

DIGITAL WORLD

EDICIÓN FEBRERO 2022

PRESENTADO POR PHOCUS

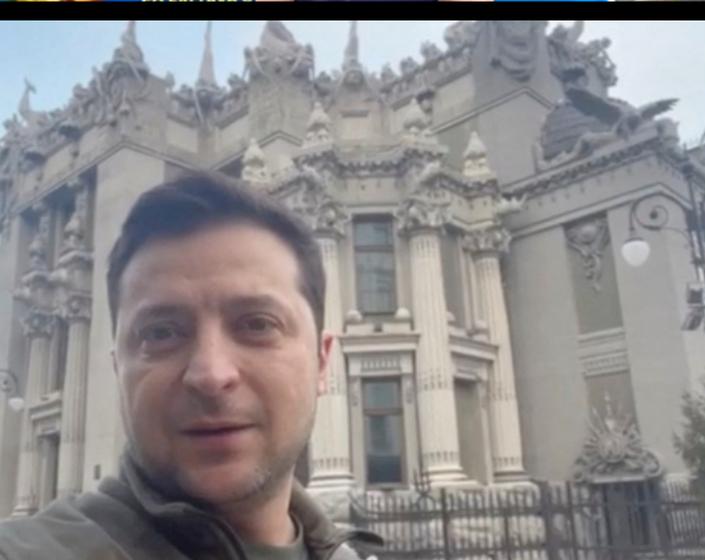
PHOCUS

brand and innovation



Signal

OUTLINE



- **PALABRAS MÁS BUSCADAS EN EL MUNDO**
- **COMERCIALES MÁS EXITOSOS DEL SUPER BOWL**
- **TOP 5 PODCASTS GLOBALES EN SPOTIFY**
- **TOP 10 ÁLBUMES GLOBALES EN SPOTIFY**
- **TOP 10 PELÍCULAS Y SERIES POR STREAMING EN EL MUNDO**
- **APPS MÁS BAJADOS EN UCRANIA**
- **5 ROBOTS INFLUENCERS MÁS SEGUIDOS EN EL MUNDO**
- **METAVERSO 101**
- **NUEVOS PODCAST PROFESIONALES EN LINKEDIN**
- **10 ESTADÍSTICAS DE GOOGLE SEARCH QUE DEBES SABER**
- **CÓMO LAS REDES SOCIALES ESTÁN RESPONDIENDO A LA CRISIS EN UCRANIA**

PALABRAS MÁS BUSCADAS EN EL MUNDO



1. WEST INDIES VS INDIA

2. INDIA VS SRILANKA

3. DR. MICHIAKI TAKAHASHI

4. UKRAINE NEWS

5. IND VS WI

6. UKRAINE

7. UCRANIA

8. PUTIN

9. RUSIA UKRAINE

10. SIMON LELIEV

Para entender por qué **en el medio de una invasión a un país europeo la palabra más buscada en el mundo no es Ucrania o Ukraine**, tenemos que tener claras dos cosas importantes. La primera ya la saben los que han leído este documento en los últimos diez años: **el deporte es el centro de atención del planeta**. La segunda tiene que ver con el poder que tiene India a la hora de medir las reacciones globales. Sus mil cuatrocientos millones de habitantes tienen un impacto tremendo en las búsquedas de Google (a diferencia del otro gigante, China, que bloquea el uso de Google en su territorio).

Así, los puestos 1, 2 y 5 en búsquedas giran alrededor del deporte rey de India, el cricket. Pero aunque no está entre los dos primeros lugares, el conflicto de Ucrania sí ocupa los puestos 4, 6, 7, 8 y 9. Los otros dos puestos (3 y 10, respectivamente) le pertenecen **al doodle del Dr. Michiaki Takahashi, creador de la vacuna contra la varicela, y a Simon Leviev, el famoso estafador mejor conocido como el Tinder Swindler.**

COMERCIALES MÁS EXITOSOS DEL SUPER BOWL



1. LIQUID DEATH - BREAKING THE LAW

2. COINBASE - QR CODE

3. CHEVROLET REÚNE A 'LOS SOPRANO'

4. CUE HEALTH - GAL GALOT

5. VISIT CALIFORNIA- 'ACTITUD DE SOÑADOR'

6. T-MOBILE - LLAMA A DOLLY PARTON, MILEY CYRUS

7. AT&T - compañeras de clase Mila Kunis y Demi Moore

8. POLESTAR - ACTITUD SIN COMPROMISOS

9. HEADSPACE APROVECHA LA VOZ DE JOHN LEGEND

10. GREENLIGHT FINTECH - "I'LL TAKE IT"

Sabemos que el Super Bowl es uno de los eventos más esperados durante cada año y, es que más allá del juego, muchos lo sintonizan por el espectáculo de medio tiempo y los comerciales. El campeonato es un ganador rotundo en ingresos publicitarios, **recaudando \$545 millones en más de 57 minutos de anuncios en el 2021**, y es que la cadena NBC cobra el precio récord de **hasta \$6.5 millones por 30 segundos de tiempo de aire** por anunciarse durante el juego.

En esta lista recopilamos los comerciales que tuvieron mejor desempeño en TV y online durante el evento, desde **anunciantes de toda la vida como Chevrolet, T-Mobile y AT&T**, hasta **nuevos jugadores como Cue Health y Greenlight Fintech**. Algo interesante a resaltar es que la mayoría de estos comerciales se apoyaron de celebridades para impulsar sus servicios o productos.



EPISODIO DE PODCAST

Welcome To The Joe Rogan Experience

The Joe Rogan Experience

1. THE JOE ROGAN EXPERIENCE (SPOTIFY EXCLUSIVE)

2. CALL HER DADDY (SPOTIFY EXCLUSIVE)
3. CRIME JUNKIE
4. TED TALKS DAILY
5. THE DAILY

No importa qué tan desconectados estemos de lo que ocurre en Estados Unidos, este mes era difícil no escuchar una y otra vez el nombre del podcaster más popular en el momento: **Joe Rogan**.

Su podcast utiliza un estilo de conversación abierta que **ha captado la sintonía de once millones de escuchas que buscan discusiones controversiales de una manera directa y sin tapujos**. Pero en algunas de sus ediciones, temas como las vacunas y el uso de epítetos que ya habían quedado en el pasado estadounidense, han hecho que incluso **algunos artistas de alto calibre le hayan pedido a Spotify que retiren su música de esta plataforma mientras Joe Rogan siga en ella**.

Menos controversial pero igualmente exitosa es **Call Her Daddy**, el podcast de comedia y consejos de Alexandra Cooper, hoy exclusivo de Spotify.

La lista la completan **Crime Junkie** (con episodios llenos de suspenso), **TED Talks Daily** (un "spinoff" de las charlas TED) y **The Daily** (el podcast del New York Times).

TOP 10 ÁLBUMES GLOBAL Spotify®



1. Encanto - Original Motion Picture Soundtrack

2. SOUR - Olivia Rodrigo

3. Planet Her - Doja Cat

4. YHLQMDLG - Bad Bunny

5. Montero - Lil Nas X

6. Future Nostalgia - Dua Lipa

7. Dawn FM - The Weeknd

8. = - Ed Sheeran

9. Justice - Justin Bieber

10. Vice versa - Rauw Alejandro

Ocupando la primera posición tenemos el fenómeno global de Pixar, **Encanto**. El álbum se compone de 44 canciones de la película, siendo la más popular "We don't talk about Bruno".

En la **posición #4 encontramos a Bad Bunny con su álbum YHLQMDLG (Yo Hago Lo Que Me Dé La Gana)**. El puertorriqueño Bad Bunny se convirtió en el artista más exitoso a nivel global en todas las plataformas musicales combinadas actualmente y su gira "El Último Tour del Mundo 2022" ha sido la sensación con la mayoría de las entradas agotadas.

Completando el Top 10 de álbumes más escuchados de este mes tenemos a **Vice Versa de Rauw Alejandro**, este es el segundo álbum del artista puertorriqueño que fue estrenado en junio del año pasado. Cuenta con 14 canciones y entre las más populares tenemos **Todo de ti** que estuvo presente en varias ocasiones en el Top 10 de canciones más escuchadas en nuestro país el año pasado.

TOP PELÍCULAS Y SERIES POR STREAMING EN EL MUNDO

N



THE TINDER SWINDLER

PELÍCULAS

- THE TINDER SWINDLER - NETFLIX
- THE FOREVER PURGE - HBO
- ENCANTO - DISNEY+
- GHOSTBUSTERS: AFTERLIFE - AMAZON
- NO TIME TO DIE - ITUNES
- NO TIME TO DIE - GOOGLE
- PAW PATROL: THE MOVIE - PARAMOUNT+
- SPIDER-MAN: HOMECOMING - HULU
- GHOSTBUSTERS: AFTERLIFE - VUDU

Las series y películas más vistas en las plataformas de streaming en el mundo nos permite ver la variedad en las preferencias de los usuarios.

A pesar de mantenerse algunas películas y series con respecto al mes pasado, es importante destacar que la serie **EUPHORIA** sigue siendo la favorita.

En cuanto a los #1 de nuestras listas sólo podemos decir que **los estafadores están de moda.**

N



SERIES

- INVENTING ANNA - NETFLIX
- EUPHORIA - HBO
- THE BOOK OF BOBA FETT - DISNEY+
- YELLOWSTONE - AMAZON
- EUPHORIA - ITUNES
- EUPHORIA - GOOGLE
- 1883 - PARAMOUNT+
- EUPHORIA - HULU
- THE OFFICE - VUDU

APPS MÁS BAJADAS EN UCRANIA



Signal

2. BRIAR

4. TELEGRAM

3. BRIDGEFY

5. ZELLO PPT WALKIE TALKIE

Estar en el medio de una guerra, además de todo el dolor que produce, seguramente genera una enorme sensación de inseguridad. Esto se ve claramente representado por las cinco apps más bajadas en Ucrania este mes.

De **Signal (#1)** y **Telegram (#4)** hemos hablado en ediciones anteriores. Hace unos meses, cuando WhatsApp generó dudas acerca del uso de la información personal de sus usuarios, muchas personas en Panamá y el mundo se refugiaron en estas **dos plataformas para envíos de mensajes**.

Briar (#2) es un software de alta seguridad para permitir comunicaciones de persona a persona sin necesidad de usar servidores centrales y con mínima necesidad de infraestructura externa.

Otra forma de comunicación directa que está siendo usado en Ucrania es **Bridgefy (#3)**. Esta aplicación le permite a sus usuarios enviar mensajes sin necesidad del uso de internet a través de Bluetooth. La plataforma se vende como una manera de comunicarse durante un desastre natural. Seguramente no tenían claro su uso en un desastre humano como una guerra.

Finalmente, Ucrania ha vuelto indirectamente al pasado en términos de comunicación, enviando mensajes como se hubiera hecho hace 30 años utilizando **Zello PPT Walkie Talkie (#5)** que permite la comunicación de persona a persona sin necesidad de antenas externas o infraestructura gubernamental o privada.

5 ROBOTS INFLUENCERS MÁS SEGUIDOS EN EL MUNDO



@MAGAZINLUIZA
5.8M SEGUIDORES

Lu do Magalu es una **influencer digital virtual creada para la estrategia de marketing de Magazine Luiza**, una de las empresas minoristas más grandes de Brasil. Su primera aparición en internet fue en 2009 para comercializar iBlogTV en YouTube. Desde entonces, ha aparecido en reseñas de productos, videos de unboxing y también ha compartido consejos de software en nombre de este gigante minorista. **En 2020, fue contratada para protagonizar una campaña de marketing de adidas.**

Cuenta con más de 14 millones de seguidores en Facebook, más de 2 millones de suscriptores de YouTube y más de 1 millón de seguidores en Twitter y TikTok respectivamente.



@LILMIQUELA
3M SEGUIDORES

Miquela Sousa, **es una robot virtual que ha trabajado con algunas de las principales marcas de moda como Prada, Dior y Calvin Klein.** También lanzó un sencillo, "Not Mine", en 2017. Esta belleza brasileña-estadounidense fue creada por Brud, una startup con sede en Los Ángeles. Sus seguidores son apodados "Miquelites". **Entre sus hazañas está el haber protagonizado un polémico anuncio junto a la modelo Bella Hadid, ha sido tatuada por el mismo artista que tatuó a Miley Cyrus, y se ha fotografiado con Rosalía.**

Cuenta con 3.5 millones de seguidores en TikTok, más de 30.000 seguidores en Twitter y más de 250.000 personas escuchan sus canciones en Spotify.



@BERMUDAISBAE
277K SEGUIDORES

Bermuda is bae: **La chica hacker que ama a Trump.** Bermuda saltó a la fama en 2017, cuando supuestamente hackeó la cuenta de Miquela para obligarla a decir que en realidad era un robot. ¿Un hacker queriendo ponerle límite a tanto enredo virtual? No, apenas una campaña publicitaria de la misma agencia para sumar un personaje nuevo a este universo expandido digital. **Bermuda se caracteriza por pasársela compartiendo sus aventuras de típica celebrity de Hollywood.** Ahora es amiga de Miquela, de hecho participa en el video de la canción Speak Up de Miquela y también espera avanzar en su carrera musical. Ya lanzó una versión de Under the Bridge de Red Hot Chili Peppers en Spotify.

5 ROBOTS INFLUENCERS MÁS SEGUIDOS EN EL MUNDO



@SHUDU.GRAM
225K SEGUIDORES

Shudu **está considerada la primera súper modelo virtual.** Su fama se disparó, cuando Fenty Beauty, la marca cosmética de Rihanna, compartió una imagen de ella en su cuenta. **Su realismo es tan asombroso que eso le ha valido para cerrar contratos con Balmain, Fenty y Tiffany's entre otras marcas.** El creador es el fotógrafo Cameron-James Wilson que declaró que **"Shudu está basada en una Barbie que se llamaba Princesa de Sudáfrica. También me inspiré en mujeres como Grace Jones y Alek Wek que rompieron el molde y le mostraron al mundo que hay belleza más allá de los estándares de pelo rubio y ojos azules"**. Como no podía ser de otra manera, Shudu tiene novio y es tan guapo (y virtual) como ella. Se llama Koffi Gram y también tiene perfil en Instagram donde comparte fotos con ella.



@BLAWKO22
145K SEGUIDORES

Blawko **es el influencer sin rostro.** Además de ser influencer en Instagram también es YouTuber. Su rasgo más característico es que siempre lleva una máscara cubriéndole la nariz y la boca., sin embargo, su rostro cubierto por una máscara no tiene nada que ver con medidas de protección contra el Covid-19. Se caracteriza por tener una personalidad problemática y por usar memes que hacen referencias a las drogas. **Ha sido imagen de reconocidas marcas como Absolut, Pleasures, Martine Rose y Doublet.** Detrás de Lilmiquela - Bermudaisbae y Blawko22 está Brud, una empresa de robótica



METAVERSO 101

El metaverso es una red de **entornos virtuales siempre activos en los que muchas personas pueden interactuar entre sí y con objetos digitales a través de avatares** que los representan. En este momento es sólo una visión, pero muchas personas en la industria de la tecnología lo imaginan como **el sucesor de la actual internet**.

Las empresas de tecnología como Facebook tienen como objetivo convertirlo en el escenario de **actividades como el trabajo, el juego, el estudio y las compras**. Facebook está tan convencido del concepto que se rebautizó a sí mismo como Meta para resaltar su impulso para dominar el metaverso.

Hay tres aspectos clave del metaverso: presencia, interoperabilidad y estandarización.

La presencia es la sensación de estar realmente en un espacio virtual, con otros virtuales. Esta sensación de presencia se logra **a través de tecnologías de realidad virtual** en donde Mark Zuckerberg ha estado volcando millones en inversión.



METAVERSO 101

La interoperabilidad significa poder viajar sin problemas entre espacios virtuales con los mismos activos virtuales. Para este objetivo los **avatares** y los activos digitales como las **criptomonedas** y los **NFT** juegan un rol primordial.

La estandarización es lo que permite la interoperabilidad de plataformas y servicios en todo el metaverso. Para alcanzar este fin, organizaciones internacionales como Open Metaverse Interoperability Group definen estos estándares.

Si el metaverso se convierte en el sucesor de la Internet, quién lo construye, y cómo, es extremadamente importante para el futuro de la economía y la sociedad en su conjunto. A pesar de que Meta ha expresado en varias oportunidades que no habrá un único dueño del metaverso, ciertamente **Mark Zuckerberg sí tiene planificado desempeñar un papel de liderazgo en la configuración** de asombrosas experiencias y principalmente en controlar el real estate en el que otros edificarán impresionantes edificios.



NUEVOS PODCAST PROFESIONALES EN LINKEDIN

Sumándose a la tendencia de contenido en audio, la red social para profesionales presentó a **LinkedIn Podcast Network, un espacio creado en colaboración con Verizon en donde expertos abordan temas de actualidad sus industrias.**

“Los temas de la red de podcasts de LinkedIn abarcan áreas como la decodificación de tecnología, comprensión del proceso de contratación y la gestión de la salud mental, entre otros”, señaló LinkedIn.

Por ahora están listados 12 programas y las primeras producciones incluyen contenidos de Morra Arons Mele, Jonathan Fields, Mita Mallick y Dee C. Marshall, personas influyentes de Estados Unidos en varios rubros como marketing y cultura laboral.

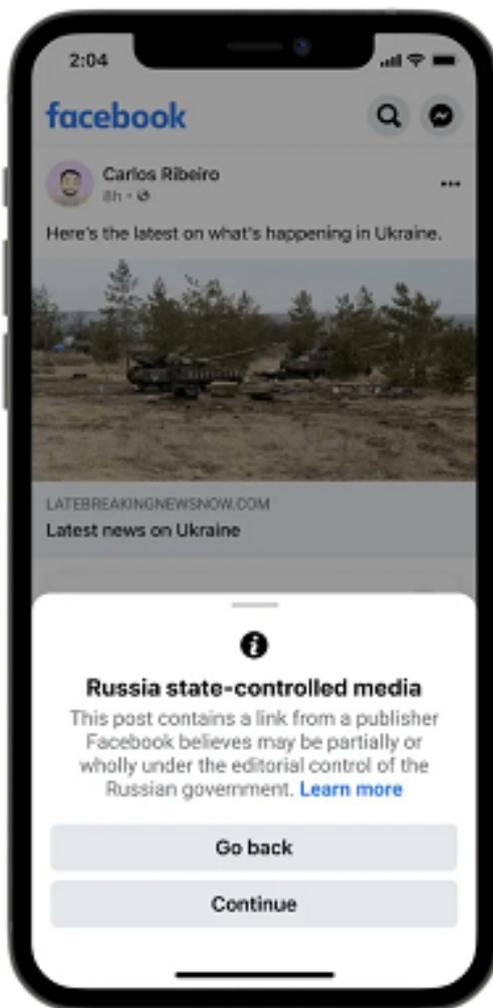
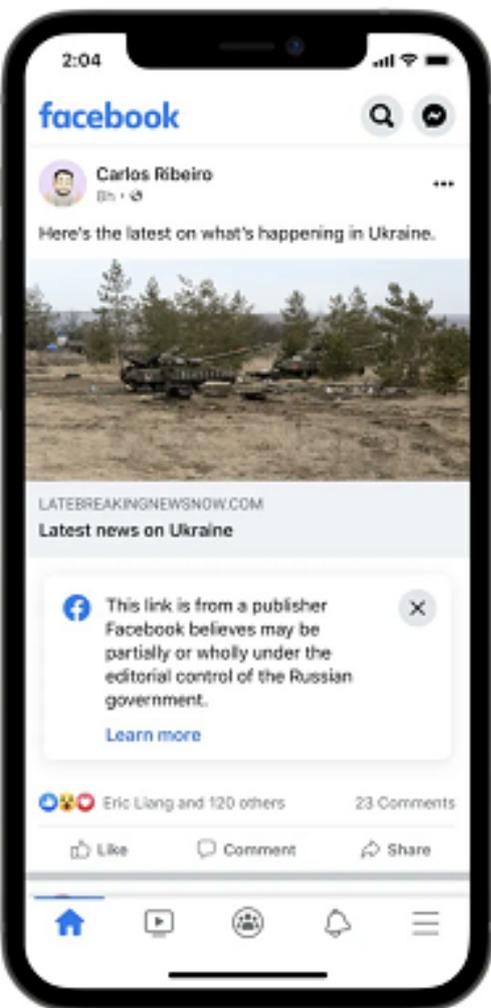
Los programas estarán disponibles para todos los usuarios de la red social y **se podrán escuchar desde LinkedIn y en servicios de streaming como Apple Podcasts y Spotify.**



10 ESTADÍSTICAS DE GOOGLE SEARCH QUE DEBES SABER

Si estás considerando invertir en el posicionamiento de tu sitio web este año, aquí te mostramos algunas estadísticas interesantes que vale la pena conocer antes de tomar esta decisión:

- 1. Google es el sitio web más visitado del mundo.** Sólo en enero del 2022 recibió 89.3 billones de visitas.
- 2. Google domina el mercado de motores de búsqueda.** En enero del 2022, controlaba el 91.9% del market share total.
- 3. Google procesa más de 8.5 billones de búsquedas diariamente.**
- 4. A través de Google Lens se han generado más de 1 billón de preguntas.**
- 5. El 63% de las búsquedas orgánicas en Google se generan a través de dispositivos móviles.**
- 6. La palabra más buscada en Google es Facebook.**
- 7. 84% de los encuestados expresaron realizar búsquedas en Google más de 3 veces al día.**
- 8. Cerca de la mitad (46%) de las búsquedas de productos inician en Google.**
- 9. 90% de los encuestados expresaron inclinarse a hacer clic entre las opciones que se muestran en la primera página de resultados en sus búsquedas.**
- 10. Las búsquedas orgánicas representan el 23% del total de las visitas que los sitios web reciben.**



CÓMO LAS REDES SOCIALES ESTÁN RESPONDIENDO A LA CRISIS EN UCRANIA

La invasión de Rusia en Ucrania ha generado angustia mundial y se inclina a convertirse en el conflicto bélico más importante de las últimas décadas. **A diferencia de otras guerras, esta también se pelea en las redes sociales con memes, campañas de desinformación y fraudes cibernéticos.** Algunas de las principales plataformas sociales están tomando **medidas para disminuir efectos adversos** que se generen por su mal uso.

Meta está en el centro de la información que se genera en la zona de conflicto, al contar con cerca de 70 millones de usuarios en Rusia y 24 en Ucrania, lo que representa **aproximadamente el 50% de la población total de ambos países**). A finales de la semana pasada, **el gobierno ruso anunció que restringirá el acceso a Facebook al negarse a modificar su política de remover contenido desinformativo generado por medios de comunicación afiliados al gobierno.** Ahora **Meta** ha dado un paso más allá de esta medida al también **prohibir totalmente todo tipo de post de la agencia de medios del Estado ruso y suspender su capacidad de invertir monetariamente,** lo cual les entorpece aún más difundir su información a través de dicha red social. **Meta** también se ha apoyado de nativos rusos y ucranianos para **monitorear posible contenido falso o sensitivo** y así colocarle sus cintillos de precaución o eliminarlos completamente. También ha dotado a los **usuarios de Ucrania de funciones para que naveguen de forma segura en Facebook** para así evitar que su perfil sea utilizado en estafas o campañas de desinformación. A raíz de todas estas medidas de resistencia de Meta, **Rusia ordenó interrumpir el acceso a esta red social en todo el territorio ruso** hace sólo unos días.

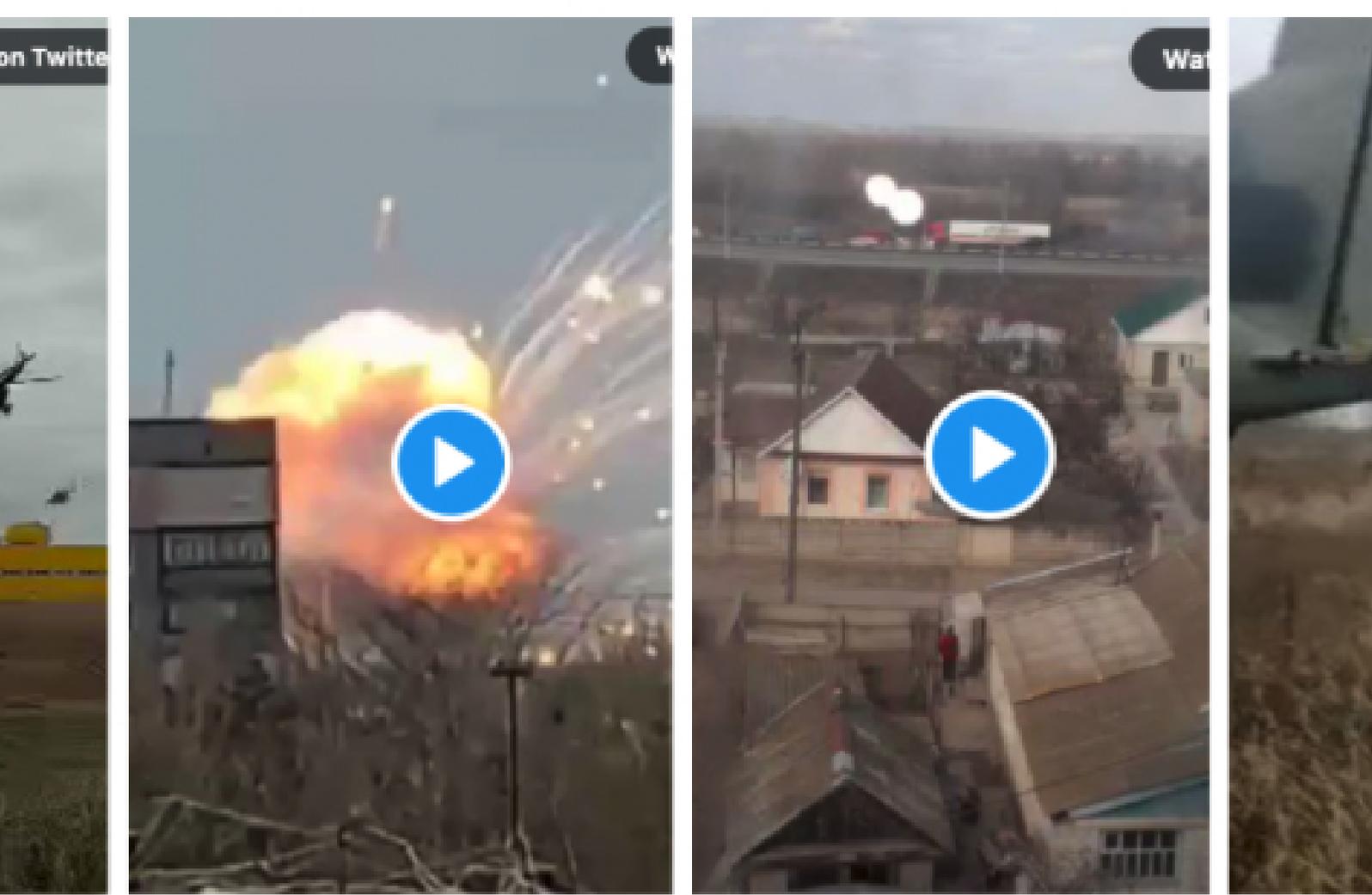


CÓMO LAS REDES SOCIALES ESTÁN RESPONDIENDO A LA CRISIS EN UCRANIA

Por su parte, a solicitud del gobierno de Ucrania, **YouTube está removiendo de las recomendaciones de videos que le aparecen a los ucranianos, los publicados por los canales de comunicación del gobierno ruso.** También ha **suspendido la posibilidad de que ciertos canales rusos puedan monetizar** a través de la plataforma y están **limitando el alcance de su contenido en otras regiones.** De hecho, actualmente está analizando si extiende el bloqueo de este contenido a todo Europa.

Twitter prohibió en su totalidad los anuncios políticos tanto en Ucrania como en Rusia y anunció que continuamente está **monitoreando el contenido** se publican los usuarios para evitar desinformación o manipulación de la realidad en su red social. Recientemente, **agregó etiquetas de alerta al contenido generado por los medios ligados al gobierno ruso, está limitando su alcance orgánico y eliminándolos de las recomendaciones.** A raíz de estas medidas, Rusia también bloqueó su acceso en todo su territorio.

Snapchat ha detenido todos los anuncios publicados desde Rusia, Bielorusia y Ucrania, para facilitar un mejor flujo de información dentro de la región afectada. Ha **eliminado también las ventas de anuncios a todas las entidades rusas y bielorrusas y a sus afiliados.**



CÓMO LAS REDES SOCIALES ESTÁN RESPONDIENDO A LA CRISIS EN UCRANIA

TikTok es una red social clave en este momento ya que se está explotando como **la plataforma predilecta para la desinformación**. Con la reciente oferta abierta a los usuarios de recibir una compensación económica por vistas, muchos **usuarios están generando videos que distan de la realidad pero que han resultado altamente atractivos para su comunidad, lo que se traduce en una buena recompensa económica**.

Sin embargo, también se ha reportado que **usuarios de la red en Ucrania la utilizan para alertar a sus compatriotas combatientes sobre la ubicación de las tropas rusas**.

Aunque **TikTok no ha comentado sobre su postura oficial frente al conflicto** (posiblemente por su origen chino), ha bloqueado a los países dentro de la Unión Europea del contenido generado desde Rusia.

DIGITAL WORLD

PRODUCIDO POR PHOCUS DESDE 2012

