



Metaverso: relação de negócios entre o humano e o não humano

Palestra aborda como o mercado da moda está inserido na atualidade do Metaverso, que atua na relação entre mente e matéria

Um tema que ainda gera muitas dúvidas, mas que já faz parte da realidade de uma parcela da população, vem se concretizando também no mundo da moda. Marcelo Vianna, pesquisador Tendere para Design Estratégico e Cenários Futuros na Universidade Vale dos Sinos (Unisinus), abordou o tema como uma realidade presente no mercado e apresentou as possibilidades e dificuldades no negócio.

Vianna explicou que o Metaverso é capaz de provocar uma imersão muito profunda no mundo virtual e que a tendência, com os avanços tecnológicos, é de que a imaterialidade faça com que diminua a intervenção humana, com o virtual: “Daqui a 50 anos, será possível fazer upload de uma consciência humana. O interesse dessa tecnologia é a evolução da relação do humano com o não humano. Com a veloz evolução, rapidamente existirão subsídios suficientes em termos tecnológicos para que seja possível substituir a realidade tangível para uma realidade não física”, comentou o pesquisador.

Grandes marcas internacionais, como Gucci, Nike e Prada, têm executado uma intensificação de projetos metaversos, a fim de atrair e reforçar suas conexões com os consumidores. Além de que, em questão de sustentabilidade, o custo de investimento é relativamente baixo para empresas multinacionais.

No Brasil, Vianna salientou que “é uma evolução sem retorno. É necessário que investimentos sejam realizados, para que as marcas acompanhem o meio social”. Atualmente, o maior investimento é realizado por meio de games, em que é possível um personagem se vestir e usar acessórios da marca, representações digitais que podem ser monetizadas ou não. Ou a criação de ambientes virtuais com o nome da marca, para promover uma interação de experiências que imitam a vida real.

Sobre as dificuldades no nosso país, Vianna apontou questões como alto investimento em profissionais capacitados da área e a possibilidade de hardwares e softwares acessíveis. Mas informou que é possível realizar investimentos de baixo custo, que permitem ao consumidor ter experiências com a realidade aumentada - como os vídeos 360 graus e jogos interativos, que levam o consumidor até sites de compra, etc. O Metaverso já é uma atualidade que permite criar e experimentar produtos on-line, que posteriormente podem se materializar com a opção também de serem exclusivos, agregando ainda mais valor à marca.

MINAS TREND
15 anos



A moda
no centro

O 28º Minas Trend é uma realização da FIEMG, SESI e SENAI, com apoio master do Sebrae MG e patrocínio da CDL/BH e TMT Brasil Epson.

Serviço

28ª edição do Minas Trend

De 2 a 4 de novembro de 2022

No Minascentro (Avenida Augusto de Lima, 785, Centro, Belo Horizonte)

Assessoria de Imprensa do 28º Minas Trend - Rede Comunicação que transforma

Luciana d'Anunciação – (31)99902-3923 – luciana.anunciacao@redecomunicacao.com

APOIO MASTER:



REALIZAÇÃO:

