

METAVERSO: A PONTA DO ICEBERG

Paulo Mancio

Para iniciar, gostaria de transmitir o meu imenso prazer em compartilhar este tema através da Use Design, escrevendo um novo artigo com novidades do setor de hospedagem, especialmente neste momento de retomada econômica, inclusive da importância das novas e boas expectativas para os próximos períodos. Desta vez, falaremos de uma grande revolução para a vida das pessoas e conseqüentemente para o mundo dos negócios: o metaverso. Aqui começaremos a nossa jornada de descobertas sobre esse universo que permeia o real e o virtual.

Após o novo posicionamento do gigante das redes sociais, - o Facebook, a palavra metaverso, que ainda não faz muito sentido na cabeça das pessoas, vem mexendo com a nossa

imaginação, pois há uma nova revolução a caminho, na forma de comunicar, interagir e viver de todo nosso ecossistema.

Em resumo, a melhor explicação que se tem, é da famosa Wikipédia: "o metaverso é um espaço virtual compartilhado coletivo, criado pela convergência de realidade física virtualmente aprimorada, e espaço virtual fisicamente persistente, incluindo a soma de todos os mundos virtuais, realidade aumentada e a internet".

Para entender melhor, imagine-se utilizando óculos de realidade virtual, entrando em um vídeo ou filme, onde você tem a percepção de que está em um mundo paralelo. Você está dentro da sua sala e imagina que está jogando uma partida de tênis, ou cavalgando. Sim, você está em São Paulo com uma experiência na Time Square, um dos lugares mais badalados de Nova Iorque, através da tecnologia.



Sabemos que parte do metaverso já está presente em nossas vidas há algum tempo, especialmente nos videogames, cinemas 3D, 4D, 5D, 6D e 7D, já disponíveis inclusive no mercado brasileiro há algum tempo; nos vídeos que assistimos através dos ultrapassados QR codes; as novas e ainda pouco utilizadas plataformas de eventos, e a ferramenta de realidade aumentada, aplicada em cartões de visita, capas de revistas, catálogos e outros materiais. Entretanto, da convergência de tantas ferramentas e da evolução de cada uma delas, nasce então o metaverso. Mais tangível, e cada vez mais encarado como entretenimento, e que em breve, se tornará produto ou serviço oferecido a poucos cliques de distância. Um caso bastante conhecido no mundo todo, foi da Roblox, plataforma online de games cocriada pelos próprios usuários, que apresentou um case de sucesso: um show da cantora sueca Zara Larsson realizado nesse ambiente virtual. Os números incluem mais de 1,6 milhões de fãs presentes por meio de seus avatares, alcançando faturamento de mais de 1 milhão de dólares em merchandising através da plataforma.

Embalagens de produtos em supermercados que apresentam seus diferenciais virtualmente, ficaram famosos no mundo todo; mas vale citar outro case que movimentou economias inteiras mundo afora: o setor imobiliário. Hoje, as pessoas compram um imóvel sem nunca haver visitado presencialmente, apenas conhecendo as unidades de forma virtual, se preferirem, em tempo real, e até mesmo com o auxílio de drones. Foi uma das grandes sacadas comerciais para manter vendas em um período crítico, onde a tecnologia foi imprescindível, inclusive gerando economia até agora às construtoras, pois quem utiliza-se desses recursos, não precisa mobiliar ou aplicar acabamentos em uma unidade modelo.

Justamente, o Metaverso vai proporcionar essa experiência aos futuros consumidores dos mais variados segmentos: ter uma experiência real daquele ambiente de uma forma mais inteligente, sustentável, inclusive, onde ambas as partes ganham: qualidade de entendimento e percepção, sem desperdícios de materiais, logística e tempo, o que é fantástico!

Vale lembrar que muitos encaram essa revolução, como eu também enxergo: a maior desde a invenção dos smartphones.

Segundo relatório da Grayscale, o metaverso pode representar uma oportunidade de receita anual de mais de 1 trilhão de dólares, com expectativa alta para as novidades a serem implementadas. Observa-se ainda que a receita gerada a partir de jogos em mundos virtuais pode crescer e atingir 400 bilhões de dólares em 2025, saindo de 180 bilhões de dólares em 2020, revela a pesquisa.

No setor hoteleiro a movimentação se dá em novas apostas em conectividade, interoperabilidade entre metaversos (diferenciais competitivos); respostas de como o metaverso vai afetar a vida dos hóspedes e turistas do mundo todo, e por fim, mas tão importante quanto, com os implementos busca-se:

- Satisfação dos clientes.
- Mais eficiência nas operações e upgrade na performance hoteleira;
- Incremento na produtividade dos colaboradores com maior assertividade nas necessidades dos hóspedes;
- Prevenção de sinistros e menores riscos de fraude;
- Redução de custos operacionais e ganhos em lucratividade;
- Visibilidade em tempo real para a tomada imediata de decisões,
- Operação mais eficiente e econômica, e
- Ganhos competitivos.

Daqui em diante, conceitos como metaverso, blockchain, Q-Commerce, realidades expandidas, inteligência artificial, wearables e internet das coisas não devem ser mais ignorados, e é por isso que nas próximas edições vamos mergulhar em águas mais profundas destes mundos, que são na realidade, apenas a ponta do iceberg!



PAULO MANCIO

Vice presidente Sênior de Design e Construção da Accor, com experiência técnica, e desenvolvimento comercial. Idealizador e gestor do Design & Technical Summit, e membro do Conselho Diretivo do Green Building Council Brasil.

paulo.mancio8@gmail.com

facebook.com/paulo.mancio.7

instagram.com/paulo_mancio/