

Comunidades virtuales en tiempos de flujos: el caso de Second Life

Israel V. MÁRQUEZ*

(Abstracts y palabras clave al final del artículo)

Propuesto: 13 de agosto de 2008

Aceptado: 25 de agosto de 2008

1. INTRODUCCIÓN: UNA PEQUEÑA ACLARACIÓN SOBRE EL TÉRMINO

Contrariamente a lo que solemos creer, el fenómeno de las comunidades virtuales no es algo nuevo, fruto de la aparición de Internet y el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. En realidad, como señala Abril (2003), la red intelectual viene de lejos, de muy atrás: “Ya las *comunidades hermenéuticas* de la primera modernidad: los lectores de periódicos, los círculos ilustrados, los públicos nacionales, etc., son expresiones de “inteligencia colectiva”, y formas de “comunidad virtual” no menos ciertas que las que Rheingold ubica en la tecno-red contemporánea” (2003: 37). Como ejemplos de estas comunidades virtuales precursoras tenemos las “comunidades textuales” cristiano-latinas o las comunidades monásticas medievales. En una línea similar, Benedict Anderson habla de “*comunidades imaginadas*”, surgidas a raíz de la convergencia del capitalismo, la tecnología de impresión y la diversidad de lenguas en la Europa de los siglos XV y XVI, que llevaron a la erosión de la sagrada comunidad de la cristiandad y al surgimiento de una pluralidad de comunidades imaginadas. Para Anderson, todas las comunidades que estén más allá del primitivo cara-a-cara son imaginadas, virtuales, un proceso posibilitado por el desarrollo de los medios de comunicación de masas, en especial la imprenta. Así, como señala Thompson, “Leyendo en lenguas vernáculas, los individuos gradualmente fueron tomando conciencia de que pertenecían a una comunidad virtual de lectores con quienes nunca se comunicarían directamente, pero con los que estaban conectados a través de la imprenta” (1998: 92). La expansión de nuevos sistemas de comunicación permitió a los individuos compartir una serie de símbolos y creencias expresadas en un lenguaje común, incluso en el caso en que estos individuos no se hubieran comunicado nunca de forma directa, que impulsaron la idea de la

* Está realizando una tesis doctoral sobre cibermundos en el Departamento de Periodismo III, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

comunidad imaginada de la nación y del moderno sentido de pertenencia a un territorio, según sugiere la propia Anderson.

Lo que estos breves ejemplos pretenden poner de manifiesto es que el fenómeno de las comunidades virtuales posee una larga tradición. Sin embargo, en lo que sí estamos de acuerdo es en que el término se populariza y alcanza su éxito a raíz del surgimiento de Internet y el avance de las nuevas tecnologías de la información, donde adquiere un nuevo significado, más acorde con el nuevo ideario surgido a raíz del nacimiento del ciberespacio.

2. REDEFINIR EL CONCEPTO

Para muchos observadores y participantes del ciberespacio, “la palabra *comunidad* parecía apropiada para los nuevos dominios sociales que emergían mediante esta interacción *on-line*, ya que captura una sensación de conexión interpersonal así como de organización interna” (Baym, 2003: 55). La noción de *comunidades virtuales*, acuñada por los pioneros del estudio de la interacción social en Internet, llamaba la atención sobre “el surgimiento de nuevos soportes tecnológicos para la sociabilidad, que eran diferentes, pero no por ello inferiores, a las formas anteriores de interacción social” (Castells, 2003: 166). El término pronto provocó la reacción de los nostálgicos de la vieja comunidad, espacialmente delimitada y culturalmente homogénea, que mostraron su temor a que las comunidades *on line* fueran sustituyendo a las comunidades *reales*, es decir, geográficamente locales. Las acusaciones más serias que estos críticos lanzaron contra las comunidades *on line* fueron, entre otras, el hecho de que la mayor parte de la población mundial no tiene acceso a Internet y probablemente nunca lo tendrá; su falta de compromiso moral (ya que las comunidades *on line* no obligan a sus participantes a tratar con la diversidad, dado que éstos pueden abandonar con un simple *click*); y la evasión de la responsabilidad social que supone el enfrentarse a categorías como las de raza, estatus y clase social en el mundo *off line* (Baym, 2003: 56-57). De ahí la defensa de los valores vinculados a la idea tradicional de comunidad y el rechazo de los surgidos a raíz de la emergencia de comunidades *on line* presente en críticas como la de Doheny-Farina:

Una comunidad se circunscribe a un lugar, el cual siempre incluye complejas necesidades sociales y ambientales. No es algo a lo que te puedas unir fácilmente. No puedes suscribirte a una comunidad del mismo modo en que te suscribes a un grupo de discusión *on-line*. Tiene que ser vivida. Está entrelazada, es contradictoria y envuelve todos nuestros sentidos (citado en Baym, 2003: 57).

En definitiva, lo que todos estos críticos defendían es que la comunidad *real*, *off line*, trae consigo mucho más de lo que podemos encontrar en la asociación voluntaria de individuos con disposiciones e intereses similares.

Sin embargo, como señala Castells, esta serie de reacciones en defensa de la idea tradicional de comunidad resultaban cuanto menos paradójicas cuando una serie de estudios realizados en la misma época por varios sociólogos urbanos (Fischer, Keller y Wellman, entre otros) fueron demostrando que las redes estaban sustituyendo a los

lugares (de encuentro cara-a-cara) como sostén para la sociabilidad, tanto en las zonas periféricas como en las ciudades. Por lo tanto, se daba una situación en la que “esta forma de comunidad territorialmente definida no ha desaparecido del mundo en general, pero no cabe duda de que ahora juega un papel menor en la reestructuración de las relaciones sociales para la mayor parte de las sociedades desarrolladas” (Castells, 2003: 166).

Partiendo de estas observaciones, Castells insiste en que el paso analítico necesario para comprender las nuevas formas de sociabilidad en la era de Internet consiste en “construir una redefinición de la comunidad” (2003: 168). Y, siguiendo las aportaciones de Barry Wellman¹, señala que la cuestión clave aquí es “el desplazamiento de la comunidad a la red como medio principal de interacción organizativa”. Mientras las comunidades tradicionales están basadas en compartir los valores y la organización social, las redes se construyen de acuerdo a las elecciones y las estrategias de los actores sociales. Así, como señala Castells, “la sustitución de las comunidades espaciales por las redes como formas principales de sociabilidad conllevó la transformación de ésta”. En este sentido, los “lazos fuertes” vinculados a la idea de comunidad tradicional, son sustituidos en la era Internet por unos “lazos débiles”. Pero el hecho de que la mayor parte de los lazos que establecen las personas en una sociedad red sean débiles, “no quiere decir que no sean importantes. Son fuentes de información, de trabajo, de ocio, de comunicación, de participación ciudadana y de diversión” (2003: 169).

Sociólogos como Anthony Giddens, Ulrich Beck o el propio Castells han destacado el surgimiento de un nuevo tipo de relaciones sociales centrado en el individuo. Así, tras las relaciones primarias (encarnadas en la familia y la comunidad) y las relaciones secundarias (encarnadas en la asociación), el nuevo patrón de sociabilidad dominante parece estar construido por un nuevo tipo de relaciones que, de nuevo con Castells, podríamos denominar “terciarias” (o lo que Wellman llama “comunidades personalizadas”), encarnadas en redes centradas en el yo. Por eso, para Castells, “El nuevo modelo de sociabilidad en nuestras sociedades se caracteriza por el individualismo en red” (2003: 170), lo cual no está en contradicción con la idea de comunidad, sino simplemente supone una redefinición del concepto a raíz de los cambios introducidos por la Galaxia Internet.

En efecto, el desarrollo de Internet proporciona el soporte material adecuado para la difusión del individualismo en red como forma dominante de la sociedad. Pero tal individualismo en red no supone una colección de individuos aislados, sino un auténtico modelo social. Los individuos construyen sus redes, *on line* y *off line* sobre la base de sus intereses, valores, afinidades y proyectos. Así, como señala Castells, la interacción social *on line* “juega un papel cada vez más importante en la organización social en su conjunto. Cuando se estabilizan en la práctica, las redes *on line* pueden construir comunidades, o sea comunidades virtuales, diferentes de las comunidades físicas pero no necesariamente menos intensas o menos efectivas a la hora de unir y movilizar” (2003: 172). Por lo tanto, la idea de comu-

¹ “Las comunidades son redes de lazos interpersonales que proporcionan sociabilidad, apoyo, información, un sentimiento de pertenencia y una identidad social” (Barry Wellman, citado en Castells, 2003: 168)

nidad sigue en pie, sólo que adaptada a una nueva realidad: la realidad de la sociedad red.

Pero la misma idea de comunidad virtual también ha sufrido cambios con el paso del tiempo. No estamos ya ante comunidades virtuales que prometen un tipo de sociabilidad ilimitada, como el caso de la comunidad WELL de San Francisco, definida por muchos como la comunidad en línea con mayor influencia del mundo, o el de la comunidad Nettime en Holanda. Estas son el tipo de comunidades *on line* que Rheingold popularizó y que revistas como *Wired* o *Mondo 2000* elogiaron. Pero a diferencia de éstas, la mayoría de las comunidades *on line* de la actualidad son efímeras y “constituyen soportes para los lazos débiles en la medida en que raramente constituyen relaciones personales duraderas. Las personas se conectan y desconectan de la red, cambian de interés y no revelan necesariamente su identidad (aunque tampoco se la inventan), y además cambian de compañeros *on line* cuando quieren” (Castells, 2003: 171). Por eso, la mejor definición de las comunidades virtuales contemporáneas es la de “comunidades de intereses”, en la medida en que se construyen a partir de los intereses cambiantes de los agentes sociales, lo cual no es sino fruto del individualismo en red dominante en nuestra sociedad. En este sentido, podemos considerar las observaciones de Licklider y Taylor a este respecto como premonitorias de la situación actual:

¿Cómo van a ser las comunidades interactivas de la red? En muchos campos consistirán en miembros separados geográficamente, algunas veces agrupados en pequeños conglomerados y otras veces trabajando individualmente. Serán comunidades sin una localización común sino con un interés común. En cada sector geográfico, el número total de usuarios [...] será suficientemente amplio como para soportar facilidades de almacenaje y tratamiento de información con un vasto propósito general [...] la vida será más feliz para los individuos en la red ya que la gente con la que se interactúe más intensamente será seleccionada más por la comunalidad de intereses y metas que por los accidentes de proximidad. (citado en Jones, 2003: 40-41)

Pero aunque las conexiones específicas derivadas de esta comunalidad de intereses y metas no sean duraderas, aunque los lazos no sean fuertes sino débiles, “el flujo sí perdura”, como sugiere Castells, “y muchos participantes de la red la utilizan como una manifestación social más” (2003: 171). Es decir, según esto, el flujo sería concebido como una nueva forma de sociabilidad, un nuevo modo de participación y organización social capaz de crear comunidades tanto en el mundo real, *off line*, como en el virtual, *on line*. No por casualidad nuestra sociedad ha sido definida por el propio Castells como una “sociedad de flujos”.

3. EL FLUJO COMO NUEVA FORMA DE SOCIABILIDAD

Para autores como Castells o Bauman, el flujo y los fluidos remiten a una forma de *organización social* que, si bien alienta la sensación de incertidumbre y discontinuidad en nuestras vidas, es producto de una acción deliberada. Es decir, de algún modo presupone una lógica en el que la (supuesta) desorganización remite, paradó-

jicamente, a una manera de organizar la experiencia social (Sánchez Capdequí, 2006: 66). Según Bauman, la vida líquida, así como la sociedad líquida, no puede conservar su forma ni perdurar durante largo tiempo. Es por ello que “la transitoriedad, la no finalidad y la no revocabilidad se valoran positivamente, mientras que la duración y el compromiso, lo que se resiste a la cancelación -todos los “puntos sin retorno”- se teme y se evita. En la “vida líquida” los hombres van de un proyecto a otro” (Bauman, citado en Béjar 2005: 49).

Para Bauman, esta situación está relacionada, como no podría ser de otra forma, con el consumo, con el modo en que los expertos en marketing y publicidad “nos entrenan para que nos deshagamos de nuestras posesiones sin ningún arrepentimiento, enseguida y rápidamente”. Es el triunfo del marketing como nuevo instrumento de control social que ya profetizara Deleuze. La “vida líquida”, al sustentarse bajo la lógica del consumo, genera una nueva forma de conocer gente basada en “tratar a los demás como bienes reemplazables”, dando lugar a situaciones en las que aunque lo antiguo funcione (productos, parejas, amigos, etc.) “debe reemplazarse por lo nuevo y mejorado”.

Relacionado con lo anterior, Anthony Giddens ha definido nuestra era como la era de la “relación pura”, aquella que “se entabla por lo que vale, por lo que cada persona puede obtener” y, por lo tanto, “puede terminar, más o menos a voluntad, por decisión de cualquiera de las partes en cualquier momento dado” (Giddens, citado en Bauman 2003: 51). Se trata de no quedar “fijado” a nada ni a nadie, donde lo único que cuenta es no quedarse quieto y continuar *navegando* y acumulando o desechando fragmentos a voluntad. El francés Jean Baudrillard lo ha sabido expresar mejor que nadie:

La multiplicidad de vidas simultáneas: única pasión contemporánea. Metamorfosis o anamorfosis de los modos de vida, de los lugares, de las modalidades amorosas. Cada objeto es único y deberá agotar nuestra imaginación. Pero no se logra nada: hay que pasar de uno a otro. Cada paisaje es sublime pero nada se puede: es necesario intercambiarlos y lo verdaderamente sublime de hoy está en el vuelo intercontinental que los reúne. Todo cede ante la facultad de pasar de una vida a otra, de no morir en una sola vida (Baudrillard, 1989: 59)

Este tipo de sociabilidad es, a nuestro parecer, el que domina las comunidades virtuales actuales, donde, como señalaba Castells, “Las personas se conectan y desconectan de la red, cambian de interés [...] y además cambian de compañeros *on line* cuando quieren” (2003: 171). Pero, recordémoslo una vez más, “aunque las conexiones específicas no sean duraderas, el flujo sí perdura, y muchos participantes de la red la utilizan como una manifestación social más”. Nos encontramos, pues, ante “comunidades de intereses” que, como la “vida líquida”, son de carácter efímero y transitorio, ya que nuestros intereses particulares pueden cambiar en cualquier momento, pasando entonces de una comunidad a otra, de unos compañeros *on line* a otros. Así, tal y como ocurre en la vida *off line*, la vida *on line* se mueve en un “espacio de flujos”. Después de todo, vida *off line* y vida *on line* no son tan diferentes.

4. SECOND LIFE COMO COMUNIDAD VIRTUAL

Después de este breve recorrido por lo que nos parece el estatus actual de las comunidades virtuales en el marco de nuestra sociedad red, de flujos, líquida, post-moderna o como lo queramos llamar, pasamos a continuación a exponer los rasgos que definen a Second Life como comunidad virtual.

Como es sabido, Second Life (en adelante SL) es un mundo virtual *on line* en 3D, un mundo creado por programadores informáticos al que se accede mediante una representación de uno mismo o “avatar”, y en el que se puede comunicar, interactuar o hacer negocios. El mundo está inspirado en la novela de ciencia ficción de Neal Stephenson “*Snow Crash*”, donde se habla de un “universo metafísico” en línea, llamado Metaverso, un entorno virtual donde tienen lugar acciones y transacciones de todo tipo por mediación de los avatares (Carr y Pond, 2007: 21). Un aspecto importante de SL es que, a diferencia de otros mundos virtuales o MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Games), no es un juego. Desde el principio, Philip Roseadle, creador de la plataforma, declaró que su meta con SL era crear una sociedad virtual completa, con una próspera economía en marcha. Según él, lo que estaba construyendo no era un juego sino un país. Un videojuego tiene un argumento, unos objetivos, una serie de pruebas y obstáculos, y un triunfo final, que hace que nos olvidemos del juego y pasemos a otro. En general, un juego presenta una historia con un planteamiento (objetivos a cumplir), un nudo (acción) y un desenlace (triunfo o derrota). Pero SL no tiene nada de eso. Como la vida misma, es un entorno, un lugar, un espacio-tiempo en el que no se juega: se vive. Tal era la idea de Stephenson con el Metaverso y tal es el objetivo de Roseadle con SL. Hoy, la realidad trasciende a la ficción y muchas personas pueden experimentar una vida alternativa sumergiéndose en su pantalla de ordenador, viviendo literalmente “dentro de la pantalla” (Turkle, 1997).

Para definir SL como comunidad virtual nos basaremos en el significativo texto de Quentin Jones *Virtual-Communities, Virtual Settlements & Cyber-Archaeology: A Theoretical Outline* (1997), donde, entre otras cosas, se establecen las condiciones para que un ciberlugar sea caracterizado como comunidad virtual. Según Jones, para que esto sea posible es necesario que se cumplan una serie de condiciones: 1) un nivel mínimo de interactividad; 2) una variedad de comunicadores; 3) un nivel mínimo sostenido de miembros afiliados; y 4) un espacio-público-común virtual. A continuación, veremos cómo se materializan o concretan estos cuatro puntos en el mundo de SL.

1. NIVEL MÍNIMO DE INTERACTIVIDAD

Señala Jones que tanto las comunidades *reales* como las comunidades virtuales están compuestas por “grupos”. Grupos no faltan en SL. Es evidente que, dado el número tan elevado de personas representado en SL, la diversidad de intereses que traen con ellas es enorme. Pero, igual que en la vida *off line*, los residentes de SL lo resuelven formando grupos. En la actualidad, hay miles de grupos en SL: grupos

para italianos, coreanos y escoceses; grupos para cristianos, musulmanes y satanistas; grupos para alcohólicos, jugadores y pervertidos; grupos para escritores, filósofos e incluso fans de Duran Duran (Carr y Pond, 2007: 51-52). Todos estos grupos forman comunidades de interés englobadas dentro de una comunidad de interés más amplia que sería el propio mundo de SL en su conjunto.

La literatura referente a comunidades virtuales insiste en que la comunicación interactiva es una condición necesaria para hablar de una verdadera comunidad virtual. La interactividad es una de las bazas de SL pues cumple el ideal de una participación activa del lector (usuario) en la producción del texto (del mundo en este caso), ya que los propios usuarios pueden construir y modificar su mundo en gran medida. Algunos analistas de los mundos virtuales (Wagner James Au, Cory Ondrejka y Julian Dibbell entre otros) han señalado incluso que SL es la primera propuesta exitosa de un mundo construido *por y para* sus habitantes. Wagner James Au, por ejemplo, señalaba en una entrevista televisiva que veía a Linden Lab, la empresa fundadora de SL, como una especie de Dios que ha creado un mundo del que poco a poco se ha ido distanciando, hasta que “al final el mundo te pertenece, puedes crear cosas y continuar tú sólo en él”.

2. VARIEDAD DE COMUNICADORES

La segunda condición necesaria destacada por Jones para poder hablar de comunidad virtual es la variedad de comunicadores. Esta condición está vinculada a la primera porque está claro que si hay sólo un comunicador, no puede haber interactividad (en el sentido de comunicación con una o varias personas, y no con una matriz informacional —hipertextos, videojuegos, etc.— con la cual sí podemos interactuar en solitario). Esto es, allí donde existen más de dos comunicadores, es decir, más de dos individuos que envían sus mensajes al espacio-público-común de la comunidad virtual, podemos hablar de comunidad virtual. No es necesario argumentar que SL cumple esta segunda condición de sobra.

3 UN NIVEL MÍNIMO SOSTENIDO DE MIEMBROS AFILIADOS

Para que una comunidad virtual sea caracterizada como tal debería tener algún grado sostenido de miembros asociados. Según Jones, “El nivel de la estabilidad de los miembros asociados requerido para un nivel razonable de interactividad también se relacionará con la densidad de mensajes de CMO² (envío de mensajes por unidad de tiempo)”. A pesar de que SL, según nos dicen los medios de comunicación, no atraviesa actualmente por su mejor momento, lo cierto es que al menos el año pasado, cuando se desató el *boom* mediático sobre este mundo virtual, el nivel de actividad y de estabilidad de los miembros asociados era extraordinariamente alto, lle-

² Siglas de Comunicación Mediada por Ordenador

gando a alcanzar la cifra de 5,8 millones de cuentas registradas en abril de 2007. Este fenómeno fue consecuencia directa de la enorme popularidad que adquirió SL durante aquellas fechas, donde no había ni un solo día en que no apareciese una nueva noticia relacionada con el nuevo mundo virtual, ya fueran conciertos, conferencias, exposiciones, mítines políticos, actos de vandalismo o casos de abuso sexual. El éxito de SL, cuyas virtudes, ventajas y posibilidades los medios (en especial los de información económica) se encargaron de alimentar, fue animando a los usuarios y empresas a entrar en el mundo virtual con la intención de hacer negocio, viéndose obligados a realizar un seguimiento diario de la dinámica del mundo virtual como si de la misma Bolsa se tratara. Este hecho generó una amplísima comunidad virtual vinculada a intereses particulares que se ha mantenido hasta hace relativamente poco tiempo, hasta que los usuarios y empresas se han ido retirando del mundo al encontrarlo poco rentable o apetecible, bajando así su nivel de actividad y estabilidad como usuarios de SL, o simplemente dándose de baja en el mundo en busca de otros modelos de negocio y/o diversión, lo que es síntoma de esa sociabilidad líquida o fluida que veíamos en el apartado anterior.

4. UN ESPACIO-PÚBLICO-COMÚN VIRTUAL

Como señala Jones, “Es ampliamente conocido que las comunidades virtuales existen en el ciberespacio. Artículos que tratan de la comunidad virtual con frecuencia hablan de sus “habitantes” (Paccagnella, 1997), de “qué” ocurre en ellas y de “dónde” se puede encontrar la comunidad virtual estudiada”. Esto implica la noción de espacio, de un lugar común. Según Fernback y Thompson (1995) una comunidad virtual necesita un lugar virtual. Pero, al mismo tiempo, una comunidad virtual no equivale a su ciberespacio.

Para Jones, argumentar que una condición necesaria para las comunidades virtuales es la existencia de un lugar virtual posibilita la distinción entre comunidad virtual y otras categorías de CMO. Esto se debe a que tal requerimiento distingue un asentamiento virtual de una comunicación privada donde los mensajes van directamente de un individuo a otro sin un lugar virtual común. Aunque se pueda objetar, como hace el propio Jones, que la inclusión de espacio-público-común como una condición necesaria excluye la posibilidad de que las comunidades virtuales se puedan formar sin un sentido de ciberlugar, debemos mantener esta distinción porque sin la noción de espacio-público —común el concepto de comunidad virtual pierde su valor al pasar a ser indistinguible de otras muchas formas de CMO.

En SL el espacio público común no es otro que el propio mundo virtual en el que tiene lugar las interacciones. Pero dentro de ese mundo global podemos encontrar otros espacios o asentamientos virtuales en función de los intereses de cada grupo. No olvidemos que SL es un mundo, y como en el mundo real, podemos encontrar en él diversos tipos de grupos o comunidades con sus particularidades específicas. Esto dificulta en gran medida su investigación, porque, si bien hablamos de comunidad virtual según los usuarios registrados en SL, que pertenecen a ese mundo y cuya inclusión en él es fruto de unos intereses particulares, asimismo podemos hablar,

como apuntábamos más arriba, de comunidades virtuales que desarrollan su actividad dentro de la propia comunidad virtual formada por SL. Por ejemplo, la comunidad Spanish Orientation ha creado una isla en SL, denominada Isla Ñ, que se dedica a enseñar a los nuevos avatares hispano-hablantes que llegan a SL a desenvolverse por el nuevo mundo. Pues bien, esta comunidad es una comunidad dentro de la comunidad más amplia que llamamos SL. Estamos, pues, ante un caso parecido al que comenta Jones sobre la comunidad WELL, en el sentido de que demuestra “el modo en que una única comunidad virtual puede crecer hasta convertirse en muchas comunidades virtuales y la importancia de delinear límites de asentamientos virtuales mediante un examen tanto de su comunicación interactiva como de su división simbólica vía tema de discusión” (Jones, 1997). Este asunto de delinear los límites de los asentamientos virtuales es sumamente complejo y llevaría un gran esfuerzo y años de investigación debido a la gran variedad de asentamientos y comunidades virtuales existentes en SL. También está la cuestión de si esta peculiaridad de SL hace que, como en el caso de WELL, tengamos que preguntarnos si se trata de una comunidad virtual o de una región o ciberlugar que contiene muchas comunidades virtuales.

Por nuestra parte, creemos que SL es una comunidad virtual que a su vez contiene otras comunidades virtuales. De alguna forma, SL sería una especie de meta-comunidad que englobaría dentro de sí una serie de (sub)comunidades de diferente tamaño y utilidad. Es decir, como comunidad, SL es un grupo o conjunto de personas que tienen en común su interés por los mundos virtuales, por las nuevas tecnologías, por los negocios, por el ocio, etc. Dentro de SL, ese interés inicial se suma a otros intereses más particulares que hacen que se formen nuevas comunidades o grupos para diferenciarse de los otros (por ejemplo, las comunidades de cristianos frente a las de musulmanes, budistas o satánicos, las comunidades de obras benéficas frente a las de jugadores, alcohólicos o pervertidos, etc.³); solamente hace falta que un grupo de gente comparta algo en común para conformar una comunidad dentro de la comunidad SL, cuyos integrantes tienen a su vez en común su interés y pertenencia a dicho mundo.

Todo esto nos lleva a caracterizar SL como una comunidad virtual; o mejor aún, como una comunidad virtual única, compleja y diferente, por ser los mundos virtuales 3D un fenómeno relativamente nuevo y reciente que hace necesaria una pronta investigación. De momento, tenemos las “nobles” aspiraciones de Anshe Chung, la mujer que se hizo millonaria en SL, de hacer de los mundos virtuales sintéticos nuevos espacios de comunidad y sociabilidad:

Por encima de todo, Anshe Chung destaca la importancia de la comunidad en su visión de los mundos y espacios de trabajo virtuales que ella y otros promueven juntos. Su meta no es únicamente construir una corporación, sino fomentar el desarrollo y el crecimiento de comunidades en línea y ayudar a que la entrada de corporaciones del mundo real en Second Life y otras regiones del metaverso esté tan libre de

³ Para una interesantísima guía de las distintas comunidades y grupos de Second Life ver Carr y Pond (2007).

fricciones como sea posible. Su filosofía es que Second Life es, sobre todo, un espacio social y que las corporaciones entrantes que respeten la comunidad serán las que tendrán más éxito (Carr y Pond, 2007: 57).

Por último, como fenómeno propio de la postmodernidad, SL pone de manifiesto todo lo que hemos visto más arriba acerca del flujo como nueva forma de sociabilidad, ya que los intereses de sus usuarios son efímeros y transitorios, tal y como ha puesto de manifiesto la gran cantidad de usuarios y empresas que se han retirado del mundo tras ver frustradas sus posibilidades de negocio, o, simplemente, aquellos usuarios que se han cansado de habitar el mundo virtual y han pasado a otra cosa. En una sociedad “líquida” (Bauman) o de la “relación pura” (Giddens), podemos dejar SL cuando queramos, volver a registrarnos pasado un tiempo, o abrir varias cuentas para un mismo sujeto y “vivir” varias vidas, es decir, construir y experimentar diferentes identidades (Turkle, 1997). Todo esto, como ya hemos señalado, genera un nuevo tipo de sociabilidad presente tanto en la vida *off line* como en la vida *on line*, donde lo importante es no quedarse fijado o atado a nada ni a nadie sino continuar *navegando* diariamente en busca de nuevas oportunidades de amor, trabajo, ocio o dinero que, una vez conseguidas, podemos volver a desechar en busca de otras más apetecibles. Es la época del individualismo, del “individualismo en red” (Castells), lo cual, aunque paradójico, no es sino una nueva forma de sociabilidad, como ponen de manifiesto los análisis de autores como Bauman, Castells, Giddens, Beck, Baudrillard, Maffesoli o Lipovetsky. Esta nueva sociabilidad genera nuevos tipos de comunidades, como las comunidades de intereses, donde los lazos son “débiles”, sí, pero no por ello menos importantes que los “lazos fuertes” de las comunidades tradicionales. En este sentido, el mundo virtual de SL constituye un valioso ejemplo de comunidad *on line* de interés construida a partir de “lazos débiles” pero significativos. Lazos que son signo de una época de flujos.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRIL, G. (2003). *Cortar y pegar. La fragmentación visual en los orígenes del texto informativo*. Madrid. Cátedra.
- BAUDRILLARD, J. (1989): *Cool Memories*. Barcelona. Anagrama.
- BAUMAN, Z. (2003): “De peregrino a turista, o una breve historia de la identidad”, en Hall, S. y Du Gay, P. (comps): *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires, Madrid. Amorrortu.
- BAYM, N. K. (2003): “La emergencia de comunidad on-line”, en Jones, S. G. (editor): *Cibersociedad 2.0. Una nueva visita a la comunidad y la comunicación mediada por ordenador*. Barcelona. Editorial UOC.
- BÉJAR, H (2005): “Zygmunt Bauman. Claroscuros de la modernidad” en *Claves de razón práctica*, número 152, mayo 2005.
- CARR, P. y POND, G. (2007): *Second Life: la guía definitiva a un nuevo mundo virtual*. Barcelona. Debolsillo.
- CASTELLS, M. (2003): *La galaxia Internet*. Barcelona. Debolsillo.

- FERNBACK, J., & THOMPSON, B. (1995): "Virtual communities: Abort, retry, failure?", en <http://www.well.com/user/hlr/texts/VCcivil.html>.
- JONES, S. G. (2003): "Información, Internet y Comunidad: apuntes para una comprensión de la comunidad en la Era de la Información", en Jones, S. G. (editor): *Cibersociedad 2.0. Una nueva visita a la comunidad y la comunicación mediada por ordenador*. Barcelona. Editorial UOC.
- JONES, Q. (1997): "Virtual-Communities, Virtual Settlements & Cyber-Archaeology: A Theoretical Outline", en <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue3/jones.html>.
- SÁNCHEZ CAPDEQUÍ, C. (2006): "Flujos, elementos y formas sociales: la modernidad líquida a debate", en *Política y sociedad*, Vol. 43, n.º 2, 2006, pags. 63-84.
- THOMPSON, J. B. (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona. Paidós
- TURKLE, S. (1997): *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona. Paidós.

RESUMEN

Este artículo estudia las nuevas formas de sociabilidad emergentes en las comunidades virtuales que desarrollan su actividad en el contexto de la llamada "sociedad de flujos". Las comunidades *on line* rompen con el sentido tradicional de comunidad instaurando un nuevo régimen basado la mayoría de las veces en los intereses efímeros y transitorios de sus usuarios. Asimismo, tomando como ejemplo el caso de Second Life, se exploran las características que definen a un mundo virtual 3D como comunidad y los tipos de participación y organización social que tienen lugar en su interior.

Palabras clave: Comunidades virtuales, ciberespacio, cibercultura, sociabilidad, moralidad, postmodernidad, mundos virtuales.

ABSTRACT

This article studies the new forms of emerging sociability in virtual communities that develop their activity in the context of what is called "society of flows". Online communities break the traditional sense of community by establishing a new regime based most of the times on the ephemeral and transitory interests of their users. Likewise, the characteristics that define a virtual 3D world as a community and the types of participation and social organisation that happen within will be explored here using the case of "Second life" as an example.

Key words: Virtual communities, cyber space, cyber culture, sociability, morality, postmodernity, virtual worlds.

RÉSUMÉ

Cet article étudie les nouvelles formes de sociabilité émergeantes dans les communautés virtuelles que développent leur activité dans le contexte ainsi nommé comme la "société des flux". Les communautés virtuelles cassent le sens traditionnel de communauté en établissant un nouvel régime fondé la plupart de fois sur des intérêts éphémères et transitoires de leurs clients. De la même manière les caractéristiques que définissent un monde virtuel 3D en tant que communauté et les types de participation et de organisation social que incluent sont ici explorés en utilisant le cas de "Second Life" comme exemple.

Mots clé: Communautés virtuelles, cyberspace, ciberculture, socialité, morale, post modernité, mondes virtuels.