EL MERCURIO
innovación

Fecha: 26/06/2025 Audiencia: 320.543 Sección: PORTADA
Vpe: $18.442.944 Tirada: 126.654 Frecuencia: 0
Vpe pág: $18.442.944 Difusión: 126.654
Vpe portada: $18.442.944 Ocupación: 100%

EL MERCURIO
innovación 342

SANTIAGO DE CHILE | 26 | 6 | 2025
Mail: innovacion@mercurio.cl
Instagram: @innovacion_elmercurio
Linkedin: Innovación El Mercurio

Una economista lanza un emprendimiento que busca preservar la **leche materna y maximizar su uso.** i2

Talento de exportación: escolares chilenos se lucen en torneos internacionales de robótica. i4

LO QUE CHILE PUEDE APRENDER DE ESTONIA E IRLANDA, LOS PAÍSES OCDE CON MÁS "UNICORNIOS" PER CÁPITA. i6

COMENZÓ A POPULARIZARSE TRAS EL CAMBIO DE NOMBRE DE FACEBOOK A META:

¿Qué pasó con el metaverso tras el *boom* de 2021 y 2022? Cinco miradas analizan el panorama y qué quedó de ese impulso

Si bien pareciera que el concepto ha quedado en segundo plano, este entorno digital inmersivo en el cual las personas interactúan mediante avatares en tiempo real, sigue sumando iniciativas. Educación y salud son áreas donde estaría siendo más valioso. SOFÍA MALUENDA

Fue el concepto de moda. Tras el anuncio de Facebook, que dio a conocer que cambiaba su nombre Meta a fines de 2021, plataformas virtuales, marcas y tecnológicas corrieron a subirse al metaverso, este entorno digital inmersivo que se introdujo en la portada de diarios y en las estrategias de diferentes empresas. Incluso Innovación de "El Mercurio" realizó la primera entrevista desde este entorno digital a mediados del año siguiente, de la mano de la *startup* Minverso, cuyo CEO, Rodrigo González, vuelve a definir para esta nota lo que es el metaverso.

"Para nosotros, es una instancia virtual donde se logra reflejar el comportamiento humano. Para esto, naturalmente, uno usa en este minuto gafas de realidad virtual. La persona se puede inmersar a un espacio y vivirlo de forma muy similar a cómo lo haríamos de forma natural. En este caso, en espacios digitales donde las personas se inmersan y además tienen la posibilidad de relacionarse con otras, que eso también es muy importante. Inmerso en este espacio, uno pasa a ser un avatar y se puede encontrar con otros avatares que pueden estar en cualquier parte del mundo y se genera un relacionamiento dentro de estos espacios", explica González.

Pese a la exaltación en torno a este concepto hace cuatro años, pareciera que es uno que se ha dejado de lado por otros que han entrado más en la discusión pública, como la inteligencia artificial. ¿Perdió su atractivo inicial?

"Yo creo que la expectativa era que fuese un cambio más a corto plazo, y eso es lo que no se dio. Entonces ahí se introdujo el concepto de inteligencia artificial y, efectivamente, el metaverso como concepto propiamente tal, tecnológico, creo que pasó a segundo plano, pero es la base, porque no es un cambio de la noche a la mañana, sino que efectivamente requiere habilitadores tecnológicos, como disponer de un visor de realidad virtual, que no toda la gente tiene en su casa, muy pocos tienen", opina González y cree que, con el actual revuelo de la inteligencia artificial, el metaverso se potencia en cuanto a la generación de contenido, al volverlo mucho más instantáneo. "Pero, efectivamente, es algo que está por darse y creo que tiene mucho sentido refugiarse hoy día en casos prácticos, donde esto agrega un valor concreto", analiza.

"EL CONCEPTO DE METAVERSO HA IDO QUEDÁNDOSE ATRÁS, **MAS NO ASÍ SU DESARROLLO"**

MetaJungle plus es una empresa que nació hace unos tres años, justo con el *boom* de lo que en ese momento se llamaba metaverso, cuenta su CEO, Claudio Guti. "Todo esto nace con Meta, y Meta fue introduciendo *hardware*, estos lentes virtuales, y junto con ello, experiencias que se iban desarrollando a nivel de juego y otro tipo de experiencias. A partir de ese lanzamiento, fue que decido formar una compañía para aprender, para innovar, para investigar en torno a lo que es este tema del metaverso como concepto inicial", detalla.

"La verdad es que hoy día, hablar de metaverso es casi como pasado de moda. Con la introducción de la inteligencia artificial, que ha sido impresionante, el concepto de metaverso ha ido quedándose atrás, mas no así su desarrollo. Y por lo tanto, hoy día, nosotros ñ hace ya más de un año que dejamos de hablar de metaverso, y hoy día de lo que hablamos es de experiencias inmersivas", explica.

"Es decir, lo que hoy día desarrollamos son experiencias para una audiencia específica, con un objetivo específico, en la cual esa experiencia es inmersiva e interactiva, en la cual tú puedes estar dentro de ese mundo, puedes interactuar con otras personas o con otros compañeros de trabajo, colegas, etc. Puedes ser parte de un grupo para capacitarte en algún aspecto técnico o profesional, etc.", relata. De hecho, cuenta, una de las verticales donde tienen mayor demanda para desarrollar proyectos, tiene que ver con capacitación, donde han trabajado de la mano de grandes empresas.

Ahora, uno de sus lanzamientos más recientes tiene que ver con una solución tecnológica que permite realizar primeras consultas con especialistas, sin que el médico tratante se encuentre en el mismo centro de salud.

"YA NO LO VEMOS COMO UNA GRAN PROMESA FUTURA, SINO COMO UNA HERRAMIENTA PEDAGÓGICA CON UN ROL BIEN DEFINIDO"

En Duoc UC comenzaron a explorar el metaverso a mediados de 2022, en un contexto donde el concepto ya había tenido un fuerte impulso global. "Quisimos ir más allá de la tendencia y preguntarnos: ¿cómo podría realmente aportar al aprendizaje técnico de nuestros estudiantes? Vimos una oportunidad clara para acercar experiencias formativas que, por su complejidad, costo o riesgo, eran difíciles de replicar en un aula tradicional", cuenta Deninson Rangel, jefe de Proyectos de Tecnologías Educativas de Duoc UC.

El proyecto más avanzado, cuenta, es el metaverso de la carrera de Ingeniería en Mecánica Automotriz, específicamente en la asignatura Electricidad Automotriz. "Creamos un entorno inmersivo donde los estudiantes pueden interactuar con componentes eléctricos reales de un vehículo en una simulación 3D de alta fidelidad", asegura Rangel.

Esperaban que el metaverso pudiera ofrecer una forma distinta y significativa de aprender, especialmente en áreas donde la práctica es clave. "Nuestras expectativas no eran convertirlo en una solución masiva o generalizada, sino encontrar los espacios donde realmente pudiera marcar la diferencia. Y en ese sentido, sí se han cumplido: los estudiantes valoran la posibilidad de 'ver por dentro' sistemas que normalmente no están disponibles, y los docentes han comenzado a integrar esta herramienta como un recurso complementario al taller tradicional", reflexiona.

"Ya no lo vemos como una gran promesa futura, sino como una herramienta pedagógica con un rol bien definido en ciertas asignaturas o entornos de aprendizaje. No buscamos que esté en todos los cursos, sino en aquellos donde pueda aportar un valor claro y medible", afirma.

"NO ES UN CAMBIO DE **LA NOCHE A LA MAÑANA"**

Minverso es un metaverso minero. "Nosotros recreamos escenarios reales de la operación de la mina, salas técnicas, industriales, el rajo propiamente tal, y los trabajadores se inmersan a este espacio y se capacitan. Y es una capacitación mucho más profunda que una de PowerPoint, porque ellos logran vivirlo en primera persona", explica su CEO, Rodrigo González.

Sobre si acaso el metaverso fue sobredimensionado o "inflado", en su momento, González cree que no se entendió como el plano general, en el sentido de que no es un cambio de la noche a la mañana. "No es como una versión nueva del iPhone o un *software* de escritorio más, sino que es un cambio revolucionario en el sentido de que cambia la forma en cual nosotros nos relacionamos con la computación", advierte.

"Yo creo que sigue siendo una promesa a la cual no se ha renunciado y esto yo creo que lo avalan principalmente los *players* más grandes a nivel tecnológico, que han seguido este camino que partió en este caso Meta, cambiando el nombre de Facebook en 2021; lo continuó Apple sacando un *device* específico para esto hace un año, y hoy en día también lo respalda Google, con una alianza con Samsung también generando un *hit*. La promesa, en este caso, o la evolución de superar las pantallas sigue siendo el gran desafío para los gigantes tecnológicos y están todos en esta carrera, naturalmente", reflexiona.

"TENÍA MUY BUENAS INTENCIONES, PERO **FUE MUY MAL IMPLEMENTADO"**

FF Studios es una empresa de desarrollo de videojuegos y experiencias digitales que trabajan distintos proyectos, cuyo fundador y director, Ricardo Flores, aterriza el concepto, que tiene mucho que ver con la industria de videojuegos. "El metaverso es la forma más simple de gamificación", aclara rápidamente. "Lo que busca el metaverso, en verdad, es generar un ambiente virtual donde la gente pueda compartir experiencias", dice.

"El tema es que si las empresas buscan entrar al metaverso de lleno, lo que tienen que generar es un ambiente donde la gente encuentre valor y se sientan identificadas con lo que ofrece el servicio", advierte.

"Si bien nosotros no actuamos directamente con el metaverso como tal, sí trabajamos en gamificación y nuestra experiencia más directa con ello, es sobre todo cómo vimos el auge de una tecnología que tenía muy buenas intenciones, pero que fue muy mal implementada, producto de que no se entendía muy bien cómo implementarla para poder generar simpatía y conexión con las personas a las cuales estaban apuntando", dice.

"Como tal, es muy difícil que desaparezca, porque a la gente le gusta poder ser más de lo que ya es en el mundo real, con solo un par de clics. Y el internet te da un poco esa posibilidad en un juego", sostiene Flores.

"HOY ES UNA HERRAMIENTA ENFOCADA EN USOS ESPECÍFICOS, PERO ESOS USOS **SE HAN IDO AMPLIANDO CONSTANTEMENTE"**

Jorge Gómez, académico de la Facultad de Ingeniería y Ciencias Aplicadas de la Universidad de los Andes, dice: "Me parece que hoy es una herramienta enfocada en usos específicos, pero esos usos se han ido ampliando constantemente. Por ejemplo, el caso de Meta Quest en aplicaciones de *fitness*, como Supernatural, era difícil de anticipar y, sin embargo, se ha convertido en una de las funciones más populares. Esto demuestra que no se trata solo del 'metaverso' como una idea abstracta, sino de experiencias concretas que responden a necesidades reales. Cada vez surgen más aplicaciones útiles, lo que sugiere que la tecnología sigue evolucionando más allá de la visión inicial".