METAVERSO

ENTENDA DE UMA VEZ POR TODAS O QUE É METAVERSO

METAVERSO

Entenda de uma vez por todas o que é Metaverso

A essa altura, você já deve ter ouvido falar em metaverso, não é? O mundo não para de falar sobre isso e se você ainda não sabe do que se trata, calma, vamos trazer os principais conceitos para você entender o metaverso de uma vez por todas.

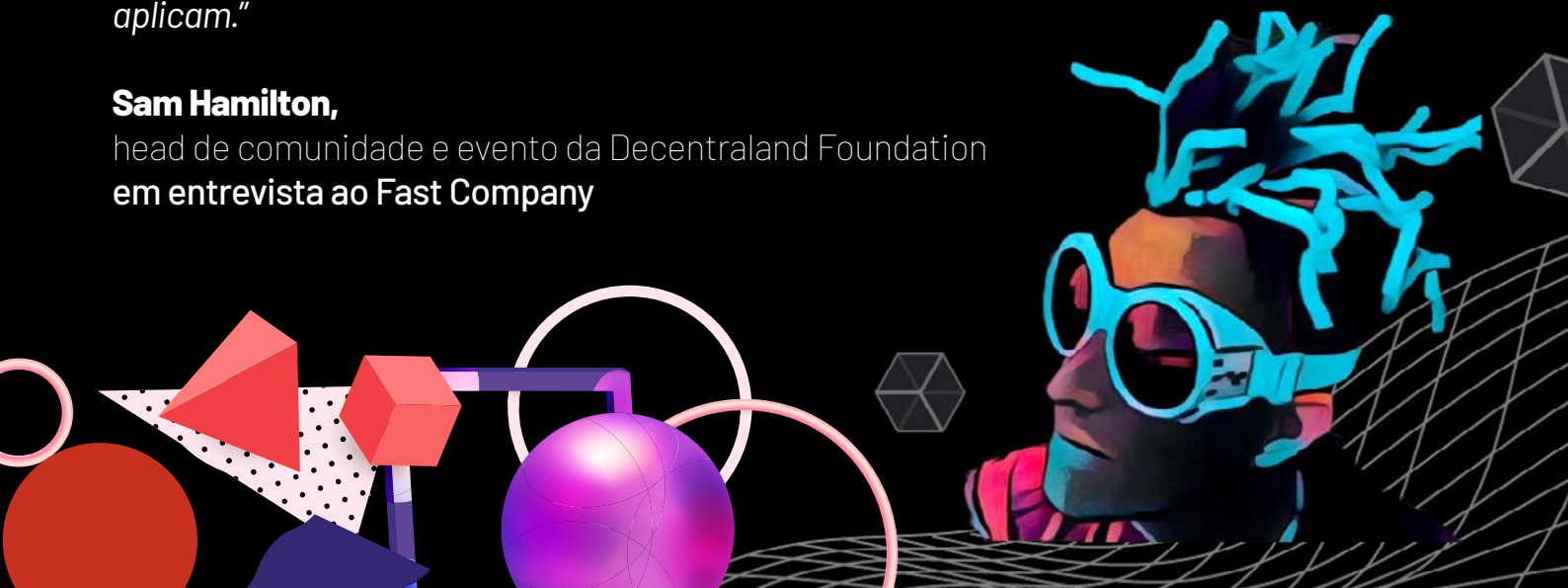
Do começo: o que é metaverso?

Metaverso não é um termo novo e não foi inventado pelo Facebook, tá? Entretanto, a mudança do nome da empresa para Meta fez com que o termo ganhasse relevância.

Agora a corrida é para quem consegue unir as nossas atividades rotineiras em um contexto digital, de forma tridimensional e multi sensorial (incluindo toque). Dessa forma, o metaverso vai além de uma realidade virtual onde você entra para jogar, por exemplo - ele é mais complexo e diverso.

"Podemos esperar mundos sociais virtuais independentes, mas também camadas de serviço e ferramentas que abrem oportunidades para criativos e empreendedores que o mundo físico não pode ou não fornece. Será imersivo e abrangente, mas ao mesmo tempo impactará o mundo físico em finanças, bens e serviços, jogos, educação, governança e muito mais. O que não será é uma experiência centralizada. Um metaverso centralizado não é um metaverso, é um videogame. Um entretenimento com curadoria. Você não pode capacitar criadores e residentes do metaverso para moldar seu futuro sem dar a eles a propriedade e o direito de governar. Assim, o metaverso autêntico será um espaço compartilhado e colaborativo, apoiado por uma estrutura descentralizada. Estamos testemunhando a construção do mundo enquanto isso acontece. As regras antigas não se aplicam."

Sam Hamilton,
head de comunidade e evento da Decentraland Foundation
em entrevista ao Fast Company



Um universo em expansão

O metaverso parece ter ganhado força durante a mudança online da pandemia. O termo hoje se refere a uma variedade de experiências, ambientes e ativos que existem no espaço virtual - sendo que o que existe hoje ainda é, digamos, rudimentar perto do que está por vir.

A corrida pelo metaverso

Em outubro de 2021, o Facebook reivindicou o metaverso mudando seu nome para Meta. Ao tornar sua marca sinônimo do metaverso, o Facebook já tem uma vantagem. Mas quem mais está de olho no prêmio virtual?

Microsoft:
a Microsoft quer tornar o metaverso acessível em qualquer dispositivo.

Snap:
suas lentes conectadas baseadas em Realidade Aumentada colocam o Snapchat mais próximo do metaverso do que muitas plataformas de mídia social. Isso porque o filtro AR de lente Avatar hoje faz com que você tenha a aparência que teria no metaverso.

Nike:
comprou uma empresa de tênis digital, a RTFKT, que vendeu 600 pares de tênis, gerando US$ 3 milhões – tudo sem ter que fabricar um único par.

Ralph Lauren:
a marca está vendendo gorros e jaquetas para a escola primária em Roblox, o jogo de desenho animado com 150 milhões de participantes e uma avaliação de US$ 38 bilhões.

Disney:
ela registrou a patente de realidade virtual e realidade aumentada que opera sem a necessidade de dispositivos digitais.

Gucci, Balenciaga e Dior:
as empresas lançaram linhas para os jogadores da Geração Z, incluindo roupas de grife, bolsas e acessórios de luxo.

Decentraland:
o ambiente online onde os usuários podem trocar criptomoedas por 90.000 parcelas de terra, explodiu em popularidade ultimamente. Em novembro, a Tokens.com investiu US$ 2,4 milhões em uma propriedade de 116 lotes no coração do distrito de Fashion Street, em Decentraland, onde a empresa planeja desenvolver uma Quinta Avenida virtual.

Seul:
se tornou a primeira grande cidade a anunciar planos para se tornar meta, dizendo que estava pronta para criar um ecossistema virtual totalmente realizado para todas as áreas de sua administração municipal, como econômica, cultural, turística, educacional e de serviço cívico.

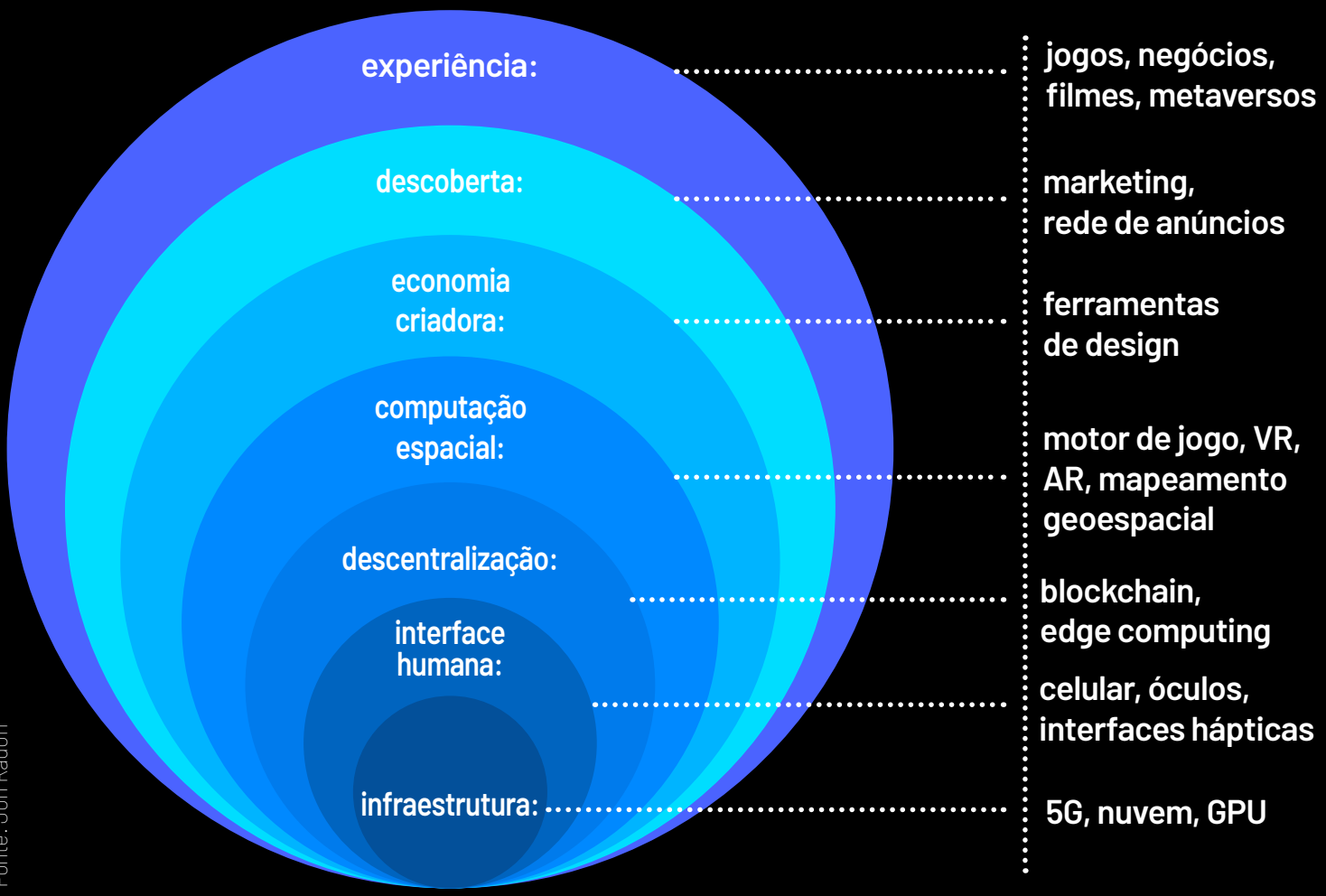
Algumas lições desses experimentos:
Como espaços virtuais para representação pessoal e engajamento social, as plataformas da rede social são uma iteração inicial de metaversos e são um importante local para aprimoramentos digitais por meio de realidade aumentada. Experiências sociais, Realidade Aumentada e Realidade Virtual são tecnologias importantes para o metaverso e também para a moda, mas também para o mercado de games, educação e entretenimento.

Além disso, o modo como nos relacionamos com a nossa vida digital, e como aparecemos nela, será em breve tão importante quanto aparecermos em nossa vida física.

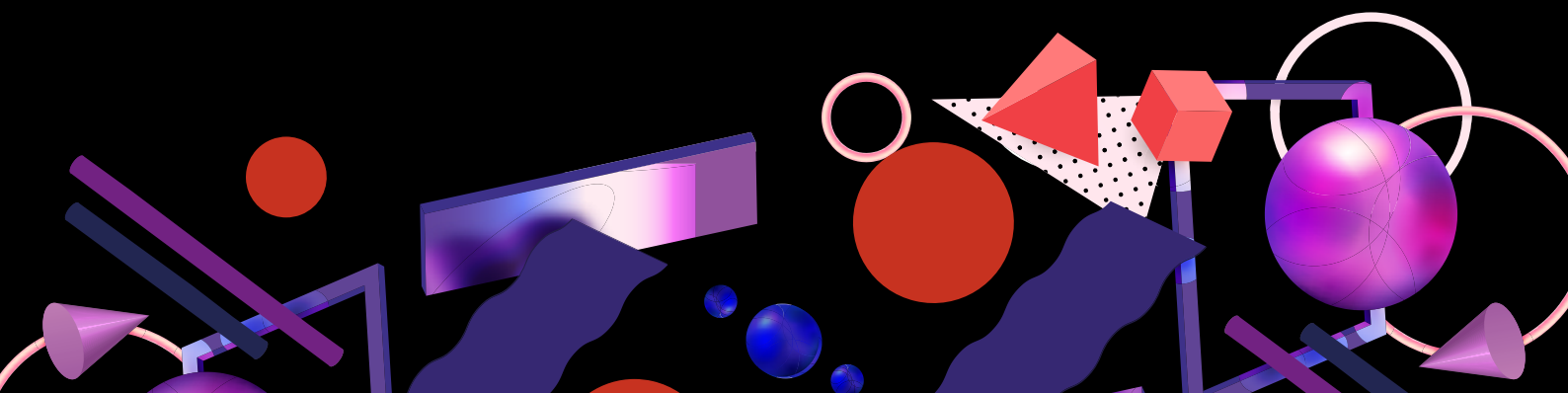
Meta moment: onde sua empresa entra nisso?

A essa altura, você deve ter percebido que o metaverso se refere mais ao conceito de criação de mundos pelas organizações e experiências individuais, adentrando em uma paisagem mais complexa e imersiva do que nunca. Não tem porta de entrada ou saída: tudo é entorno.

Ela vai exigir bases que ainda estão em construção, como internet rápida e conexão em tempo real independente da localização, aparelhos como óculos 3D e algumas outras questões chamadas de camadas do metaverso:



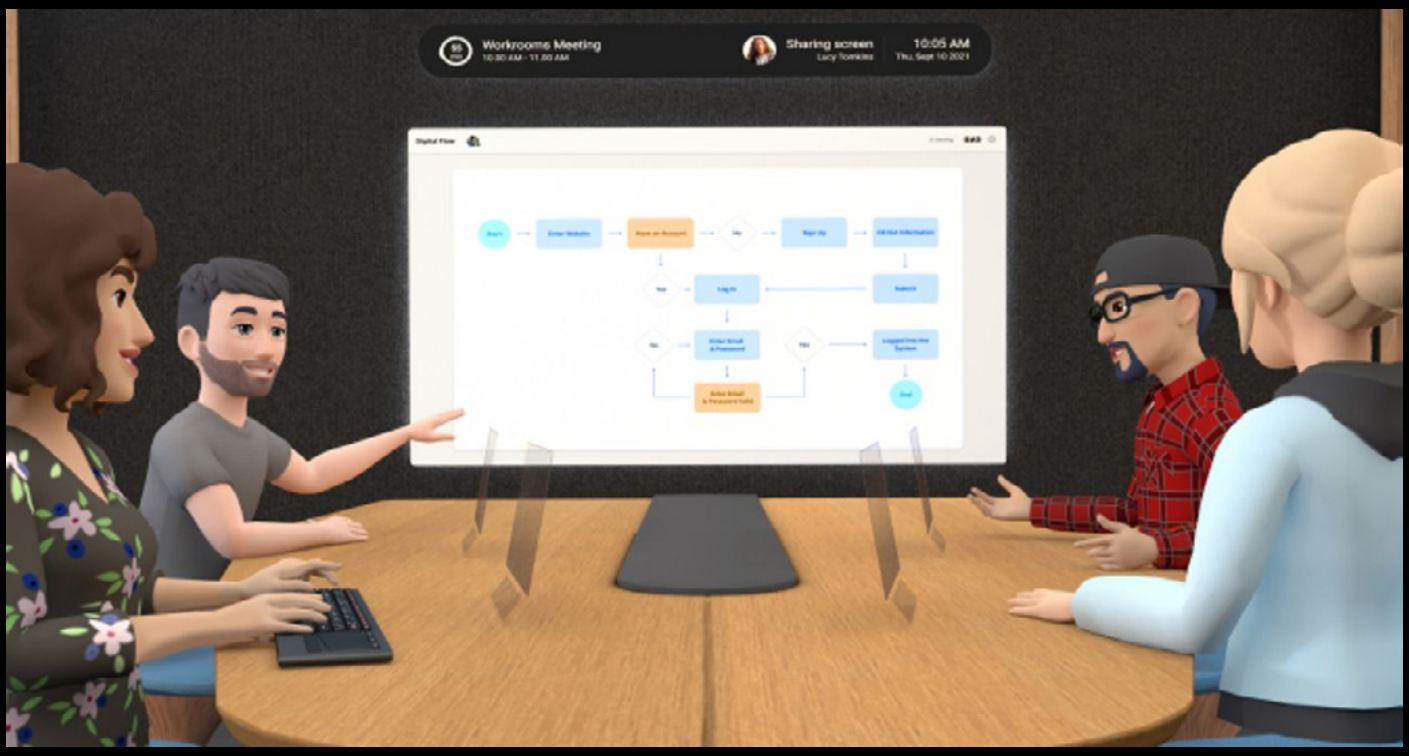
Fonte: Jon Radoff



As marcas, claro, já estão vendo como entrar e aqui nós temos algumas chaves de como você pode se preparar.

Primeiro, entenda seu público, onde ele está e como ele está lidando com essas transformações. Acompanhe os potenciais momentos de entrada no metaverso a partir dele e também a partir do que você pode aprender com marcas que já estão tentando se inserir neste contexto.

Coloque na pauta da empresa, comece a falar sobre isso e escute o que as pessoas andam pensando sobre o tema. Se ninguém estiver familiarizado com o metaverso, traga exemplos e especulações do mercado.



Mas entenda:
o que o metaverso pode trazer para que sua empresa conquiste seu propósito e metas a longo prazo? Quais testes podem ser feitos para expor sua marca aos poucos e confortavelmente? Muitos experimentos vão falhar, mas isso também é falar e se relacionar com a inovação.

Abra para a criatividade! O metaverso pretende-se um lugar para criativos, então anime-se para criar experiências em qualquer ponto da jornada do cliente, desde a aquisição, ao engajamento, à transação, ao suporte ao cliente, que têm o potencial de serem melhores que antes.

E por último, mas muito importante:
continue construindo e fortalecendo sua empresa com as oportunidades de hoje.

.StartSe