¿HABITAREMOS TODOS EN EL METAVERSO?

El metaverso es una palabra misteriosa, pero muy exitosa.

Inventada por Zuckerberg, quien la copió de una novela de ciencia ficción de la década de 1990, para un relanzamiento de las actividades relacionadas con Facebook, la idea ha despertado el interés de otros grandes actores de la escena de Internet, que han dirigido proyectos análogos a un río de miles de millones de dólares. Están impulsando proyectos de metaverso Microsoft, Google, Apple, Amazon, Sony.

Pero no solo ellos, como veremos en breve. Y el nombre metaverso se combina con muchas otras innovaciones tecnológicas, como cloud, (nube, que actúa como red de servidores remotos capaces de almacenar datos y prestar servicios informáticos), blockchain(-cadena articulada en bloques, como un libro de contabilidad digital que registra las transacciones de forma segura y transparente), o NFT (método digital para certificar la unicidad de un objeto; **los NFT son activos únicos que no se pueden modificar ni intercambiar por otro que tenga el mismo valor**), aunque no existan relaciones reales entre ellas, creando un imaginario colectivo de expectativas para el futuro**.**

Metaverso es una palabra mágica que promete muchas cosas diferentes, todas ligadas a la idea de una realidad virtual con características tridimensionales, compartida en la red, en la que los usuarios tienen experiencias “inmersivas” dentro de una realidad “aumentada” por características digitales. La intención es hacer más atractiva la permanencia de los usuarios en la red y mantenerlos el mayor tiempo posible, en un entorno que reproduzca la realidad o cree una imaginaria, tanto que ahora se considera metaverso el término para indicar el futuro de Internet.

La presentación que se hace conduce cada vez más a **identificar cada forma de realidad virtual con el metaverso**. Pero en los diversos sectores de aplicación (comercio y servicios profesionales, entretenimiento y juegos, capacitación, reuniones y conferencias remotas), el metaverso adquiere características diferentes. El sector del juego, con Roblox, Fortnite, Minecraft como principales productores, ofrece soluciones de realidad virtual “diseñadas” instantáneamente en función de las situaciones del juego. Para el comercio se dispone de showrooms virtuales, showrooms (salas de exposición) en los que los objetos a adquirir se reproducen fielmente respecto a los originales, y va acompañados de detalladas fichas informativas. A través de la red se prestan servicios profesionales, personalizados según las necesidades del usuario, añadiendo el toque de veracidad de la simulación fiel de un encuentro “personal” con el interlocutor, o mejor con su “avatar”, versión visual del asistente vocal ya muy difundido. Lo mismo sucede en conferencias y reuniones. El campo de la educación cuenta con hacer uso del

metaverso para hacer que el aprendizaje sea experiencial. Y, por supuesto, el mundo del arte y los museos pueden transferir sus exhibiciones a los entornos virtuales del metaverso. Tantos sectores, tantos metaversos. El OsservatorioMetaverso.it de Vincenzo Cosenza cuenta más de 40, que se benefician de un efecto multiplicador de la atención pública, aunque sean diferentes.

¿El metaverso está ya en nuestro alrededor ?

Aunque se habla mucho de ello, actualmente solo se dispone de algunas de las soluciones técnicas necesarias para la difusión del metaverso. En concreto, la inmersión en la realidad virtual sigue requiriendo visores especiales, unos lentes que hay que ponerse para ver una reconstrucción de un mundo virtual a nuestro alrededor. Pronto, sin embargo, los lentes podrían dejar de ser necesarios. Sin embargo, hay otros aspectos críticos a tener en cuenta.

¿Qué dificultades hay en el camino hacia el metaverso?

La principal es la definición de **tecnologías estándar**, para permitir a los usuarios pasar de un entorno a otro, de un mundo a otro, sin las dificultades de quienes han creado los distintos metaversos. Para ello se formó un consorcio, con más de 30 empresas participantes, que reúne a todos los grandes fabricantes excepto Apple, Roblox y Niantic. Pero la principal es probablemente la falta de **contenido** y el costo de producirlo. De hecho, reconstruir una escena histórica en realidad virtual requiere un trabajo considerable, especialmente cuando se desea obtener un efecto realista. Y muchas áreas de aprendizaje, pensemos por ejemplo en la cirugía, están ligadas a máquinas cada vez más sofisticadas que hoy desarrollan cursos de formación en un entorno virtual, y que mañana les puede interesar desarrollar en plataformas de metaverso.

Frente a esto, **el interés de los usuarios** sigue siendo una apuesta. Salvo en el ámbito de los juegos, aún no es seguro que los usuarios prefieran las soluciones de realidad virtual para reunirse, socializar o aprender. Quizá solo en los sectores de los servicios comerciales y profesionales se prevea una rápida difusión, siempre que las empresas sepan cambiar sus **estrategias y modelos de negocio** para adaptarlos a la nueva realidad, en la que la compra es solo un momento de una relación continua entre cliente y proveedor, que pasan a formar parte de un ecosistema constituido por entornos virtuales.

¿Es el futuro de los avatares?

La novedad constante es una exigencia del desarrollo, incluso económico, de la tecnología que cada vez más invade nuestra existencia. El metaverso promete encerrarnos en un mundo virtual, asegurándonos que los encuentros y la experiencia social que allí viviremos serán equivalentes a los reales. Si miramos el pasado reciente, el fracaso de “segunda vida” sugiere que el metaverso no logrará todos los resultados esperados. Pero la idea que transmite dibuja una imagen de futuro de gran impacto, con la que tendremos que lidiar cada vez más, en la vida individual y social.

Nota del editor: Aunque la IA, o inteligencia artificial, no se menciona en este artículo, la IA y el metaverso tienen muchos puntos de intersección y es probable que se integren cada vez más a medida que la tecnología que hay detrás de ambos siga evolucionando.

Andrea Tomasi,
Docente Depto. Ingeniería informática. Universidad de Pisa y Consejero WECA
www.weca.it