

¿Sobrevivirán el CINE y la TELEVISIÓN al METAVERSO?



La gran batalla por las experiencias inmersivas e interactivas apenas comienza, abriendo nuevas oportunidades de evolución para los llamados «medios tradicionales».

**SILVIA CACHO ELIZONDO y
JOSÉ-DOMINGO LÁZARO ÁLVAREZ**

El Metaverso se refiere a un mundo virtual creado por la convergencia de los mundos físico y digital. Es un espacio en el cual las personas pueden interactuar entre sí y con objetos, entornos y experiencias virtuales de un modo natural e intuitivo. El Metaverso se describe a menudo como una especie de realidad virtual compartida, inmersiva e interactiva, donde los usuarios pueden crear sus propios contenidos y experiencias y donde los límites entre el mundo físico y el digital se difuminan.

La idea del Metaverso existe desde hace tiempo, pero ha ganado más atención en los últimos años debido a los avances en tecnologías como la realidad virtual y aumentada, el *blockchain* y la inteligencia artificial. Se espera que estas tecnologías desempeñen un papel clave en el desarrollo y funcionamiento del Metaverso, ya que permitirán la creación de entornos virtuales más sofisticados e inmersivos, así como la capacidad de registrar y verificar de forma segura y transparente las transacciones e interacciones dentro de éste.

En el Metaverso, los usuarios pueden crear sus propios avatares e identidades virtuales, lo que les ofrece la oportunidad de interactuar con otros y con objetos y entornos virtuales de una forma que no es posible en el mundo físico. También pueden crear y compartir sus propios contenidos, como objetos, entornos y experiencias virtuales, colaborando con otros en tiempo real para desarrollar escenarios nuevos e innovadores.

Se espera que el Metaverso tenga una amplia gama de aplicaciones, como el entretenimiento, la educación, el comercio y la interacción social. No en vano, el Metaverso no parece una moda pasajera, sino una nueva realidad que cambiará nuestra forma de vivir y trabajar. Según Gartner, en 2026 una cuarta parte de la población pasará al menos una hora al día en el Metaverso, ya sea para comprar, formarse, trabajar, socializar o entretenerse. Se espera que el tamaño del mercado de los metaversos alcance los 678,800 millones de dólares en 2030, frente a los 38,800 millones de 2021, según Statista.

Una de las principales ventajas del Metaverso es que nos brindará la oportunidad de conectarnos con personas de todo el mundo, independientemente de su ubicación física. Esto

**una de las
principales
ventajas del
Metaverso es que
nos brindará la
oportunidad de
conectarnos con
personas de todo
el mundo.**



en esta nueva realidad seremos testigos de la aparición del Metacine y de la Metatelevisión, conceptos que se refieren a la combinación de elementos físicos y virtuales.

posibilitará nuevas formas de colaboración y comunicación, permitiendo a la gente aprender y apreciar diferentes culturas y perspectivas. El Metaverso también ofrecerá nuevas dimensiones para la creatividad y la innovación, ya que las personas podrán crear y compartir sus propios contenidos y experiencias de una forma que no es posible en el mundo físico.

METACINE Y METATELEVISIÓN: CÓMO ENCAJAN EN LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL

La industria audiovisual se enfrenta a una transformación radical debido a la aparición del Metaverso, un mundo virtual que promete revolucionar la forma en que interactuamos, trabajamos y consumimos entretenimiento. El Metaverso ofrece a las empresas audiovisuales la posibilidad de crear, comunicar y captar valor virtual, superando los límites tradicionales de espacio y tiempo. Este nuevo mundo desafía a las organizaciones a diversificar sus contenidos, invertir en nuevas tecnologías, adquirir nuevas habilidades y competencias, buscar nuevos canales de monetización y flexibilizar sus narrativas.

En esta nueva realidad seremos testigos de la aparición del Metacine y de la Metatelevisión, conceptos que deseamos introducir en este artículo y que se refieren a la combinación de elementos físicos y virtuales capaces de detonar una experiencia de entretenimiento completamente inmersiva e interactiva.

A nuestro juicio, el Metacine y la Metatelevisión no son meras evoluciones naturales de la industria audiovisual, sino una revolución que rompe con lo conocido hasta ahora. Estas plataformas ofrecen la oportunidad de construir nuevos modelos de negocio verdaderamente disruptivos, ya que transforman las cuatro dimensiones protagonistas del mercado del entretenimiento: 1) narración, 2) producción, 3) distribución y 4) consumo de contenido. A continuación, profundizaremos en estas dimensiones:

Narración: Uno de los efectos más significativos será el cambio en la forma en que el público experimenta la narración. En el Metaverso, el público podrá adentrarse en la historia y formar parte de ella. Podrá interactuar con los personajes, explorar entornos virtuales

y participar en la historia de formas que antes no eran posibles. Esto creará una experiencia más envolvente y atractiva para el público, y permitirá a los cineastas y productores de televisión contar historias de una forma sin paralelo en el pasado.

Producción: El estilo de producir películas y programas de televisión tampoco será indiferente a esta tecnología. Con la capacidad de crear entornos y personajes virtuales, los cineastas y productores de televisión podrán producir contenidos más complejos y sofisticados, creando mundos enteros, personajes y entornos totalmente virtuales, lo que permitirá una mayor creatividad y flexibilidad en el proceso de narración. Además, el Metaverso establecerá una colaboración en tiempo real entre cineastas y productores de televisión, independientemente de su ubicación. De este modo, el proceso de producción será más eficiente y eficaz, y se podrán poner sobre la mesa perspectivas e ideas más diversas.

Distribución: La estrategia de entrega de contenido también cambiará considerablemente, al brindar la oportunidad de distribuir contenidos directamente al público dentro del Metaverso, haciendo que cineastas y productores de televisión lleguen a un público mundial sin necesidad de acudir a los canales de distribución tradicionales. Esto hará que las industrias cinematográficas y televisivas sean más democráticas y accesibles, ya que cualquiera que tenga una historia que contar podrá compartirla con el mundo. Asimismo, el Metaverso permitirá una experiencia de visionado más interactiva y atractiva, en la que el público podrá interactuar con el contenido en tiempo real e influir en la dirección de la historia.

Consumo de Contenido: El Metaverso ofrecerá la posibilidad de transformar la manera de consumir contenidos. El público podrá vivir las historias de una forma más envolvente y atractiva que con los medios tradicionales. Podrán interactuar con la historia y los personajes, así como con otros espectadores en tiempo real. Se creará así una experiencia de visionado más social e interactiva, en la que el público podrá



compartir sus pensamientos y opiniones con los demás y crear un sentimiento de comunidad en torno al contenido.

NO ES UNA UTOPIÍA, YA ESTÁ SUCEDIENDO

El asentamiento del Metacine y la Metatelevisión es solo cuestión de tiempo. Una muestra específica de los movimientos que se están efectuando en esa dirección se puede ilustrar con los siguientes ejemplos:

Cadena británica ITV, integró el Metaverso en su estrategia de largo plazo con el propósito de retener a las audiencias más jóvenes. Con este cometido, adquirió Metavision en 2021, incursionando en el Metaverso con un juego: *I'm a Celebrity* en Fortnite.

France Télévisions anunció en febrero de 2022 la apertura de un espacio social inmersivo que se concretaba en un mundo virtual dedicado a *Stade 2*, su programa de televisión enfocado a las noticias deportivas. Los espectadores pueden visitar el estudio virtual y participar en tres juegos: una búsqueda del tesoro, un descenso en *bobsleigh* y otro inspirado en el biatlón.

Netflix creó en junio de 2021 un mundo interactivo alrededor de la serie *Stranger Things* dentro de la plataforma *Roblox*, fusionando los mundos de la suscripción en línea y del juego.

Durmientes. En 2023 se está llevando a cabo el rodaje de la película *Durmientes*, primera producción de Latinoamérica en solo recibir financiamiento de NFT. El lanzamiento lo realizará Metaown, la primera plataforma de NFT enfocada en el mercado latinoamericano. Este proyecto cinematográfico está a cargo de Gibrán Bazán, director del filme. Metaown es una plataforma desarrollada por emprendedores mexicanos: Jorge Cohen, Annie Neiman y Denise Ledersnaider, la cual permite a empresas de cualquier tipo crear proyectos de NFT ligados a productos y servicios, tanto físicos como digitales, creando un puente entre el mundo real y el Metaverso, utilizando tecnología *blockchain*.

Las apuestas de *ITV*, *France Télévisions*, *Netflix* o *Durmientes* anticipan el rumbo que pueden seguir otras organizaciones en los próximos años, las cuales empezaran a internarse en el Metaverso, con el objetivo de capturar valor a través de fomentar nuevas vías de ingresos entre los segmentos más jóvenes.



El Metaverso representa un cambio radical en el estilo de vida y en la forma en que las personas interactúan entre sí y con la tecnología.

Y EN MÉXICO... ¿QUÉ PASARÁ?

Las dos grandes televisoras mexicanas, muy presentes también en la industria cinematográfica, están comenzando a explorar el Metaverso, aunque aún no han dado pasos tan significativos como otras empresas audiovisuales globales.

Grupo Televisa: Como uno de los principales conglomerados de medios en México, está observando de cerca las tendencias del Metaverso. Aunque no hay anuncios específicos, es probable que estén evaluando cómo pueden integrar contenido y experiencias en este nuevo espacio virtual.

TV Azteca: Aunque no se ha mencionado directamente su participación en el Metaverso, Pedro Carmona, director de Tecnología (CTO) de TV Azteca, ya ha realizado algunas declaraciones sobre el futuro tecnológico de la organización, lo que sugiere que están considerando las implicaciones tecnológicas y las oportunidades emergentes.

Aunque no son televisoras en sí, algunas marcas mexicanas están dando pasos en el Metaverso. Por ejemplo, Tecate y la agencia Boxer TTL son pioneras en la creación de experiencias virtuales a través del Metaverso, dando el ejemplo a otras grandes corporaciones nacionales.

EL ESPECTÁCULO DEBE CONTINUAR

Los conceptos de Metacine y Metatelevisión presentan una oportunidad única para las empresas de la industria del cine y de la televisión de reinventar sus modelos de negocio y crear nuevos paradigmas que se adapten a las necesidades y deseos de su audiencia. Esto requerirá una investigación y exploración exhaustiva de sus capacidades y competencias, así como de las expectativas y necesidades de sus usuarios. La integración de la virtualidad en sus planes de medio y largo plazo permitirá a las empresas ofrecer experiencias de consumo inmersivas y participativas que satisfagan las ambiciones de entretenimiento y socialización de sus espectadores.

El Metaverso representa un cambio radical en el estilo de vida y en la forma en que las personas interactúan entre sí y con la tecnología. En un futuro no muy lejano, la vida cotidiana se tornará cada vez más intangible y se socializará a través de avatares virtuales. El entretenimiento

una de las principales preocupaciones es el posible aislamiento social.



virtual se convertirá en una forma de vida, y las empresas de la industria del cine y de la televisión deberán adaptarse a esta nueva realidad si quieren seguir siendo relevantes.

Sin embargo, la apuesta por el Metacine y la Metatelevisión también enfrenta sus particulares desafíos. Una de las principales preocupaciones es el posible aislamiento social, ya que las personas pueden pasar más tiempo interactuando con entornos virtuales y avatares que con el mundo físico y las redes sociales de la vida real. También preocupa la privacidad y la seguridad, ya que el Metaverso requerirá la recopilación y el almacenamiento de grandes cantidades de datos personales. Además, preocupa la posibilidad de que los entornos virtuales se utilicen con fines indeseables, como el cibercoso o la difusión de información falsa.

No obstante, y a pesar de estos problemas, el Metacine y la Metatelevisión son ideas apasionantes y prometedoras que darán lugar a nuevas oportunidades para la creatividad, la colaboración y la comunicación, permitiendo nuevas formas de entretenimiento, sublimando la esencia misma de la industria. A medida que el Metaverso siga desarrollándose y evolucionando, será importante abordar los retos y preocupaciones que surjan y garantizar que se desarrolle y utilice de manera responsable y ética.

En todo caso, consideramos que no hay vuelta atrás, el espectáculo debe continuar. Las empresas audiovisuales tienen que sumarse a la revolución del Metaverso y explorar las oportunidades que esta tecnología les ofrece. Las industrias del cine y de la televisión están en una encrucijada y su supervivencia dependerá de su capacidad para innovar y adaptarse a las nuevas tendencias tecnológicas y de consumo. </>

Bibliografía

- Bailenson, J. (2019). *Realidad virtual. Cómo aprovechar su potencial para las empresas y las personas*. Lid Editorial
- Baldwin, R. (2016). *The Great Convergence: Information Technology and the New Globalization*. Harvard University Press.
- Ball, M. (2022). *El Metaverso y como lo revolucionará todo*. Ediciones Deusto
- Bolt, J.; Grusin, R. (2000). *Remediation. Understanding New Media*. MIT Press
- Bolter, J. D., Engberg, M. y MacIntyre, B. (2021). *Reality Media: Augmented and Virtual Reality*. MIT Press, 2021
- Bonilla, D. y Galán Fajardo, H. (2020). El cine sin encuadre: propuesta de Escala de Implicación Narrativa en realidad virtual. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 13(2), 1-www.revistas.uosario.edu.co/index.php/disertaciones
- Burrows, G. (2022). *Your Life in the Metaverse: Everything you need to know about the virtual Internet of tomorrow*. Gideon Burrows, 2022
- Business Insider. "La película 'Durmientes' será la primera en recibir solo financiamiento de NFT para su producción." www.businessinsider.mx. (14 de agosto de 2022)
- Cacho-Elizondo, S. y Lázaro Álvarez, J. D. (2018). Transformación digital de los negocios de network marketing, multinivel y ventas directas. El impacto de nuevas herramientas y plataformas digitales. *Anáhuac Journal*, 18(2), 11-40. www.revistas.anahuac.mx/the_anahuac_journal
- Cacho-Elizondo, S., Lázaro Álvarez, J. D. y García, V. E. (2017). *Assessing the opportunities for virtual, augmented, and diminished reality in the healthcare sector*. The Digitization of Healthcare, Palgrave Macmillan, 323-344
- Cacho-Elizondo, S., Lázaro Álvarez, J. D. y García, V. E. (2018). Exploring the Adoption of Augmented and Virtual Reality in the Design of Customer Experiences: Proposal of a Conceptual Framework. *Journal of Marketing Trends*, 5(2), 91-102. www.marketing-trends-congress.com
- Cross, T. (12 de agosto de 2021) *Why ITV is betting on the Metaverse*. Videoweek. www.videoweek.com/2021/08/12/why-itv-is-betting-on-the-metaverse
- Day, J. (10 de octubre de 2022). *Welcome to the Metaverse: The (next step) in human evolution just 'five years away*. Express. www.express.co.uk/news/science/1679267/metaverse-human-evolution-virtual-reality-blockchain-spt
- Diallo, K. (10 de febrero de 2022). *France Télévisions se lance dans le metaverse. L'Éclairer Fnac*. www.eclairer.fnac.com/article/70749-france-televvisions-se-lance-dans-le-metaverse
- Finney, A. (2022). *The International Film Business: A Market Guide Beyond Hollywood*. Routledge, 2022
- Gupta, A. (28 de enero de 2022). *What is a metaverse?* Gartner. www.gartner.com/en/articles/what-is-a-metaverse
- Heredia Ruiz, V. (2017). Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación* 135, 275-295. www.investigaciones-pure.udem.edu.co/es/publications/revoluci%C3%B3n-netflix-desaf%C3%ADos-para-la-industria-audiovisual
- Jaquet, B., Yen, A. & Bing, J. (2021, June 22). Stranger Things Branded World Launches in the Roblox Metaverse. Business Wire. www.businesswire.com/news/home/20210622005962/en/Stranger-Things-Branded-World-Launches-in-the-Roblox-Metaverse
- Joy, K. (2021). A Study on the Global Possibilities of Gugak Broadcasting as K-Music Content through the Metaverse Audition Platform. *International Journal of Internet, Broadcasting and Communication*, 14(1), 37-43. www.ijibc.org/pop/ijibc/index.php
- Kraus, S., Kanbach, D. K., Krysta, P.M., Steinhoff, M. M. y Tomini, N. (2022). Facebook and the creation of the metaverse: radical business model innovation or incremental transformation? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(9), 52-77. www.emeraldgroupublishing.com/journal/ijeb
- Perri, L. (10 de agosto de 2022). *What's New in the 2022 Gartner Hype Cycle for Emerging Technologies*. Gartner. www.gartner.com/en/articles/what-s-new-in-the-2022-gartner-hype-cycle-for-emerging-technologies
- Saker, M., Frith, J. y Evans, L. (2022). *From Microverse to Metaverse: Modelling the Future through Today's Virtual Worlds*. Emerald Group Publishing, 2022
- Spangler, T. (2022, February 22). Streaming TV Timeline: When Did Each Service Launch? Variety. www.variety.com/lists/streaming-tv-timeline-service-launch-dates/
- Van Rijmenam, M. (2022). *Step into the Metaverse: How the Immersive Internet Will Unlock a Trillion-Dollar Social Economy*. Wiley, 2022
- Webster, J. G., & Ksiazek, T. B. (2019). *How Media Inform Democracy: A Comparative Approach*. Routledge.
- Wiles, J. (2022, October 21). *What is a Metaverse?* Gartner. www.gartner.com/en/articles/what-is-a-metaverse
- Woolgar, S. (2005). *Sociedad virtual: tecnología, "ciberbole" y realidad*. Editorial UOC

Silvia Cacho-Elizondo es directora y profesora del área de Comercialización en IPADE Business School.

José-Domingo Lázaro es consultor en estrategia, comercialización e innovación.



IPADE
BUSINESS SCHOOL
UNIVERSIDAD PANAMERICANA

ANTICIPA LA DECISIÓN. NO ESPERES A QUE EL ENTORNO CAMBIE

Únete a la comunidad de líderes que replantea el rumbo de sus empresas sin esperar a que el entorno lo haga por ellos.

Sé parte de este proceso que cambiará tu vida.

Luis Carbajo
Programa de
Alta Dirección
(AD-2) 2022



ipade.mx