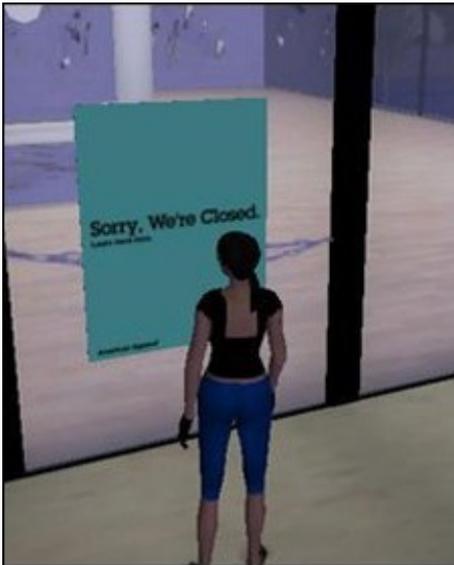


# ¿Qué pasó con Second Life?

[http://www.bbc.co.uk/mundo/ciencia\\_tecnologia/2009/11/091121\\_secondlife\\_desinteres.jp.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/ciencia_tecnologia/2009/11/091121_secondlife_desinteres.jp.shtml)

Lauren Hansen

BBC



Second Life es un mundo virtual en el que los usuarios diseñan un avatar.

No hace mucho tiempo atrás Second Life estaba en todos lados, con empresas abriendo sucursales y bandas dando conciertos en este mundo virtual. Actualmente usted sería perdonado por preguntar si todavía está en marcha.

Hubo un tiempo en que Second Life tenía un bombo publicitario al nivel de Twitter. Incluso quienes no tenían una versión animada de ellos mismos no podían alegar ignorancia debido a la cobertura detallada en diarios y revistas.

Second Life es un mundo virtual iniciado por la empresa estadounidense Linden Lab en 2003, en el que los usuarios diseñan un avatar (identidad virtual) para vivir su "segunda vida" en línea.

Y todo en este mundo puede ser personalizado por un precio: ropa nueva, bebidas en un bar, incluso una mansión de lujo se puede comprar con los dólares de Linden.

[clic Y usted, ¿se acuerda de este mundo virtual? ¡Opine!](#)

## Cientos de menciones

Las primeras menciones a Second Life en los grandes medios de comunicación del Reino Unido aparecieron en 2006.

Un año más tarde, los diarios se mostraron deseosos de cubrirlo, dedicando mucho espacio en las secciones de negocios, tecnología, estilo de vida hasta perfiles y artículos de tendencias.



Algunos países establecieron sus embajadas virtuales.

A finales de 2007 Second Life había tenido más de 600 menciones en periódicos y revistas del Reino Unido, de acuerdo a la base de datos sobre medios de comunicación Lexis Nexis.

IBM compró una propiedad en 2006, American Apparel abrió una tienda ese mismo verano, Reuters instaló un avatar periodista Adam Pasick -también conocido como Adam Reuters- para informar sobre los acontecimientos virtuales y países establecieron embajadas virtuales.

El número de personas que entran en el sitio pasó de 450.000 a cuatro millones en 2007.

Pero tan rápidamente como se encendió el interés de los medios de comunicación, también se disipó. Las referencias cayeron un 40% en 2008 y aún más este año. Y las empresas desviaron sus recursos de nuevo a la vida real.

American Apparel -una tienda de ropa- cerró su comercio un año después de la apertura. Reuters retiró a su corresponsal en octubre de 2008. Cuando se le preguntó sobre su experiencia virtual, Pasick dijo: "No es un tema que nos gusta volver a tocar".

## **El comienzo del desinterés**

Entonces, ¿qué pasó?

Ha sido un verdadero dolor. Tienes que aprender a controlar las cosas y leer los manuales sobre cómo llegar a las islas e irse

Simon Gardner, ex usuario de Second Life

No mucho, dice el editor en el Reino Unido de la revista *Wired*, Ben Hammersley, y ése fue el problema.

"Se podía ir y abrir estas tiendas y nadie asistía", dice.

"Tendrían entre 20 y 30 personas cuando se abrían y después nadie se molestaba en ir allí de nuevo. Es que no valía la pena el gasto", explica.

El "gastar" variaba de empresa a empresa. Un minorista como American Apparel podía gastar unos US\$16.000 en diseñadores y en el espacio de almacenamiento de Linden Lab para construir una tienda virtual.

Pero en la cima del bombo el costo de la compra o la construcción de la propiedad valía la pena.

"Los primeros en estar en línea aparecerían en la página del (diario) *The Guardian*, dice Hammersley. "Pero cuando usted es el decimoquinto país que está en Second Life no hay revista o periódico que lo mencione", agrega.

Algunas empresas y usuarios encontraron que no era para ellos. La tecnología no era de fácil comprensión y algunas computadoras no podían soportarlo.

Second Life ha tenido que moderar sus ambiciones de la calidad de los gráficos para ampliar su accesibilidad a través de distintas velocidades de banda ancha en todo el mundo, dando lugar a quejas sobre el aspecto y la sensación de los dibujos en el sitio.



El interés por Second Life ha ido decayendo.

Y hay una pregunta fundamental sobre si Second Life es un juego o una red social.

"Realmente no es un espacio social muy bueno", dice Hammersley. "No es tan bueno como Facebook o cualquier otro foro en línea en general", señala.

Simon Gardner, un trabajador freelance en el marketing de redes sociales, creó un avatar con pelo rojo vagamente parecido a él y saltó a lo que resultó ser una experiencia mediocre.

"Ha sido un verdadero dolor. Tienes que aprender a controlar las cosas y leer los manuales sobre cómo llegar a las islas e irse", explica.

Después de tres meses Gardner se aburrió y se fue.

## Dilema

La escena de las redes social está muy concurrida. "La clave para cualquier cosa en línea es conseguir un mayor alcance de gente", dice Jim Clark, de la empresa en investigación de mercado Mintel. La curva de aprendizaje necesaria para Second Life impide a muchos usuarios regresar con regularidad.



Aseguran que en promedio un millón de personas al mes ingresan a Second Life.

A medida que más personas recurren a los teléfonos inteligentes los sitios necesitan una presencia móvil para mantener su relevancia.

"Los celulares son el futuro de cualquier actividad en línea. Esto es algo que Second Life tendrá dificultades para hacer", dice Clark.

Esto se debe a que los gráficos requieren más memoria de la que los actuales teléfonos inteligentes pueden manejar.

Sin embargo, Linden Labs no está preocupado porque el número de usuarios continúa aumentando.

En promedio, un millón de personas ingresan cada mes, dice Mark Kingdon, director ejecutivo de Linden Lab.

Y el sitio sigue evolucionando, asegura Kingdon. Lanzó un nuevo producto a principios de mes dirigido a las empresas y pronto será el lanzamiento de más software fácil de usar.

Y muchas empresas y organizaciones siguen aferrándose a su yo virtual: 1.400 de ellas, indica Kingdon. IBM sigue siendo un ferviente partidario de Second Life.

Pero muchos otros aún no se han decidido.