

FACEBOOK AHORA ES META

James Muldoon

Traducción de Edith Verónica Luna

Te conectas y eres arrastrado a un bar virtual para escuchar los chistes de tu jefe. Mientras tanto, una empresa inmobiliaria del metaverso vende propiedades sobrevaloradas en un Londres también virtual y los jugadores compiten por tokens no fungibles.¹ Bienvenidos al Zuckerverso, un lugar al que nadie pidió ir, pero en el que pronto todos pasaremos mucho tiempo.

El jueves 28 de octubre de 2021 Facebook cambió su nombre por el de *Meta*, como parte de una transformación más amplia hacia el llamado “metaverso”, una red de experiencias interconectadas a las que se accede a través de gafas de realidad virtual (RV) y de dispositivos de realidad aumentada (RA). En palabras del propio Zuckerberg, “puedes pensar en el metaverso como un internet encarnado, en el que en lugar de limitarte a ver contenidos, eres parte de ellos”. Los ejemplos más inmediatos de su puesta en práctica son las reuniones en oficinas virtuales con lentes de RV, los juegos en un universo virtual en expansión y el acceso a una esfera digital por encima del mundo real a través de la RA.

Como propietaria de Facebook, Instagram, WhatsApp y la empresa de realidad virtual Oculus, la corporación ahora conocida como Meta planea crear un mundo interconectado en el que nuestro trabajo, vida y ocio tengan lugar en su infraestructura, monetizando todos los

¹ Un token (o un vale) no fungible es una unidad de valor criptográfico que representa algo único, indivisible e intransferible que no puede intercambiarse. [N. de la E.]

◀ Cartel de la serie *Black Mirror* de Charlie Brooker, 2016



aspectos de nuestras existencias. Por el momento, esto sigue siendo una fantasía. No obstante, es la fantasía de uno de los hombres más poderosos del mundo, y por eso merece nuestra atención.

En un destacado ensayo, el inversionista de riesgo Matthew Ball escribió algo que suena un poco espeluznante:

El Metaverso será un lugar en el que se construyan imperios a medida y se invierta en ellos, y en el que estas empresas abundantemente capitalizadas puedan tener el control completo de un cliente, controlar las interfaces de programación de aplicaciones (APIs)/datos, la economía unitaria, etcétera.

Meta espera que, a partir de su fama, otros se animen a seguir desarrollando el proyecto. Es como construir una oficina de correos y una tienda y decir que eso constituye una ciudad. La esperanza es conseguir que un número suficiente de empresas se sumen a su proyecto para que, muy pronto, todos lo utilicemos, nos guste o no.

TU VIDA COMO UN SERVICIO

Las plataformas digitales crean un entorno en el que nuestro trabajo, nuestra vida social y nuestro entretenimiento se desarrollan cada vez más en contextos digitales preparados para la monetización. La idea subyacente del metaverso es ampliar su horizonte de apropiación a todos los aspectos de nuestra existencia. Meta quiere pasar de ser una mera red social global a convertirse en la infraestructura digital de la vida cotidiana.

En 2005 Zuckerberg imaginó Facebook como “un directorio en línea” que podía utilizarse “para buscar gente y encontrar informa-

ción sobre las personas”. En esencia, Facebook era una base de datos que podías consultar para obtener información; sin embargo, la empresa también ha declarado perseguir una misión social, que supuestamente tiene que ver con la transparencia: Zuckerberg vaticinó de qué manera “todo el acceso añadido a la información y el intercambio inevitablemente cambiaría elementos globales a gran escala”.

En los años siguientes, Facebook dejó de presentarse como una herramienta digital para convertirse en un medio en el que las personas se conectan, comparten experiencias y se reúnen. Tras las revueltas políticas de 2016, Zuckerberg empezó a hablar de Facebook en términos epocales, como si proporcionara la infraestructura de comunicación global para un proceso histórico mundial:

Esta es la lucha de nuestro tiempo. Las fuerzas de la libertad, la apertura y la comunidad global contra las fuerzas del autoritarismo, el aislamiento y el nacionalismo.

El 22 de junio de 2017, en la Primera Cumbre de Comunidades de Facebook, Zuckerberg anunció un cambio en la declaración de principios de Facebook: de conectar a las personas, el objetivo se modificó al de construir una comunidad global. Su salto hacia el metaverso es el siguiente paso lógico en este proyecto. En aquella ocasión, Zuckerberg habló de proporcionar la infraestructura digital de la vida social del siglo XXI a través de los grupos de Facebook. Esta vez, Meta quiere adelantarse a sus rivales en el dominio de la próxima generación de infraestructuras para el internet encarnado.

El objetivo final de Meta es que deje de ser un servicio que utilizas, para convertirse en la infraestructura en la que vives.

EL NEGOCIO DE LA CONSTRUCCIÓN DEL MUNDO

Como el aire que respiras, Meta quiere convertirse en el medio imperceptible que impregne toda tu existencia. Ya no será una decisión que tomes, sino el espacio en el que las opciones sean puestas a tu disposición. En otras palabras, no es la empresa que patrocina el evento, sino el estadio en el que se celebra. La idea es que Meta sea una corporación a car-

quitectura digital de los mundos virtuales. Incluso las plataformas digitales actuales son entornos sociales y económicos complejos que se han desarrollado gracias a décadas de investigación en psicología social; sin embargo, en estos nuevos mundos los barones de la tecnología establecerán las reglas y crearán vastos sistemas para orillar a los usuarios hacia un comportamiento rentable para la empresa.

La idea de que las plataformas son intermediarios neutrales que facilitan las interacciones siempre ha sido engañosa.

go de un próspero ecosistema de productos y servicios interconectados, todo integrado imperceptiblemente en un mundo híbrido capaz de extraer beneficios en cada punto del sistema sin esfuerzo alguno.

Podrás jugar, descargar contenidos y contratar servicios, y todo se deducirá de tu cuenta de manera automática. Los productos bancarios y de inversión se integrarán en el metaverso para que una parte de tu salario se transfiriera en automático a la moneda de este universo.

Empresas de todo tipo competirán por fracciones de este mundo en el que habrá un incentivo aún mayor para establecer monopolios verticales y horizontales. Las empresas pondrán barreras a los servicios interoperables, y a los clientes les resultará más cómodo permanecer en un jardín amurallado donde todo sea transferible y esté conectado.

La idea de que las plataformas son intermediarios neutrales que facilitan las interacciones siempre ha sido engañosa, pero ahora, incluso esta pretensión será cosa del pasado, ya que las empresas del metaverso desempeñarán un papel más activo en el diseño de la ar-

EL CAPITALISMO DEL METAVERSO

Los negocios más lucrativos del capitalismo digital son en esencia empresas de publicidad. Apple todavía se sale con la suya vendiendo productos de consumo de alta gama, pero el modelo de negocio del capitalismo de vigilancia de Google y Facebook buscó ofrecerle al usuario servicios gratuitos a cambio de sus datos, que luego serían analizados y vendidos.

El capitalismo del metaverso hará que las grandes empresas tecnológicas se vuelquen sobre los equipos y la infraestructura, ya que tener el marco de referencia en el que se puedan ofrecer otros servicios se volverá más valioso. No se trata solo de recopilar datos, sino de poseer los servidores y los mundos digitales. Ya hemos visto que las grandes empresas tecnológicas empiezan a gastar a lo grande en cables de internet submarinos y centros de datos para reducir los costos de transportar información. Alphabet y Amazon han gastado cerca de 100 mil millones de dólares en infraestructuras y otros activos de valor fijo. La idea de las empresas tecnológicas como modelos de negocio que siguen los pasos de Nike



Fotograma de la película *Ready Player One* de Steven Spielberg, 2018

y otras grandes empresas de subcontratación se está volviendo cada vez más obsoleta.

Un segundo cambio fundamental es la diversificación de las fuentes de ingresos y la descentralización del papel de los datos y la publicidad. En el primer trimestre de 2021, el 97.2 por ciento de los ingresos totales de Facebook se generaron a través de su negocio publicitario. El metaverso presenta una variedad más amplia de fuentes de ingresos: desde los equipos en los que opera hasta los juegos, servicios y contenidos en ellos. El metaverso puede empezar a ofrecer catálogos por suscripción, vender propiedades y experiencias virtuales, y cobrar a otras empresas por el acceso a su universo. El embudo de datos-para-publicidad seguirá existiendo, pero formará parte de una cartera más amplia de activos.

Las empresas de plataformas que han ofrecido un único servicio ahora serán más propensas a ramificarse para ofrecer una gama

de servicios dentro de un mundo conectado. Queda pendiente ver cómo se repartirá el metaverso entre las empresas tecnológicas que compiten entre sí. Es difícil imaginar que Meta esté dispuesta a dejar que sus competidores se instalen en su parte del metaverso o a competir con ellos en igualdad de condiciones, pero es probable que otros estén dispuestos a invertir si hay indicios de que los equipos empiezan a ser rentables.

Las grandes inversiones en tecnología de RV y RA también crearán una mayor necesidad de *microtrabajadores* precarizados y mal pagados para entrenar algoritmos. El motor del metaverso será el mundo físico y muy real de la explotación laboral, principalmente de los trabajadores del sur global. **U**

Selección de un texto publicado originalmente el 28 de octubre de 2021 en *Jacobin*, un medio socialista ubicado en Nueva York. Disponible en <https://jacobinmag.com/2021/10/mark-zuckerberg-meta-facebook-rebrand-metaverse>