

ARTÍCULO

EL SURGIMIENTO Y LA CAÍDA DE SECOND LIFE. SECOND LIFE EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Vicente Diaz Gandasegui

El surgimiento y la caída de Second Life. Second Life en la Sociedad de la Información

Resumen

Second Life (SL) fue creado en 2003, proponiendo una reproducción y reinención de nuestro mundo en un universo inmaterial. De esta manera conceptos como la identidad, la clase, la etnia y el género, fueron reconfiguradas en el mundo virtual. Durante 2007 y 2008 la popularidad de Second Life creció inmensamente, con un incremento notable en el número de participantes, una importante repercusión en los medios de comunicación y revistas académicas y, sobre todo, con la introducción, en este entorno virtual, de multinacionales e instituciones, las cuales no querían perderse la oportunidad de participar en el metaverso.

Second Life es una consecuencia de la Sociedad de la Información en la que vivimos, en la que la tecnología es capaz de adaptarse a nuestras necesidades; sin embargo, el desarrollo de las redes sociales virtuales, como *Facebook* o *Twitter*, que permiten a los usuarios conectarse y establecer relaciones entre sí en un (no) espacio que se encuentra entre la realidad y la virtualidad, ha afectado de forma notable a la popularidad de Second Life. Las redes sociales virtuales ofrecen a los usuarios una conexión satisfactoria entre la realidad y la virtualidad de los usuarios, un factor que no ha conseguido resolver Second Life, puesto que cuenta con la presencia de elementos reales en el metaverso y simultáneamente mantiene una, la falta de conexión entre lo que sucede en la virtualidad y las vidas de los residentes. A esto se ha unido la dificultad que presenta la competencia con otros mundos fantásticos, propuestos por videojuegos como *World of Warcraft*, en los cuales el objetivo de competir es un reclamo para jugadores de videojuegos ya experimentados.

Palabras Clave: Second Life; mundos virtuales; Sociedad de la Información; Redes Sociales Virtuales; Realidad/irrealidad.

The rise and fall of Second Life. Second Life in the Information Society

Abstract

When Second Life was created in 2003 it proposed a reproduction and recreation of our world in an immaterial universe, which enabled the users to adopt identities far from reality; class, ethnicity and gender were no longer going to be a problem in social relationships conducted in this virtual world. During 2007 and 2008 the popularity of Second Life grew immensely, with a notable increase in participants, an important repercussion in newspapers and academic journals and especially

with the introduction, in this virtual environment, of multinationals and institutions that did not want to miss the opportunity of becoming present in the virtual world.

Second Life is therefore a consequence of the Information Society in which we live; however, the development of virtual social networks, such as Facebook or Twitter, that enable the users to connect and build relationships with each other in a space allocated between reality and the virtual world, has undermined the popularity and success of Second Life. Its incapacity to become real has paradoxically been one of the main components of the failure of Second Life together with its inability to compete with fantasy virtual worlds of videogames such as World of Warcraft.

Keywords: Second Life; virtual worlds; Information Society; Virtual Social Networks; reality/unreality

Introducción

En aquel imperio, el arte de la cartografía logró tal perfección que el mapa de una sola provincia ocupaba toda una ciudad, y el mapa del imperio, toda una provincia. Con el tiempo, estos mapas desmesurados no satisficieron y los colegios de cartógrafos levantaron un mapa del imperio, que tenía el tamaño del imperio y coincidía puntualmente con él. Menos adictas al estudio de la cartografía, las generaciones siguientes entendieron que ese dilatado mapa era inútil y no sin impiedad lo entregaron a las inclemencias del sol y los inviernos. En los desiertos del oeste perduran despedazadas ruinas del mapa, habitadas por animales y por mendigos; en todo el país no hay otra reliquia de las disciplinas geográficas (Borges, 1960, p. 103).

El filósofo Jean Baudrillard utilizó la parábola del escritor argentino Jorge Luis Borges para ilustrar la idea del simulacro y la hiperrealidad en la postmodernidad, afirmando que hoy vivimos en el mapa y no en el territorio. Es así como “el desierto de la realidad” se manifiesta por la indiferenciación del mapa y el territorio, la virtualidad y la “realidad real” (Baudrillard, 1983, p.15). Borges y Baudrillard no tuvieron la oportunidad de habitar Second Life (SL), pero ambos reflejaron con sus ideas y alegorías la evolución de SL desde su creación como un mundo virtual alternativo que pretende convertirse en un lugar utópico para la creación, relación y comunicación entre individuos, hasta que se convierte, más adelante, en una reproducción de muchos de los problemas del mundo físico (y es posteriormente abandonado).

SL es el resultado de un desarrollo tecnológico que facilita comunicaciones entre los usuarios en una realidad en tres dimensiones generada por ordenador. SL es, por lo tanto, una consecuencia de la evolución de Internet, el avance en *software* y *hardware* informático, pero, fundamentalmente, el fruto de la Sociedad de la Información y la posibilidad de extender nuestra vida social más allá

de aquellos que nos rodean en el mundo físico. La respuesta positiva que recibió SL de sus usuarios del año 2006 al 2008, se explica por el entendimiento social y cultural que establece que las relaciones sociales en el ciberespacio no son irreales pero si virtuales y, en consecuencia, una alternativa a las redes sociales que se mantienen en el mundo de los átomos. Sin embargo, esta concepción ilustra, al mismo tiempo, porqué los usuarios han optado en épocas recientes por otros medios virtuales de comunicación y relación. La ironía es, por lo tanto, que los mismos elementos que facilitaron la creación y popularidad de SL, son las razones que explican su declive: la tecnología ha producido comunicaciones más efectivas y sencillas con otros usuarios a través de redes sociales virtuales, tales como Facebook o Twitter.

La tecnología se constituyó como un elemento que atrajo a usuarios a SL, pero, posteriormente, se estableció como una de las razones fundamentales para su abandono. Para muchos usuarios curiosos, el entusiasmo y el asombro provocado por el desarrollo tecnológico representó la atracción principal para experimentar una nueva forma de construir relaciones sociales virtuales, pero, simultáneamente, emergió como un obstáculo para aquellas personas que no poseían una destreza adecuada para utilizar ordenadores o no tenían una experiencia suficiente como jugadores de videojuegos: “es la falta de familiaridad con los mundos virtuales lo que puede hacer a éstos desconcertantes, amenazadores y faltos de interés, para aquellas personas que no han crecido con la utilización de los ordenadores, como fuente de diversión y socialización, tanto como herramientas de trabajo” (Boellstorf, 2008, p. 24).

SL representa las ideas más fascinantes del ciberespacio y, al mismo tiempo, demuestra cómo el ideal de libertad y creatividad en que se basa puede corromperse, hasta convertirse en poco atractivo para los usuarios en la práctica. En efecto, la disyuntiva entre la teoría y la práctica es lo que hace de SL un (no) lugar extraño, una contradicción en la que algunas de las ideas han sido confundidas o malinterpretadas, fundamentalmente por la conexión con lo material. En este sentido cobra especial relevancia la presencia de *Linden Dollars*, la moneda virtual de SL, que es posible convertirla en divisas reales. Es así como las instituciones y los individuos han “pervertido” el ideal utópico con el que fue creado el mundo virtual, transgrediendo las fronteras difusas entre realidad e irrealdad; uniendo ambas entidades mediante la representación de compañías reales en el metaverso, y haciendo evidentes unas restricciones económicas virtuales, similares a las del mundo físico. Consecuentemente, muchos usuarios han elegido habitar mundos virtuales dotados de más fantasía, tales como *World of Warcraft*, en el cual es posible abolir las limitaciones y frustraciones del mundo físico. Esto se debe a que la tabula rasa, que en teoría implica un mundo virtual, es entendida como una réplica del mundo material, cuando los recursos económicos se convierten en elementos esenciales para realizar la mayor parte de las actividades en SL.

En este artículo se analiza, desde una perspectiva sociológica, utilizando una reflexión crítica y

teórica, los ideales, la evolución y la situación actual de SL. Es así como se pueden observar las razones que explican el fracaso de una utopía virtual basada en la información, la tecnología, las relaciones sociales, la libertad, la creatividad y la colaboración, las cuales son, irónicamente, las bases de la sociedad de la información.¹

¿Por qué ha fracasado Second Life?

Entre 2006 y 2008 la popularidad de SL estaba en su cota más alta con más de siete millones de cuentas registradas (Cheal, 2009, p.205). Los residentes habitaron rápidamente la tierra virtual una vez que tuvo lugar la diáspora desde otros espacios virtuales, tales como *Sims Online*, que eran más limitados en la tecnología y en las premisas para obtener una vida virtual. Una de las consecuencias de la presencia constante de SL en las noticias, blogs y el mundo académico entre 2006 y 2008, fue que las empresas, personalidades, grupos políticos, organizaciones e instituciones, pensaron que era fundamental obtener su espacio en el mundo virtual. En un proceso retroalimentativo, el fenómeno de popularidad atrajo a muchos usuarios curiosos, que querían experimentar porqué el mundo estaba siendo proyectado en un entorno virtual. Sin embargo, la presencia de corporaciones e instituciones reales en un mundo virtual, significó la ruptura de las propuestas de SL: un mundo gobernado por la imaginación y la creatividad.

Ciertamente, las corporaciones vieron en SL una plataforma muy efectiva para la publicidad y el marketing, que permitía probar ciertos productos y ver su popularidad, con bajo coste, antes de lanzarlos al mundo real, pero, tal y como indica Meadows, “en el contexto de lo fantástico, las marcas en el mundo real son aburridas, banales y faltas de imaginación” (Meadows, 2008, p.67). Por lo tanto, la inversión de estas compañías no produjo los beneficios esperados y, al mismo tiempo, los usuarios se sintieron decepcionados al encontrar que la supuesta alternativa que proponía el universo virtual era demasiado parecida al mundo de átomos que habitaban. Consecuentemente, en un proceso de retroalimentación, inverso al que atrajo a los usuarios y compañías al metaverso, ambos colectivos comenzaron a abandonar el mundo virtual.

Como expresó el creador de SL, Philip Rosedale: “En Second Life es posible conseguir lo que uno se proponga el primer día. Lo que es interesante es lo que harás al día siguiente” (Newitz, 2006, p. 97). En efecto, es posible encontrar prácticamente todo en SL, pero no hay muchas personas interesadas en invertir su tiempo visitando el metaverso de forma recurrente y, subsecuentemente, el mundo virtual está casi desierto. Calles, tiendas e islas enteras están casi vacías y es difícil encontrar avatares. El resultado de esto es que cuando los avatares no pueden encontrar suficiente población para interactuar o los avatares con los que se encuentran son identificados como bots,² la comunicación y las relaciones sociales, dos de las actividades más importantes de SL, se hacen difíciles y los usuarios optan por utilizar plataformas más simples como MSN, Facebook o Twitter. Por lo tanto, una tecnología muy desarrollada no garantiza que la actividad,

que con ella se desarrolla, sea más atractiva para los usuarios si esta tecnología no es práctica y útil para los fines que se pretenden.

En efecto, los avatares se convierten en algo accesorio y una carga, en términos del uso de la tecnología, cuando la intención es comunicarse con otros usuarios; “sorprendentemente, pese a la posibilidad de andar, volar o teletransportarse, los avatares no se mueven en un 90% del tiempo, sugiriendo que los usuarios y sus avatares pasan más tiempo socializándose en lugar de moviéndose alrededor de la región” (Varvello, Picconi, Diot and Biersack, 2008, p. 2). De hecho, debido a las limitaciones técnicas de la tecnología que soporta SL (el número máximo de avatares en un mismo terreno), es muy complicado observar una multitud en SL y fundamentalmente éstas se componen de avatares estáticos, en regiones en las que la comunicación es el propósito principal o “responden a la presencia de eventos tales como conciertos o shows” (Varvello, Picconi, Diot and Biersack, 2008, p. 2).

Sin embargo, esta no es la única razón que explica la decadencia de SL en su popularidad y número de avatares. No todos los usuarios que fueron atraídos por el metaverso, cuando la notoriedad de SL trascendió a los medios de comunicación, utilizaban el ordenador de forma asidua y su curiosidad sobre el mundo virtual fue satisfecha después de unas pocas visitas a SL. En definitiva, los usuarios sintieron curiosidad, crearon una segunda vida y poco después abandonaron a sus avatares. Por lo tanto, para disfrutar de SL es importante dominar entornos virtuales e implicarse en lo que allí le ocurre al avatar. De otra manea, si el avatar se convierte en un voyeur, después de unas pocas visitas todo comienza a parecer muy similar y la capacidad de impresionar, que poseen los gráficos, es sustituida por la indiferencia que suscitan una serie de bellos y perfectos escenarios, avatares y objetos.

Ciertamente SL no es un videojuego, sino un entorno social virtual y, consecuentemente, no tiene unos objetivos establecidos: “Second Life no es un juego dirigido por unos objetivos concretos con unas misiones que cumplir, y unos propósitos conocidos. En su lugar, es una experiencia sin unas intenciones y una estructura definida, en la que los usuarios son libres para hacer tanto o tan poco como ellos elijan” (Bonsu and Darmody, 2008, p. 358). Como resultado, los jugadores de videojuegos que en un primer momento habitaron el metaverso se encontraron con que la falta de objetivos de SL hacía que su naturaleza resultase poco atractiva y por lo tanto abandonaron el mundo virtual.

La tecnología en SL contribuye, por un lado, con un entorno virtual en el cual la vida de los avatares tiene lugar y, por el otro, hace patente, con el uso de la interfaz, la realidad que existe al otro lado del ordenador. Por lo tanto, SL no es una experiencia virtual, debido a que nuestras conexiones con la realidad están siempre presentes por el inevitable uso del hardware. El teclado y el monitor son necesarios para experimentar la vida del avatar y, como resultado, la tecnología disponible

para reproducir el mundo virtual se convierte en algo demasiado presente y dependiente de la habilidad del usuario con los ordenadores, la capacidad de la máquina de la que dispone y la velocidad de Internet con que cuenta.³

Una de las condiciones más llamativas de SL es que el mundo virtual está fundamentalmente construido por sus habitantes. Linden Lab únicamente suministró una plataforma casi desierta y la tecnología necesaria para que los usuarios creasen los objetivos y el entorno social. Esto provocó una interesante colaboración entre Linden Lab y los residentes, ya que con la libertad que implica la creatividad y la comercialización de objetos virtuales, Linden Lab vio facilitada la tarea de llenar el metaverso con objetos y, al mismo tiempo, provocó que los elementos virtuales fuesen concebidos a partir de la imaginación y la originalidad de las creaciones individuales. Como resultado, los residentes encontraron un lugar en el cual construir un entorno, de acuerdo a sus intereses, y Linden Lab logró construir un negocio con una mínima inversión en tiempo y dinero, pero que se adaptaba a las necesidades e intereses de los residentes.

Por consiguiente, se puede identificar a la creatividad y las relaciones sociales como los elementos más importantes que mueven el motor de SL y hacen que el metaverso evolucione. Las bases de SL se fundamentan en la existencia de un intercambio de ideas originales y creativas entre los usuarios. En este sentido, los usuarios que pueden ser identificados como “voyeurs virtuales” y son atraídos al metaverso por curiosidad, sin gran implicación en lo que ocurre en el mundo virtual, no contribuyen al desarrollo de SL. Por otro lado, aquellos que participan en la creación de SL encuentran otro obstáculo: su vida en el mundo de átomos. “El único elemento que puede obstruirte en tu búsqueda de una felicidad real es tu vida real”, dice la Guía Oficial de Second Life (Rymaszewski, 2007, p. IX). Ciertamente éste ha sido un gran obstáculo para preservar los usuarios registrados en SL.

Para convertirse en un residente productivo y creativo es necesario invertir una gran cantidad de tiempo en el mundo virtual, y permanecer en el mundo virtual significa, de alguna manera, no estar activo en la vida real. Verdaderamente no hay muchas personas que se puedan permitir estar ausentes de sus actividades y obligaciones en el mundo real, como pueden ser el trabajo y la familia. De nuevo podemos ver cómo las redes sociales virtuales se han presentado como una exitosa alternativa a las obligaciones y limitaciones que supone SL. Esto es debido a que la implicación de los usuarios en estas redes sociales virtuales es informal y ocasional, puesto que requieren de menor inversión en tiempo y ofrecen, gracias a su naturaleza asincrónica, la posibilidad de conectar y desconectar del entorno virtual sin mayores repercusiones para el usuario y su representación virtual.

En SL, el avatar y el usuario son dos entidades separadas y simultáneamente indistinguibles, que están unidas y desligadas por la tecnología y permiten que se produzca una confusión

entre las fronteras existentes entre la realidad y la irrealidad. En este sentido, la realidad no está necesariamente presente cuando se establecen relaciones sociales virtuales, debido a que la conexión entre el avatar y el usuario real no se filtra habitualmente a través de la información que proviene de otros contactos, como ocurre en las redes sociales virtuales, tales como Facebook (Díaz Gandasegui, 2010). Así, pese al potencial para crear nuevas e híbridas identidades, los usuarios han demostrado su preferencia por las redes sociales virtuales y las relaciones con usuarios, que son percibidas como reales.

La dialéctica entre el potencial de la virtualidad y la “seguridad” que proporciona la realidad, demuestra que en un momento en el que la tecnología digital es capaz de crear, transformar y manipular la realidad, muchos usuarios han optado por una alternativa al mundo real, sin una conexión con la realidad (como el videojuego War of Warcraft) y/o medios más efectivos y sencillos, en los que se pueden llevar a cabo relaciones sociales virtuales con una conexión con la realidad, como podemos encontrar en Facebook o Twitter (Díaz Gandasegui, 2008).

Conclusiones

SL fue creado como una plataforma en la que convergían diferentes medios y en el que, en teoría, prácticamente cualquier elemento podía ser creado. Esto atrajo a usuarios de diversas culturas, clases sociales, con distintos niveles económicos y educativos. Efectivamente, SL es anunciado en la introducción de la página Web de la plataforma, como un “lugar para conectar, comprar, trabajar, amar y explorar”. Estas actividades son las motivaciones principales para entrar en SL (junto a la intención de obtener retribuciones económicas y beneficios educativos), pero muchos residentes, una vez que han creado un avatar e incluso tras invertir dinero en comprar un terreno y otras propiedades, abandonan el metaverso y nunca, o raramente, vuelven a visitarlo.

Considerando que Linden Lab únicamente proporcionó una plataforma deshabitada y vacía para que los residentes creasen en colaboración un mundo virtual, el declive en popularidad de SL debe ser contemplado como una responsabilidad compartida entre Linden Lab y los usuarios. Linden Lab replicó la idea que ha dado éxito a una herramienta tan popular como Internet: apoyó a los usuarios con la tecnología apropiada para que en cooperación construyesen un entorno virtual, para lo cual suministró a los residentes las aplicaciones adecuadas para sus intereses y necesidades. Así, Linden Lab esperaba obtener grandes beneficios con una mínima inversión en tiempo y recursos, mientras que los usuarios, con su trabajo, eran capaces de modelar el espacio virtual de acuerdo a sus requerimientos. Sin embargo y pese a la naturaleza de utopía tecnológica, el entorno virtual se ha convertido en un (no) lugar con pocos incentivos o motivaciones para muchos usuarios y una réplica mundana del mundo real, con sus restricciones, prejuicios e insatisfacciones para otros.

El fracaso de SL debe ser analizado en términos de la relación actual entre el desarrollo tecnológico y su influencia en la sociedad. El desarrollo tecnológico de SL ilustra la preferencia de los usuarios de ordenador por medios tecnológicos más simples, prácticos y efectivos para interactuar con otros usuarios. Es en este sentido como las redes sociales virtuales representan una tecnología más apropiada para los intereses y necesidades sociales presentes.

El abandono del metaverso por parte de un gran número de usuarios, se explica porque las expectativas que crea SL en un nuevo residente no siempre cumplen aquello que se encuentra en el mundo virtual. Las promesas son básicamente ciertas, pero no todo el mundo encuentra satisfacción al establecer una relación a través de avatares que no están necesariamente unidos al usuario real, a (re)crear su identidad o en el comercio virtual. Simultáneamente, la curiosidad y la admiración que provoca el desarrollo tecnológico en los nuevos usuarios no es una atracción suficiente como para que estos visiten regularmente el mundo virtual una vez que se ha perdido el elemento sorpresa. Paradójicamente, la tecnología se ha convertido en una carga para un mundo creado para ser constantemente desarrollado por la propia tecnología.

Consecuentemente, con menos usuarios, SL se convierte, en lugar de un mundo para todos, en un mundo para unos pocos. Así, sólo un limitado número de individuos se puede permitir ser usuario hard-core del mundo virtual y, al mismo tiempo, disfrutar de las premisas que ofrece SL. La utopía tecnológica según la cual la globalización puede ser trasladada a un nivel diferente (y virtual), se enfrenta con la realidad de la virtualidad: un mundo habitado por aquellos con el tiempo disponible para emplearlo en una vida virtual, con interés en pasar largos ratos frente al ordenador, con el conocimiento suficiente sobre ordenadores y con dinero para poseer la tecnología adecuada. Por lo tanto, SL no sólo sesga la representación de la población mundial, sino también demuestra ciertas desigualdades económicas, sociales, tecnológicas y culturales en sus usuarios, reproduciendo, de este modo, la desconexión de la Sociedad Red que Manuel Castells (2001) reflejó en su análisis de la sociedad de la información. Una sociedad global virtual puede llegar a ser posible en el futuro, pero primero las implicaciones de nociones tales como relaciones virtuales, identidades virtuales y las borrosas fronteras entre realidad e irrealidad, deben ser social y culturalmente comprendidas y aceptadas.

(Endnotes)

1 En este sentido, el sociólogo Manuel Castells, en los tres volúmenes que dedica a analizar la Era de la Información (2001), define el paradigma de las tecnologías de la información en cinco puntos concretos:

1) La información es la materia prima de la sociedad actual.

- 2) Las nuevas tecnologías tienen una gran capacidad de penetración en la sociedad.
- 3) La importancia de las redes y la interconexión en nuestra sociedad actual.
- 4) La adaptabilidad y flexibilidad que tienen lugar en todos los procesos económicos y sociales.
- 5) La convergencia de tecnologías en un sistema altamente integrado.

2 Bots son avatares detrás de los cuales no hay un humano. Están diseñados fundamentalmente para dar la bienvenida en algunos territorios y simultáneamente para aparentar que hay alguien en ese espacio virtual.

3 Una de las consecuencias más importantes de la relevancia que adquiere la tecnología en SL es la aparición de lag, el tiempo que los gráficos necesitan para hacerse visibles en el monitor. Lag significa una imperfección visual, desigualdad en la experiencia que los usuarios tienen en el mundo virtual y, simultáneamente, la representación de realidad, irrealidad y sus fronteras. Esto es debido a que el lag devuelve lo virtual a la realidad y hace de la tecnología un elemento muy visible. Así, la inmersión queda frustrada por el lag pero, por otro lado, “es también una especie de regalo de los mundos virtuales; representa un momento de interrupción demostrando la construcción cultural del tiempo” (Boellstorf, 2008, p. 106). El lag es por lo tanto una forma de abolir la confusión en SL. En un mundo en el que podemos elegir quien queremos ser, más allá de las restricciones de género, etnia o edad, el lag hace que nos veamos reflejados en la pantalla y no dentro del monitor

Referencias bibliográficas

Baudrillard, Jean. *Simulations*, New York: Semiotext(e), 1983

Boellstorff, Tom. *Coming of age in second life: an anthropologist explores the virtually human*, Princeton and Woodstock: Princeton University Press, 2008.

Bonsu, Samuel K. and Darmody, Aron. “Co-creating Second Life: Market Consumer Cooperation in Contemporary Economy”, *Journal of Macromarketing*, 28:4 (2008): 355-368.

Borges, Jorge Luis. *El Hacedor*, Buenos Aires: Emece, 1960.

Castells, Manuel. *La era de la información: La sociedad red*, Madrid: Alianza Editorial, 2001.

Cheal, Catheryn. “Second Life: hype or hyperlearning?”, *On the Horizon*, 15:4: (2009): 204-210.

Díaz Gandasegui, Vicente. (Un) real (un)realities: Exploring the confusion of reality and unreality through cinema, Ph.D. Thesis, Cardiff: University of Glamorgan, 2008.

Diaz Gandasegui, Vicente. “Mitos y Realidades de las Redes Sociales”, *Prisma Social*, 6 (2010).

Meadows, Mark Stephen. I, *Avatar: The culture and consequences of having a Second Life*, California: New Riders, 2008.

Newitz, Annalee. “Your Second Life is Ready”, *Popular Science*, 269: 3: (2006): 75-98.

Rymaszewski, Michael. *Second Life: the Official Guide*, Hoboken: New Jersey, 2007 .

Varvello, Matteo; Picconi, Fabio; Diot, Christophe and Biersack, Ernst. “Is there life in SL?”, Proceeding: CoNEXT '08 Proceedings of the 2008 ACM CoNext Conference, Madrid, Spain, 2008.