METAVERSO

HASTA EL INTERNET Y MÁS ALLÁ.

(Período de análisis: enero 2021 a julio 2022)

A pesar de no ser algo 100% nuevo, en los últimos años el metaverso ha alcanzado una popularidad considerable, sobre todo desde el rebranding de la compañía Facebook a Meta.

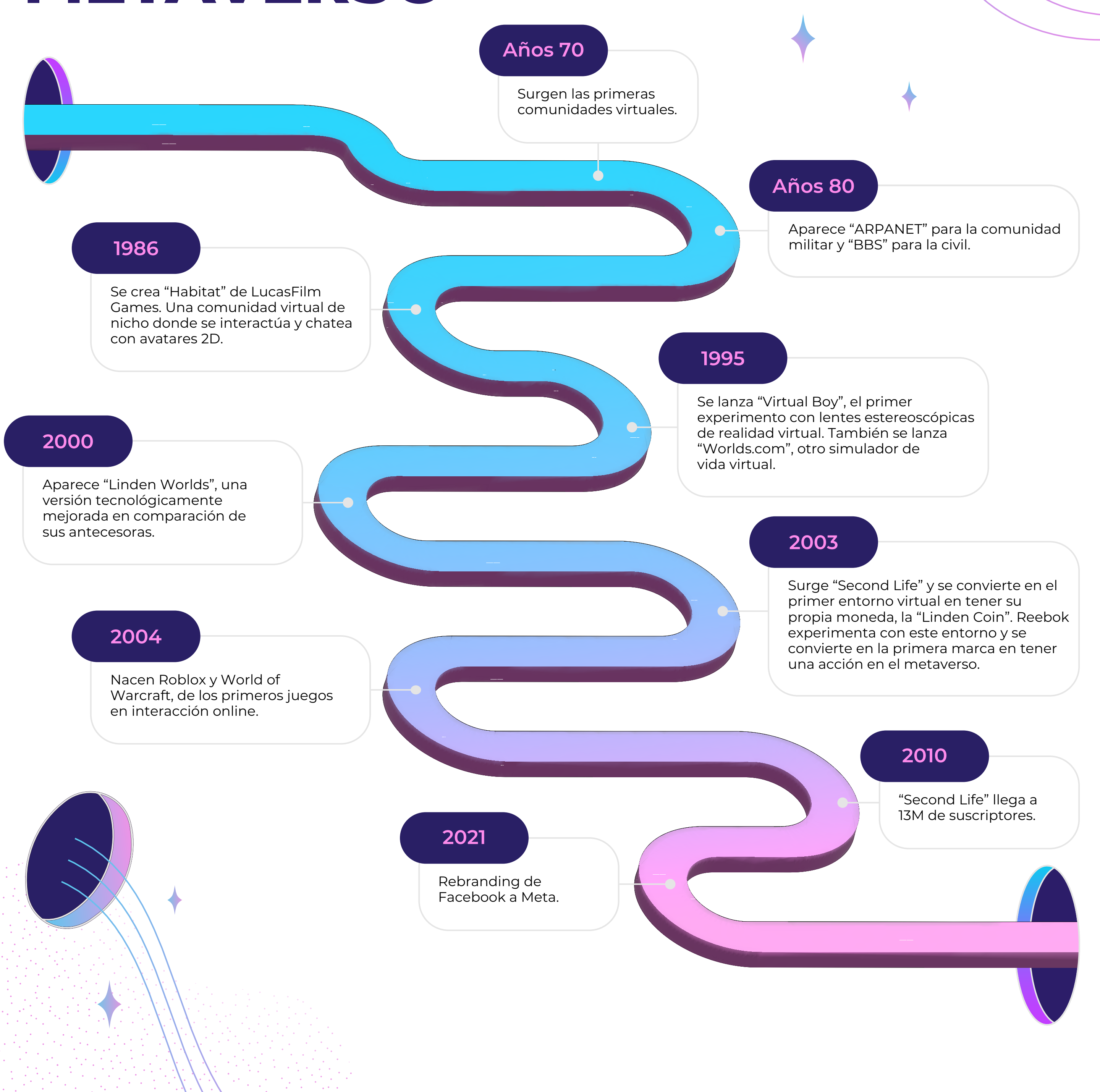
¿Qué es realmente el metaverso?

Una Internet totalmente inmersiva, donde podemos acceder a la realidad aumentada y virtual e interactuar con todo tipo de entornos utilizando avatares persistentes y tecnología digital innovadora.

En otras palabras...

El metaverso es un ecosistema de realidad virtual en el que los usuarios pueden interactuar con otros usuarios en un entorno generado por computadora.

TIMELINE DEL METAVERSO



Años 70
Surgen las primeras comunidades virtuales.

Años 80
Aparece "ARPANET" para la comunidad militar y "BBS" para la civil.

1986
Se crea "Habitat" de LucasFilm Games. Una comunidad virtual de nicho donde se interactúa y chatea con avatares 2D.

1995
Se lanza "Virtual Boy", el primer experimento con lentes estereoscópicas de realidad virtual. También se lanza "Worlds.com", otro simulador de vida virtual.

2000
Aparece "Linden Worlds", una versión tecnológicamente mejorada en comparación de sus antecesoras.

2003
Surge "Second Life" y se convierte en el primer entorno virtual en tener su propia moneda, la "Linden Coin". Reebok experimenta con este entorno y se convierte en la primera marca en tener una acción en el metaverso.

2004
Nacen Roblox y World of Warcraft, de los primeros juegos en interacción online.

2010
"Second Life" llega a 13M de suscriptores.

2021
Rebranding de Facebook a Meta.

¿Y Argentina?

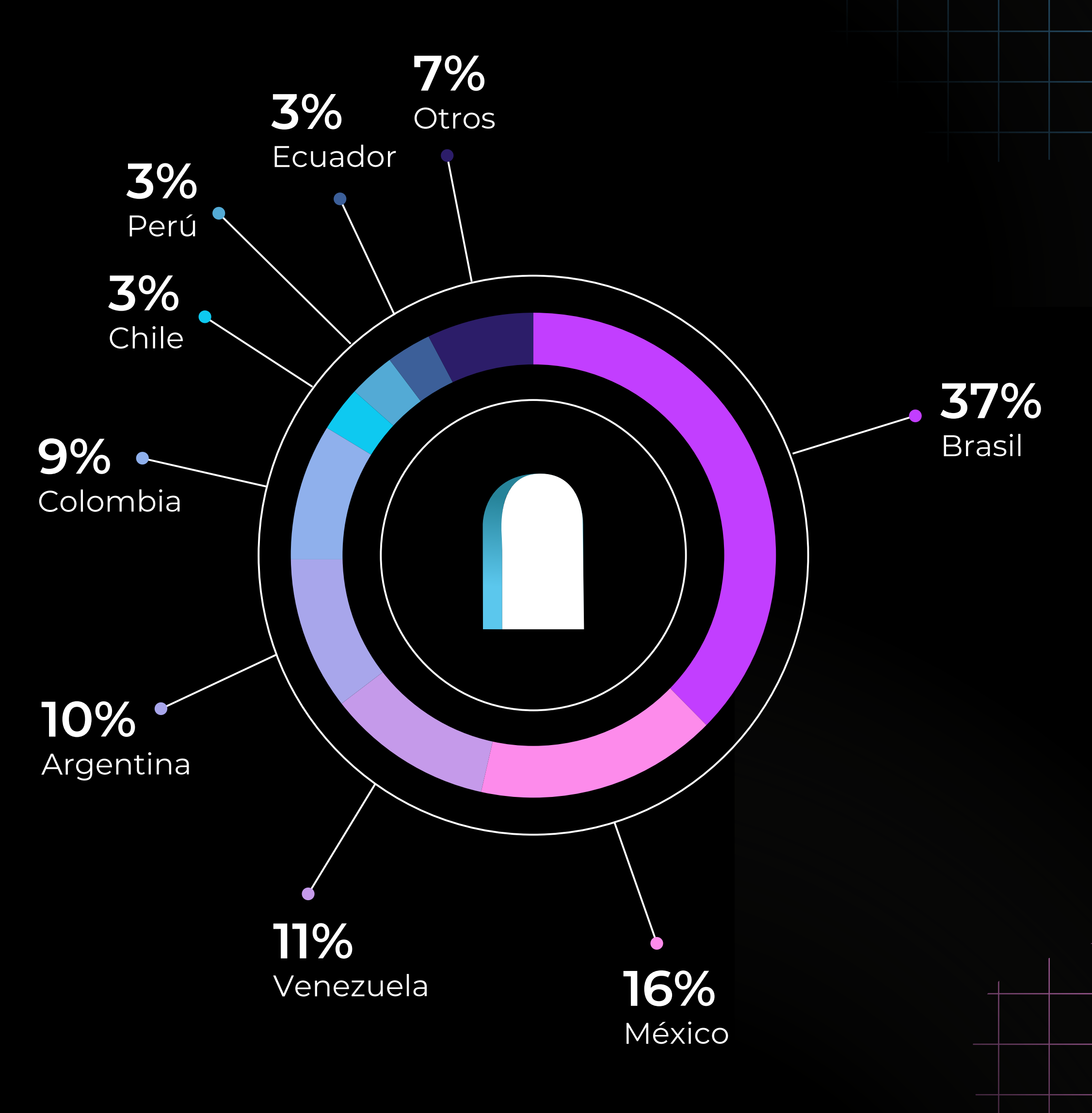
- Es el 4to país de Latam en volumen de conversación sobre el #metaverso.
- Es uno de los países líderes en desarrollo de metaverso y juegos.[2]

METAVERSO ARGENTO

- En 2015 se concibió **Decentraland**, una de las principales plataformas virtuales a nivel mundial. En ella coexisten avatares, ciudades, embajadas donde se puede jugar, asistir a eventos y crear comunidades virtuales.
  - En 2020, **GMB Land** digitalizó la selva del bosque atlántico en Misiones para luchar contra el cambio climático. El objetivo era regenerar la biodiversidad en peligro a partir de NFT de especies en riesgo de extinción.
- En mayo de 2022, la UBA presentó su propio Metaverso para la Facultad de Derecho, y el Diplomado en Metaverso y Gaming.
  - En abril 2022 La Nación y Accenture desarrollaron el primer evento en el metaverso realizado por un medio argentino: **Management 2030**. Acá los líderes de las principales empresas compartieron sus experiencias desde sus avatares.
- **Go2Future** creó el Metaverse Mall, un shopping dentro del metaverso para conectar a consumidores con marcas. El proyecto inició en 2019 y coincidió su lanzamiento con el boom generado por Facebook con su cambio de nombre.

¿Qué se dice en el mundo real?

Menciones del metaverso en conversaciones en Twitter a nivel Latam.



Los argentinos cada vez se interesan más por el tema

Durante el período analizado en Argentina, el término "Metaverso" alcanzó mayor popularidad en dos ocasiones:

24 al 30 de octubre 2021:
Rebranding de Facebook a Meta.

30 de enero al 5 de febrero 2022:
Denuncia de Nina Patel, quien planteó haber sido acosada verbal y sexualmente en el metaverso. *

*(Luego de este suceso la tendencia de búsqueda disminuyó en un 50%)

Pero ¿qué dicen exactamente los argentinos en redes sociales?

Se habla de cómo el metaverso impactará la educación, el trabajo, el turismo, la moda, los gobiernos y el comercio.

> "Bill Gates dice que la mayoría de las reuniones virtuales se trasladarán al metaverso dentro de 3 años, y los trabajadores interactuarán usando gafas y avatares de realidad virtual."
>
> **Cami, Twitter**

También se mencionan marcas actuando en el metaverso (Snickers, Durex, Nike, Fox, MTV e incluso la UBA).

> "Hoy se podrá ordenar por 1ra vez una #Pizza de #Dominos en un #Metaverso de #Blockchain. Los #NFT no sólo son para #Arte. Me parece increíble y genial este universo."
>
> **Mili, Twitter**

Se comparten eventos, cursos y conceptos mientras otros hacen consultas o piden recomendaciones.

> "No soy gurú ni experto, pero les dejo este consejo... Inviertan en #blok, #bloktopia o en algo relacionado con el #Metaverso. No se arrepentirán."
>
> **María, Twitter**

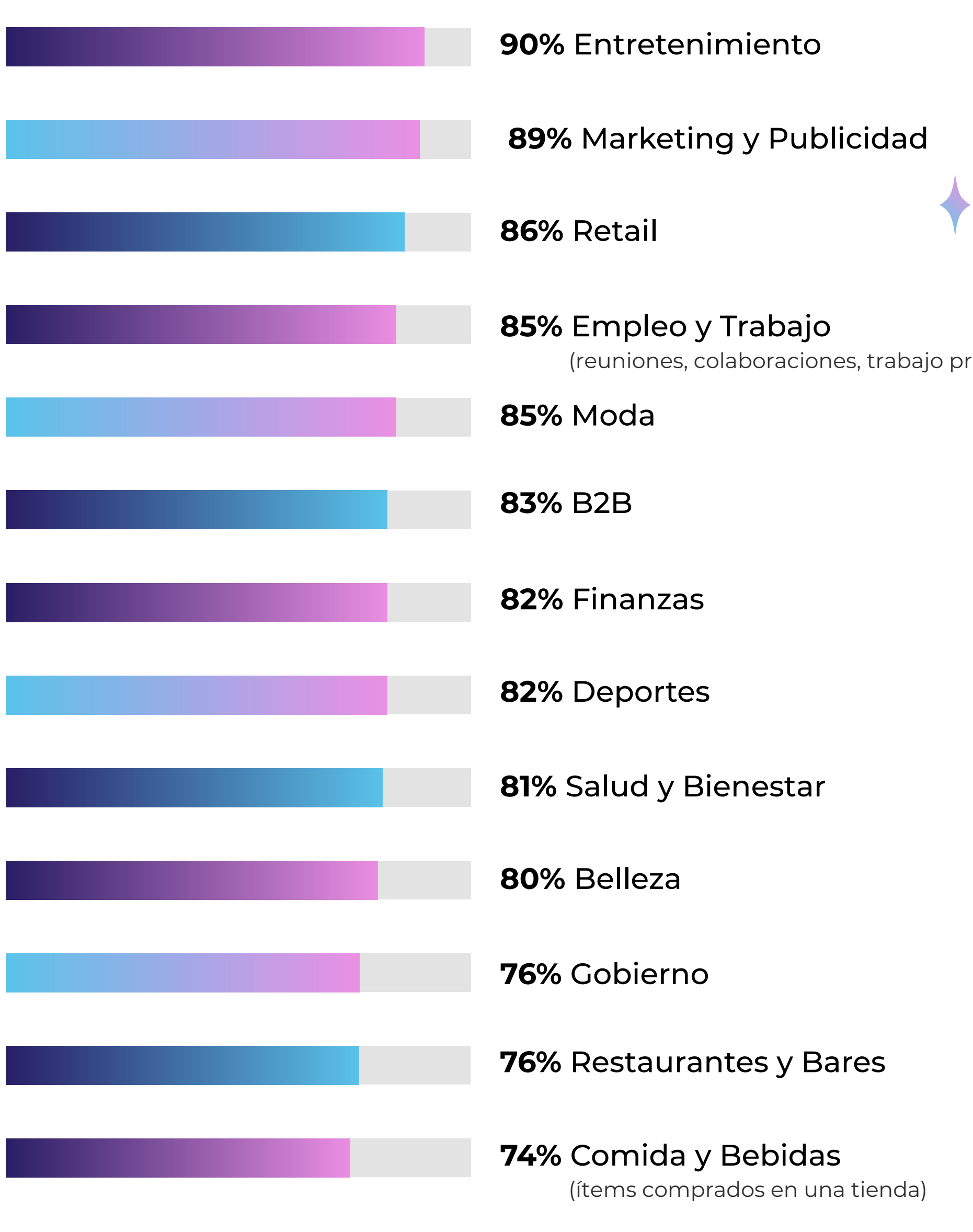
Para algunos usuarios, el metaverso les remite a películas y series de ciencia ficción.

> "Lo que se viene en estos próximos años es lo más parecido a un capítulo de Black Mirror: metaverso, inteligencia artificial, humanoides, ROA, 5g, blockchain, iOt, automatización de vehículos, viajes a la luna..."
>
> **Clari, Twitter**

En menor medida, el metaverso genera desconfianza en algunos usuarios que comparten información sobre posibles riesgos.

> "Metaverso. Universo paralelo. Una matrix carente de afectos, de abrazos, de risas, de vida, de amor. De lo único que nos hace humanos."
>
> **Anto, Twitter**

¿Qué industrias/sectores sentirán el impacto del metaverso?[1]



¿Podemos medir el impacto del metaverso en el mundo?

Aún no completamente, pero lo que sí podemos asegurar es que hay todo un universo por explorar que nos dará las bases para entender cómo, tanto usuarios como marcas, podemos formar parte del metaverso. Las finanzas, la alimentación, el retail y la salud, son algunas de las industrias que ya han sido impactadas. El metaverso se presenta como una oportunidad para descubrir cómo cada marca puede intervenir, elevando su propósito a este nuevo terreno, y aprovechando al máximo esta disrupción contemporánea.

Investigación realizada por Wunderman Thompson Argentina en base a investigaciones y escuchas de contenidos en redes sociales, medios digitales y medios masivos. Agosto 2022.

Bibliografía

1 New Realities: hacia el metaverso y más allá. (2022). Wunderman Thompson. https://www.wundermanthompson.com/es/insight/new-realities-in-to-the-metaverse-and-beyond

2 Iproup. (2022). Cafés, universidades, galerías de arte y más: cómo la Argentina está creando su propio metaverso. https://www.iproup.com/innovacion/31905-metaverso-que-es-y-como-se-desarrolla-en-la-argentina

Cabe aclarar que las temáticas mencionadas en la infografía constituyen una selección de las encontradas de forma recurrente en las conversaciones de la mayoría de los usuarios en el corpus analizado, no siendo únicas ni exclusivas. Todo el contenido de usuario debe considerarse solamente como expresiones de opinión y no como declaraciones de hechos. Todas las citas son reales, los nombres de los usuarios han sido modificados para preservar su identidad. Wunderman Thompson Argentina no asume como propias estas declaraciones, ni asume ninguna responsabilidad por las mismas, así como tampoco manifiestan el pensamiento y opinión de la empresa.