

CincoRed

Second Life mantiene las expectativas de negocio pese a las críticas

Las dudas sobre el juego han aflorado por la escasa rentabilidad. Aun así, varias empresas mantienen su apuesta

ADOLFO ESTALELLA Madrid

La utilización es muy limitada, los gráficos son malos, el número de usuarios es muy pequeño y las posibilidades de hacer negocios son realmente pocas. Con esos trazos gruesos describe Antonio Mas el que se ha convertido en una referencia de los juegos por internet donde los jugadores se travisten de personajes: Second Life. Una crítica extraña, ya que Mas ha montado hace unos meses Second Agency, agencia destinada a desarrollar proyectos para Second Life.

El caso es que después de meses en los que Second Life ha atraído magnéticamente la atención de los medios se ha levantado la fiebre y los mismos que han ensalzado las posibilidades de eso que llaman el metaverso comienzan a mostrar las primeras perspectivas críticas: que la inversión de las empresas no obtiene rendimiento, que en realidad el número de habitantes de Second Life es pequeño, que la interfaz es muy limitada...

Y por el camino del desánimo algunas empresas han abandonado las sedes virtuales que habían creado, sus islas y centros están vacíos. Con mucha ironía, una publicación de referencia en el mundo de la tecnología titulaba esta semana "que apague la luz la última empresa que salga de Second Life", mientras que otra se desahoga aireando los "cinco mitos del negocio en Second Life", entre ellos, el limitado número de personas activas en cada momento, que situaban en menos de 50.000, o las limitadas visitas que tienen las islas, tiendas, centros... creados por las compañías en el metaverso. Los cinco más visitados, según el artículo de GigaOM, no pasaban de las 10.000 visitas diarias, siendo generosos, considerablemente menos de lo que puede recibir una página web.

Con todo, un puñado de empresas españolas se han embarcado en la aventura de hacer negocio en Second Life con algo tan exótico como lo definen en Second Agency como construir la "presencia" de una empresa en Second Life,

y por extensión en otros "mundos virtuales". Porque en realidad Second Life no es más que el paradigma que ha hecho visible durante el último año el fenómeno de lo que en inglés se denomina, por sus siglas: Mmorpg, es decir, juegos multimedia por internet donde participan miles de jugadores que participan simultáneamente desarrollando sus roles, ya sea el de una princesa, un ogro o un especulador inmobiliario. Un negocio que lleva varios años en funcionamiento y cuyos beneficios previstos para 2011 por suscripción serán de 1.500 millones de euros, estimaba recientemente la agencia Screen Digest.

Ricard Gras, que lleva trasteando con Second Life desde 2004, reconoce las limitaciones del "juego", pero mantiene las expectativas: "Como mejoren un poco las posibilidades, será impresionante, las universidades están locas con las perspectivas que se les abre para la educación", señala que "con Second Life tenemos que ser críticos, pero debemos huir del intento de demonizarlo". Gras, catalán afincado en Leicester (Reino Unido), montó La Interactiva, que ha hecho ya un par de proyectos para universidades británicas y otro para un estudio de arquitectura.

En España hay al menos media docena de empresas registradas en el sitio de Second Life como desarrolladoras: Bluepill, Metafuturing, Novatierra, Secondmind, White Feather Technologies e

Ideup. La última es la matriz de Second Agency, la agencia de Antonio Mas, quien haciendo equilibrios se muestra convencido de las posibilidades de negocio y de desarrollo de los mundos virtuales: "se va a enfriar un poco, pero las empresas van a ver en Second Life un camino en el que hay que estar, un nuevo medio como los blogs, la mensajería instantánea o el email". De momento tienen ya a seis personas trabajando en varios proyectos abiertos, y les han llegado varias comunidades autónomas que quieren explorar las posibilidades de un universo virtual con



Mundos tridimensionales, donde el texto, la imagen en tres dimensiones, la música, la voz, el realismo y la simulación se mezclan en Second Life.

Datos de la segunda vida

Second Life echó a andar cuatro años atrás y tiene unos ocho millones de usuarios registrados, pero en los momentos de máximo uso no hay más de 50.000 personas conectadas simultáneamente al juego, según el sitio GigaOM. En España hay unos 32.000 usuarios activos. Muchas compañías se han lanzado en los últimos meses a crear sedes en el juego, pero los resultados

han sido decepcionantes. Tras una reciente reunión de la Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional, Luis Sotillo, director de Novatierra, concluía que "hoy Second Life es una inversión en I+D, una iniciativa efectiva de branding y una apuesta de futuro, en ningún caso un instrumento de marketing que aporte beneficios económicos contrastados".

Second Life alcanzará en 2011 un beneficio por suscripción de 1.500 millones de euros

menos complicaciones que el Estado de las Autonomías, "e incluso tres empresas del Ibex 35 han venido a consultarnos", apunta Mas.

Está claro que quienes quieran poner un pie en Second Life y otros entornos sociales similares tendrán que echarle imaginación, y ya se sabe que internet es un territorio plagado de trampas para las empresas que quieren atrochar por el camino más corto.

En una reciente reunión de la asociación de marketing Acem-Fecemd, Antonio Mas cuenta que "de los 150 asistentes, los más conservadores con las po-

sibilidades de Second Life éramos los dos desarrolladores que estábamos allí", él y Luis Sotillo, director de Novatierra.

Y como la cosa no es sencilla, las empresas embarcadas en ese exótico negocio tratan de templar el ambiente para que no ocurra como con el cuento de la lechera: "esto es como la internet de 1997, cuando yo monté mi web y tenía 10 visitas diarias", apunta Mas, lo que pasa es que "los medios habéis exagerado lo que es Second Life".

A esa crítica se suma Víctor Gil, un atento analista de lo que se cuece por internet y uno de los responsables de la consultora The Cocktail Análisis: "sois culpables de haberlo planteado de una forma sensacionalista que hizo que mucha gente fuera a Second Life buscando esa promesa implícita en su nombre, una segunda vida, ignorando lo que era en realidad: un nuevo entorno de relación en tres dimensiones, mucha gente se ha sentido decepcionada con esas expectativas y eso les ha llevado a no explorar otras posibilidades que realmente existen en el juego", se despacha Gil.

En cualquier caso, y pese a las críticas, Antonio Mas lo tiene claro: "la clave está en el concepto de mundos virtuales, y eso ya está establecido", y añade que "los mundos virtuales han llegado para quedarse".