

# **Gestión cultural en Second Life: aplicaciones educativas y culturales de los mundos virtuales**

Marco Antonio Chávez Aguayo  
Universidad de Guadalajara

## **RESUMEN**

Second Life es una plataforma tridimensional e interactiva en línea desarrollada en 2003 que se distingue por ser el más grande y poblado mundo virtual, cuyos contenidos son creados constante y principalmente por sus mismos usuarios. Estos pueden participar también de la economía interna de intercambio comercial de productos y servicios, con una moneda virtual canjeable por dinero real, así como interactuar tanto con estos mismos contenidos como con los demás usuarios y viajar a lo largo y ancho de la plataforma sin las limitaciones del mundo físico y gozar de la inmersividad, democratización y permanencia en línea de este universo.

El objetivo de este trabajo es presentar las aplicaciones que la Gestión Cultural puede tener en los mundos virtuales como Second Life a través de proyectos existentes actualmente en dicho entorno. Dichas aplicaciones propician el consumo e intercambio cultural a través de experiencias inmersivas que, por las características de estas plataformas, se pueden ofrecer al usuario, muchas de las cuales están todavía pendientes de ser investigadas.

## **1. INTRODUCCIÓN**

Es indudable que las nuevas tecnologías de las comunicaciones han incidido notablemente en la vida cotidiana. Internet se ha vuelto una herramienta democratizadora de la información a la que cada vez más gente tiene acceso alrededor del mundo. A través de él se puede obtener información de cualquier

tipo y comunicación inmediata y directa con cualquier persona en del otro lado del planeta, más allá de las fronteras, a través de las culturas, océanos y las zonas horarias.

En la actualidad muchos gobiernos y empresas se han dado cuenta de las ventajas que ofrece internet como medio de comunicación y de interacción, ya que las posibilidades que ofrece son innumerables. La tendencia actual es incluir cada vez más el internet como herramienta de comunicación directa, tanto interna como externa con el consumidor, logrando una retroalimentación e interacción más efectiva. De esta forma gobiernos, empresas, instituciones educativas y culturales optan en sus distintos niveles por un dominio y una página institucional en la red con múltiples funciones en línea.

Sumado a esto, los avances que se dan simultáneamente en los formatos multimedia que pueden mezclar gráficos tridimensionales animados con sonido en tiempo real han llevado a crear plataformas virtuales de interacción multiusuario.

Dentro de esta tendencia de aprovechar las nuevas tecnologías para encontrar un medio de comunicación ágil y actual se han ido desarrollando a lo largo de la última década los entornos tridimensionales, virtuales e inmersivos llamados “metaversos”, como palabra que refiere una metáfora del universo real, lugares donde las personas interactúan social y económicamente a través de representaciones gráficas de su cuerpo mediante un soporte lógico en un ciberespacio que actúa como una metáfora del mundo real, pero sin las limitaciones físicas.

## 2. EL MUNDO DE SECOND LIFE®\*

Aunque no es el único “metaverso” que existe actualmente en el ciberespacio, aunque sí es por mucho el más popular, Second Life® es la plataforma virtual tridimensional en línea desarrollada en 2003 por la compañía

---

\* Second Life®, Linden® y Linden Lab® son marcas registradas de Linden Research, Inc. Este trabajo no está afiliado a dicha empresa ni recibe apoyo económico o de otra índole de su parte.

Linden Research, Inc. (llamado comúnmente Linden Lab®) que tiene su sede en San Francisco, CA, USA. Es el entorno virtual con la comunidad más grande y diversa del mundo y con un alto índice de crecimiento.

Es un mundo diseñado y creado completamente por sus propios usuarios, llamados “residentes”, los cuales conectados a internet pueden interactuar en tiempo real a través de texto o voz mediante representaciones de sí mismos llamados “avatares” en un espacio de alta calidad gráfica.

Los residentes de Second Life pueden explorar el mundo; viajar; conocer lugares y a otras personas; participar en actividades grupales de acuerdo a sus gustos; asistir a conciertos y otros eventos artísticos en vivo; reunirse en distintas partes del mundo por asuntos sociales, culturales o de negocios; tomar cursos en línea de distintas materias y niveles, entre muchas otras cosas.

Una de sus características más importantes es la capacidad que cada usuario tiene de crear sus propios contenidos como objetos, aspecto corporal, ropa, peinado, calzado, casas, paisajes, oficinas, movimientos, textos, cartas, sonidos y programaciones informáticas. Además, la propiedad intelectual de los elementos creados permanece en manos de quien lo creó, por lo que asegura su pertenencia y le reserva el derecho de modificarlo o de otorgar permisos a terceros para ello, incluso de poder obtener beneficios económicos por su producción, su venta o su uso. Esto da lugar a un intercambio comercial de casi cualquier producto y servicio, incluida la venta de terrenos, inmuebles, empleo (trabajo) y servicios profesionales que se paga con una moneda local llamada *Linden® Dollars (L\$)* que está sujeta a las leyes del mercado de la oferta y la demanda y que puede intercambiarse por monedas del “mundo real” (llamado en el argot “Real Life” y abreviado RL) como el Dólar Estadounidense (con un tipo de cambio a proximado de L\$270 por dólar), el Euro y monedas de diversos países a través de distintos métodos como pagos mediante tarjeta de crédito o débito, transferencias bancarias internacionales, el sistema PayPal® o diversos “bancos” o “casas de cambio” en línea dedicadas la compra/venta de Linden Dollars por distintas divisas.

Tanto la capacidad de creación de los contenidos de la plataforma que tiene cada uno de los residentes, el intercambio comercial que esto permite y el nivel de interacción que puede darse entre los usuarios son los elementos que diferencian los metaversos de los videojuegos en línea, ya que en los mundos virtuales no se trata solamente de vencer a un contrincante, ganar puntos, pasar niveles o alcanzar algún objetivo; ni tampoco de satisfacer necesidades del personaje como comer, dormir, socializar o adquirir habilidades, como en algunos juegos de simulación social. Por eso, la interacción social y económica que se hace a través de esta plataforma virtual y la capacidad de ir acrecentando la red mediante la creación de contenidos que cada uno tiene facultad hace muy atractivas sus posibilidades y su capacidad de captar un público muy amplio.

La programación de este mundo virtual es abierta y libre. El código de Second Life permite a los residentes decidir y modificar absolutamente cualquier aspecto de su avatar: su sexo, su aspecto físico, color, rasgos, compleción, cabellera, vestimenta, movimientos, perfil, creando una “persona” y una “personalidad” totalmente configuradas por el creador y que pueden o no ser acordes con la realidad del usuario.

La facilidad con la que es posible crear una cuenta permite que el perfil de sus residentes sea muy amplio cultural, demográfica y psicológicamente, ya que sólo es indispensable tener una cuenta de correo electrónico y escribir una fecha de nacimiento que implique la mayoría de edad. La declaración del lugar de residencia sirve para determinar si las transacciones que hará el usuario con moneda real serán tasadas ya que en algunos países de Europa estas transacciones están sujetas al IVA (VAT, valued added tax). Obviamente esto no se avisa a la hora de abrir la cuenta, pero después de abierta no puede cambiarse esta información.

Incluso, esta facilidad para crear cuentas permite que una misma persona, mientras tenga varios correos electrónicos, pueda tener distintas cuentas o avatares a la vez, incluso con datos y características diferentes. No obstante, también existe

una opción de pago para que la empresa permita tener otro avatar relacionado una misma cuenta de correo.

También hay otros planes de membresía que no son gratuitos y que dan derecho a distintos privilegios como la recepción de un bono semanal en Linden Dollars y la capacidad de comprar tierras directamente a la empresa (no obstante, un usuario con membresía gratuita puede comprar y alquilar tierras de otros particulares).

### 3. ALGUNAS APLICACIONES DEL ENTORNO VIRTUAL

La popularidad de Second Life ha hecho que distintas empresas, organizaciones y gobiernos se interesen en incursionar en esta plataforma para crear proyectos específicos que les permitan utilizar este espacio como un canal de comunicación e interacción con sus clientes o usuarios.

En el ámbito empresarial diversas compañías multinacionales han establecido una presencia en este entorno para realizar una exposición virtual e interactiva de sus productos, como Coca-Cola®, Nissan®, Macintosh®, Manpower®, Starwood®, Sony®, BMG®, Wells Fargo Bank®, Reebok®, Dell®, General Motors®, Intel®, Microsoft®, PSA Peugeot®, Citroën®, entre muchas otras. A mediados de 2007, el número de negocios en Second Life con flujo de caja positivo, superó los 40.000 y más de 45 multinacionales tienen ahora presencia en el mundo virtual.

Por otro lado, en el ámbito educativo, diversas universidades e instituciones de todo el mundo han decidido tener presencia en Second Life ya sea para promocionarse o para impartir en línea programas oficiales y reconocidos, así como cursos no oficiales en línea. Al día de hoy hay registrados centenares de colegios y universidades y decenas instituciones reales con presencia en Second Life, además de las organizaciones educativas que también imparten formación en un amplio rango de materias y que sólo existen dentro de Second Life.

### 4. APLICACIONES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

La capacidad que tiene cada uno de los residentes de acrecentar, enriquecer y actualizar el mundo virtual mediante su capacidad de creación e interacción en tiempo real es un aliciente para la creatividad y la producción cultural. Existe una gran cantidad de actividad artística que es compartida en el mundo virtual, en donde los artistas pueden dar a conocer sus productos en tiempo real a personas conectadas a lo largo del mundo de forma sencilla, rompiendo barreras de tiempo y distancia.

Gran cantidad de residentes han decidido construir en sus terrenos espacios dedicados a albergar distintas manifestaciones artísticas. Por ejemplo, se han construido una gran cantidad de galerías de arte dedicadas a la exposición de obras artísticas gráficas y plásticas: fotografía, pintura, escultura, etc.



Colgar una pintura en Second Life es tan sencillo como subir a la red una textura que luego se adhiere a un objeto colocado en la pared. El costo de este proceso es de unos L\$ 10 que equivale a 4 centavos de dólar estadounidense. De esta manera, artistas profesionales en la vida real pueden exhibir sus obras junto con otros creadores incipientes con la misma oportunidad de ser vistos. Además, en Second Life existen distintos tipos de canales de comunicación que permiten

hacer publicidad sobre las exposiciones que se organizan. La página web de Second Life incluye un espacio donde se pueden anunciar los eventos que ocurren dentro del metaverso. Igualmente, dentro del programa, cada avatar puede suscribirse a grupos que reúnen a personas con intereses similares, creados y gestionados por los propios usuarios, y que pueden comunicarse mediante chat o enviando noticias. Otras aplicaciones que utilizan la familia de formatos de fuentes web codificados con el lenguaje XML, como la fuente RSS, que sirven para enviar información actualizada a sus suscriptores, también se han integrado a Second Life para enviar anuncios sobre las actividades que se llevan a cabo en tiempo real dentro del universo virtual. Lo que genera suficiente información como para crear blogs, revistas virtuales y otros soportes multimedia de la web 2.0 que constantemente informan de lo que acontece a cada momento en la plataforma virtual de Second Life.

Por su parte, la música ha tenido un gran impulso dentro de Second Life, ya que los artistas también pueden dar a conocer sus productos con gran facilidad. Ya no es necesario convencer a una discográfica para que produzca un álbum. Sólo es necesario reunir unos requisitos técnicos mínimos para poder enviar la señal auditiva con la propia música al ciberespacio y que ésta pueda reproducirse dentro del entorno de Second Life. Diversos programas de software, algunos gratuitos y otros de pago, permiten recoger la señal de audio que sale del ordenador local del usuario y enviarlo vía internet a un servidor llamado stream. Con este sistema se puede reproducir música grabada y llevar a cabo un concierto tipo “playback”, mezclar música cual DJ para ambientar una fiesta virtual o incluso conectar un micrófono o un instrumento al ordenador para cantar o interpretar un concierto en vivo y en tiempo real para un público internacional alrededor del mundo.



De esta manera, el acceso a la producción cultural y las artes se hace más democrática al igual que la difusión y distribución del material artístico. Por tanto, Second Life no sólo sirve para dar a conocer creaciones artísticas o producciones culturales hechas en la vida real, sino también es un motor de creación de obras realizadas expresamente para el entorno virtual y permite una interacción más cercana entre el creador y su público.

El artista real y su avatar (el artista virtual) pueden tener una conexión muy estrecha, ya que un buen currículum real puede dar un buen respaldo y reconocimiento al artista virtual para que su trabajo sea más visitado y mejor valorado y éste puede a su vez ser una vía muy eficaz de promoción del artista real. Varios artistas se han inspirado en el entorno virtual para hacer creaciones en el mundo real y también, por otro lado, creaciones reales también se han podido vender en el universo virtual una vez convirtiéndolas al formato digital, generando un ingreso real al artista real.





El diseño y la arquitectura tienen también un protagonismo notable en los metaversos, ya que desde la elaboración de los avatares (la forma del cuerpo, la piel, vestimenta formal, casual, deportiva, ropa interior, calzado) como el del espacio donde se “habita” (casas, edificios, paisajes, monumentos, plazas, calles, mares, ríos, océanos, etc.) propicia la creatividad de los creadores que elaboran estos contenidos.

El cine y la televisión tienen su contraparte en los llamados “machinima” que son videos de animaciones realizadas con contenido digital tridimensional. Es un recurso muy utilizado por las cadenas virtuales de televisión. A través de estos recursos pueden hacerse programas de televisión, videoclips musicales, videos promocionales y hasta cortos y largometrajes.

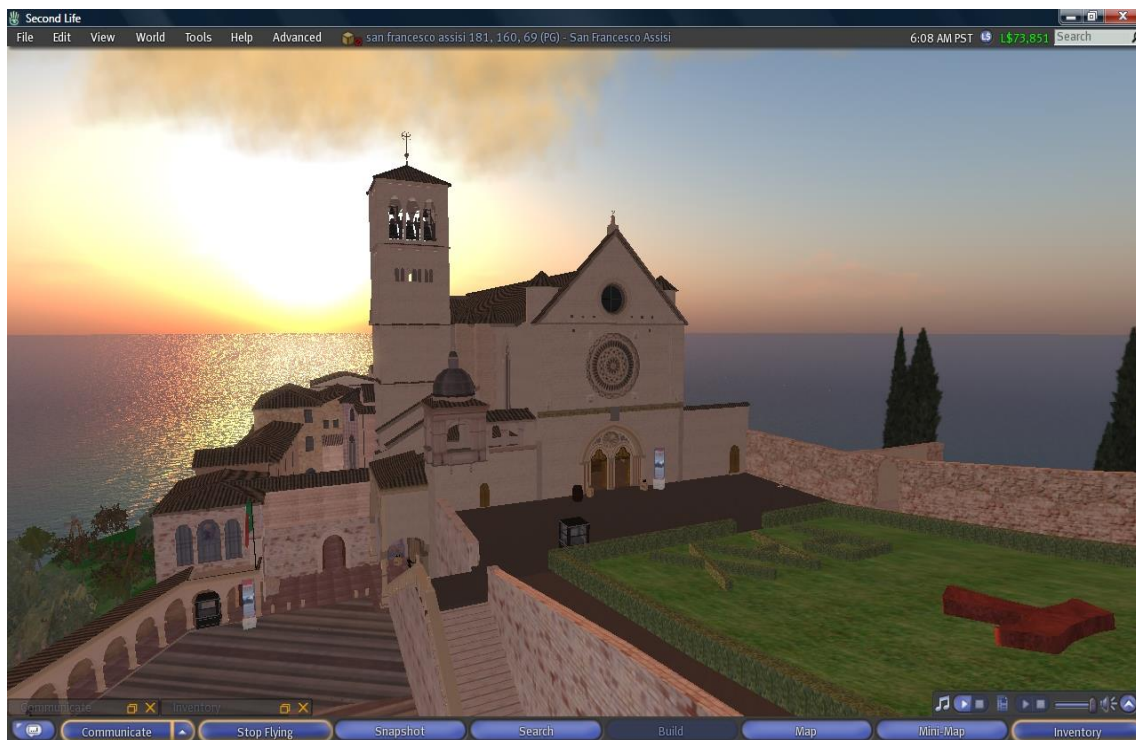
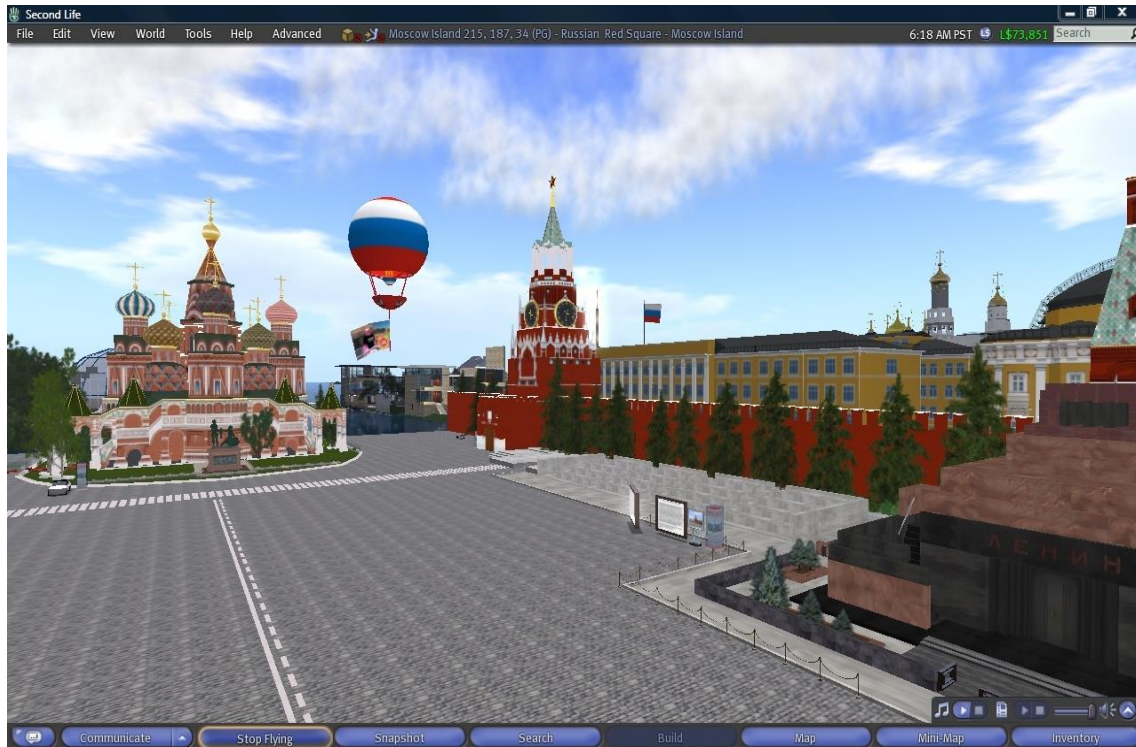
La elaboración, exposición e intercambio de estos contenidos artísticos permite la organización de empresas dedicadas a todos los campos de la cultura:

grupos musicales, representaciones de artistas, lugares de conciertos y eventos, teatros, auditorios, galerías de arte, productoras audiovisuales, emisoras de radios virtuales y televisión local. Algunas de ellos son empresas exclusivas del mundo virtual y otras son contrapartes de organizaciones reales. No obstante, estas empresas manejan un presupuesto, generan empleo virtual, promueven a los artistas y les pagan, y establecen sus propios canales de comunicación y marketing que muchas veces se complementa con una página web.

## 5. PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

Finalmente, una de las aplicaciones más atractivas que ha tenido mucho éxito dentro de Second Life ha sido la promoción cultural de varias ciudades y regiones del mundo real, puesto que las características de esta plataforma tridimensional del metaverso permiten crear réplicas exactas a escala real de los paisajes, lugares, monumentos y objetos más representativos de un determinado lugar con el fin de promover su visita, primero de forma virtual y quizás luego en la realidad.

Son innumerables las ciudades que han creado en Second Life su réplica virtual, entre las cuales se encuentran: Nueva York, La Habana, Milán, Asís, Santorini, Barcelona, Pamplona, Sevilla, Moscú, Jerusalem, Beijing, México, Guadalajara, entre muchas otras.



Estas réplicas pueden ser creadas y mantenidas por instituciones privadas o públicas, entidades gubernamentales o grupos de particulares. Su objetivo principal es generar una atmósfera que dé la sensación de estar en ese lugar aunque sea virtualmente. La gente no escatima a la hora de presumir los edificios

emblemáticos de su ciudad, sus paisajes característicos, sus costumbres, su cultura, su gastronomía, su folklore y su indumentaria; en definitiva, toda la gama del patrimonio: tangible, mueble, inmueble, intangible, subacuático, que refleje toda su diversidad cultural.



Desde 2007, una asociación mexicana llamada Ópera Joven, AC, desarrolla un proyecto de promoción y difusión del patrimonio cultural del Estado de Jalisco en esta plataforma virtual. Se trata de una isla entera donde los usuarios de alrededor del mundo pueden interactuar con distintos elementos del patrimonio cultural de Jalisco, tanto tangible como intangible, en diálogo y aplicación de teorías y metodologías de la gestión cultural. Ahí, los usuarios pueden encontrarse dentro de espacios como el paisaje agavero, el Lago de Chapala y la playa de Puerto Vallarta; inmuebles como la Catedral de Guadalajara, los Arcos y la Glorieta Minerva, al igual que con la gastronomía, los trajes tradicionales, la música, las artesanías y otras tradiciones del patrimonio inmaterial jalisciense.



## CONCLUSIÓN

Second Life no es el único mundo virtual que existe en línea actualmente, aunque sí es el más poblado. Sin embargo, existen otros mundos virtuales, como OpenSim, que, a partir de un código abierto buscan ofrecer una experiencia más

democrática y menos empresarial que Second Life. Se trata de un mundo con muchas alternativas todavía por explorar y muchas aplicaciones a la gestión cultural por investigar.

Así como hay muchos proyectos de educación existentes en Second Life, también hay muchos otros dedicados al arte y la cultura que a través de experiencias inmersivas en estos metaversos, buscan acercarse al público que consume cultura digitalmente. Puede ser una herramienta interesante para analizar sus aplicaciones, no sólo en el ámbito virtual, sino cómo se relacionan estas experiencias también con el mundo físico.

#### REFERENCIAS

- Carr, P., Pond, G. (2007). *Second Life*. Barcelona: Random House Mondadori.
- Castronova, E. (2005). *Synthetic worlds: The business and culture of online games*. Chicago: University of Chicago Press.
- Castronova, E. (2007). *Exodus to the virtual world*. New York: Palgrave Macmillan.
- Corbett, S. (2009). Portrait of an artist as an avatar. *The New York Times*. Disponible en [http://www.nytimes.com/2009/03/08/magazine/08flunot.html?\\_r=2&pagewanted=all](http://www.nytimes.com/2009/03/08/magazine/08flunot.html?_r=2&pagewanted=all)
- García, A., Martínez, R. (2008). *Exprime Second Life*. Madrid: Anaya Multimedia.
- James Au, W. (2008). *The Making of Second Life*. New York: Harper Collins.
- Lessig, L. (1999). *Code and other laws of cyberspace*. New York: Basic Books.
- Lessig, L. (2004). *Free culture: how big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity*. New York : Penguin Press. Disponible en <http://free-culture.org/freecontent/>
- Senges, M. (2007). *Second Life*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.