

## LA INCÒGNITA DEL METAVERS

Els mitjans parlen molt de l'univers que proposa la realitat virtual, però poc sobre les seves repercussions en l'escenari informatiu



El metavers, com un món virtual tridimensional on milions de ciutadans viuran una segona realitat

Una realitat paral·lela. Un Mega-Internet amb sensacions. La vida virtual en un entorn de videojoc. Un món digital, tridimensional, immersiu, on escollirem una personalitat i interactuarem sense moltes de les limitacions físiques de la realitat. Més o menys això ens diuen a la premsa que serà el metavers.

El metavers està de moda. I així ho confirma l'allau d'informacions sobre el tema que es publiquen arreu del món: en el darrer any, el terme anglès *metaverse* ha generat a Google uns 150 milions de noves referències... El cas és interessant per això i per una paradoxa: el poc que els mateixos mitjans parlen del futur de la informació en aquest entorn.

Part de l'interès informatiu està avalat per una sèrie de fets rellevants. El canvi de nom de Facebook a Meta, les inversions milionàries que hi preveu la companyia i les declaracions messiàniques del fundador, Mark Zuckerberg. També coneixem les adquisicions estratègiques d'altres gegants com Microsoft, Google, Apple o Disney. I el funcionament de Decentraland, The Sandbox i Robox, alguns embrions del futur metavers.

Els referents culturals —la novel·la *Snow Crash* i la novel·la/pel·lícula, *Ready Player One*— així com els recordatoris de Second Life, una proposta de fa

anys que va arribar massa aviat, són altres estrelles mediàtiques del fenomen. I també els elements tecnològics vinculats al metavers: ulleres i sensors de realitat virtual, narratives visuals en 360 graus, realitat augmentada, NFT, web3, *blockchain*, avatars, criptomonedes, etcètera.

A tot això se li afegeixen molts detalls sobre el tema: estudis, prospectives, projectes, ofertes d'objectes, cases i terrenys virtuals, possibilitats d'utilització per a persones, empreses i organitzacions, volum de negocis, previsions milionàries d'usuaris, etcètera, etcètera.

Un breu resum de la situació pot ser aquest: el metavers necessitarà uns deu anys per tenir una certa implantació, en algun moment futur serà utilitzat per milions de persones i generarà moltes activitats i un gran negoci per a algunes companyies. Vist des d'avui, hi ha força *hype* i màrqueting al seu voltant. I les possibilitats i incògnites que planteja són infinites.

Per sort, les aproximacions i opinions a la premsa són diverses. Alguns el veuen com la nova frontera tecnològica o com un lloc obert al progrés i a la llibertat. D'altres el tenen per una proposta incòmode. I, a vegades, es percep com un deliri futurista o una crida a l'evasió de la realitat i dels grans reptes que té plantejada la civilització.

La diversitat és bona perquè ens ajuda a situar-nos davant d'un fenomen difícil d'entendre i de valorar.

### SENSE IDEES CLARES

I, dit això, cal destacar que malgrat el ressò i el debat mediàtic, de moment hi ha poques referències a com el metavers afectarà els mitjans. És molt més fàcil trobar articles sobre el futur de les relacions, les compres, la moda o la urbanització del nou entorn, que aproximacions a com hi conviurà la informació.

La paradoxa segurament s'explica perquè la premsa ja té molts problemes ara en el món real i el metavers és un futurible, si bé no deixa de ser un detall curiós. I ja que tenim temps per davant, sembla oportú plantejar-se algunes preguntes bàsiques.

Per exemple, quina presència i rol tindran els mitjans en el metavers? De què informaran? Parlaran només de les coses que hi passin o tractaran també el món real? A qui es dirigiran ja que, probablement, molts usuaris faran servir una personalitat fantasiosa i rebutjaran els temes i els enfocaments habituals? Serà un lloc on s'esborrin, encara més, les fronteres entre realitat i ficció? Serà un espai valuós informativament o un niu de *postveritats*, *fake news* i versions alternatives?

Agradi més o menys, la proposta del metavers és molt potent. I surt de l'evolució de fenòmens, tecnologies i tendències econòmiques i culturals, que ja existeixen. Per tant, encara que ara mateix pugui estar sobredimensionat, és raonable pensar que d'alguna manera acabarà sent realitat en el futur. Ja veurem com i quan, però si el metavers arriba, serà recomanable que el món de la comunicació social tingui algunes idees clares al respecte.

Fa uns mesos, el *Wall Street Journal* va publicar un article en què comentava l'excitació i la confusió del públic sobre el metavers i recomanava als inversors que se'l mirassin amb atenció, encara que no entenguessin què és. Una proposta irònica i digna d'un manual de màrqueting, encara que no sembla un mal consell d'ús general.

### ENLLAÇOS:

[www.bit.ly/3klBHfu](http://www.bit.ly/3klBHfu)  
[www.bit.ly/3rW3Q0M](http://www.bit.ly/3rW3Q0M)  
[www.bit.ly/3vosKIQ](http://www.bit.ly/3vosKIQ)  
[www.bit.ly/37NXctb](http://www.bit.ly/37NXctb)  
[www.bit.ly/37TC6Df](http://www.bit.ly/37TC6Df)