



RayaResearch

¡El Metaverso llegó!

¿Qué es y...realmente existe?



Esta siguiente evolución de constructos tecnológicos que suma adeptos y detractores por partes iguales, ha sido la última manera en que grandes empresas como Facebook (ahora Meta) agitan el mercado tecnológico.

Aquí, una guía para conocer qué es y qué no es.

.2



Photographer: Glenn Chapman/AFP via Getty Images



¿Es la **Matrix**?

¿Se parece a

Ready Player One?

¿Es la **singularidad**?

¿Es la distopía de **Life Invader** en **GTA V**?

La anterior es una pequeña muestra de afirmaciones “dudosas” cuando alguien pregunta ¿Qué es el Metaverso?

Hay muchas visiones de lo que se entiende por el Metaverso, y en general el keynote en que Facebook presentó su visión de ello -donde también renombraron la empresa a llamarse Meta- probablemente es la más confusa de todas.

Mark Zuckerberg presentó al Metaverso como **un lugar virtual que se accede por un casco de realidad virtual** o de realidad aumentada, que entrega a los participantes **un sentido de presencia en un mundo paralelo digital**, a veces con gráficas de Nintendo Wii y a veces con representaciones dignas de una película cargada de efectos digitales.

<https://www.youtube.com/watch?v=Uvufun6xer8>

<https://www.businessinsider.com/gta-v-facebook-twitter-life-invader-2013-9>



© Jabor Gurina Photography © MatthewBall.vc

Si quisiéramos definir qué es el Metaverso sin los intereses particulares de una empresa, la mayoría de los expertos apuntan a los principios descritos por el visionario inversionista y columnista en temas de futurología en publicaciones como NY Times, The Economist y Bloomberg, **Matthew Ball**:

- 1 Es persistente, nunca se reinicia, pausa o se acaba.
- 2 Es sincrónico y ocurre en tiempo real (más allá que se puedan guardar eventos o experiencias).
- 3 No tiene límite de usuarios concurrentes y entrega a cada usuario una sensación de estar presente.
- 4 Tiene una economía 100% funcional
- 5 La experiencia se extiende de forma abierta a cualquier tipo de red, pública o privada y puede existir en el mundo digital como en el mundo real.
- 6 Los datos y otras representaciones digitales (desde logins hasta las zapatillas virtuales que compra una persona para su juego favorito) tienen niveles interoperabilidad entre distintas experiencias al interior del metaverso.
- 7 Está poblada de contenido y experiencias desarrolladas por creadores heterogéneos y diversos.



Si hay algo que destacar de este listado, es que el Metaverso:



No requiere dispositivos especiales.

(Computador capaz de renderizar en 3D localmente, lentes de VR o AR entre otros)



No requiere de criptomonedas o blockchain para operar.



No es un espacio virtual, juego o parque de diversiones.

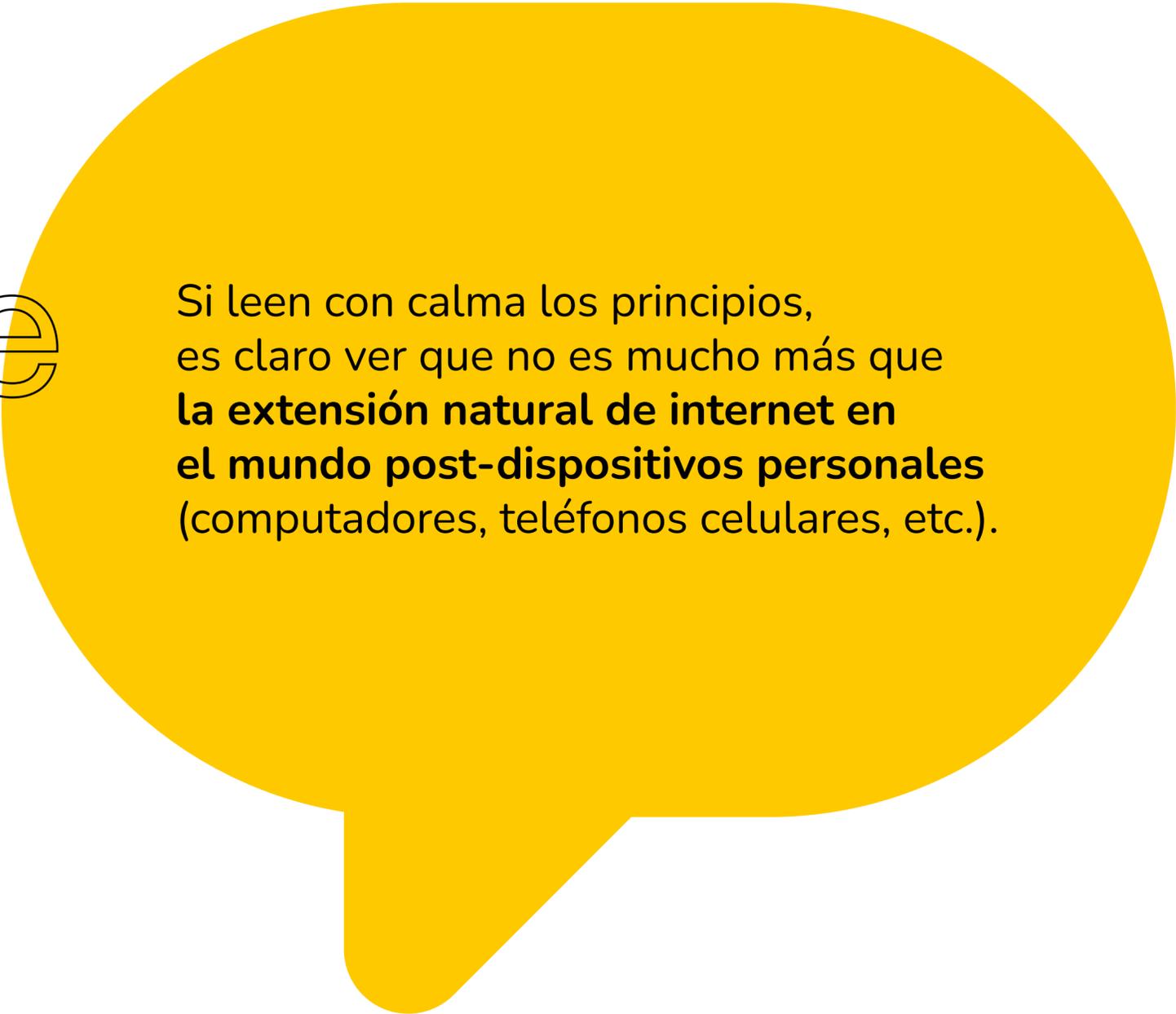


No es una nueva plataforma de UGC

(Creación de contenido por parte de usuarios como YouTube o Instagram)

Volviendo a
la pregunta de

**¿Qué es el
Metaverso?**



Si leen con calma los principios,
es claro ver que no es mucho más que
**la extensión natural de internet en
el mundo post-dispositivos personales**
(computadores, teléfonos celulares, etc.).

Ahora, si el Metaverso es sólo una evolución de internet...

¿Por qué?

pivoteó tan violentamente Facebook a ser Meta?

¿Cuál?

es el incentivo para apostar a todo o nada por él?

¿Qué?

hace que hoy en día el Metaverso cobre tanta relevancia para empresas de tecnología, de marketing y el público general entre otros?

Según **Nicolás Rencoret, director en Raya Brands**, un buen trabajo de consultoría diría “follow the money” para descubrir y describir los incentivos y motivaciones para el Metaverso: su potencial económico al “clonar” el mundo en una versión paralela y sus implicancias económicas. Cualquier empresa ambiciosa quisiera ser dueño de la infraestructura del Metaverso. Su poder, en caso de ser exitosa, sería más grande que cualquier nación del planeta.

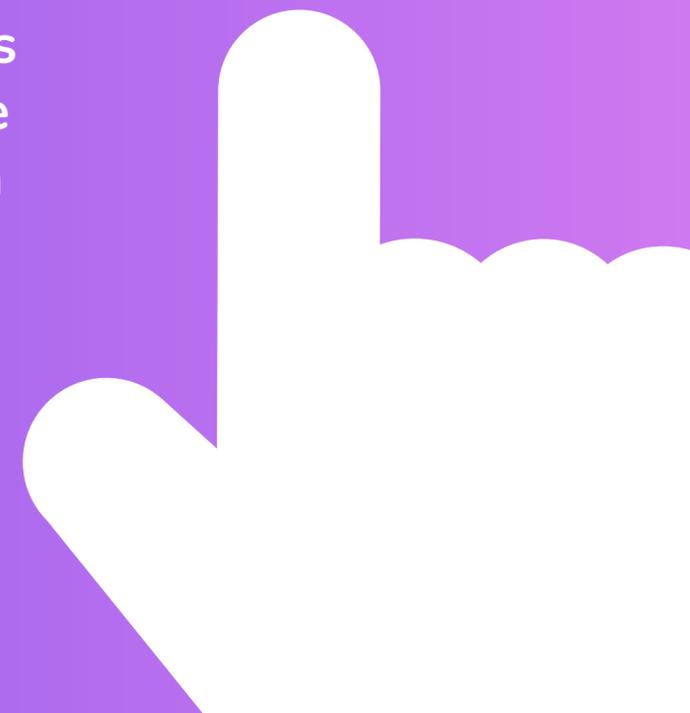
Ante lo anterior, es fácil entender por qué el pronóstico para el éxito de Meta es reservado la alta resistencia que existe a que una sola empresa privada sea dueña de una plataforma propietaria con potencial económico ilimitado. Más aún si dicha empresa perdió su compás moral hace mucho tiempo. No importa cuan buena sea la experiencia en Horizon Worlds.



En la foto: Nicolás Rencoret. Director Raya Brands.

Entonces el Metaverso no existe/existirá?

Existe y existirá, el tema es cómo y quiénes están construyendo sus verdaderos andamiajes. Mientras escribimos la continuación a este artículo, donde hablaremos sobre los actuales pioneros del Metaverso y cómo éste tangibilizará, los dejamos con una reflexión: **En cualquier negocio, lo importante es descubrir y caracterizar los retos que tengamos y darles solución en contexto a las demandas de todos sus stakeholders. Si sólo anunciamos “la solución” a un reto mal encuadrado o que derechamente no existe, no hay stock de renders en 3D y tecnologías de punta que puedan cubrir las falencias de base su planteamiento haciendo que ella carezca de sustento.**





RayaResearch

¿Quieres transformar con **disrupción** tu negocio?
Hablemos: hola@raya.cl

