

ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT
/THE ECONOMIST

UNA SEGUNDA VIDA

Una empresa californiana ha construido un incomparable mundo virtual en línea; su población crece y su economía prospera: ahora políticos y anunciantes lo visitan.

Peter Yellowlees, profesor de psiquiatría de la Universidad de California en Davis, ha dado clases sobre esquizofrenia durante 20 años, pero dice que nunca fue capaz de explicar a sus alumnos el sufrimiento de sus pacientes. Entonces se puso en línea, descargó un software gratuito y entró en Second Life. Se trata de un "metaverso" (universo metafísico), un mundo tridimensional cuyos usuarios, o "residentes", pueden crear y ser lo que quieran. Yellowlees creó alucinaciones. Un residente ingresa a una sala del hospital virtual y, de pronto, una imagen sobre la pared destella la palabra "cara de mierda". El piso desaparece y la persona tiene que caminar sobre piedras situadas encima de las nubes. Un televisor cambia de un discurso real de Roberto Hawke, ex primer ministro de Australia, a una imagen del mismo Hawke gritando: "¡Suicídase, desgraciado!" A una imagen en el espejo le sangran los ojos y se apaga poco a poco.

Cuando, como parte de una prueba, Yellowlees invitó al público de Second Life a entrar en la sala, 73% de los visitantes dijeron después que había mejorado su comprensión de la esquizofrenia. Entonces, Yellowlees fue más allá. Por 300 dólares mensuales arrendó una isla en Second Life, donde construyó una clínica igual a la verdadera en Sacramento donde muchos de sus alumnos realizan prácticas, y les proporciona "avatares" o personajes en línea, de manera que puedan asistir a sus conferencias dentro de Second Life y experimentar alucinaciones. "Es una experiencia tan poderosa que algunos se alteran mucho", dice el médico.

Second Life, como Yellowlees indica, no es un juego. Se sabe que algunos residentes —había 747 mil 263 a finales de septiembre y el número crece casi 20% cada mes— están allí sólo por diversión. Vuelan sobre las islas, vagan por los castillos y miran boquiabiertos a los dragones. Pero cada vez más lo utilizan para cosas más serias. Forman grupos de apoyo para sobrevivientes de



cáncer. Ensayan respuestas a terremotos y ataques terroristas. Construyen retiros budistas y se dedican a la meditación.

Muchos lo emplean como un medio de comunicación perfeccionado. Mark Warner, ex gobernador de Virginia a quien se considera posible candidato demócrata para presidente de Estados Unidos en 2008, fue el primer político en dar una entrevista en Second Life. Su avatar (también llamado Mark Warner) entró volando al cabildo virtual y se sentó ante Hamlet Au, reportero de tiempo completo en Second Life. "Es mi primera aparición virtual —bromeó Warner—; me siento un poco incorpóreo." Luego se pusieron a hablar de Irak y otras cuestiones como lo harían en la vida real, ante la presencia de otros 62 avatares (algunos levitaban), hasta que Warner desapareció en una nube de píxeles.

Second Life es diferente a otros mundos sintéticos en línea porque enfatiza la creatividad y la comunicación. La mayoría de ellos, "multijugadores masivos de juegos de rol en línea", conocidos por las siglas en inglés MMORPGS (se pronuncia morpégs en ese idioma), ofrecen a

los jugadores mundos prefabricados o temáticos. El más grande, con mucho, es World of Warcraft, de Blizzard Entertainment, empresa de California que tiene más de siete millones de suscriptores. Estos mundos son los equivalentes modernos, interactivos, de los mitos nórdicos y las fantasías de Tolkien, dice Edward Castronova, profesor de la Universidad de Indiana y autor de *Mundos sintéticos: negocio y cultura de los juegos en línea*. Permiten a los jugadores dar rienda suelta a su imaginación y unirse a otros para dar muerte, digamos, a un monstruo.

Construir, no matar

Second Life, en contraste, fue diseñado desde el principio para un nivel mucho más profundo de participación. "Desde niño me gustó utilizar computadoras para simular la realidad", dice Philip Rosedale, fundador de Linden Lab, la empresa de San Francisco que hace tres años lanzó Second Life al mercado. Se propuso crear algo que permitiera a la gente "ampliar la realidad" edificando una versión virtual de ella, una "segunda vida", no muy diferente a la imaginada por Neal Stephen-

son en *Snow crash*, novela de ciencia ficción publicada en 1992.

A diferencia de otros mundos virtuales que permiten a los jugadores combinar los artefactos que encuentran en ellos, Second Life proporciona a sus residentes el equivalente de pequeños elementos atómicos de materia virtual llamados primitivos, con los que pueden construir objetos a partir de cero. Cory Ondrejka, jefe de desarrollo de productos en Linden Lab, pone el ejemplo de un piano. Por medio de la construcción atómica, un residente de Second Life puede construir uno del color y textura que más le gusten. Puede añadir sonido a los primitivos para representar las teclas, de manera que en realidad pueda tocarse. "Desde luego, como está construido con primitivos, el piano también podría volar o seguir al residente como una mascota", dice Ondrejka.

Como se pretende que todo en Second Life sea motor de creatividad, Linden Lab decidió desde el principio que los residentes tengan la propiedad intelectual de sus creaciones. Ahora también permite que los creadores determinen si los objetos que conciben pueden ser copiados, modificados

o transferidos. Gracias a estos derechos de propiedad, los residentes negocian sus creaciones de manera activa. De unos 10 millones de objetos creados, cerca de 230 mil se compran y venden cada mes en moneda interna, dólares Linden, convertibles en divisas duras. Linden Lab estima que este año el importe total (en dólares verdaderos) será de casi 60 millones. Second Life tiene ya siete mil "negocios" redituables, donde los avatares complementan o se ganan la vida con su creatividad virtual. Los 10 principales empresarios del mundo obtienen ganancias de poco más de 200 mil dólares por año en promedio.

Por enfatizar la creatividad y la comunicación, Second Life es diferente de otros mundos sintéticos en línea. Su devoción al que llama "contenido generado por los usuarios" lo coloca, a diferencia de otros MMORPGS, en el centro de una tendencia denominada Web 2.0. Este término, por lo general, se refiere a servicios gratuitos en línea proporcionados por un explorador web: por ejemplo, redes sociales en las cuales los usuarios comparten blogs y fotografías. Second Life no es servicio de un explorador web, sino que tiene su propio software, que los usuarios pueden instalar en su computadora. A menudo se le considera el mejor ejemplo de Web 2.0. "Exalta la individualidad", dice Jaron Lanier, quien promovió el concepto de realidad virtual en los años ochenta y es ahora asesor científico en Linden Lab. Y conecta a la gente, dice, porque "el acto de creación es social por naturaleza".

El público de Web 2.0 también elogia a Second Life por su modelo de negocios altamente original. La mayoría de las empresas Web 2.0 intentan construir auditorios en torno al contenido generado por sus usuarios para venderles publicidad. Esto supone una disponibilidad ilimitada de fondos para publicidad, idea cada vez más ridícula.

Linden Lab no vende publicidad; más bien es una empresa de propiedad virtual. Obtiene dinero cuando los residentes arriendan una propiedad —por ejemplo, una isla— al cobrarles un promedio de 20 dólares mensuales por acre —poco menos de media hectárea— virtual. Cerca de 25 mil residentes, apenas 3% de la población, arriendan propiedades, pero esa superficie asciende a 53 mil 800 acres que, en la vida real, sería más grande que Boston, y se traduce en ganancias mensuales de un mdd, sin contar las comisiones por cambiar divisas, de dólares Linden a efectivo. Como sociedad anónima de responsabilidad limitada, Linden Lab no revela sus ingresos exactos, aunque Rosedale afirma que la empresa está "cerca de ser rentable".

Una reacción común ante tales cifras es asombrarse de que alguien pague por algo que sólo existe en sentido metafísico. Pero "no hay ningún acertijo económico: todas las cosas derivan su valor económico del reino de lo virtual", dice Castronova, de la Universidad de Indiana. ▶

▶ UNA EMPRESA DE CALIFORNIA CREÓ UN MUNDO VIRTUAL EN EL QUE LOS USUARIOS PUEDEN CREAR Y SER LO QUE QUIERAN

El valor del papel moneda, por ejemplo, es virtual (aparte del valor del papel que se usa para hacer los billetes) en tanto requiere que los consumidores tengan fe en su valor. En el contexto de los juegos en línea, durante años han existido economías virtuales mucho más grandes que Second Life. Muchas personas en países pobres, a quienes se denomina “campesinos de oro”, juegan profesionalmente programas como World of Warcraft para ganar armas, puntos o vidas que venden a jugadores perezosos de los países ricos. Pero en esto Second Life es único: los residentes crean lo que venden. Como tal, dice Lanier, es “probablemente el único ejemplo de economía autosustentable” en Internet.

Por todos estos motivos —su capacidad de cambiar la vida real de sus residentes, sus innovaciones en tecnología y su modelo de negocios—, Second Life se ha convertido en un favorito de Silicon Valley. Promete ser algo “turbulento”, dice Mitch Kapor, inventor de la hoja de cálculo de Lotus que tuvo un importante papel en la revolución de las computadoras personales en los años ochenta y noventa. Ahora es presidente de Linden Lab. Para él, Second Life puede compararse tanto a la computadora personal como a la propia Internet, que comenzaron como una “rareza” para maniáticos pero más tarde transformaron a la sociedad convencional. “Pasar parte del día en un mundo virtual se volverá algo común” y “muy normal”, afirma Kapor. En última instancia, piensa, Second Life “desplazará a la computación de escritorio” y a otras “interfaces de usuario” bidimensionales. Como “invernadero de innovación y experimentos”, dice, Second Life puede incluso “acelerar la evolución social de humanidad”.

De regreso a la realidad

Es arriesgado y prematuro hacer esas predicciones. Después de todo, Second Life es aún un pequeño mundo virtual; por lo general, apenas 9 mil residentes están conectados al mismo tiempo. Casi dos terceras partes crean objetos de la nada, pero en su mayoría consumen lo que encuentran o navegan de manera pasiva. Y muchas mercancías en oferta son triviales. Mientras unos residentes escogen cuerpos muy innovadores para sus avatares, la mayoría adoptan formas, masculinas y femeninas, que se ciñen de manera predecible a los patrones y apariencia de estrellas porno cosméticamente perfeccionadas. Entre los artefactos hay arte genuino, pero también bastante chatarra.

¿Es Second Life un nirvana donde el talento desconocido puede demostrar su temple creativo y triunfar en el mundo real? “Uno puede crear su isla y que otros la visiten”, expresa Bill Joy, cofundador de Sun Microsystems y ahora capitalista prominente. Pero “no veo ninguna correlación

entre esto y lo que se necesita para ser diseñador y tener un conjunto de habilidades para lograr éxito en el mundo”.

Castronova advierte también contra sobrestimar la profundidad y la amplitud de la economía de Second Life. En efecto, las personas crean ropa, juegos y naves espaciales en Second Life y los venden, pero la mayor parte del dinero proviene del equivalente virtual de la especulación inmobiliaria, en la medida en que la gente arrienda islas, construye hermosos edificios y luego los alquila a otros a un precio mayor. Jocosamente, Castronova compara el auge de Second Life con la burbuja de precios inmobiliarios en EU. En términos artísticos, no hay mucha diferencia entre construir una casa en un mundo virtual y diseñar una página web personal.

mada Diligencia, donde los avatares pueden sacar dólares Linden de un cajero virtual y aprender sobre finanzas personales. La cadena hotelera Starwood está por inaugurar un hotel en el mundo virtual.

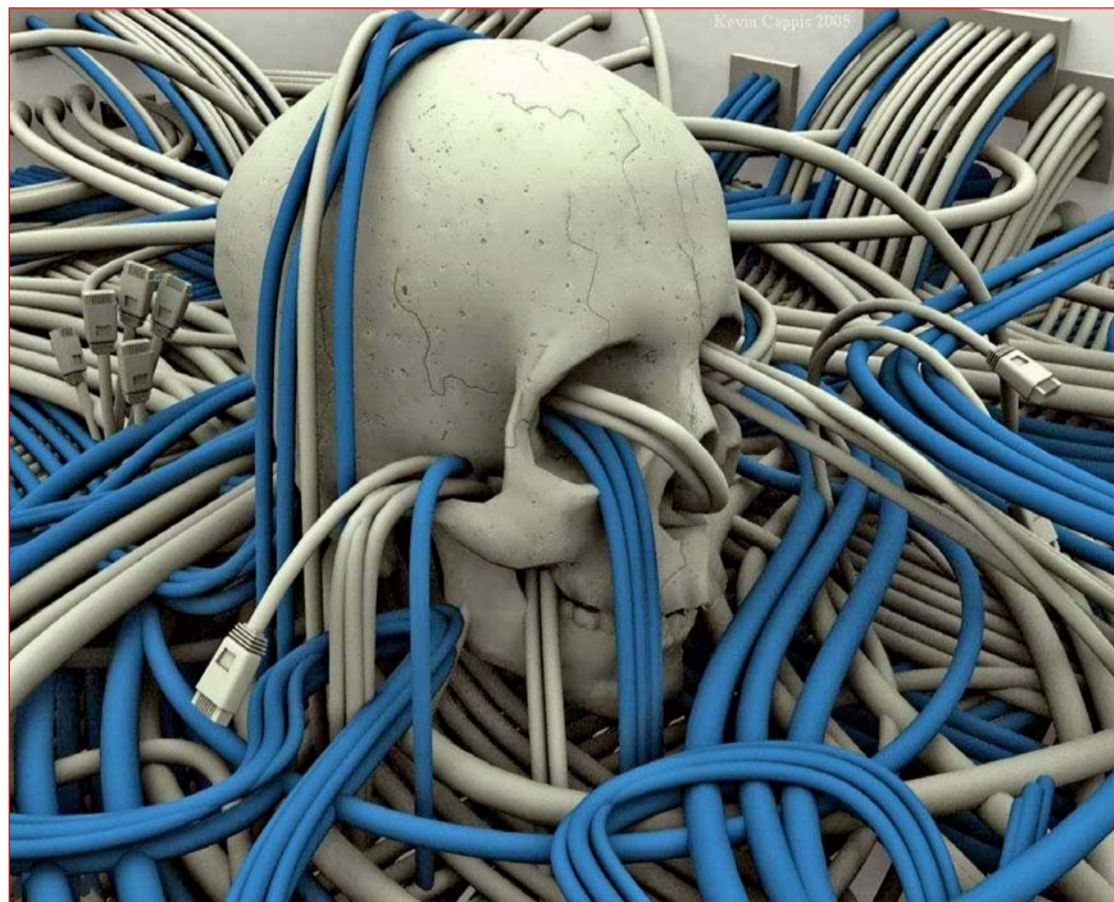
Toyota es la primera marca de automóviles que ha entrado en Second Life. Ha estado regalando vehículos virtuales de su marca Scion y en octubre comenzará a vender los tres modelos de Scion. El precio será modesto, dice Adrián Si, director de mercadotecnia de Toyota, quien está detrás del proyecto. En realidad, la firma espera que se desarrolle un “mercado secundario” a medida que los avatares adquieran vehículos y los revenden, con lo cual difundirán “viralmente” la marca. Toyota podrá observar cómo los avata-

res usan los vehículos y hasta podría obtener ideas para realizar modificaciones de ingeniería en el mundo real, dice.

¿Centro comercial virtual?

De manera inevitable, esas cosas repugnan a algunos residentes. ¿Second Life, ese reino de individualismo, creatividad pura y espontaneidad, se ahogará por las mismas megamarcas y la cultura de masas que han hecho que el mundo físico sea un lugar tan homogéneo? En la vida real, sostienen muchos avatares, los grandes capitales tienden a eliminar a los pequeños artesanos. Si lo mismo pasa en Second Life, el metaverso perderá su razón de ser.

Rosedale, fundador de Linden



Lab, se hace cargo de esa preocupación pero piensa que está fuera de lugar. “Es un miedo que proviene del mundo real y no es probable que se realice en Second Life”, dice. Sus argumentos son de carácter económico. En el mundo físico la tierra es escasa, así que las grandes marcas la acaparan; en Second Life, Linden Lab sólo aumenta la energía de sus computadoras y fabrica más islas. En otras palabras, el mundo es infinitamente expandible. Si una zona se hiciera de verdad homogénea y monótona, los avatares volarían a la siguiente.

Otra diferencia económica, dice Rosedale, es la falta de economías de escala en Second Life. En la vida real un zapatero puede reducir el costo promedio de fabricar un par produciendo enormes cantidades, y el costo promedio de publicidad comprando anuncios al mayoreo. En Second Life la escala no significa nada: no hay un costo de fabricación

que reducir al mínimo; los ardidres publicitarios, como repartir zapatos gratis, son inútiles porque nadie en realidad necesita zapatos. Nike no tiene ninguna ventaja competitiva inherente sobre un aficionado al que le gusta diseñar zapatos (o pies, patas, alas o garras) por pura diversión. Además, dice Rosedale, mientras el mundo físico tiene relativamente pocas cosas que se venden en grandes cantidades, Second Life tiene gran cantidad de cosas que se venden en volúmenes relativamente pequeños. En la jerga estadística, la economía de Second Life se efectúa en el mercado de “cola larga”.

Por esa razón, Rosedale prefiere gobernar Second Life únicamente con la “mano invisible de Adán Smith”. Para él eso significa tratar a cada residente de la misma manera, tanto si es Toyota o “una mujer hindú de 80 años”. Ambas pagarán el mismo precio por sus acres, y lo que hagan con ellos es su problema. Si alguna vez fuese necesario, añade, Linden Lab podría “convertirse en regulador y deshacer monopolios”, pero no parece probable.

¿Cómo, entonces, puede tener sentido Second Life? A los principiantes les parece demasiado alucinante para tener relevancia en la vida real. No obstante, para los que pasan el tiempo adentro, tiende a parecerse irónicamente al mundo real aunque sus obvias diferencias se hagan cada vez más patentes. Kapor, presidente del Linden Lab, es el primero en estar de acuerdo. “La gente trae todo su karma” al mundo virtual, dice. Junto a la benevolencia hay hostigamiento. Si alguna vez Second Life tuviera que hacerse convencional en realidad, no hay garantía de que los residentes no lo contaminarían con racismo y odio. Quizá también cometerían delitos: hace poco los residentes tuvieron que restablecer sus contraseñas después de una tentativa de ataque a las bases de datos.

Hechos así pueden ser una crítica de la naturaleza humana, pero no se puede culpar de ellos a Second Life. Henry Jenkins, profesor de estudios de medios de comunicación en el Instituto Tecnológico de Massachusetts, cree que Second Life merece el crédito como “un mundo de experimentos hipotéticos y de reflexión”. Desde nuevos enfoques de las marcas corporativas hasta educación, Second Life es un tubo de ensayo para innovaciones que pueden favorecer a la gente en la vida real. Los terapeutas lo usan para ayudar a niños autistas, porque es un ambiente seguro para practicar la emisión de señales y la interpretación de las que se reciben. Otras organizaciones lo emplean para aprendizaje a distancia. En general, dice Jaron Lanier, veterano de experimentos de realidad virtual, es incuestionable que Second Life “tiene el potencial para mejorar la vida en el mundo de afuera”.

FUENTE: EIU

