

Cuestiones sobre el automóvil y el metaverso

23/11/2023 Si efectivamente se crea un entorno digital permanente para que las personas interactúen, el llamado metaverso, cabe plantearse qué efectos puede tener en la industria del automóvil.

Existe la posibilidad de que, en el futuro, las personas pasen una parte de su vida en el metaverso. Equipadas con gafas y la tecnología apropiada, podrían vivir en mundos virtuales como avatares, relacionándose con otras personas. El metaverso abre posibilidades totalmente nuevas a las marcas; por ejemplo, vender versiones digitales de productos exclusivos en tiendas virtuales. Los usuarios en el metaverso podrían ataviarse con sofisticados bolsos, elegantes relojes o las últimas zapatillas deportivas para impresionar a sus amigos avatares.

Además, en el futuro, se podrían realizar allí actividades que sí tendrían conexión con el mundo real, como el desarrollo automovilístico. El fabricante estadounidense de chips Nvidia, por ejemplo, está impulsando su propio metaverso bajo el nombre de Omniverse. Permitirá crear versiones digitales de fábricas, entrenar robots en entornos simulados y, en tiempo real, establecer colaboraciones entre

profesionales de distintos lugares. Incluso se podría llevar a cabo, total o parcialmente, el desarrollo de vehículos.

Departamentos virtuales de desarrollo para futuras innovaciones

Los diseñadores de interiores, por ejemplo, tendrían a su alcance concebir y probar distintas variantes del interior en un vehículo virtual. Los clientes potenciales podrían expresar su opinión sobre estas ideas mucho antes de que se inicie la producción. Se podría ir más allá: el desarrollo de vehículos podría transferirse íntegramente a un equipo de robots digitales que trabajaran en departamentos de desarrollo virtuales que, a largo plazo, generarían innovaciones para los vehículos. Una cosa es segura: el desarrollo en el metaverso siempre requerirá versiones digitales detalladas que puedan utilizarse, entre otras cosas, para realizar pruebas en entornos simulados.

Con el fin de elaborar esos entornos para probar funciones altamente automatizadas, Porsche Engineering dispone de tecnologías y modelos que pueden utilizarse para enriquecer el metaverso con situaciones reales. Estos modelos también podrían aplicarse para dar paseos virtuales en el metaverso, por ejemplo, en un deportivo que los avatares de los clientes podrían comprar en el concesionario simulado. Gracias a la tecnología *blockchain* , los vehículos serían *tokens* no fungibles (NFT) tan exclusivos como sus homólogos del mundo real. Dentro de unos años, los aficionados de Porsche podrían juntarse virtualmente en reuniones tipo "Cars & Coffee" para admirar sus respectivos deportivos digitales y relacionarse entre sí.

Hasta qué punto es posible

La implantación de este universo simulado dependerá de lo bien que se adapten los consumidores a él. A pesar de su fidelidad a la realidad, los entornos virtuales son siempre modelos y responden a preguntas planteadas de antemano. Las experiencias dinámicas, físicas y reales son diferentes. Sin embargo, la diversión que puede experimentarse en un entorno virtual podría ser ciertamente real.

Información

Artículo publicado en el número 2/2023 de la revista Porsche Engineering Magazine.

Texto: Christian Buck
Ilustración: Julien Pacaud

Copyright: las imágenes y el sonido aquí publicados tienen copyright de Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, Alemania, u otras personas. No se debe reproducir total o parcialmente sin autorización escrita de Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG. Por favor, contacte con newsroom@porsche.com para más información.

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es/2023/tecnologia/pla-es-porsche-engineering-preguntas-metaverso-coches-34490.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/92fa6a24-5211-47ba-9b26-ec55214ae0bd.zip

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart