



Construcciones, narraciones y mutaciones del Yo en Second Life

Israel V. Márquez

Resumen: Este artículo pretende acercarse a la cuestión de la construcción de la identidad en los llamados mundos virtuales 3D, concretamente en la plataforma Second Life, convertida desde hace unos pocos años en el paradigma de este tipo de entornos virtuales que permiten la posibilidad de reinventarse continuamente a uno mismo.

Palabras clave: mundos virtuales, identidad, Second Life, desdoblamiento

Introducción

Mucho se ha hablado en los últimos meses acerca del nuevo mundo virtual conocido como *Second Life*. Los más apocalípticos advierten que el fenómeno no es para tanto y que el exceso de ruido por parte de los medios de comunicación hace que veamos el entorno virtual como un mundo cuando, en realidad, no es más que un pueblo. Los más integrados, por su parte, señalan que el fenómeno no es para nada algo pasajero ni marginal, y argumentan que hace sólo diez años casi nadie pensaba que Internet iba a ser una herramienta de uso cotidiano como lo es ahora. Este ejemplo les da pie para sostener que *Second Life* y mundos virtuales por el estilo son el modelo para la próxima generación de Internet, donde habrá navegación en 3D y mucha interacción en tiempo real. Sea lo que sea, lo cierto es que el número de usuarios de este entorno virtual multimedia aumenta a un ritmo vertiginoso cada día y cada vez son más las personas que se sienten atraídas por la posibilidad de experimentar una “segunda vida”.

Second Life está inspirado en la novela cyberpunk “*Snow Crash*” de Neal Stephenson, que narra las aventuras de Hiroaki Hiro, un repartidor de pizza en el mundo real, pero príncipe guerrero en el Metaverso, un espacio virtual tridimensional generado por ordenador donde las personas son representadas por avatares o representaciones digitales del “yo”. El Metaverso no es sino una nueva forma de denominar al Ciberespacio, término acuñado por William Gibson en su novela “*Neuromante*”, y que hace referencia a aquellos objetos e identidades que existen únicamente dentro de la red informática. La principal novedad de “*Snow Crash*” con respecto a la novela fundacional de Gibson es la introducción del término *avatar* (encarnación terrestre de un dios, en la mitología hindú), como construcción de una imagen de identidad dentro de un mundo virtual. Este término se popularizó enormemente en el contexto de los juegos de rol multiusuario (conocidos como MUD -Multi-User Dungeons o Domains-), pero gracias al éxito (mediático o no) de *Second Life* su uso y conocimiento se han visto masificados, pasando de ser una palabreja extraña salida de una novela de ciencia-ficción a constituirse como una realidad cotidiana experimentada por millones de personas en distintos lugares del mundo.

Desde su nacimiento, el *cyberpunk* ha tenido ese poder de trascender los límites literarios en los que se gestó para llegar a otros ámbitos: el cine, con películas como *Blade Runner*, *Brazil*, *Johnny Mnemonic* o la saga de *Matrix*; la televisión, con las series *Max Headroom* o *Wild Palms*; la música, sobre todo dentro de las subculturas rave y techno; los videojuegos, con títulos como *Deus Ex*, *Metal Gear* o *System Shock*. Pero este variado ecosistema cultural generado en torno al imaginario *cyberpunk* tiene su última y más importante manifestación en *Second Life*, donde es el ámbito de nuestra propia vida el que se está viendo afectado por unas ideas que muchos consideraban ridículas. *Second Life* traduce la idea del Metaverso tal y como Stephenson lo describe en su novela. En “*Snow Crash*”, el Metaverso se concibe no como un juego, sino como una alternativa mejor a una vida real, como una “segunda vida”. Philip Roseadale, creador de *Second Life*, ha insistido mucho en que su producto no es un videojuego, 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 videojuego presenta una historia con un planteamiento (objetivos a cumplir), un nudo (acción) y un desenlace (triunfo o derrota). Pero *Second Life* 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 *Second Life*. Hoy, la realidad trasciende a la ficción, la novela se ha hecho realidad, y muchas personas pueden experimentar una vida alternativa sumergiéndose en su pantalla de ordenador, viviendo “dentro de la pantalla”.

La vida en la pantalla

Con este significativo título, la psicóloga norteamericana Sherry Turkle publicó uno de los primeros libros que trataron el tema de la identidad en Internet. La autora centraba gran parte de su trabajo en el fenómeno de los MUD, Dominios para Múltiples Usuarios (Multi User Domains), o más concretamente, Mazmorras para Múltiples Usuarios (Multi-User Dungeons), debido a que su origen se remontaría al famoso juego de rol fantástico Dragones y Mazmorras. Los MUD son entornos virtuales en los que podemos navegar, conversar y construir. Por construir, construimos hasta nuestra propia identidad mediante una descripción textual que es la forma de presentarnos ante los otros. Turkle señala estos entornos como laboratorios para experimentar con nuestra propia identidad. Según deseemos ser, así seremos.

“El anonimato de los MUD -se conoce a alguien en el MUD sólo por el nombre de su personaje o personajes- da a la gente la oportunidad de expresar aspectos múltiples y a menudo inexplorados del yo, jugar con su identidad y probar identidades nuevas. Los MUD hacen posible la creación de una identidad tan fluida y múltiple que pone en tensión los límites de la noción. La identidad, después de todo, se refiere al equilibrio entre dos cualidades, en este caso entre una persona y su personaje. Sin embargo, en los MUD uno puede ser muchos personajes” (1997: 19)

Es difícil no ver en esta cita de Turkle una relación con las teorías posmodernas sobre el sujeto y la identidad. Fredric Jameson, en su célebre obra *El posmodernismo o la lógica cultural del modernismo avanzado*, definía el posmodernismo como un estado (una condición, diría Lyotard) basado en la preferencia de la superficie sobre la profundidad, de la simulación sobre lo real, de la apariencia sobre el ser, del juego sobre la seriedad. El posmoderno concibe el yo como una entidad descentrada y múltiple; fragmentada, no alienada, como señala Jameson. En la cultura del ordenador la identidad se presenta de forma fluida y múltiple, la representación del yo se hace de acuerdo a nuestros intereses, de forma que los feos pueden ser guapos, los obesos delgados, los bajos altos, los morenos rubios. Turkle, como también lo hiciera Castells en sus estudios sobre la sociedad de la información, hace referencia a esa famosa viñeta de la revista *The New Yorker* en la que un perro, con la pata en el teclado del ordenador, explica a otro: “En Internet, nadie sabe que eres un perro” (Figura 1) . El poder de los MUD y de otro tipo de entornos de comunicación mediada por ordenador como chats o messengers es que el ordenador hace de intermediario y no vemos la apariencia real del resto de usuarios sino su identidad ficticia, la forma en que éstos quieren verse y quieren que les veamos.

Al basarse en la simulación y en la superficie de representación, la cultura del ordenador rompe con las epistemologías de la profundidad presentes en la representación tradicional para privilegiar un tipo de conocimiento basado en la exploración de superficies. Lo manifiesto ya no se refiere a lo latente, la existencia no se refiere a la esencia, ni el significante a lo significado, como pretendían las epistemologías de la profundidad. Sin un significado subyacente, profundo, teóricos posmodernistas como Jameson señalan que la forma privilegiada de conocimiento no puede ser otra que la basada en superficies. Por eso, como señala Turkle, el ordenador se ha convertido en el principal “objeto-de-pensamiento de la era posmoderna”.

Hemos aprendido a interpretar lo que vemos en la pantalla “según el valor de la interfaz”. Esto quiere decir que si la representación icónica o textual de las cosas (de las personas en el contexto de los MUD) presentes en mi pantalla de ordenador me permite relacionarme con ellas de forma natural, no me cuestiono su irrealidad.

“Nos movemos hacia una cultura de la simulación en la que la gente se siente cada vez más cómoda con la sustitución de la propia realidad por sus representaciones (...) En la cultura de la simulación, si te funciona quiere decir que tiene toda la realidad necesaria” (1997: 33)



Figura 1
Peter Steiner en *The New Yorker*, 5 de julio de 1993,
Fuente:
http://www.thenewyorkerstore.com/assets/1/22230_m.gif

Cuando el texto se hizo imagen

Los MUD eran espacios virtuales basados únicamente en texto. Nuestra “imagen” se representaba en ese entorno mediante la descripción textual que quisiéramos darle. El usuario escogía un sexo y una descripción física y podía optar entre una serie de atributos y habilidades representadas numéricamente (por ejemplo, poderes mágicos = 10, fuerza = 8). Cuando el usuario generaba su texto, éste era enviado a un ordenador central que almacenaba el programa MUD, convertido en una suerte de “narrador dominante” que empleaba una especie de *estilo indirecto libre* para acoger en su seno la multiplicidad de las voces -identidades- virtuales que se mezclaban en él.

El primer juego multiusuario que incorporó el uso de imagen fue *Habitat*, creado en 1986 por Lucas Film Games y Quantum Computer Services. Los jugadores estaban representados por personajes animados (avatares) que generalmente tenían una apariencia humana. Los avatares podían mover, levantar, bajar y manipular objetos, hacer gestos y hablar entre sí mediante textos que eran controlados por el usuario mediante su teclado y que se desplegaban encima del avatar en forma de burbuja de cómic. *Habitat* es el antecedente directo de otros juegos de rol multiusuario (Massively Multimedia OnLine Role-Playing Game; MMORPG) como *EverQuest*, *Asheron's Call*, *Ultima Online* o el popular *World Of Warcraft*, capaces de involucrar a miles de participantes conectados a través de Internet que juegan bajo la forma de un avatar de apariencia y habilidades personalizadas según las preferencias de cada usuario. La última y más notable manifestación de este tipo de entornos virtuales es *Second Life*.

Aunque nadie confundiría un gráfico de *Second Life* con una fotografía de un lugar en el mundo real, lo cierto es que “el primer mundo virtual que se ha convertido en un fenómeno de masas”, como lo etiqueta Giulio Prisco, licenciado en Física Teórica y Computacional y usuario de SL como Giulio Perhaps, supone un primer paso en el desarrollo de realidad virtual para consumidores. Entre otros aspectos, la imagen de *Second Life* sigue pareciéndose a la estética de los dibujos animados, lo que hace imposible que ese mundo virtual pueda ser confundido con el mundo físico real, tal y como requiere la verdadera realidad virtual. Por sus avances tecnológicos respecto al resto de experiencias de este tipo, se ha dicho que *Second Life* es un ejemplo de realidad virtual, pero no es así; más bien se trata de una pseudorealidad virtual. Diego Levis define la realidad virtual como “una base de datos gráficos interactivos, generada por un ordenador, explorable y visualizable en tiempo real bajo la forma de imágenes de síntesis tridimensionales, dando la sensación de inmersión en la imagen” (1997: 149), y a continuación señala los tres requisitos básicos que debe reunir un sistema digital para poder ser considerado de realidad virtual:

- Inmersión. El usuario debe estar convencido de que se halla realmente en un entorno diferente al físico. Esto requiere la estimulación del mayor número de sentidos posibles
- Interactividad. El usuario debe ser capaz de interactuar con el entorno sintético como lo hace en el entorno real.
- El seguimiento de la posición/orientación del usuario dentro del entorno simulado (Levis 1997: 149)

El Metaverso que Stephenson describía en *Snow Crash* ofrecía una experiencia de este tipo al basarse en interfaces neuronales que estimulaban directamente al cerebro, produciendo una experiencia sensorial completamente inmersiva, indistinguible de la realidad física. Asimismo, películas como *Días extraños*, *El cortador de césped*, *Johnny Mnemonic*, *eXitenZ* o *Matrix* han reflexionado sobre este tipo de experiencias generando toda una filosofía de la realidad virtual en la gran pantalla.

Pero lo cierto es que a día de hoy no se dan las condiciones tecnológicas para que este tipo de experiencia que anula literalmente los límites entre realidad y ficción pueda implantarse satisfactoriamente en la vida cotidiana. Así, todos aquellos intentos mediáticos de presentarnos *Second Life* como realidad virtual se desvanecen cuando observamos sus limitaciones: la señalada estética del dibujo animado, el uso de chat de texto en lugar de chat de voz, la dependencia del teclado para dirigir nuestras acciones y pasiones, la dificultad técnica del juego (sobre todo a la hora de configurar un cuerpo y una identidad llamativa, aspectos que constituyen nuestra única tarjeta de presentación en este mundo) y, quizás lo más importante, el predominio de la imagen sobre el resto de sentidos. En este sentido, como señala

Giulio Prisco, el sonido estereoscópico ya está disponible sólo que no masificado, y algunos expertos señalan que ya existen dispositivos como guantes y trajes con retransmisión de fuerza que permiten tocar objetos virtuales en un entorno virtual. También hay experimentos en curso para generar el olor localmente según las especificaciones recibidas de un sitio alejado, “y quizás alguien solucionara también el problema de cómo saborear una bebida en realidad virtual” (Prisco 2006)

Un mundo de top-models

Como decíamos más arriba, la única tarjeta de visita de un usuario cuando entra en *Second Life* es su aspecto. Un cuerpo y una identidad singulares ofrecerán más posibilidades de llamar la atención y entablar nuevas relaciones en un entorno completamente dominado por una “estética de lo bello”. A la hora de crear un avatar, el programa ofrece dos opciones, un hombre y una mujer, jóvenes y bastante parecidos. A partir de ahí hay muchas posibilidades de transformar el avatar. Si uno echa un vistazo por *Second Life* verá que la mayor parte de sus habitantes parecen modelos salidos de revistas de moda. “Tienes que trabajar mucho en tu avatar para que sea feo”, señala Giulio Prisco. “Es un mundo de barbies y kens viviendo en casas de tres pisos”, opina Juan Maestre, estudiante de Telecomunicaciones y usuario de *Second Life*, donde entre otras cosas forma parte del grupo de voluntarios que orienta a los recién llegados cuando aterrizan en este nuevo mundo (Fernández de Lis 2006)

Esta voluntad de resaltar, de llamar la atención por las apariencias, hace que los usuarios, antes de irrumpir en el nuevo mundo, pasen horas y horas configurando el aspecto físico de su avatar con el fin de generar el máximo impacto cuando sean vistos por primera vez por los habitantes. Así, en el nuevo mundo nos presentamos ante los otros bajo la seducción de las apariencias.

“La superficie y la apariencia son el espacio de la seducción. Al poder como dominio del universo de sentido se opone la seducción como dominio del reino de las apariencias (...) Literalmente estamos sometidos a la necesidad de “pro-ducir” las cosas, pues han caído, bajo el peso del sentido, a la profundidad. Por tanto, es preciso rescatarlas y devolverlas al orden de lo visible” (Baudrillard 1988: 53-54)

Lo cual hace necesario un nuevo tipo de pensamiento:

“(…) así como después de Nietzsche se pudo ver que todo lo profundo se escondía en la superficie de las cosas, quizá hoy hace falta adoptar una manera de pensar que subraye con trazo grueso la apariencia de las situaciones y las tome tal cual son, sin querer integrarlas en un finalismo que les dé un sentido” (Maffesoli 1996: 33-34)

Como vemos, tanto Baudrillard como Maffesoli apuntan a ese rechazo de las epistemologías de la profundidad por un mundo de superficie que Jameson señalaba como una de las características de la representación en la era posmoderna. Si antes lo profundo “se escondía en la superficie de las cosas” y de las personas, ahora esto no es necesario puesto que la superficie y la apariencia agotan su sentido, “lo que uno ve agota lo que son”, como diría Bauman. Por tanto, frente al dominio del sentido y de la verdad alimentado por las estructuras profundas, el posmodernismo privilegia el carácter seductor de las estructuras superficiales y su juego de apariencias, ilusiones y ambivalencias. Así, el estatuto de la seducción en nuestro tiempo hace posible “imaginar un mundo en el que baste con seducir las cosas, o hacerlas seducir entre sí”

(Baudrillard). Esa parece ser la regla dominante en *Second Life*, un mundo en el que la seducción y la apariencia están a la orden del día.

El flâneur digital

Lo primero que hace un avatar cuando aterriza en *Second Life* es pasear. De hecho, para aquellos que no quieren invertir dinero en alquilar o comprar un terreno o una casa, se convierte, junto con la conversación, en la actividad principal. Pasear y conversar en *Second Life* es gratis. Lo demás no. Pero de entre estos dos aspectos, el más fácil es pasear, porque el idioma es también en este mundo una barrera que limita nuestras posibilidades de comunicación con el otro. Uno de los aspectos más llamativos de *Second Life* es que permite volar, lo cual no es sino otra forma de paseo y exploración, pero que posee el aliciente de ver realizado uno de los sueños más apreciados por el ser humano desde hace mucho tiempo, aunque no sea él quien vuele, sino su avatar, es decir, su representación.

Por tanto, nos quedamos con el paseo como el pasatiempo y la experiencia fundamental del usuario común, aquel que no entra en *Second Life* para hacer negocio. Al aterrizar en este mundo nos sentimos conmovidos por su estética tridimensional de videojuego y dibujo animado y lo primero que hacemos es ir hacia delante, descubrir nuevos entornos, lugares y personas que estimulen nuestra vista. En este sentido, el usuario y su representación, recuperan la figura moderna del paseante (*flâneur*), aquel que salía de paseo para “encontrarse con extraños y ser un extraño para ellos (*en* la multitud pero no *de* la multitud), observarlos como “superficies” -de modo que “lo que uno” ve agota “lo que son”- y sobre todo verlos y conocerlos de manera episódica” (Bauman 2003: 54). Como vemos, el contacto con los otros se reduce a la superficie de las apariencias, a la seducción de la imagen de identidad que creamos con la voluntad de impresionar, a nosotros mismos y a los otros. Aquí no hay profundidad, no pueda haberla. Todo se reduce a un paseo, una exploración, un avanzar continuo en el reino de la superficie.

Pero si nuestro avatar es un *flâneur* móvil, el usuario que lo controla delante de su pantalla es un *flâneur* inmóvil, un *voyeur* incluso, que disfruta viendo el deambular de su personaje por esa especie de “país de las maravillas”. También Bauman nos sirve aquí para explicar este aspecto, sirviéndonos de su concepto de “teleciudad”. Bauman concibe al sujeto posmoderno como a un jugador doméstico y cada vez más solitario que, mediante diversas formas de telemediación (ordenadores, televisores, vídeos, videoconsolas), se divierte en un domesticado (privado y *domado*) “retiro del mundo”. Tras las “pantallas de ordenador en las que están confinadas sus vidas”, los extraños y los otros que habitan la “teleciudad” no plantean ninguna amenaza; a diferencia de esos otros imaginados del mundo exterior, son compañeros de juego seguros, aunque algo lejanos, y en última instancia constituyen objetos superficiales de disfrute y diversión voyeurista. Se trata de ese mundo de seducción de las cosas y de las cosas entre sí que señalaba Baudrillard. El usuario de *Second Life* es pues un *flâneur* y un *voyeur* inmóvil que disfruta paseando y observando estáticamente desde la seguridad y distancia de su pantalla y de su representación digital.

Relacionado con el concepto de “teleciudad” tenemos las reflexiones de Paul Virilio sobre la velocidad y la vida contemporánea. Según Virilio, los sistemas audiovisuales avanzados de la cultura de masas están sustituyendo la experiencia tradicional del tiempo *extenso*, vinculada a modalidades automotrices de transporte, por experiencias de tiempo *intenso*, relacionadas con las telecomunicaciones y la “inercia doméstica”. Así, “vehículos” audiovisuales como los ordenadores generan modalidades estáticas de viaje (de paseo, por situarnos en nuestro contexto) en el que

las personas, cómodamente instaladas en sus hogares, se convierten en *flâneurs* que pasean sin pasear y *voyeurs* que observan sin observar. Virilio advierte que cuando triunfen los sistemas de simulación electrónica (dentro de los cuales *Second Life* supone un paso importante), la vida se convertirá literalmente en una película, en una “alucinación espacial y temporal”, en la que el individuo se encontrará totalmente a merced de un terminal electrónico. A día de hoy, nuestra “segunda vida” pasa literalmente por esta dependencia tecnológica, pero quien sabe si algún día la “primera” también lo haga, como apuntan las palabras de Virilio [1]. Si ese día llega, estaremos ante el verdadero triunfo de *Matrix*.

Tu mundo, tu imaginación

Nuestra condición posmoderna como “terminal de múltiples redes” (Baudrillard) hace que podamos “regularlo todo a distancia”, incluida nuestra propia identidad, nuestra forma de presentarnos a los otros. *Second Life* hace esto posible permitiéndonos una configuración ideal de nuestro yo, donde, como señala el lema del propio programa, el único límite es nuestra imaginación.

Como señala Arjun Appadurai, la imaginación se ha convertido en las últimas décadas en un hecho social y colectivo. A diferencia de la fantasía, que es una actividad privada e individual que no nos lleva a la acción, la imaginación es compartida por un grupo social, generando planes para alcanzar determinados mundos posibles, imaginados: “hoy la imaginación se ha desprendido del espacio expresivo propio del arte, el mito y el ritual, y ha pasado a formar parte del trabajo mental cotidiano de la gente común y corriente” (2003). Para Appadurai, la imaginación es un elemento constitutivo de la subjetividad moderna, hecho que viene impulsado por los cambios introducidos por los medios de comunicación electrónicos, que transforman y reconfiguran el campo de la comunicación de masas, así como los medios de expresión y comunicación tradicionales. Esta transformación ofrece nuevos recursos y nuevas disciplinas para la “construcción de la identidad y de la imagen personal”. Esto es precisamente lo que se pretende en *Second Life*, convertir la construcción de la imagen del yo en un proyecto social cotidiano. Cada día ingresan en este mundo nuevos yos, nuevas identidades, nuevas imaginaciones, que son completamente libres para decidir cómo diseñar su aspecto, qué ser, cómo lucir, cómo relacionarse... todos parecen fascinados por la consigna que preside la entrada al nuevo mundo: *Tu mundo, tu imaginación*. Y como sabemos, la imaginación no tiene límites.

Para ser conscientes de esta verdad no tenemos más que echar un vistazo al avatar de Cory Ondrejka (Figura 2), responsable informático de Linden Labs, la empresa que creó *Second Life*. Cory Linden, el nombre del avatar de Cory Ondrejka, es una figura abstracta que se pasea por este mundo bajo la forma de unos fideos con ojos saltones. El autor señala que creó su avatar después de ver el monstruo espagueti volante del *blog* Boing Boing. Este monstruo de pasta virtual es un significativo ejemplo de hasta donde puede llegar la imaginación del ser humano a la hora de configurar la imagen de sí mismo, y nos sirve también para señalar uno de los aspectos fundamentales de este mundo: que no todos los cuerpos que circulan por él son de carne y hueso.

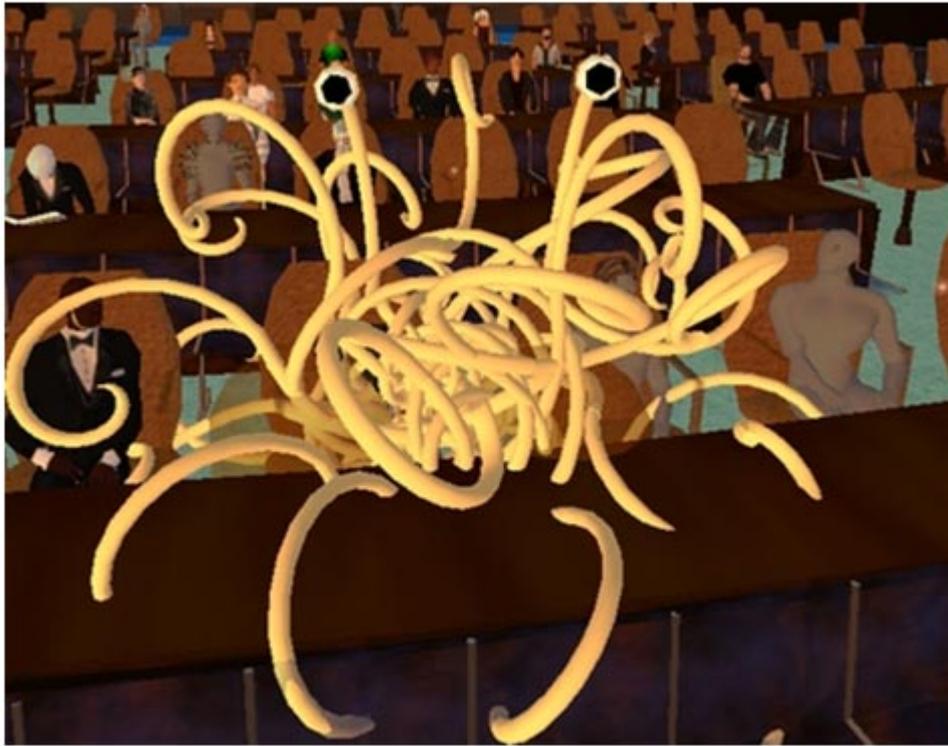


Figura 2
Cory Linden, avatar de Cory
Ondrejka
Fuente:
[http://www.nwn.blogs.com/..
../uncategorized/cory_linden.j
pg](http://www.nwn.blogs.com/..../uncategorized/cory_linden.jpg)

Aunque el programa se limita a elegir entre un aspecto de hombre y de mujer, *Second Life* es un sistema abierto que permite a los usuarios (concretamente a aquellos familiarizados con nociones de programación informática) crear sus propias formas (no necesariamente humanas) y objetos, más allá de los límites que establece el programa. En este sentido, *Second Life* se inspira directamente en el videojuego *The Sims*, diseñado a partir de una arquitectura flexible y maleable que ha llevado a autores como Celia Pearce o Henry Jenkins a definir el juego como una forma de “narrativa LEGO” o “narrativa emergente”, definición que se aplica a todos aquellos sistemas electrónicos que se caracterizan por una estructura flexible y dinámica, capaces de evolucionar en direcciones ni siquiera previstas por los mismos creadores. Esta es la base también de *Second Life*, permitir a los usuarios ser sus propios creadores en un mundo pensado para la transformación y expansión continua. Wagner James Au, que trabaja como cronista-observador (o etnógrafo) del mundo virtual, define a Linden Lab, la empresa fundadora, como una especie de Dios que ha creado un mundo del que poco a poco se va distanciando, hasta que al final el mundo te pertenece, puedes crear cosas y continuar tú sólo. El monoteísmo deja paso al politeísmo. Así, en nuestra “segunda vida” todos podemos jugar a ser dioses con el poder de un clic en nuestro ratón.

Divinidad, Metamorfosis

Señala Vicente Verdú que “conseguir ser uno mismo pertenece al mundo de la dignidad, pero poder ser cualquiera corresponde al universo de la divinidad” (2007: 51). El gran poder de los dioses es su surtida omnipresencia, su capacidad de transformación y metamorfosis, al ser capaces de presentarse bajo la forma de un animal, una planta, un alimento o una piedra. En *Second Life* podemos ser quién queramos y cómo queramos. Podemos cambiar de sexo, ser animales o figuras abstractas como el monstruo de pasta de Cory Ondrejka. Como venimos señalando, el único límite es nuestra imaginación.

“¿Y qué seducción más violenta que la de cambiar de especie, transfigurarse en lo animal, lo vegetal, incluso lo mineral y lo inanimado? Este movimiento, que nos hace traidores a nuestra propia especie y nos entrega al vértigo de todas las demás, es el modelo de la seducción amorosa, que también apunta a la extrañeza del otro sexo y a la virtualidad de ser iniciado en él como en una especie animal o vegetal diferente” (Baudrillard 1988: 39)

La seducción de la metamorfosis, el poder de transmutarnos en otras especies distintas a la humana a la manera de los dioses mitológicos y ver esa transformación en la pantalla, es algo que estimula nuestra imaginación hasta límites insospechados, siendo libres para experimentar en nuestro avatar formas de distintas especies, mezclándolas y recombinándolas a voluntad en este laboratorio frankensteiniano de identidad y representación. “Nadie quiere convertirse en algo compacto y final, sino en el explosivo capaz de producir impactos en muchas e imprevistas direcciones. Para estos deseos dinámicos nace el avatar” (Verdú). En este sentido, *Second Life* no hace sino permitir la puesta en práctica virtual de una verdad presente en todos los estratos de la vida cotidiana en el mundo actual: nadie quiere ya vivir un solo modelo de vida, la idea de una identidad compacta y cerrada; por el contrario, se prefiere vivir varias vidas, varias identidades, flexibles y susceptibles de cambio y redecoración.

“A nivel de la “política de la vida” la modernidad líquida queda marcada sobre todo por la ausencia evidente del “largo plazo”. 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 (...) Se trata de ejercer la libertad de movimiento y de elección. El temor más profundo se relaciona con lo que “se queda pegado”, con lo que “se fija”, lo que permanece más de lo que debe” (Bauman, citado en Béjar 2005: 49)

Lejos del ideal burgués del sujeto único que tanto criticara Herman Hesse en su famosa novela *El lobo estepario*, el yo es concebido como un ser múltiple y en permanente construcción, “un mundo altamente multiforme, un pequeño cielo de estrellas, un caos de formas, de gradaciones y de estados, de herencias y de posibilidades” (Hesse 2000: 69). Posibilidades que configuran al yo como un *proyecto simbólico* que parece no tener límites:

“Se trata (*el yo*) de un proyecto que el individuo construye a partir de materiales simbólicos que encuentra disponibles, materiales con los que el individuo teje una explicación coherente de quién es él o ella, una narrativa de la propia identidad. Se trata de una narrativa que para la mayoría de las personas cambiará a lo largo del tiempo en la medida en que utilicen nuevos materiales simbólicos, tengan nuevas experiencias y gradualmente redefinan su identidad en el curso de su vida. Contarnos a nosotros mismos o a los otros quienes somos es volver a contar las narrativas -que continuamente se modifican en el proceso de repetición-

de cómo conseguimos llegar a donde estamos y hacia donde vamos a partir de aquí” (Thompson 1998: 273)

Por tanto, estamos ante el triunfo del orden de la divinidad: no queremos ser uno mismo sino poder ser cualquiera (Verdú). Esta posibilidad nos hace semejantes a los dioses al permitirnos experimentar la metamorfosis (metafóricamente en el mundo real, literalmente en *Second Life*), redefinirnos repetidamente según nuestros intereses, como Zeus al transmutarse en toro para seducir (violar) a Europa y así consumir su rapto. El sociólogo y psicólogo clínico Alberto Melucci señala que la unidad y continuidad de la experiencia individual no se encuentran hoy en día en la identificación fija con un modelo, forma, grupo o cultura dado, sino en la capacidad de *metamorfosis*, es decir, en la capacidad interior de “alterar la forma” en cualquier momento y lugar.

“El ritmo del cambio, la pluralidad de pertenencias o la abundancia desbordante de posibilidades y mensajes sirven para debilitar los puntos de referencia sobre los que descansa nuestra identidad. La posibilidad de que cada uno/a de nosotros tenemos para afirmar con convicción y continuidad “Soy x, y o z” se hace crecientemente incierta. Se hace más apremiante la necesidad de restablecer continuamente *quién soy yo* y qué es lo que asegura la continuidad de mi biografía. Surge una identidad personal “sin hogar” que nos impele a construir y reconstruir constantemente nuestro “hogar” frente a situaciones y acontecimientos mutantes. (Melucci 2001: 125-126)

Para Melucci, la metamorfosis es la respuesta más adecuada a esta necesidad de continuidad a lo largo del tiempo, porque supone la capacidad de transformarnos y adaptarnos “a situaciones y acontecimientos mutantes”. *Second Life* traduce esta idea de la metamorfosis al permitir suspender unas identidades, construir otras y narrarlas de forma repetida, ya sea bajo el aspecto de un ser humano, un animal o un objeto. Así, para Baudrillard, esta forma de pasar de una especie a otra, de una forma a otra, “es una forma de *desaparecer y no de morir*. Desaparecer es dispersarse en las apariencias. De nada sirve morir, también hay que saber desaparecer. De nada sirve vivir, también hay que saber seducir” (1988: 40). En este sentido, la metamorfosis aparece como una forma de continuidad espacio-temporal a través de la mutación que, en palabras de Melucci (con claro eco benjaminiano), enfatiza el valor del presente “como una experiencia única e irreplicable en la que nos realizamos a nosotros mismos” mediante la transformación y fluctuación de las formas.

Animalidad digital

Echando un vistazo al mundo de *Second Life* observamos que, de entre todas las formas de metamorfosis, la que encontramos en un mayor grado es la del tipo animal [2]. La relación del hombre con la bestia se remonta a los más lejanos orígenes. En la literatura clásica nos encontramos con algunos libros que han sido capitales para la difusión de estas ideas como, por ejemplo, *Las Metamorfosis* de Ovidio, *El asno de oro* de Apuleyo o *Metamorfosis* de Antonio Liberal. En estas obras se presentaba una concepción de la existencia entendida como un “continuo proceso, una visión fluida, una metamorfosis constante de la forma que acerca el hombre a la superación de los límites entre la materia y el espíritu, lo animal y lo humano, lo visible y lo invisible, la vida y la muerte” (G. Cortés 1997: 147). Existen diversos tipos de transformaciones del hombre en bestia: la *boantropía*, referida a las transformaciones en buey o toro; la *lepanthropía*, en liebre, o la *cinantropía*, en perro. Pero ha sido la *licantropía*, la transformación del hombre en lobo, la que ha gozado de mayor carga

simbólica y la que ha acabado convirtiéndose en paradigma de las mutaciones fantásticas del hombre en animal. En *Second Life* podemos (siempre que nuestra destreza informática nos lo permita) combinar nuestro aspecto humano con rasgos animales, privilegiando uno u otro según lo deseemos. Podemos también crear mascotas, juguetes con forma animal o criaturas fantásticas como dragones o sirenas (inspirados directamente en el éxito de juegos como *World of Warcraft*). Incluso hombres y mujeres pueden embarazarse y escoger el color del pelo, la piel y hasta la especie del bebé que engendran, porque se diseñan pequeños con cara de animal y cuerpo humano. Ya sabemos: el único límite, nuestra imaginación.

Nic Kelman, autor del libro *Videogame Art*, señala que la identificación y fascinación con un animal en este tipo de juegos es como un tótem. Como sabemos, en el mundo ha habido muchas culturas que creían en los tótem y se sentían muy próximos a ellos. El fenómeno del tomemismo se define como vinculación de un grupo de descendencia a un animal, convertido en objeto de especial veneración por parte del grupo. En *Second Life* puedes no sólo venerar al animal en cuestión sino convertirte literalmente en él, un verdadero sueño para muchas de estas culturas. Pero más allá del aspecto simbólico del tótem, la vinculación del hombre con el animal es también, como sabemos, física. “El hombre está marcado por la animalidad, ésta existe en el interior de su cuerpo y no puede ser excluida. La bestia permanece en el ser humano, es su doble, su espejo filogenético” (G. Cortés 1997: 151). De ahí que no sea tan extraño ver formas híbridas de humano y animal en mundos como *Second Life*, como no lo ha sido contemplar durante siglos la ingente cantidad de representaciones de esta vinculación (simbólica, corpórea y psíquica) en las distintas ramas del arte. La fascinación por el animal es algo presente desde los orígenes de nuestro mundo, desde aquellos fascinantes mitos que nos presentaban dioses capaces de adoptar las más exóticas y espectaculares formas de cualquier animal. *Second Life* nos hace a todos dioses, al convertir el mundo mitológico de éstos en una práctica real cotidiana donde podemos jugar a ser el animal que deseemos: doméstico o salvaje, real o fantástico, puro o híbrido, de tierra, mar o aire. Depende únicamente de nosotros elegir cuál de ellos queremos ser.

El gran teatro del mundo (virtual)

Es un lugar común en humanidades y ciencias sociales argumentar que todos representamos un papel en nuestra vida cotidiana. Esta tendencia viene de muy lejos, desde los filósofos griegos hasta el Siglo de Oro español, donde esta visión alcanza una dimensión especial en la pluma de escritores como Cervantes o Calderón. Es conocida la visión calderoniana del “gran teatro del mundo”, aquel que nos hace a todos actores potenciales de cualquier papel, porque “toda la vida humana representación es” (Calderón). La modernidad nos legó las reflexiones de Simmel y Goffman sobre “la puesta en escena de la vida cotidiana”, centradas en los aspectos de la interacción y en los modos de presentación y (re)presentación ante el otro. Y así hasta nuestros días, donde el sujeto posmoderno permanece constantemente *en scène*, cambiando de identidad y de papel según sus intereses. ¿Significa esto que vida y teatro son equiparables? Lo cierto es que el antiguo concepto de *theatrum mundi* continua vigente en la era de las comunicaciones, donde cientos de máscaras circulan cada día por las redes de Internet.

“Los actores, enseñados a no dejar que su rostro revele turbación alguna, se ponen una máscara. Yo haré lo mismo. Hasta aquí he sido un espectador en ese teatro que es el mundo, pero ahora estoy por subir al escenario y me presentaré enmascarado” (Descartes, citado en Donald 2003: 291)

Es lo que han hecho millones de personas en *Second Life* y plataformas interactivas por el estilo, en parte movidos por las ventajas de ocultación y anonimato presentes en las nuevas tecnologías. Las máscaras e identidades falsas fluyen por las redes a todas horas, en *chats*, *messengers*, buzones de correos, foros de discusión y, como no, en *Second Life*. En este mundo no hacemos otra cosa que representar un papel virtual, que puede estar en concordancia o no con nuestras representaciones “reales” en la vida cotidiana. Ya seamos humanos, animales, objetos o monstruos de pasta, nuestra “segunda vida” es un teatro como la primera, sólo que con un cambio de imagen y/o forma llamativo. Así, este segundo mundo no hace sino traducir las características teatrales del primero en un conjunto de píxeles. La esencia es la misma, sólo que ahora tenemos un alter-ego que hace la representación por nosotros. El avatar actúa en el mundo digital. El usuario que lo controla también lo hace en el mundo real. El mundo es un teatro en cualquier mundo posible. Y la mentira sigue siendo mentira en cualquier entorno posible. Como señala el psicopedagogo español Francisco Revuelta:

“La mentira y la verdad no son tan diferentes en los entornos virtuales (...) Cuando llegó la red tomamos conciencia de que mentimos más de lo que pensábamos. Éramos un poco inocentes en ese aspecto, y hemos creído que la red tenía la culpa. Hemos concluido que como no se nos ve, pues mentimos. El caso es que mentimos exactamente igual aunque se nos vea” (Revuelta, citado en Dillon 2007)

En *Second Life*, el avatar sustituye nuestra representación en el mundo virtual, juega a ser un papel de nosotros que ahora podemos ver con nuestros propios ojos. Si antes nuestras representaciones adquirían el carácter de metáfora, del “como sí”, ahora se hacen literales, salen de nuestro cuerpo para trasladarse a un tercero que hace de mediación de nosotros ante los otros. Es el concepto de *eleidad* de Levinas llevado al mundo virtual. El *él* (avatar), el *tercer hombre*, actúa como mediación del *yo* (usuario real) ante el *tú* (los otros). O desde el punto de vista del otro, el avatar, un *tú* a primera vista, significa en tanto que huella de un tercero al que remite o sustituye (Bello Reguera, 1997: 214-215). Desde esta perspectiva, el avatar es un signo, es algo que está en lugar de otra cosa, de otra persona en este caso. Así pues, es el avatar el que actúa por nosotros desde la distancia de nuestra pantalla, es nuestro *intermediario* entre el mundo real y el mundo digital. Por medio de su actuación evitamos la interacción directa, el contacto cara-a-cara, impidiendo así que el otro sea capaz de descubrir la falsedad de nuestra actuación por medio de índices tan difíciles de ocultar en el contacto directo como pueden ser los gestos y, sobre todo, el rostro. Ambos quedan salvaguardados en la soledad de nuestra habitación, sin un otro que pueda observarlos; y nuestra “verdad” permanece a salvo gracias a la mentira de nuestro doble virtual. Pero son precisamente estos aspectos los que limitan el que podamos hablar de relaciones afectivas verdaderas en este tipo de espacios virtuales. Al ocultar la exposición de nuestro rostro y nuestro cuerpo a la mirada del otro, ocultamos nuestra dimensión humana, aquella que nos hace seres únicos y distintivos: seres humanos. Algo frente a lo que no pueden competir nuestras representaciones virtuales.

“Los ojos de los avatares no tienen el misterioso poder de comunicación de la mirada humana. Las sonrisas son prefabricadas; las caricias se ven pero no se sienten. Si la dimensión corporal es esencial para una auténtica relación, los mundos virtuales encuentran allí una frontera, un encierro, que, al menos por ahora, resulta infranqueable” (Dillon 2007)

Dualidades, Otredades

« “Uno es el que escribe, otro es el que vive. Nerval escribió, al lado de un retrato suyo: “Yo soy el otro.” “Yo es otro”, decía Rimbaud. “Al otro Borges es al que le ocurren las cosas”, escribió Borges” ». Estas palabras, del escritor Enrique Vila-Matas (2003), ilustran a la perfección nuestra condición de otro, nuestra *otredad*. El sujeto que escribe no es el mismo que el que vive, de la misma manera que el sujeto que se disculpa por su acción no es el mismo que el sujeto que la realizó, como nos enseñara Goffman. “En el proceso de escribir o pensar sobre uno mismo, uno se convierte en otro”, dice Paul Auster. Por su parte, el actor Alain Delon solía referirse a su condición de actor en tercera persona, y empleaba la primera cuando hablaba de sí mismo, consciente de que el actor y la persona son dos sujetos distintos encarnados en un mismo cuerpo.

Esta condición del yo como un otro (*car Je est un autre*, como sentenció Rimbaud) está también presente en mundos virtuales como *Second Life* y ésta ha querido ser la tesis principal de este trabajo en los diferentes puntos tratados. La dualidad del ser, la *otredad*, ha traspasado los límites del arte y la filosofía para irrumpir en el mundo digital de forma práctica. Ya no sólo podemos pensar o imaginar que somos otro, también podemos crear ese otro bajo la forma e imagen que queramos, verlo con nuestros propios ojos y manejarlo desde nuestro teclado con los hilos invisibles de las redes virtuales. Parafraseando a Vila-Matas, podemos concluir que en este contexto de dualidades y otredades “uno es el que vive (la vida real o primera vida), otro es el que vive (la vida virtual o segunda vida)”.

Notas:

[1] Para el concepto de teleciudad de Bauman y las reflexiones de Virilio ver DARLEY, A (2002): *Cultura visual digital*. Barcelona. Paidós

[2] También el cambio de sexo es muy frecuente, pero aquí entran en juego otro tipo de factores que se escapan a nuestro conocimiento, como por ejemplo, saber si el usuario real es de sexo diferente al de su avatar, y esto, o nos lo desvela el propio usuario o nunca podremos llegar a saberlo con seguridad. Por el contrario, la forma del animal se presenta ante nosotros como imagen, y por eso decimos que es el tipo de metamorfosis más común, porque, de momento, ningún animal ha podido crear todavía un avatar ni interactuar con el ordenador, al menos en el mundo real. Así, sabemos que ha sido una persona de carne y hueso la que se ha metamorfoseado (virtualmente) en un animal.

BIBLIOGRAFÍA:

APPADURAI, A. (2003): “La aldea global” en <http://www.globalizacion.org/biblioteca/AppaduraiAldeaGlobal.htm> <

BAUDRILLARD, J. (1988): *El otro por sí mismo*. 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.

BÉJAR, H (2005): “Zigmunt Bauman. Claroscuros de la modernidad” en *Claves de razón práctica*, número 152, mayo 2005.

BELLO REGUERA, G. (1997): *La construcción ética del otro*. Oviedo. Ediciones Nobel.

DARLEY, A. (2002): *Cultura visual digital*. Barcelona. Paidós

DILLON, A. (2007): “Identidades y relaciones virtuales” en <http://www.myriades1.com/vernotas.php?id=554&lang=es> <

DONALD, J. (2003): “El ciudadano y el hombre de mundo”, en HALL, S. y DU GAY, P. (comps): *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires, Madrid. Amorrortu.

FERNÁNDEZ DE LIS, P (2006): “Mi otra vida virtual” en http://www.elpais.com/articulo/portada/vida/virtual/elpeputec/20060806elpepspor_4/Tes <

G. CORTÉS, J. M. (1997): *Orden y caos. Un estudio cultural sobre lo monstruoso en el arte*. Barcelona. Anagrama

HESSE, H (2000): *El lobo estepario*. Madrid. Alianza.

LEVIS, D. (1997): *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Barcelona. Paidós

MAFFESOLI, M. (1996): *De la orgía. Una aproximación sociológica*. Barcelona. Ariel

MELUCCI, A. (2001): *Vivencia y convivencia. Teoría social para una era de la información*. Madrid. Trotta.

PRISCO, G (2006): “Virtualidad Real en tu Segunda Vida y más allá” en http://futuretag.net/index.php/SIgp1_es <

THOMPSON, J. B. (1988): *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.

VERDÚ, V. (2007): “El aire de la niñez” en *El País Semanal*, numero 1594. Domingo 15 de abril de 2007.

VILA-MATAS, E. (2003): “Impresiones de abstemia” en <http://www.letraslibres.com/index.php?art=9092>

Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid

2010 - Reservados todos los derechos

Permitido el uso sin fines comerciales

Súmese como [voluntario](#) o [donante](#) , para promover el crecimiento y la difusión de la [Biblioteca Virtual Universal](#). www.biblioteca.org.ar

Si se advierte algún tipo de error, o desea realizar alguna sugerencia le solicitamos visite el siguiente [enlace](#). www.biblioteca.org.ar/comentario

