



Garazi Goia - @GaraziGoia
Idazlea

Metabertsoa, zer?

Azken hiru hilabeteetan, borborrean egon da Netflixek jasan duen beherakada, udaberrian 200 mila harpidedun galdu zituela esan zenetik, burtsan balioa %70 jaitsi da eta ziurgabetasun handia piztu zuen negozioaren etorkizunean. Covid-ak distortsionatu zituen hainbat emaitza eta espektatiba, baina hura atzean utzi dugunean, errealitateak gogor jo du eta denok iragarpen berri baten zain gaude. Izan ere, *streaming* zerbitzuen negozio modeloa nahiko sinplea da, eta irabaziak igotzeko bi modu daude: hileroko harpidetzaren prezioa igo edo harpidedun kopurua handitu beste lurralde batzuetan zerbitzua eskuragai jarritz. Gainerakoan, kostuak nahiko fin-koak dira eta negozioan ez daude aldagarri gehiegi.

Duela hamabi urte hasi eta lehenengoa izateak ematen zion abantailarekin, estrategia eraginkor eta azkar batean oinarrituz, arrakasta izan zuen Netflixek bai mundu osoan zehar zabalduz eta bai urtero prezioa igoz. Baina, Disney+, Paramount+ eta beste konpetentzia azaldu den heinean, haiek ere ekuazio sinple berdinari heltzen diotela, jende multzo berdina gehiagoren artean banatu behar da; hainbeste fragmentazioaren artean, prezioa igotzea estrategia arriskutsua da –hainbeste aukera dagoenez, harpidetza etetea inoiz baino errazagoa da–. Eta, galtzen den harpidedun bakoitza berriro ere bueltan ekartzea oso zaila da. Are gehiago, inflazioaren gorakadak izango duen eraginak oraindik kezka handiagoa sortu du eta ez dago arriskuak hartzeko lekurik.

Tamalez, *streaming* gerra horien erdian, behin barruan zaudela ez dago ir-

tenbide askorik; jarraitu egin behar da lasterketa (edo maratoi) horretan eta nork daki hemendik bost urtera ikus-entzunezkoen ekosistema zein izango den. Duela bost urte ez genekien orain gauden egoera honetan egongo ginenik.

Besteak beste, Netflixi buruz hitz egiteko geldituta nengoen ezaguna den analista batekin. Londresko Mayfair auzoko hotel bateko lobbyan zain nengoela, Audrey Hepburnek «Roman Holiday» filmaren grabaketa bukatu ostean hotel hartan bertan egin zioten ongietorri festaren argazki bat ikusi dut paretan. Hari begira nengoela, sarrerako gizonak esan dit: «Laster bihurtuko dute hori NFT batean». “Non-Fungible Token”-ei buruz ari zen, alegia, Hep-

burni buruzko oroimene-tan gordetzen den momentu ikoniko haren digitalizazioa eta jabetza-ren interpretazio berria, Metabertsoan edo dena delako unibertso paralelo birtual horretan. Denon ahotan dabil Metabertsoa egunotan, hitz egiten du-dan ikus-entzunezko en-presa guztien dilema da: noiz jakin dezaket beran-duegi den Metabertsoan parte hartzeko? Ez dira parte-hartze esperimenta-laz ari, irabazteko aukerak mantentzeko inbertsioak egin behar dira, Netflixek duela hamabi urte egin zuen bezala.

Inteligentzia artifiziala-rekin egindako avatar bat, Leon izenekoak, aurkeztu dute Publicis agentziako metabertsoaren zuzendari moduan; Parisen egin den konferentzia batean, jendeak galderak egin ziezaz-kikeen eta LinkedIn sare sozialean bere profila sor-tu diote. Nola jakingo du-gu ziurtasunez nora goa-zen, horrelako ezusteko xaloekin? •



Denon ahotan dabil Metabertsoa egunotan. Antonio SOLANO | GETTY