

# ¿Un futuro en metaverso?

Second Life muestra, en parte, cómo puede ser la interfaz futura de Internet

Se trata de uno de los mayores fenómenos mediáticos de la temporada. No hay boletín de noticias, periódico, revista o blog que no incluya algún tipo de información relacionada con este universo paralelo creado por Linden Lab. Pero ¿podemos ver en Second Life una seria avanzadilla de lo que nos depara el futuro?

El creciente número de habitantes, la exorbitante evolución de un producto interior bruto ya superior al de algunos países africanos, la empresa «X» que desarrolla su presencia, la empresa «Y» que lo abandona... La intensidad mediática a la que está siendo sometida la empresa resulta verdaderamente cansina: dado que se trata de una *second life* (una «segunda vida») empieza a dar la impresión de que todas las actividades, por insignificantes que parezcan, que tienen lugar en la vida cotidiana (en la «primera vida»), se convierten en noticia cuando son paralelizadas, de mejor o peor manera, en el llamado «metaverso». Intentemos aplicar algo de pragmatismo y de hacerlo no ya únicamente con respecto a Second Life, sino con la relativamente hipotética serie de posibles evoluciones que el fenómeno, a raíz entre otras cosas de la apertura de la plataforma tecnológica, podría tener en el futuro. ¿Es Second Life la avanzadilla de una tendencia en el modelo de interacción de la Red? ¿Nos espera un futuro en metaverso?

## Desmitificando Second Life

Second Life (en adelante SL) es un fenómeno de rapidísimo crecimiento, propiciado por la adopción de una estrategia precisamente diseñada para ello: en un momento dado, la empresa que desarrolla SL toma la decisión de priorizar crecimiento sobre desarrollo técnico e inicia una carrera en pos del tamaño crítico que la lleva en poco tiempo a convertirse en lo que es hoy.

Linden Lab fue fundada en 1999 por Philip Rosedale, un «tecnólogo desde pequeño» que



El éxito de los mundos virtuales atrae a las empresas que ven en estas interfaces sistemas de comunicación muy efectivos para sus empleados y un buen escaparate publicitario.

creó su primera compañía, FreeVue, a los 17 años, para vender bases de datos a pequeñas empresas y financiar sus estudios universitarios. Cuando FreeVue fue adquirida por Real Networks, Rosedale se incorporó a la compañía como Chief Technology Officer (CTO). Tres años después, abandona Real Networks y funda Linden Lab que, en un derroche de originalidad, recibe su nombre de Linden Street, la calle en la que estaban situadas sus primeras oficinas. La idea de la compañía es demostrar la viabilidad de un modelo de economía virtual o sociedad virtual, algo que él definió dicen-

do: «no estoy construyendo un juego, estoy construyendo un nuevo país».

A día de hoy, el «país» generado por la compañía posee algo más de ocho millones de habitantes censados, los cuales, como mínimo, se han descargado el programa cliente a sus ordenadores y han llegado a entrar en el juego alguna vez. Mide unos 500 millones de kilómetros cuadrados y genera lo que podríamos llamar un «producto interior bruto» (PIB) de unos 4.500 millones de unidades económicas denominadas Linden Dollars (L\$), que cotizan a 266 L\$/US\$.

Las magnitudes reales en cuanto a población, no obstante, son bastante más bajas: del total de ocho millones de habitantes censados, únicamente en torno a 1.700.000 han entrado en el mundo virtual durante los últimos 60 días, lo que se corresponde con un muy elevado índice de cuentas inactivas que, simplemente, decidieron aventurarse en algún momento para hacer una prueba, algo completamente coherente con la elevada intensidad mediática del mundo virtual. En un momento dado, suele haber en torno a las 30.000 personas conectadas, lo que da al

## ACTUALIDAD | Mundos virtuales

metaverso una densidad de población rematadamente baja. Aunque las cifras son, de entrada, impresionantes, el impacto real visto de una manera o pragmática resulta notablemente inferior. Y ese es, de hecho, uno de los principales enemigos de Second Life hoy: la generación de expectativas.

La mayor parte de las personas que deciden probar Second Life, normalmente tras leer una noticia o asistir a una conferencia, se instalan el programa y creen estar accediendo a un juego, por paralelismo con muchos otros títulos *on-line*. Sin embargo, Second Life no es un juego sino un concepto completamente diferente: un sitio al que ir a hacer lo que uno buenamente quiera hacer, dentro de unos límites razonables de convivencia. En contraste con el concepto habitual de los juegos *on-line*, la idea resulta sumamente desconcertante, y genera un buen número de los llamados *newbies* que aparecen repentinamente en la escena y esperan, de alguna manera, algún tipo de instrucciones, una «misión» del tipo «matar a los malos» o «conseguir un fin determinado», instrucciones que, en Second Life, simplemente no se producen. Tras pasarse un rato (habitualmente largo) definiendo su avatar, vagar desorientados por algunos lugares y teleportarse a un par de sitios, muchos *newbies*, desilusionados además por un conjunto de expectativas elevadas por efecto de la acción mediática, optan por no regresar. En una conversación normal, este tipo de experiencias se identifican de manera inmediata con calificativos como «aburrido», «insulso», «tonto» o «sin propósito definido».

### Actividades posibles

Y es que, efectivamente, el principal problema en SL es saber qué hacer; como en la vida, decidir un propósito: interactuar con otras personas en relaciones sociales que pueden abarcar desde la simple conversación al sexo virtual más tórrido, ganar dinero, obtener posesiones como tierra u objetos, recibir clases de las más variadas materias, asistir a conferencias, fiestas o conciertos... Muchísimas actividades habituales en el mundo real son objeto de algún tipo de paralelismo en el mundo virtual, paralelismo que se obtiene, por supuesto, con más o menos gracia dependiendo de las características de la actividad original.

Pero estas actividades, desarrolladas como propósito principal o combinadas unas con las otras, no definen más que «modos de



Philip Rosedale, el cerebro creador de Second Life, no se propuso crear un juego, sino un país.



Como Gaspar Llamazares, en el año 2011 60 millones de personas tendrán su propio avatar virtual.

vida» para cada uno de los residentes y, tal vez, imprimen características a determinadas zonas del denominado *grid*, pero no son más que una muestra de las posibilidades del metaverso. Y en realidad, es lo que diferencia profundamente a SL de otros entornos virtuales como *World of Warcraft*, *Habbo Hotel* y muchos más: la ausencia de definición de propósito y las posibilidades de llevar a cabo actividades no vinculadas exclusivamente al personaje, sino a otro tipo de actividades.

En el caso de SL, la implicación de las empresas fue patente desde etapas relativamente tempranas del desarrollo: al ver que la estrategia de rápido crecimiento adoptada por Linden posibilitaba una obtención rápida de visitantes y una atención mediática notable, muchas empresas decidieron explorar las

posibilidades de disponer de una presencia en SL. Siguiendo el modelo «fiebre del oro», que afirma que quien gana dinero es quien vende herramientas, múltiples empresas se especializaron en la asesoría a las empresas que querían iniciarse en este tipo de actividades, generando un tejido económico de gran interés. Los costes de establecimiento y desarrollo relativamente económicos y la disponibilidad de referencias a las que recurrir para ello propiciaron la llegada de un número de empresas elevado, para ofrecer desde simples puntos de contacto a servicios variados o, simplemente, por «estar».

De un tiempo a esta parte, sin embargo, las cosas parecen estar llegando al inevitable enfriamiento que sucede siempre a un sobrecalentamiento, y muchas empresas afirman estar abandonando SL por no haber respondido a las expectativas creadas: una creencia inicial de que en SL hay muchos millones de personas esperando con la misma proactividad que en un mercado tradicional, cuando en realidad no pasa de unas decenas de miles desarrollando actividades que generalmente les alejan de una vocación de consumo directo.

### Tras la normalización

Resulta inevitable, por tanto, pensar que viviremos un proceso de enfriamiento y normalización en todo lo referente a SL en el futuro a corto plazo. Sin embargo, lo verdaderamente interesante es plantearse cuál va a ser a medio plazo. En este caso, una decisión reciente de Linden Lab ayuda visualizarlo mejor: la de abrir el código fuente del cliente y el servidor de SL. Una medida que, por un

## Modelos corporativos similares

Entretanto, algunas empresas empiezan a desarrollar experiencias todavía más ambiciosas que Second Life. Es el caso, por ejemplo, de **Sun Microsystems**. La compañía, preocupada por el bajo índice de uso de la intranet corporativa, pone en marcha una iniciativa interesantísima denominada **MPK20**, acrónimo de Menlo Park (la sede de los laboratorios de investigación y desarrollo de la firma), en la que los trabajadores pueden crearse su avatar y desplazarse a salas de reuniones virtuales en donde ven a los compañeros con los que se reúnen, interactúan con ellos mediante voz con sonido en estéreo y comparten pantallas de presentaciones y navegación. Un metaverso más evolucionado en muchas de sus prestaciones que **Second Life**, desarrollado sobre **Project Darkstar** en el lado servidor y **Project Wonderland** en el lado cliente, entornos Open Source para juegos masivos multijugador (MMORPG) desarrollados por la propia Sun.

Pero ésta no es la única empresa que ha creído ver en los metaversos una forma de construir espacios de trabajo que liberen al empleado de la tiranía de la distancia. **IBM**, aprovechando la experiencia de su importante presencia en **Second Life** (donde es la empresa con una representación más amplia), desarrolla un proyecto sobre el **Torque Game Engine**, de **Garage Games**, y lleva a cabo creaciones tan interesantes como un traductor automático para que avatares de diferentes idiomas puedan hablar entre sí.

lado, ayudará al desarrollo y mejora de un proyecto que, como decíamos al principio, escogió desarrollarse rápido antes que desarrollarse bien y de manera sólida (gráficos relativamente primarios, chat en lugar de voz, islas con capacidad limitada a 30 avatares...).

Por otro lado, la decisión responde a un proceso mental del tipo «*si queremos que esto crezca, no podrá crecer hasta el límite que deseamos si pertenece a una sola empresa*». Para que un ecosistema basado en metaversos interconectados tenga realmente lugar, es preciso que haya diferentes alternativas capaces de servir muy diferentes nichos de demanda, pero interconectables entre sí gracias al uso de un conjunto de protocolos comunes. Una visión de este tipo nos llevaría a imaginarnos una Internet del futuro basada, en lugar de en hipervínculos subrayados y clics de ratón, en avatares que se desplazan con toda naturalidad de un sitio a otro e interactúan con objetos paralelizando el mundo real. Y es que una interfaz basada en la realidad, aunque no es necesariamente la más eficiente, sí plantea una serie de ventajas interesantes que van desde la reducción de la brecha de aprendizaje para usuarios inexpertos, hasta cuestiones como la recuperación de la compra por impulso en los supermercados *on-line*. Imaginemos un supermercado con todos sus pasillos y estanterías, por el que lo clientes pasean virtualmente y pueden escoger los productos que desean, con todas las ventajas de quien traslada el proceso al ámbito de lo virtual...

Realmente, no está claro que **Second Life** sea la interfaz del futuro en Internet. Pero que el trabajo desarrollado en **Linden Lab** y en otras empresas sea la base para ello es algo que seguramente muchos empiezan a ver, y de ahí parte del interés en «probarlo», aunque sea como quien prueba el agua con la punta de un dedo. En este momento, y en virtud de algunos de los desarrollos ya llevados a cabo, es más que posible que en la Red acabemos teniendo un futuro en forma de metaverso.

**Enrique Dans**

**Profesor del Instituto de Empresa**

**[www.enrikedans.com](http://www.enrikedans.com)**