através da transmissão de informações e da interatividade.

A ilha da Instituição de Ensino precisa se adaptar às novas possibilidades, sem precisar abrir mão dos atributos de sua marca, colocando de forma coerente, clara e precisa a informação ao alcance de todos.

Todo o layout das ilhas são observadas pelos seus usuários, portanto a Instituição deve ser clara em sua comunicação. O ilha de uma Instituição de Ensino tem que ser capaz de despertar no usuário a percepção de seu posicionamento de mercado. Por exemplo, se a

Second Life e Branding Educacional - Parte I

Escrito por Luciane Chiodi Nogueira
Qua, 22 de Agosto de 2007 21:00

escola alega ser inovadora, criativa e com visão de negócios, tudo tem que estar intimamente ligado a esses atributos. Os laboratórios precisam ser inovadores, seus alunos precisam ser incentivados a buscarem uma visão de negócios e todas as pessoas envolvidas precisam seguir essa linha. Tudo tem que estar alinhado com o posicionamento da Instituição, principalmente sua ilha no Second Life.

Para conhecer o Second Life acesse:

<http://www.secondlifebrasil.com.br>

<http://www.secondlife.com>