

Abstracto: el artículo explica qué es Second Life, algunas de sus características principales y cómo su estudio, puede ayudar a comprender transformaciones en las formas de comunicación e interacción social.

Second life¹, escenario de interacción social

Magdalena López de Anda²

Introducción ¿Qué es Second Life?

**“Usando tu imaginación puedes hacer de este mundo lo que quieras, no hay nada predeterminado, y todos absolutamente todos los personajes que veas son personas como tú detrás de una computadora, buscando conocer, aprender, divertirse y compartir”
Malu Zhao³**

La Web –siglas de *World Wide Web*, que es la cara conocida de Internet- alberga una impresionante variedad de recursos, herramientas de trabajo, formas de entretenimiento y comunicación, entre las que se ubica Second Life.

Desarrollado por la empresa Linden en el año 2003 (Carr & Pond, 2007), Second Life es definido como un “mundo virtual tridimensional co-creado por usuarios”. Se trata de un entorno digital con apariencia semejante al mundo real⁴, al que ingresan simultáneamente miles de personas de diferentes partes del mundo. Cada participante debe crear un personaje o representación digital denominado “avatar” a través del cual puede moverse en el espacio tridimensional⁵ e interactuar con los demás avatares (figura 1).

Second life es nombrado de diversas formas, dependiendo del enfoque que se privilegie, por ejemplo:

¹ La página oficial es www.secondlife.com

² Académica del Departamento de Estudios Socioculturales, Universidad ITESO. El artículo presentado forma parte de una investigación en torno a las formas de comunicación dentro de Second Life.

³ Malu Zhao el avatar de una mexicana pionera en Second life, que publicó en su blog una semblanza histórica del nacimiento y evolución de este mundo virtual <http://maluzhao.blogspot.com/>

⁴ La categoría “mundo real” no resulta del todo satisfactoria para distinguir la actividad dentro y fuera de la red (*on* y *off line*) pues lo que sucede dentro de Second life, también forma parte de la realidad de quienes participan de esa experiencia.

⁵ Es tridimensional porque los lugares, objetos y personajes que se muestran en él tienen alto, ancho y profundidad. Los usuarios pueden moverse en tres ejes horizontal (izquierda/derecha), vertical (arriba/abajo), profundidad (adelante/atrás).

- Como un juego en línea de múltiples participantes MMOG (*Massively Multiplayer Online Game*), porque permite la coexistencia de usuarios conectados a través de Internet. Aunque no se puede afirmar que sea un juego ya que no se compite por un objetivo, no se tiene que ganar puntos, ni subir niveles.
- Como una *comunidad virtual* o una *red social*, por los vínculos y relaciones que los usuarios establecen en y a través de él (Czarnecki, 2008; Ducheneaut & Moore, 2004; Ikegami & Hut, 2008).
- Como *mundo persistente* o PSW (*Persistent World*), por tratarse de un espacio que se mantiene en constante movimiento las 24 horas del día, los 365 días del año. Mientras algunos usuarios se desconectan, otros están activos e interactúan transformando el entorno que permanece o persiste dinámicamente.

En junio del 2009, Linden informó que el número de usuarios regulares es de 700,000 de los cuales llegan a conectarse simultáneamente más de 70 mil⁶ que ingresan a distintas islas dentro de Second Life, por lo que hay espacios más poblados que otros.

Una metáfora del Mundo

Nuestra concepción de mundo se construye tanto de vivencias cara a cara, como de experiencias mediadas: a través de un libro, un programa televisivo, una conversación telefónica, un sitio web, etcétera. Los “relatos” de otros, nos permiten conocer por ejemplo el clima de Egipto sin haberlo visitado, las etapas de un embarazo sin haber sido madres, la memoria histórica de un pueblo al que no pertenecemos.

A diferencia de un libro o una película, los relatos que circulan dentro de Second Life son creados por quienes participan de la experiencia, por lo tanto no se reducen necesariamente a la expresión de “un autor” sino al intercambio entre grupos de personas. Esta posición activa de los usuarios es conocida como *prosumer*, productor/consumidor de contenidos.

Algunos usuarios se esfuerzan por hacer de Second life, una extensión de su vida analógica: diseñan su avatar con una apariencia similar a ellos (*figura 2*), recrean edificios conocidos (*figura 3*) incluso desempeñan roles de trabajo que “replican” o imitan a los de la vida real o *Real Life RL* –así nombrada desde Second life-.

Entorno digital abierto

Quizá la principal característica de Second Life es ser un ambiente co creado, esto significa que si bien el programa base fue desarrollado por la empresa Linden y se distribuye gratuitamente⁷, los usuarios que ingresan pueden modificar la apariencia de sus personajes,

⁶ Aunque no hay forma de verificar la edad de los participantes, los registros de Linden indican que uno de cada tres usuarios tiene entre 25 a 34 años - sólo se puede ingresar teniendo de 18 años en adelante-. Existe un espacio para adolescentes de 13 a 17 años llamado Teen Second life.

⁷ El ingreso a Second Life es gratuito, sin embargo si se quiere construir una casa, oficina o cualquier lugar propio, es necesario comprar el terreno digital –el método más común es el cargo a tarjeta de crédito-. Los terrenos tienen coordenadas precisas denominadas land mark (equivalentes a un domicilio) y se ubican al interior de islas digitales llamadas SIM.

crear⁸ toda clase de objetos y movimientos, por lo tanto definen en gran medida lo que sucede dentro de Second Life, favoreciendo la diversificación de las actividades que se realizan cotidianamente en este entorno. Algunos ejemplos:

- Ofrecer **procesos de enseñanza**⁹: instituciones educativas de primer nivel como la UNAM, Harvard, y Stanford, ofrecen cursos dentro de Second life¹⁰. También existen experiencias de formación entre compañeros, algunas gratuitas como los cursos de español para extranjeros que se ofrecen en la Isla Plaza Luna.

Compra-venta tanto de productos y servicios para los avatares –ropa, calzado, masajes, viajes digitales...- como para los usuarios detrás de la pantalla –se puede comprar virtual y recibir el producto real en casa-. Algunas empresas en Second life son: Armani, Volvo, Nike, Coca-cola, McDonalds, Nissan o Televisa.

La moneda utilizada se llama *Linden dólar* y es posible comprarla o venderla a través de Internet en diversos sitios de cambio y subasta en los que se hace la conversión a dólares, euros, libras o pesos.

- **Trabajo**¹¹. El sistema económico de Second life, permite que las labores puedan ser remuneradas, cualquier residente puede trabajar ofreciendo algún satisfactor -por ejemplo dando clases- y cobrando por ello¹².
- **Diversidad de formas de participación social**. Dando seguimiento a la comunidad mexicana¹³ Reforma en Second life, podemos observar festejos del día de la Independencia, bodas (**figura 4**), fiestas, exposiciones, pastorelas, marchas con avatares vestidos de blanco y carteles que dicen “Ya basta” a la violencia, y más.

⁸ La mayoría de los usuarios se mueve en Second Life sin requerir ningún conocimiento de programación, sólo quienes desean crear objetos elementos específicos como “hacer que su avatar baile danzón”, han de utilizar el Lenguaje de programación de Second Life SLS.

⁹ Se sugiere consultar los trabajos de (Eliens, Feldberg, Konijn, & Compter, 2007; Kao, Galas, & Kafai, 2005; Ondrejka, 2008)

¹⁰ La Facultad de ingeniería de la UNAM, desarrolla cursos en geometría analítica, (http://www.ingenieria.unam.mx/gaceta/2009/numero8/gaceta8_2009.pd)

¹¹ El artículo My Virtual Summer Job, describe una experiencia de trabajo en Second life (Alter, 2008)

¹² De marzo de 2008 a marzo 2009, hubo un aumento del 70% en las inversiones de usuarios dentro de Second Life, con transacciones que equivalen a \$ 45 millones de dólares mensualmente (Linden, 2009)

¹³ En noviembre de 2007 México tenía 3581 usuarios registrados, mientras que Estados Unidos presentaba 197,638.

Entre la primera y segunda vida

Se requieren ríos de tinta para exponer por qué el estudio de Second Life nos permite avanzar en el conocimiento de formas mediadas de relación social. Sin embargo, listaremos algunos elementos:

1. **Transformaciones en el uso del espacio:** nuevas formas de interacción a distancia con usuarios conectados desde distintos países, pero coexistiendo en un espacio compartido (las islas).
2. **Los avatares, una forma diferente de “estar con el otro”:** la comunicación mediada por computadora, requiere de un “identificador” que nos distinga de los otros con quienes interactuamos, así en una sala de conversación –*chat*– tenemos un nombre de usuario o *Nick Name*, mientras que para el sistema de mensajería se utiliza una “cuenta de correo”. En cambio, en Second Life ese “identificador” va más allá de las letras o la imagen fija, el avatar es una representación de nosotros mismos que permite utilizar expresiones similares a las de una conversación cara a cara (mostrar disgusto, separarse, abrazar)
3. **Participación activa:** la posibilidad de interactuar, modificar el entorno, y decidir qué es lo que sucede, permite observar distintos roles y formas de organización que pueden replicar o no la experiencia de la vida fuera de la pantalla. Un ejemplo, interesante de innovación en la forma de hacer política fueron a las campañas rumbo a la presidencia de los Estados Unidos en el 2008, donde Obama y McCain, simpatizantes y detractores realizaron marchas, conciertos y recaudación de fondos dentro de Second life.
4. **La vida dentro y fuera de la pantalla:** Second life no es un espacio digital aislado, quienes ingresan en él, suelen al mismo tiempo realizar otras actividades en línea (mandar un correo electrónico, intercambiar mensajes instantáneos) y otras fuera de línea (contestar el teléfono, ir al baño, abrir la puerta de la casa...) Por ello, la importancia del análisis de las formas en que las actividades dentro y fuera de la computadora componen la trama de experiencias de vida de quienes participan en ellas. Un ejemplo interesante es cómo la agencia Reuters desarrolló mecanismos para informar a los usuarios tanto del acontecer en Second Life, como de las noticias fuera de dicho entorno.

Al ser un espacio en el que se puede “re-crear” la experiencia del mundo, Second life suele acompañarse de altas expectativas por parte de algunas organizaciones como la ONU que sugieren desarrollar simulaciones para comprender determinados comportamientos y, por lo tanto, encontrar alternativas de solución a conflictos reales (Bloomfield, 2007). La dificultad principal de algunos de estos esfuerzos, es que en ocasiones posan su interés en la tecnología en sí misma y no en las acciones de las personas que la utilizan y transforman, de ahí la importancia de estudiar las interacciones sociales.

Los retos y posibilidades para la investigación de entornos virtuales son enormes, queda fuera de cualquier pretensión establecer una agenda. Baste con decir que el acercamiento crítico y reflexivo a Second Life puede ofrecer a mentes inquietas, pistas para comprender continuidades y rupturas en las maneras de comunicar y relacionarnos con otros.

Bibliografía:

- Alter, A. (2008). My Virtual Summer Job. *The Wall Street Journal*, 251(115), 2p
- Bloomfield, R. J. (2007). Worlds for Study: Invitation - Virtual Worlds for Studying Real-World Business (and Law, and Politics, and Sociology, and....) [Electronic Version], from <http://ssrn.com/paper=988984>
- Carr, P., & Pond, G. (2007). *The Unofficial Tourists' guide of Second Life* (1 ed.). New Wharf Road, London: Boxtree.
- Czarnecki, K. (2008). Building Community as a Library in a 3D Environment [Electronic Version]. *Australasian Public Libraries and Information Services (APLIS)*, 21, 25-27, from <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=8&hid=12&sid=b793179d-6ec2-4a27-a28c-9726195f6c9e%40sessionmgr2>
- Ducheneaut, N., & Moore, R. J. (2004). *The social side of gaming: a study of interaction patterns in a massively multiplayer online game*. Paper presented at the ACM conference on Computer supported cooperative work Chicago, Illinois, USA.
- Eliens, A., Feldberg, F., Konijn, E., & Compter, E. (2007). *Second Life: Creating a virtual community of learners*. Paper presented at the DIGRA from <http://www.cs.vu.nl/~eliens/rif/cv/research/onderwijs/research/media/paper-secondlife.pdf>
- Ikegami, E., & Hut, P. (2008). Avatars Are For Real: Virtual Communities and Public Spheres. *Virtual Worlds Research: Past, Present & Future, Volume 1* (1).
- Kao, L., Galas, C., & Kafai, Y. (2005). "A Totally Different World": *Playing and Learning in Multi-User Virtual Environments*. Paper presented at the DiGRA 2005 Conference: Changing Views – Worlds in Play, Vancouver, Canadá.
- Linden, T. (2009). The Second Life Economy - First Quarter 2009 in Detail. Retrieved junio, 2009, from <https://blogs.secondlife.com/community/features/blog/2009/04/16/the-second-life-economy--first-quarter-2009-in-detail>
- Ondrejka, C. R. (2008). Education Unleashed: Participatory Culture, Education, and Innovation in Second Life [Electronic Version], from <http://ssrn.com/paper=1079245>