

Algunos espacios y personajes de este universo imaginario.



'SECOND LIFE': UN MUNDO VIRTUAL



EL fenómeno de 'Second Life' (SL) está teniendo una enorme repercusión no sólo social y mediática, sino también empresarial. SL es un mundo virtual en tres dimensiones desarrollado íntegramente por sus usuarios: millones de personas que, previa creación de su respectivo 'avatar' (el personaje digital que interactúa en tiempo real por cada usuario), se teletransportan por el ciberplaneta Mainlab. Los expertos dicen que este 'metaverso' —o entorno virtual en el que las personas pueden interactuar— es la punta del iceberg de lo que nos depara el futuro: Internet en 3D.

L. M.

CREADO en 2003 por la empresa americana Linden Lab, 'Second Life (SL)' es un

punto de encuentro virtual donde relacionarse con otras personas. El número actual de cuentas registradas ronda los 11 millones, pero las esta-

dísticas evidencian que en una semana entran una media de 400.000 nuevos residentes. Probablemente, la explicación se deba a que un

mismo usuario puede poseer varias cuentas.

A esto hay que añadir que muchos de los neófitos en la materia sencillamente abren una cuenta

para saber “qué es eso de vivir una segunda vida”. Pese a que las herramientas han mejorado notablemente, muchos novatos abandonan en su primera visita, dada la complejidad, el tiempo que hay que dedicar para aprender a manejarse y la sensación inicial de soledad ante la aplastante variedad de cosas que hacer.

Mil millones de usuarios. Sin embargo, los analistas estiman que el próximo año habrá nada menos que 20 millones de personajes virtuales pululando por las islas de SL. Más aún: los expertos en tecnología auguran que para 2011 habrá más de 1.000 millones de ciudadanos “viviendo” en mundos virtuales como 'Second Life'.

Tras cuatro años de existencia, hay opiniones para todos los gustos: desde los que piensan que SL continúa al alza y los que opinan que este

Versión española

LUIS Sotillos, el fundador de la versión española de SL califica el crecimiento de este fenómeno en España de “espectacular”, “pues hace un año SL no llegaba ni a cien el número de españoles que se habían interesado por esta plataforma y ya constituyen el 4 por ciento de todos los usuarios del mundo. Hasta la fecha han sido creadas cerca de 300.000 cuentas”.

Un ejemplo significativo es el de la Consejería de Justicia de la Comunidad de Madrid, que recreará las instalaciones de la futura Ciudad de la Justicia de Valdebebas en el mundo virtual. Firmas de abogados como Cuatrecasas también gozan de una nutrida representación digital, que ya ha inaugurado su oficina virtual número 23. Asimismo, en SL están representados otros sectores como el de la educación (Universidad de Barcelona), la banca (Cajamadrid, La Caixa), los medios de comunicación (Second News: un medio de comunicación especializado en informar de acontecimientos ocurridos en este espacio paralelo) y la moda (Inditex ha abierto una tienda Bershka) entre otros.

una web sino un espacio virtual en tres dimensiones en el que prima la comunicación entre personas y la generación de contenidos por los propios residentes.

Y teniendo en cuenta que este “Estado virtual” tiene moneda propia —los Linden Dollars o Lindex— que pueden ser convertidos en dólares americanos (un dólar equivale a 300 Lindex); así como las cifras de millones de

verse por SL es gratis, pero si lo que uno quiere es, por ejemplo, construirse una casa o montar su empresa, debe abrir una segunda cuenta (que ya no es gratis; cuesta 10 dólares), adquirir un trozo de tierra o una isla y pagar religiosamente un impuesto mensual. A partir de ahí, ya puede construir (o pagar el diseño a una empresa especializada). Según datos de Second

dades, tiempo o interés para construir algo, sólo hay que hacer una búsqueda para contar con un amplio abanico de empresas que lo hagan.

Mercado virtual. Pero donde realmente se mueve dinero es en el mercado virtual. SL tiene su propio sistema económico, ideado para recompensar el riesgo, la innovación y la creación de nuevos artificios. Según

El número actual de cuentas registradas en 'Second Life' ronda los 11 millones

mundo se está quedando vacío. Un tercer sector considera que nos encontramos en la transición entre dos fases de la llamada 'curva de expectación de Gartner para tecnologías innovadoras': la de expectativas exageradas y la de decepción.

¿Juego o negocio? Nuevamente, según los teóricos, Second Life no es ni un juego *on line* ni

dólares reales que cada mes se mueven en transacciones, parece que, efectivamente, este 'chiringuito virtual' es también un negocio.

Al acceder al sistema, todo lo que se divisa son creaciones propias (casas, edificios de empresas, objetos, ropas, animales, etc.) o de empresas que ofrecen sus servicios para el diseño de cualquier cosa. Mo-

Agency, establecer una sede en el mundo de Linden Lab implica un desembolso mínimo de 15.000 euros y uno máximo de 50.000 por proyecto cerrado.

Por otra parte, SL otorga los derechos de propiedad intelectual a los creadores de los objetos, que pueden venderlos a otras personas o empresas. Si no se dispone de las necesarias habili-

informan en la propia web, miles de residentes están generando parte de sus ingresos en la vida real a partir de sus negocios en su segunda vida. Las posibilidades de innovación son tales que actualmente están funcionando todo tipo de negocios *in-world*: organizador de bodas y fiestas, fabricante de mascotas, tatuador, diseñador de moda, joyero, arquitecto,

El futuro

SECOND Life es el *metaverso* más conocido, pero sólo uno de los más de cincuenta que existen actualmente. “Nuestra visión es que en el futuro habrá una interconexión entre estos distintos *metaversos*”, explica Daniel Fernández Leston, miembro de la comunidad virtual de IBM en España.

A su juicio, cuando se creen los estándares y se unifiquen las diferentes plataformas, Internet tendrá un componente en tres dimensiones que permitirá hacer cosas que ahora no se pueden hacer. IBM es una de las empresas que está estudiando qué tecnología será necesaria para que los mundos virtuales estén interconectados. Sin embargo, esta compañía entiende que el valor de la tecnología reside en las aplicaciones que ésta permite.

“Todo dependerá de la imaginación”, añade Fernández Leston, que señala algunos ejemplos. “En el futuro, las inmobiliarias podrían desarrollar réplicas en tres dimensiones de las promociones que proyectan construir en el extranjero, lo que permitirá a los posibles compradores conocer cómo será esa casa mediante el ordenador, con una sensación de inmersión total. O quedar con amigos para hacer la compra en un supermercado virtual, empujando un carrito e interactuando con ellos, decidiendo qué se compra y que no, todo ello desde casa. O se podrá asistir a una clase que esté teniendo lugar en otro lugar del mundo, pero no como un mero observador, sino de forma activa. Las posibilidades son infinitas”.

Este Estado virtual tiene moneda propia convertible en dólares. A diario se realizan transacciones millonarias

artista, guía turístico, diseñador del avatar, especulador inmobiliario, propietario de resorts, anunciante, guardaespaldas, investigador privado, paisajista, publicista...

La búsqueda de prestigio o publicidad ha llevado a muchas empresas e instituciones a abrir sus sucursales y edificios representativos en el mundo virtual...con mayor o menor fortuna. Algunas de ellas no han vislumbrado las posibilidades de SL y se han limitado a trasplantar el contenido de sus páginas web a este nuevo formato.

¿Qué se puede hacer?

Una vez creado el “avatar” y accedido al mundo paralelo, se pueden hacer tantas cosas que no se sabe ni por dónde empezar. La oferta de actividades, cosas que pueden hacerse en SL es intermi-

nable. Si lo que uno quiere es diversión tiene a su disposición una larga lista de entretenimientos. ¿Que estamos en invierno y quiere broncearse? Puede acercarse a la playa que La Sexta ha desarrollado tomando Ibiza y sus “chill-out” como referencia y tostarse bajo un inocuo sol virtual. Y así un larguísimo etcétera: correr los sanfermines; asistir a una clase virtual de la Universidad de Barcelona; tumbarse en el diván de un gabinete psicológico; buscar trabajo en Infojobs; fundar su propio grupo terrorista (como el Second Life Liberation Army), apostar; ver una exposición en La Casa Encendida; asistir a una conferencia y comentarla con el resto de los asistentes; mantener relaciones sexuales o comprar desde una barra de pan hasta una bomba nuclear. ■

JOSÉ ONETO

El sorprendente fenómeno de ‘Second Life’



HAY gente que cree en la reencarnación y que –después de la muerte– su mente, su alma, su conciencia y su energía, vivirán en un cuerpo varias veces y que se podrán reencarnar en otra persona o en un animal. Hay también gente que cree en la otra vida donde recibirá un premio o un castigo según se haya comportado. Y, por último, hay gente, en estos momentos dicen que millones de personas, que cree a pie juntillas en “Second Life” (una Segunda Vida, según la traducción) que no es sino un mundo virtual interactivo creado por Linden Lab: un mundo de ordenadores con una amplia red de servidores a los que se accede desde Internet y en el que se puede hacer de todo después de inventar una segunda personalidad, una especie de reinención de uno mismo en forma tridimensional que en el lenguaje tecnológico se llama “avatar”.

Inspirada en la novela de ciencia ficción “Show Crash” de Neal Stephenson, es la construcción de

“Produce cierto terror pensar que millones de personas no tienen suficiente con vivir su propia vida y necesitan crearse un personaje en un mundo irreal”

un mundo virtual en el que se puede construir todo en 3D y en el que se puede hacer, también, de todo. En la novela de Stephenson, la increíble aventura de Hito, el protagonista, arranca en el “metaverso”: un mundo virtual generado por ordenador donde los usuarios conectados entre sí crean sus propios cuerpos tridimensionales, presentan sus obras de arte, conversan o hacen negocios.

Cualquiera puede tener su “segunda vida” en “Second Life” y cualquiera puede hacer lo que quiera: desde construir una casa o una discoteca, un jardín,

un campo de minas o un cuartel, hasta jugar a cualquier tipo de juego, comprar unas zapatillas, convertirse en gigante de tres metros, reconstruir las pirámides de Egipto para transformarlas en una sala de conciertos o vender cualquier tipo de producto.

“Second Life” más que cualquier producto es todo un país, con sus islas, sus calles, sus ciudades, sus comunidades... Es un mundo en donde se puede realizar todo tipo de actividades del mundo real en otra dimensión; un mundo que es construido por sus habitantes y desde que está abierto al público es habitado por millones de personas que desarrollan nuevas experiencias, que tienen todo tipo de contactos con gente de todo el mundo, compran y venden de todo, juegan, apuestan e incluso intentan tener sexo.

Esta gente puede emprender cualquier negocio dentro de “Second Life”, donde además se pueden desarrollar también todo tipo de ideas. Pero para esto es necesario comprar un espacio, edificar en él o contratar los servicios de otra persona o entidad, para lo que es preciso contar con una cuenta de pago que cueste entre seis y nueve dólares (entre 4,40 y 6,70 euros) mensuales. Todas las transferencias se realizan en la moneda específica de ese mundo: los dólares linden.

Sin embargo después de varios años la realidad es que esa “segunda vida” no es tan buena como parece y que las empresas que venden sus productos no están contentas con sus resultados, incluso muchas marcas han recibido ataques (Nissan vio como su sucursal virtual era bombardeada por un helicóptero y una conocida inmobiliaria fue atacada por “pene voladores”); asimismo, han comenzado a aparecer productos piratas o falsificados y hasta ha habido hace unos meses un sorprendente escándalo investigado por la policía alemana de supuestos casos de miembros que estaban pagando por mantener relaciones sexuales con niños virtuales.

En el fondo ese montaje produce un cierto terror. Pensar que millones de personas no tienen suficiente con vivir su propia vida, con to-

das sus ventajas e inconvenientes, con todos sus problemas y satisfacciones, y que necesitan crearse un personaje en un mundo irreal para hacer cosas que nunca podrán hacer o se avergonzarían de hacer es terrible. Y que en vez de salir a la calle, hablar con otras gentes, divertirse, decepcionarse o ser feliz se inventan una “segunda vida” que probablemente será tan falsa y tan vacía como la única que tienen a menos que realmente crean en la reencarnación: decepcionante para la naturaleza humana.

José Oneto es periodista.