

José Ramón Ubieto y Liliana Arroyo Moliner

¿BIENVENIDO METAVERSO?

*Presencia, cuerpo y avatares
en la era digital*



© José R. Ubieto y Liliana Arroyo Moliner, 2022

Diseño de cubierta: Juan Pablo Venditti

Derechos reservados para todas las ediciones en castellano

© Ned ediciones, 2022

Primera edición: septiembre, 2022

Preimpresión: Moelmo SCP
www.moelmo.com

ISBN: 978-84-18273-80-3
Depósito Legal: B 7831-2022

Impreso en Podiprint
Printed in Spain

La reproducción total o parcial de esta obra sin el consentimiento expreso de los titulares del *copyright* está prohibida al amparo de la legislación vigente.

Ned Ediciones
www.nedediciones.com

*A los futuros avatares que habitemos,
para que nunca olvidemos el valor de la presencia*

ÍNDICE

Agradecimientos.....	11
Introducción	13
La idolatría del yo	21
Las ilusiones del metaverso	51
El paradigma «neuro»: chips corporales.....	75
Capitalismo de vigilancia: ¿criptoencadenados?	89
La presencia atenta: cuerpos y atención	105
La conversación y los lazos sociales.....	123
El porvenir de la presencia: educación, trabajo y salud.....	139
Ideas fuerza y conclusiones	163
Bibliografía	171

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, queremos dar las gracias a todas las personas (amigos, colegas, familia y pacientes) con las que hemos tenido la oportunidad de compartir ideas, preocupaciones y reflexiones sobre los cambios a los que estamos asistiendo. Sus testimonios nos han resultado claves para formular las hipótesis de trabajo y entender un poco mejor el mundo en el que vivimos.

Agradecemos también al editor Alfredo Landman su confianza en nuestra propuesta y los medios que ha puesto a nuestra disposición para realizarla.

Finalmente, un agradecimiento muy especial para Lourdes Aramburu, Ramon Almirall, Albert Cañigueral, Jordi Jubany, Janira Planes, David Pino y Elisabet Rosselló, cuyas aportaciones y comentarios de lectura han sido muy importantes para la realización de este libro.

INTRODUCCIÓN

El verdadero problema de la humanidad es el siguiente: tenemos emociones del paleolítico, instituciones medievales y tecnología propia de un dios. Y eso es terriblemente peligroso.

EDWARD WILSON, entomólogo y biólogo

Los seres humanos, en su condición de seres hablantes y creadores de ficciones y utopías, siempre han ideado mundos mejores que los liberasen de las ataduras y miserias del suyo. Platón, a través del mito de la caverna, infundió en sus personajes la creencia de que aquello que observaban, en su oscuridad, era el mundo real, sin darse cuenta de que eran solo las apariencias de las sombras de los objetos que se reflejaban en su muro/pantalla. Ese metaverso particular les servía de refugio ante el mundo real, al que rechazaban ir, a pesar de los beneficios superiores que les esperaban. Christine de Pizan (1405) ideó *La ciudad de las damas*, regida por la igualdad, como un alegato y un universo alternativo al mundo misógino que proclamaban los sabios de la época. *Alicia en el país de las maravillas*, de Lewis Carroll; *Tlön, Uqbar, Orbis Tertius*, de Borges, y *Las Crónicas de Narnia*, de C. S. Lewis son otras ficciones literarias que atraviesan el espejo pantalla para ir, con sus avatares, más allá del universo real.

Tras la crisis y el declive de la ideología humanista, surgen las distopías que ponen de relieve las características de una sociedad marcada por las tres ces: complejidad, caos y contradicción, frente a las cuales solo cabe la imaginación y la invención. William Gibson, el primero en formular el término «cibespacio», publica en 1984 la novela *Neuromante*, donde definió la iconografía de la ciencia ficción moderna, anticipando un futuro intrigantemente

familiar en el que por primera vez se planteaba que buena parte de nuestra vida cotidiana transcurriría en el espacio inmaterial de la red. Neil Stephenson le sigue en 1992 con *Snow Crash*, la novela que ha dado lugar al término metaverso y en la que un futuro apocalíptico de sujetos precarios coexiste con un espacio más allá (Meta) del universo real donde habitan avatares con otros poderes. Estas distopías literarias se plantean como un simulador de escenarios adversos que hay que evitar. Junto a ellas se va desarrollando el transhumanismo, ideología que persigue la desintegración de la biología humana en aras de una vida digital en la nube, donde los humanos aumentados sueñan con la perfección para ir más allá y devenir transhumanos.

Fruto de estos antecedentes, surge Second Life (2003), la primera experiencia de una plataforma virtual que trata de recrear ese metaverso. Se constata, ya de entrada, que el fuego que alumbra e ilumina esta nueva pantalla es la magia del consumo, iniciada en los años sesenta en Estados Unidos y Europa occidental. Como describe Baudrillard (2009), los ciudadanos parecían indígenas, en sus cerradas islas, que veían caer una lluvia de objetos encantados desde el cielo. Para quienes moraban en el suelo, la explosión del consumo era un espectáculo, que tenía su principal medio en la pantalla de la televisión. La diferencia entre aquel primer experimento de Second Life y el metaverso actual reside en la aparición y la popularización de las criptomonedas. La posibilidad de generar valor e intercambiarlo virtualmente ha catapultado el interés de empresas de numerosos sectores en la generación de estos nuevos espacios virtuales e inmersivos.

Hoy, unas décadas después, y tras el encantamiento que estuvo en el impulso original del consumo de masas, llevamos varios lustros de cierta desilusión. Aquello mágico y extraordinario —estanterías repletas de objetos diversos— se ha convertido en cotidiano, especialmente para las generaciones que ya han nacido en la sociedad de la opulencia, como la denomina Galbraith. A esta maduración desencantada del consumo, los productores y las marcas han reaccionado inyectando continuas dosis de espectacularización del consumo. Se intenta convertirlo en un espectáculo, tanto cuando se proponen nuevas «experiencias de compra y de consumo» como cuando se convocan días especiales (Black Friday, Cyber Day, etcétera). Con la globalización y las lla-

madras de atención sobre el cambio climático, esta fuente de desencanto ha ido en aumento. De acuerdo con el principio de que el consumo genera víctimas, han sido las sucesivas crisis recientes las que han erigido un muro contra los encantos del consumo. A la crisis económica del 2008 le sucedió la pandémica y, ahora, la crisis de suministros, por efecto tanto de la propia pandemia como del emergente mapa geopolítico. Las luces del metaverso permiten recuperar cierto encanto, si bien, hasta la fecha, lo único que tenemos es un mixto entre la simulación (ya operativa en los videojuegos) y algunas chispas de realidad aumentada.

No cabe la menor duda de que estas novedades virtuales han cambiado ya —y lo harán mucho más— el significado y el valor de la presencia, tal como la hemos conocido en el mundo predigital. El pasado 19 de marzo la diseñadora e investigadora brasileña Rita Wu se casó con el también brasileño André Mertens, especialista en innovación digital en su país. Fue la primera boda en el metaverso (Decentraland). Los invitados recibieron, como recuerdo, unos NFT (tokens no fungibles), y todos ellos, incluidos los novios, bailaron y bebieron solos en su casa, cada uno en su ordenador, con los visores de realidad virtual. Al estar registrada en forma de un contrato inteligente (*smart contract*, basado en tecnología blockchain), la boda tiene plena validez legal, como si hubiera sucedido en un juzgado físico. La revista de ámbito mundial *Elle*, nacida en 1945, ha creado el proyecto «Belleza en el metaverso», de la mano de la agencia de modelos The Digitals, y ya ha publicado una portada, protagonizada por dos modelos digitales: Shudu y Dagny. La primera de las dos (@shudu.gram) tiene incluso su propio perfil en Instagram, donde se la define como «la primera supermodelo digital» y cuenta con más de 230.000 seguidores, que van en aumento. Sigue la estela de la primera influencer digital, creada por una agencia de Los Ángeles, Miquela (@lilmiquela en Instagram, con tres millones de seguidores).

La lista de novedades es larga; todas muestran que ya no podemos considerar esos universos paralelos como distantes y separados. Nos conviene más pensar en ellos con la ayuda de la banda de Möbius, esa superficie con una sola cara y un solo borde, de tal manera que uno comienza a pasear por el exterior y sin darse cuenta termina en el interior. Muchos artistas, como Escher,

la han usado y explorado en sus creaciones. Incluso Mark Zuckerberg ha hecho una versión propia (logo del infinito) para su renombrada compañía Meta, en el momento de impulsar su proyecto del metaverso y atajar algunas dudas sobre la reputación de su imperio, tras las filtraciones de documentación interna comprometedoras de la mano de la alertadora Frances Haughen.

Lo que viene aportará avances que debemos acoger; lo virtual ofrecerá a muchas personas, especialmente a aquellas que se enfrentan a una soledad no deseada (por edad, enfermedad u otras vulnerabilidades), algunas nuevas formas de la presencia que alivien parte de su malestar. Laika, por ejemplo, es un prototipo de perro digital que actualmente está en fase de pruebas, utiliza comandos de voz basados en IA (inteligencia artificial) y es capaz de escuchar a los usuarios, pero no los puede ver y, por el momento, no tiene habilitada la detección de emociones y gestos. La compañía que los fabrica promete interacciones realistas mediante la comunicación para que en el futuro se le puedan añadir otras características visuales y táctiles. Además, cada perro contará con unas características físicas y psicológicas individuales, diferenciadas mediante colores, marcas, pelaje y otros rasgos de su personalidad. Cada uno de estos perros revelará, asimismo, diversos niveles de inteligencia, alegría, curiosidad, amabilidad, adaptabilidad, afecto y energía.¹ Se une a otros muchos ingenios de la robótica social asistencial, cada vez más presentes en nuestra vida y de los que hablaremos más adelante.

La educación, el trabajo, la salud, la creación artística, los lazos sociales, la investigación, la sexualidad... Todo ello se está ya modificando y diversificando con nuevas formas de hacernos presentes, y algunas, qué duda cabe, son esperanzadoras porque nos acercan y nos libran de ciertas ataduras y de rutinas obsoletas. Podemos conciliar mejor nuestra vida laboral y personal; avanzar en prácticas colaborativas, antes impensables; mejorar los aprendizajes gracias a las simulaciones virtuales; iniciar nuevos lazos en un mundo donde los encuentros espontáneos no son fáciles, o asegurar algunos cuidados asistenciales más continuados.

1. The Digital Pets Company: Virtual Dogs for the Metaverse.

Como ocurre en cada nueva disrupción tecnológica, esos avances también se acompañan de algunos riesgos, que no podemos pasar por alto y sobre los que nos conviene mantener una mirada abierta y crítica para ir configurando esa transformación de manera colectiva y no dejarla en manos de intereses meramente lucrativos, cuyo fin —como ya hemos tenido múltiples ocasiones de verificar— es el negocio y no el bien común, dos objetivos incompatibles ante la ausencia de criterios éticos y sociales ajustados. Como escribió el filósofo Paul Virilio, quien inventa el avión inventa también el accidente de avión.

La ilusión de sustituir nuestro mundo real por el metaverso es eso: una ilusión que, sin duda, mueve montañas financieras (en la actualidad, todas las grandes empresas invierten en esos proyectos) y genera enormes expectativas entre sus potenciales usuarios (ya se calcula que en 2026 todos pasaremos al menos una hora en el metaverso). Pero, al mismo tiempo, surgen también las decepciones y los interrogantes: ¿realmente preferiremos tener un encuentro online con los avatares de nuestros amigos en lugar de pasar el rato con ellos personalmente en un bar? ¿Preferiremos ver una imagen gigante de nuestro artista favorito en la pantalla que verlo en vivo en un concierto? ¿Qué ocurrirá con aquellos colectivos que todavía no tienen acceso a conexión o a dispositivos con suficiente capacidad para hacer una simple videollamada? ¿Cómo afectará la brecha entre quienes pueden escapar a ese metaverso y los que no? De momento, esta nueva forma de presencia inmersiva tiene un target selectivo: se dirige principalmente a los hombres (64%), a las grandes marcas (60%) y a las generaciones Z (56%) y Millennial (52%), todos ellos segmentos entusiastas de lo digital. Para el resto, el entusiasmo es inexistente o desconocido, ya que, hoy por hoy, el metaverso no deja de ser una extensión de lo que han estado haciendo los videojuegos, y es poco probable que la gente quiera realizar digitalmente todas sus tareas diarias habituales.

Junto a este nuevo universo virtual (RV: realidad virtual), constatamos también avances en las neurociencias —con sus chips corporales— y en la inteligencia artificial (IA) que nos prometen cuidarnos y prevenir las contingencias del futuro. Así, en esta lógica algorítmica, la vida puede llegar a

plantearse como una resolución racional y lógica de problemas, aumentando (RA: realidad aumentada) nuestras capacidades y extendiendo (RE: realidad extendida) nuestro potencial como seres humanos e híbridos, incluso más allá de la vida biológica. Hoy ya es posible que un avatar prolongue nuestra existencia una vez muertos. Esta otra versión de ti puede encarnarse en un avatar y hacerse presente evolucionando junto con la tecnología de IA por tiempo ilimitado. «Digamos que mueres o que alguien muere —explica el promotor de Life Forever—. Con la misma cantidad de datos que recopilamos sobre ti, con la progresión de la IA, podemos recrearte cada vez mejor con el tiempo». A principios de 2021, Microsoft ya registró una patente para crear un chatbot a partir de conversaciones, vídeos y otros elementos de la huella digital de cualquier persona, viva o fallecida. Se generó un intenso debate acerca de la aceptabilidad de poder «conversar» con personas cuya presencia física había perecido.

Sabemos que toda nueva tecnología incluye una parte destructiva y una ausencia de rumbo que, con el tiempo y con los ajustes necesarios, se reequilibra. En palabras del arqueólogo y experto en transformación digital Genís Roca, cualquier revolución tecnológica requiere de un movimiento social que la corrija. Pasó primero con la escritura, alterando la memoria oral vigente hasta el momento. Platón, en el diálogo *Fedro*, alertaba de que la escritura iba a reducir el saber de la civilización, hasta entonces ligado a la transmisión oral. Cualquier juicio moral sobre una nueva tecnología recubre, por tanto, el hecho de que nosotros no estamos ya en esa novedad, que ese no es ya nuestro modo de goce antiguo. La llamada brecha digital no solo es una cuestión de edad o de desigualdad social —que también—, sino que implica una transformación del modo de goce vinculado siempre al objeto tecnológico, sea cual sea. Cabe diferenciar la brecha de acceso (a dispositivos y/o conectividad) de la brecha de aprovechamiento, que plantea la capacidad individual para usar las herramientas digitales a conveniencia y con conocimiento de causa.

Para los más jóvenes, esta nueva realidad virtual es una extensión del mundo analógico en el que pasan horas, se entretienen, pero también viven su vida, hacen sus preguntas, buscan su inscripción digital para sentirse acom-

pañados.² Habitan tanto los espacios presenciales como los digitales sin contraponer lo real a lo virtual. No se trata, por tanto, de satanizar las novedades, sino de seguir a Heidegger (1994), que nos orienta bien con su concepto de serenidad (*Gelassenheit*) para posicionarnos frente a las novedades tecnológicas. Cuando analiza el mundo técnico, de manera crítica, constata sus virtudes y sus límites. Propone entonces una fórmula que incluye el sí y el no al mismo tiempo. No se trata, dice, de rechazar el entonces radiante progreso científico, sino de «dar el sí a la ineludible utilización de los objetos técnicos, y podemos a la vez decir no en cuanto les prohibimos que exclusivamente nos planteen exigencias, nos deformen, nos confundan y por último nos devasten». Añade, además, que la serenidad ante las cosas acompaña a la apertura al misterio, virtudes que solo podrían surgir de «un pensamiento asiduo y vigoroso», capaz de abrir nuevos horizontes al ser. Aceptar las novedades, pero sin renunciar a nuestros principios: sea la privacidad, el respeto o el gusto por la curiosidad y la sorpresa o el encuentro cara a cara.

Esta conversación que hemos mantenido trata de analizar cómo estas nuevas propuestas digitales afectan a la presencia y cómo a su vez las nuevas formas de la presencia digital dan un nuevo valor a la analógica, inventando una fórmula híbrida, entre la presencia y lo virtual, que nos acompañará en las próximas décadas y cuyo porvenir, como decía el escritor Eduardo Galeano, «es posible imaginarlo y no solo aceptarlo».

2. I. Megías, J. C. Ballesteros y E. Rodríguez (2022), *Entre la añoranza y la incompreensión. La adolescencia del siglo XXI desde las percepciones del mundo adulto*, Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación FAD Juventud, Madrid. Disponible en Internet.