



ORIGINAL BREVE

Tendencias de búsquedas en internet sobre el Metaverso

Internet search trends about the Metaverse

Carlos Rafael Araujo Inastrilla¹   

¹Universidad de Ciencias Médicas de la Habana. Facultad de Tecnología de la Salud. La Habana, Cuba.

Citar como: Araujo Inastrilla CR. Internet search trends about the Metaverse. Metaverse Bas. App. Res. 2023; 2:26. <https://doi.org/10.56294/mr202326>

Enviado: 10-09-2022

Revisado: 27-11-2022

Aceptado: 01-01-2023

Publicado: 02-01-2023

Editor: Adrián Alejandro Vitón-Castillo 

RESUMEN

Introducción: el fenómeno metaverso es amplio y está en continuo crecimiento y desarrollo. Conocer qué posición ha estado ocupando el metaverso como temática en la web, permite alcanzar resultados precisos sobre las necesidades de información.

Objetivo: caracterizar las tendencias de búsquedas en internet sobre el metaverso, en el período del 2020 al 2022.

Métodos: se realizó un estudio descriptivo longitudinal retrospectivo sobre las búsquedas en internet del término “Metaverse”. La investigación se realizó con el apoyo de la herramienta *Google Trends*.

Resultados: el interés en la web por el metaverso fue elevado a partir del octubre del 2021. Se observa una tendencia a la disminución del interés por el tema. El país con mayor interés fue China y el término que he tenido más relación en las búsquedas fue “Token no fungible”.

Conclusiones: se puede concluir que el término generó un alto interés que ha decrecido, en consonancia con la lenta acogida que está teniendo la tecnología.

Palabras clave: Interés de Búsqueda; Internet; Metaverso; Tendencias de Búsqueda.

ABSTRACT

Introduction: the metaverse phenomenon is vast and is in continuous growth and development. Knowing what position the metaverse has been occupying as a theme on the web allows us to achieve precise results on information needs.

Objective: to characterize the trends in internet searches on the metaverse, in the period from 2020 to 2022.

Methods: a retrospective longitudinal descriptive study was carried out on internet searches for the term “Metaverse”. The research was carried out with the support of the *Google Trends* tool.

Results: the interest on the web for the metaverse was high as of October 2021. A tendency to decrease interest in the subject is observed. The country with the greatest interest was China and the term that has been most related in searches was “non-fungible token”.

Conclusions: it can be concluded that the term highlighted a high interest that has decreased, in line with the slow reception that technology is having.

Keywords: Search Interest; Internet; Metaverse; Search Trends.

INTRODUCCIÓN

Con el anuncio de Mark Zuckerberg, en el *Annual Connect Conference* de Facebook, el 28 de octubre del 2021; del cambio de etapa que sufriría esta red social, debido la incorporación de las empresas vinculadas a

esta red social al mundo del metaverso, se originó un gran impacto en los medios de comunicación globales. En ese momento se auguró que el metaverso conllevaría al internet a otra fase de desarrollo.^(1,2)

Se han acuñado diferentes definiciones para el metaverso. Se puede definir como un nuevo mundo virtual, donde las personas pueden interactuar y ser partícipes de experiencias en un entorno irreal con el uso de representaciones virtuales llamadas *Non Fungible Token* (NFT).⁽³⁾

Otra forma de definir al metaverso, es como un mundo virtual tridimensional donde usuarios son representados por avatares, y participan en actividades políticas, económicas, sociales y actividades culturales. El metaverso es utilizado en el sentido de un mundo virtual basado en la vida cotidiana de los con la coexistencia de lo real y lo irreal.⁽⁴⁾

Es considerado un espacio unificado e interoperable, que reunirá a los mundos virtuales existentes.^(5,6,7) El fenómeno metaverso es amplio y está en continuo crecimiento y desarrollo, por lo que se suscitan nuevas definiciones y conceptos basados en los componentes tecnológicos agregados y su funcionalidad.⁽¹⁾

La adopción del metaverso a escala global, implica alcanzar mayor conocimiento sobre el mismo, por su aplicabilidad a los más diversos sectores de la sociedad actual. En este sentido, el presente artículo propone caracterizar las tendencias de búsquedas en internet sobre el metaverso, en el período del 2020 al 2022.

MÉTODOS

Se realizó un estudio descriptivo longitudinal retrospectivo de las búsquedas realizadas en internet sobre metaverso entre 2020 y 2022. El estudio incluyó en la población el total de búsquedas realizadas entre 2020 y 2022 del término específico “Metaverse”.

Para la obtención de los datos se empleó la plataforma *Google Trends* (<https://trends.google.es>). Se utilizó el término en inglés para un alcance más generalizado en todo el mundo. Las variables de estudios fueron: volumen de búsqueda; volumen relativo de búsqueda (VRB), que consiste en el número normalizado entre 0 y 100 del interés de búsqueda; país y términos de búsqueda relacionados.

Los datos fueron descargados y procesados en Microsoft Excel. Se utilizaron métodos estadísticos para estudios de series cronológicas: cambio relativo de grupos de valores; para determinar la variación en el tiempo de una variable, y suavizado exponencial: para realizar un pronóstico de futuros valores.

RESULTADOS

Las búsquedas realizadas en la web sobre metaverso no tuvieron valores considerables hasta el año 2021, en específico, el cuatrimestre de septiembre a diciembre. Con el método matemático de cambio relativo de valores extremos, se puede comprobar que la media de búsquedas por trimestres del año 2020, aumentó un 241 % con respecto a la media por trimestres del año 2021.

El mayor número de búsquedas se realizaron entre enero y febrero del 2022. El interés de búsquedas alcanzó el máximo valor en VRB en octubre del 2021 y los primeros meses del 2022. A partir de marzo del 2022 el interés por esta temática disminuyó, y desde entonces ha tenido una tendencia discreta a la disminución. El pronóstico para mayo del 2023 indica que el interés de búsqueda puede disminuir a un valor de 5. El intervalo de confianza para un 95 % de confiabilidad es demasiado amplio en este caso, por lo que no hay una probabilidad fidedigna de que el pronóstico se cumpla (Figura 1).

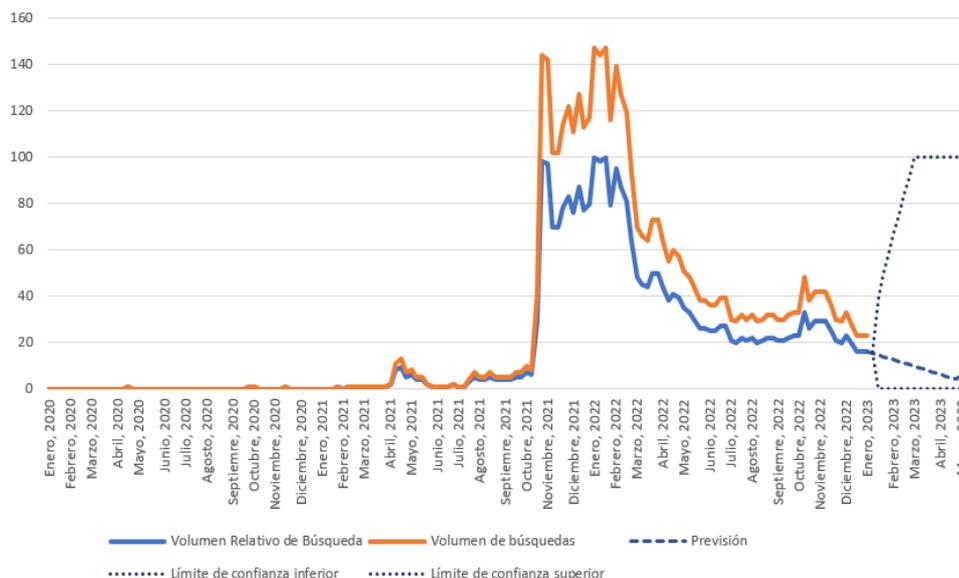


Figura 1. Búsqueda en *Google* del término “Metaverse”

3 Araujo Inastrilla CR

En cuanto a la distribución geográfica del interés de búsqueda, de manera regional, se apreciaron valores más elevados en los países de europeos, norte y centroamericanos, y los países oceánicos. De manera más aislada en América del Sur, Asia y África (figura 2).

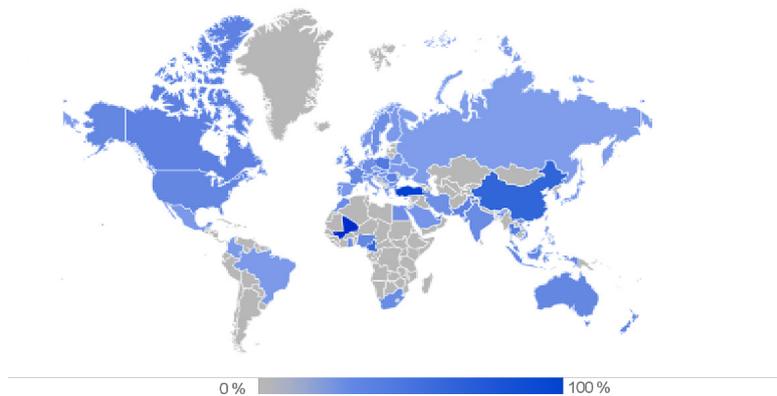


Figura 2. Mapa de interés de búsqueda a nivel mundial

La figura 3 muestra los países con un interés de búsqueda superior al 30 %, liderados por China con un interés del 100, Singapur (87) y Turquía (72) (figura 3).

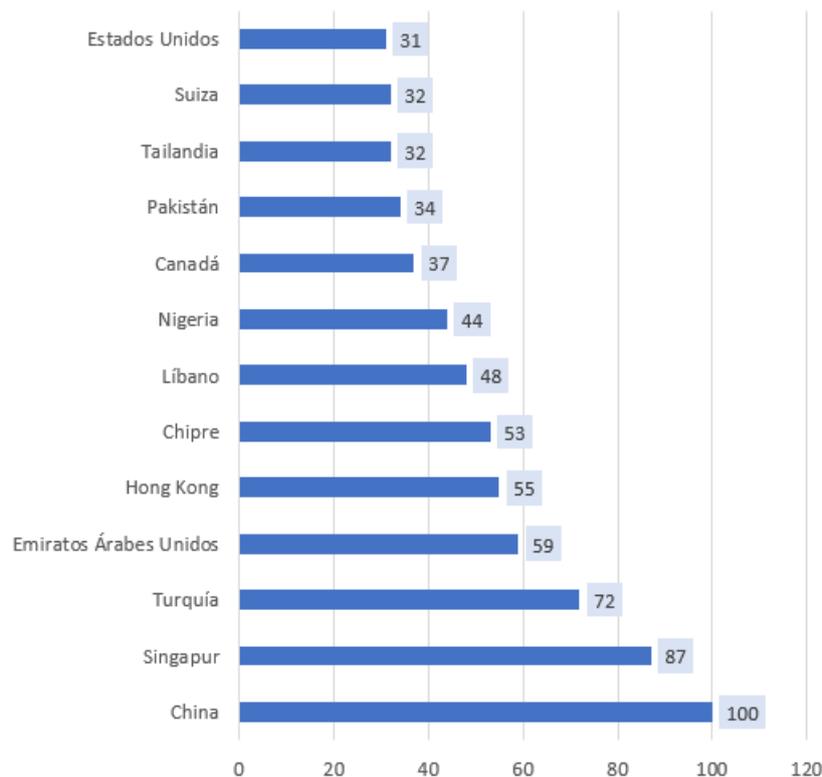


Figura 3. Top de países con un interés de búsqueda superior al 30 %

De los términos relacionados con el metaverso, el de mayor crecimiento en el interés de búsqueda fue “Token no fungible”. El término de búsqueda “Mark Zukerberg” también destacó como uno de los de mayor crecimiento en cuanto a la popularidad (figura 4).

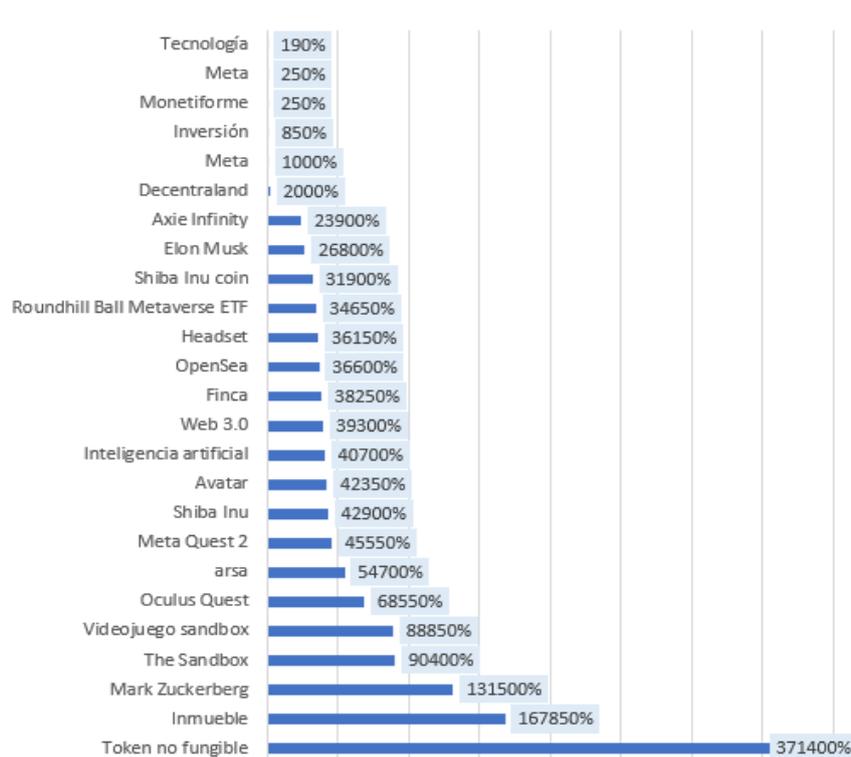


Figura 4. Crecimiento del VRB de los términos de búsqueda relacionados

DISCUSIÓN

El interés por el metaverso en las búsquedas en internet se desencadenó de una manera pronunciada en octubre del 2021, resultado lógico si se tiene en cuenta que fue en esa etapa cuando se hizo público el pronunciamiento de Zuckerberg. Según Garzón-Quiroz⁽¹⁾ y Dowling⁽⁸⁾ esto pudo generar también un impacto especulativo para intereses financieros a nivel mundial, sobre todo en etapas iniciales de este tipo de proyectos. Se comprende entonces que exista una mayor demanda de información sobre el tema.

Un estudio informétrico sobre las búsquedas en *You Tube* en el mismo período, reflejó un comportamiento similar, donde el fenómeno era casi inexistente en forma mediática hasta la mencionada fecha.⁽¹⁾ Existió una concordancia con los valores observados en el presente estudio.

Sin embargo, el interés por este tema ha ido en detrimento. La literatura plantea que la generalización del metaverso se está produciendo de manera lenta, similar a lo ocurrido con internet en sus primeros años. Se necesitarán algunas aplicaciones prácticas e innovadoras que capten el interés de las personas en visitar los metaversos con frecuencia.⁽⁹⁾

Con respecto a los países donde esta tecnología ha despertado mayor interés, un artículo destaca entre los países europeos a Francia; de conjunto con Reino Unido, Suiza, Alemania y Bélgica, completan el grupo de países con mayor interés en el tema.⁽⁹⁾

Por otra parte, según Torres⁽¹¹⁾, China y Estados Unidos son los países que han presentado solicitudes de patentes relacionadas con el metaverso. En correspondencia con lo planteado, en el presente estudio se evidencia que China ha sido el país más interesado en el metaverso a nivel de búsquedas en la web, en cambio, Estados Unidos, aunque aparece entre los más interesados, solo alcanza un 31 % de interés.

El término NFT (*No Fungible Token*, o *Token No Fungible*, en español) fue el de mayor interés a partir de la búsqueda de información sobre el metaverso desde el inicio del período. A pesar de esto, un artículo de Minter⁽¹²⁾ revela que este término ha perdido interés entre los usuarios, con una reducción del 74 % desde enero a mayo del 2022.

CONCLUSIONES

Se caracterizaron las tendencias de búsquedas sobre metaverso realizadas en internet entre 2020 y 2022. Se puede concluir que el término generó un alto interés que ha decrecido, en consonancia con la lenta acogida que está teniendo la tecnología.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Garzón-Quiroz M. Análisis informétrico del metaverso en canales y vídeos hispanoparlantes de YouTube. *Podium*. 2022;41:141-156. <https://doi.org/10.31095/podium.2022.41.9>

2. Taylor C. Research on advertising in the metaverse: a call to action. *International Journal of Advertising*. 2022; 41(3):383-384. <https://doi.org/10.1080/02650487.2022.2058786>
3. García C, Espinoza D, Mero M. Incidencia del marketing digital como herramienta de innovación empresarial en el metaverso. *Journal Business Science*. 2022. 3(2):9 -20.
4. Park SM, Kim YG. A Metaverse: Taxonomy, Components, Applications, and Open Challenges. *IEEE Access*. 2022; 10:4209 - 4251. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.3140175>
5. Díaz-Chieng LY, Auza-Santiviáñez JC, Robaina Castillo JI. El futuro de la salud en el metaverso. *Metaverse Bas. App. Res*. 2022;1:1. <https://doi.org/10.56294/mr20221>
6. Sánchez-Mendiola M. El metaverso: ¿la puerta a una nueva era de educación digital?. *Inv Ed Med*. 2022;11(42):5-8. <https://doi.org/10.22201/fm.20075057e.2022.42.22436>
7. Márquez IV. Metaversos y educación: Second Life como plataforma educativa. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*. 2011;9(2):151166. <https://doi.org/10.7195/ri14.v9i2.30>
8. Dowling M. Fertile LAND: Pricing non-fungible tokens. *Finance Research Letters*. 2022; 44. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102096>
9. Metaverse: ¿Por qué cuesta tanto que la gente se interese en el metaverso?. *TyN Magazine*. 2022. <https://tynmagazine.com/metaverse-por-que-cuesta-tanto-que-la-gente-se-interese-en-el-metaverso/>
10. Francia y Reino Unido, los países más interesados en el metaverso. *IPMARK*. 2022. <https://ipmark.com/paises-mayor-interes-metaverso/>
11. Torres A. China ocupa el segundo lugar del mundo en cuanto a patentes en el metaverso. *BeInCrypto*. 2023. <https://es.beincrypto.com/china-ocupa-ocupa-segundo-lugar-mundo-cuanto-patentes-metaverso/>
12. Minter R. El interés por los NFT ha caído un 70 %, según Google Trends. *BeInCrypto*. 2022. <https://es.beincrypto.com/interes-nft-caido-70-google-trends/>

FINANCIAMIENTO

Ninguna.

CONFLICTOS DE INTERÉS

No existen.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Conceptualización: Carlos Rafael Araujo Inastrilla

Curación de datos: Carlos Rafael Araujo Inastrilla

Análisis formal: Carlos Rafael Araujo Inastrilla

Investigación: Carlos Rafael Araujo Inastrilla

Metodología: Carlos Rafael Araujo Inastrilla

Redacción - borrador original: Carlos Rafael Araujo Inastrilla

Redacción - revisión y edición: Carlos Rafael Araujo Inastrilla