

## Tecnología

► **El concepto de metaverso, es algo de ahora y no. Está sacado de la ciencia ficción y busca la fusión del mundo virtual con el real. Es el próximo internet, donde todos podremos tener un gemelo digital**

# El nuevo negocio que nadie se quiere perder

Rosa Carvajal, MADRID

Los grandes expertos de la tecnología predicán ya la llegada del próximo internet. Un ciberespacio empíreo, trascendente, inmersivo, tridimensional, en el que todos juntos podamos compartir experiencias y contar con nuestro propio avatar que nos concederá el honor de movernos libremente por un mundo más allá de lo real. El nuevo internet será una súper plataforma donde convivan redes sociales, videojuegos en línea, aplicaciones para facilitar la vida, todas accesibles a través del mismo espacio digital, y en el que se puede comprar cosas mediante monedas virtuales. Se llegará allí a través de cascos inteligentes y de gafas de realidad virtual y podremos hacer las mismas cosas que se hacen en el mundo terrenal. Es lo que los predicadores llaman el metaverso, o metauniverso (acrónimo de meta -más allá- y de universo).

El término no es nuevo, proviene de la novela de ciencia ficción «Snow Crash» (1992) de Neal Stephenson, cuyas principales aportaciones a la cultura popular fueron el uso del término avatar para referirse a una imagen de identidad en internet y la aplicación de juegos de rol masivos. Este concepto se sofisticó años más tarde con la llegada de la película «Matrix» (1997), en la que los seres humanos quedan atrapados en un programa informático creado por máquinas, y en 2003 con la red social Second Life lanzada por Linden Lab, el videojuego que permitía «vivir» una vida virtual mediante un avatar y donde los usuarios podrían crear y comercializar objetos. Aunque este proyecto nunca terminó de despegar.

No obstante, las mayores

aproximaciones al metaverso hasta la fecha se han producido en videojuegos multijugador online como Roblox o Fortnite. Ambos se han convertido también en un lugar donde poder asistir a conciertos o exposiciones de arte, algunas de ellas de pago. Sus propios creadores han afirmado recientemente que ya no es solo un videojuego, sino un lugar de encuentro social. Por poner un ejemplo, Fortnite organizó conciertos virtuales con Ariana Grande y Travis Scott de los que disfrutaron más de un millón de usuarios como avatares digitales en una experiencia compartida en común.

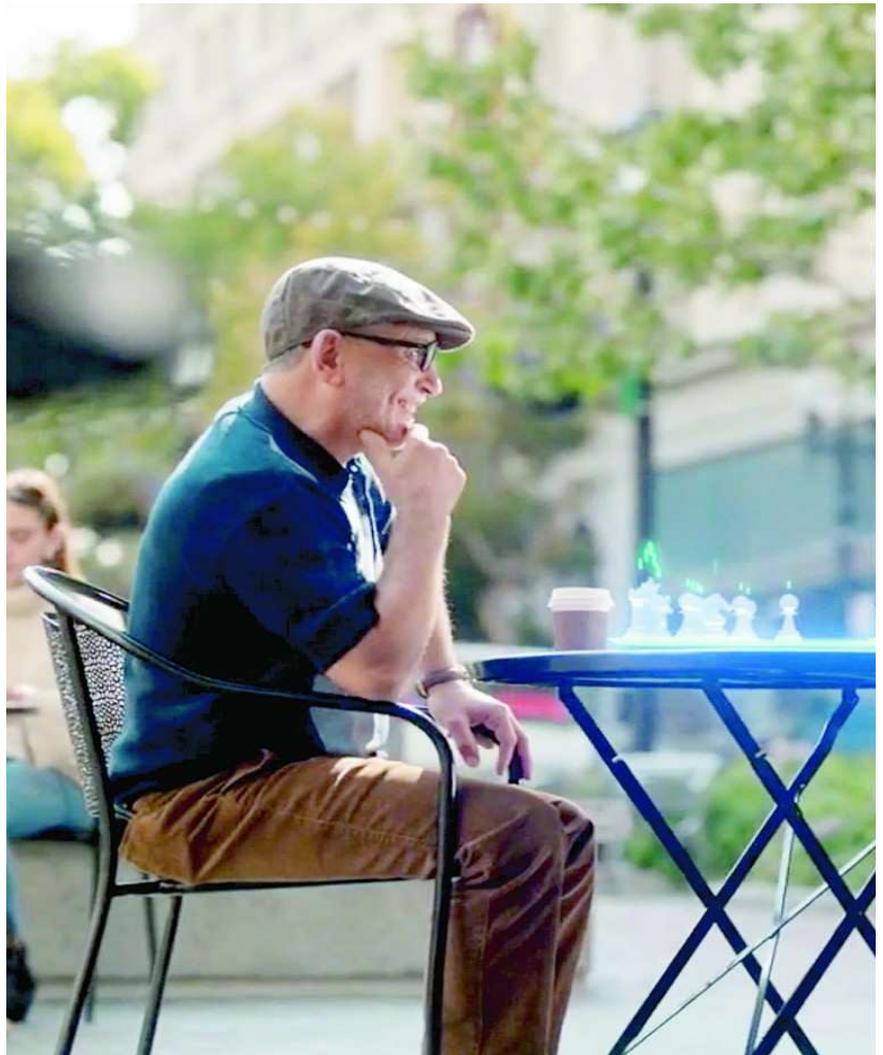
El metaverso no es territorio de

**Las mayores aproximaciones al metaverso se han producido en juegos como Roblox**

**Apple está trabajando en gafas y lentillas de realidad mixta que permitan escanear en 3D**

nadie pero sí un gran negocio. La consultora Bloomberg lo ha cifrado en 700.000 millones de euros para 2024, y ya nadie se lo quiere perder. En el tablero de juego están el gigante tecnológico Facebook, desde hace poco Meta. Ya ha dicho que centrará todos sus esfuerzos en la creación de su metaverso, donde Mark Zuckerberg quiere vernos trabajar, divertirnos y comprar en un futuro no muy lejano. Los críticos de Facebook creen que es una operación cosmética de Zuckerberg para distanciarse de la última ola de escándalos tras las filtraciones de la ex empleada Frances Hau-

gen. Aunque Facebook lo niega, lo cierto es que esta red social comenzaba a decaer, dicen los expertos, y la creación de su nuevo metaverso la ha vuelto a situar en el discurso público. Tiene músculo de sobra para ponerse por delante de otros en esta carrera virtual. No solo posee cuatro de las seis principales plataformas de redes sociales, sino también la compañía de realidad virtual Oculus VR que adquirió en 2014 por 2.000 millones de dólares. Oculus VR consiguió una fama considerable gracias a su casco de realidad virtual Oculus Rift. El due-



**El metaverso de Facebook será un lugar en el que poder compartir momentos con avatares de manera inmersiva**

ño de Facebook ya tiene a 10.000 personas trabajando en proyectos de realidad aumentada y ha comprometido 10.000 millones de dólares anuales en inversiones relacionadas con el metaverso. Otras compañías como Microsoft también han anunciado que están trabajando para materializar sus propios universos virtuales. El gigante del software quiere que todos los asistentes a una reunión puedan estar presentes sin hacerlo físicamente, mediante avatares personalizados y espacios inmersivos. Además, Disney pretende

crear un metaverso con telemática de Disneyland, mientras que la multinacional Nvidia tendrá su propio metaverso llamado omniverso. La china Tencent también se ha subido a esta nueva ola digital y Google piensa ya en el metaverso aunque de una manera prudente. El otro gigante tecnológico, Apple, está trabajando en gafas de realidad mixta para 2022 y lentillas para la década de 2030 en esta carrera sin freno por dominar la siguiente era digital. Sus gafas serán ligeras, cómodas, con un diseño menos voluminoso que otras ga-

## Las españolas

►La empresa tecnológica española Virtual Voyagers ha colaborado en la creación de la plataforma de conciertos digitales de Facebook, que el gigante tecnológico prevé usar en su metaverso. Ha realizado 220 proyectos de realidad virtual y mixta para 88 marcas.



►El CEO de Virtual Voyagers, Edgar Martín-Blas, probó las gafas Oculus de realidad virtual de Facebook y entendió que «llegaba algo grande». La empresa cuenta con seis empleados y varios colaboradores.

►Voicehumans es la primera startup especializada en humanos digitales que trabaja en Europa y Latam. Nació hace cuatro años y en este tiempo ha logrado evolucionar desde el mundo conversacional (chatbots) hasta los procesos de marketing con humanos digitales. Con su tecnología desarrolla trabajadores virtuales para las empresas, desde recepcionistas a vendedores, personal de seguridad, de salud, banca, educación, etc.



►El CEO de Voicehumans, Javier Furones, espera que en el encuentro internacional Metaverse Summit, dé con el mejor talento internacional, para acelerar el mundo del Metaverse Marketing/Business.

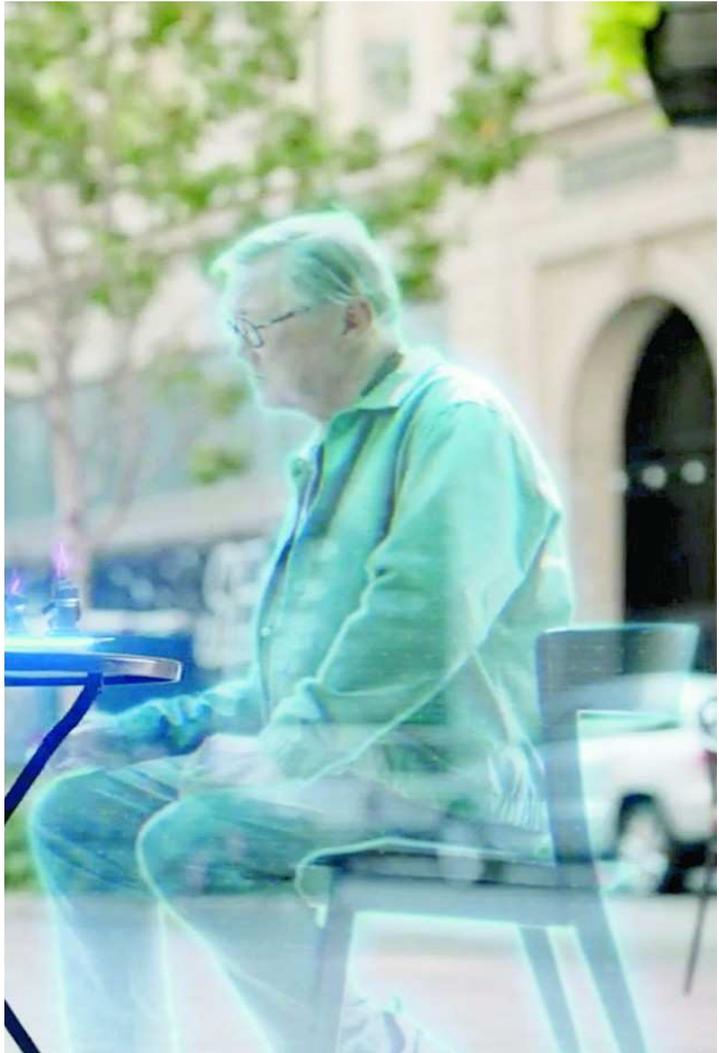
fas de realidad aumentada, y nos permitirán escanear todo lo que haya a nuestro alrededor de manera tridimensional. España también ha entrado en el tablero de juego de esta nueva era digital con empresas especializadas en entornos virtuales. Es el caso de Virtual Voyagers. El año pasado colaboró en la creación de la plataforma de conciertos digitales de Facebook, que el gigante tecnológico prevé usar en su metaverso. Edgar Martín-Blas, el CEO de esta compañía madrileña, está eufórico. «Con el metaverso se está formando un nuevo internet que rompe el navegador y genera grandes oportunidades de negocio. Es adrenalina pura», comenta.

Los inicios de esta empresa se remontan a 2013 cuando Martín-Blas era director creativo de Tuenti. Había invertido 300 euros en un proyecto de micromecenazgo y recibió a cambio unas gafas de Oculus. Empezó a investigar la tecnología con algunos amigos pero poco después Facebook compró el producto y es cuando se dieron cuenta de que «llegaba algo grande». Virtual Voyagers cuenta con seis empleados y muchos colaboradores. Ha realizado 220 proyectos de realidad virtual y mixta para 88 marcas. «Lo hemos logrado con cero inversores. Todo ha sido pura agilidad e intuición», recalca su CEO.

Martín-Blas comenta que «el anuncio de Facebook es la antesala de lo que está por llegar. Las grandes marcas de moda ya están creando diseños de ropa que solo existen en el metaverso». Por poner un ejemplo, el pasado marzo Gucci vendió sus primeras zapatillas virtuales: costaron solo 15 euros, pero únicamente son aptas para pies virtuales. Hace falta personal cualificado para trabajar en el desarrollo del metaverso. Martín-Blas anuncia que en breve verá la luz la academia de Virtual Voyagers que pretende formar en metaversos a los alumnos desde la perspectiva de negocio hasta la dirección y el diseño de proyectos reales. Tendrá una titulación oficial de una universidad top (que no han querido revelar) y será solo para 30 alumnos seleccionados en España y Latam.

«Sin duda, el mundo que viene será mucho más creativo que el que teníamos». Eso cree Javier Furones, cofundador y CEO de Voicehumans, la primera startup especializada en humanos digitales que trabaja en Europa y Latam. Nació hace cuatro años y en este

Continúa en la página siguiente



FACEBOOK

Viene de la página anterior

tiempo han logrado evolucionar desde el mundo conversacional (chatbots) hasta los procesos de marketing con humanos digitales. Con su tecnología Voicehumans desarrolla trabajadores virtuales para las empresas, desde recepcionistas a vendedores, a personal de seguridad, de salud, banca, educación, etc. «Estamos en un mundo en el que las marcas podrán tener sus propios avatares, con influencers virtuales, presentadores virtuales, educadores virtuales y todo lo que tenga que avatarizarse en los contenidos del metaverso», explica Furones. Sobre el negocio que traerá el metaverso, sostiene que lo «difícil es encontrar talento para hacer que lo que ahora suena a ciencia ficción se convierta en realidad».

#### Una página en blanco

El metaverso puede ofrecer el gran salto evolutivo de internet o quedarse en una página en blanco si fracasa. Todavía es pronto para saberlo. Las empresas inmersas en este proyecto están empezando a crear las primeras infraestructuras y objetos para llevarnos a él, pero puede que hasta dentro de diez años no lo veamos en todo su esplendor. Enrique Puertas, experto en big data e inteligencia artificial y profesor de la Escuela de arquitectura, ingeniería y diseño de la Universidad Europea, se muestra escéptico. «No deja de ser una especie de juego para la gente y al final puede que ésta se acabe cansando. La realidad virtual con cascos de realidad virtual no está de momento tan extendido para que se convierta en algo real», explica.

Almudena Ruiz, directora del máster de inteligencia artificial de la UNIR, señala que «el reto de las grandes tecnológicas es cómo hacer que el metaverso impacte en el día a día de las personas al igual que lo han hecho las redes sociales». Entre las barreras para que esto suceda, apunta Ruiz, «está conseguir que los dispositivos estén al alcance de todos. Claro que la gente no va con gafas de realidad aumentada por la calle». Además están sus precios. Estos artilugios pueden llegar a rondar los 500 euros, algo no accesible a cualquier persona. Y es que resucitar a Albert Einstein para que nos dé una clase magistral de física o poder tomarnos un helado virtual en un centro comercial con un amigo que vive a 5.000 kilómetros de distancia de nosotros es un reto equiparable, dicen los expertos, al nacimiento del móvil. Vivir para ver.