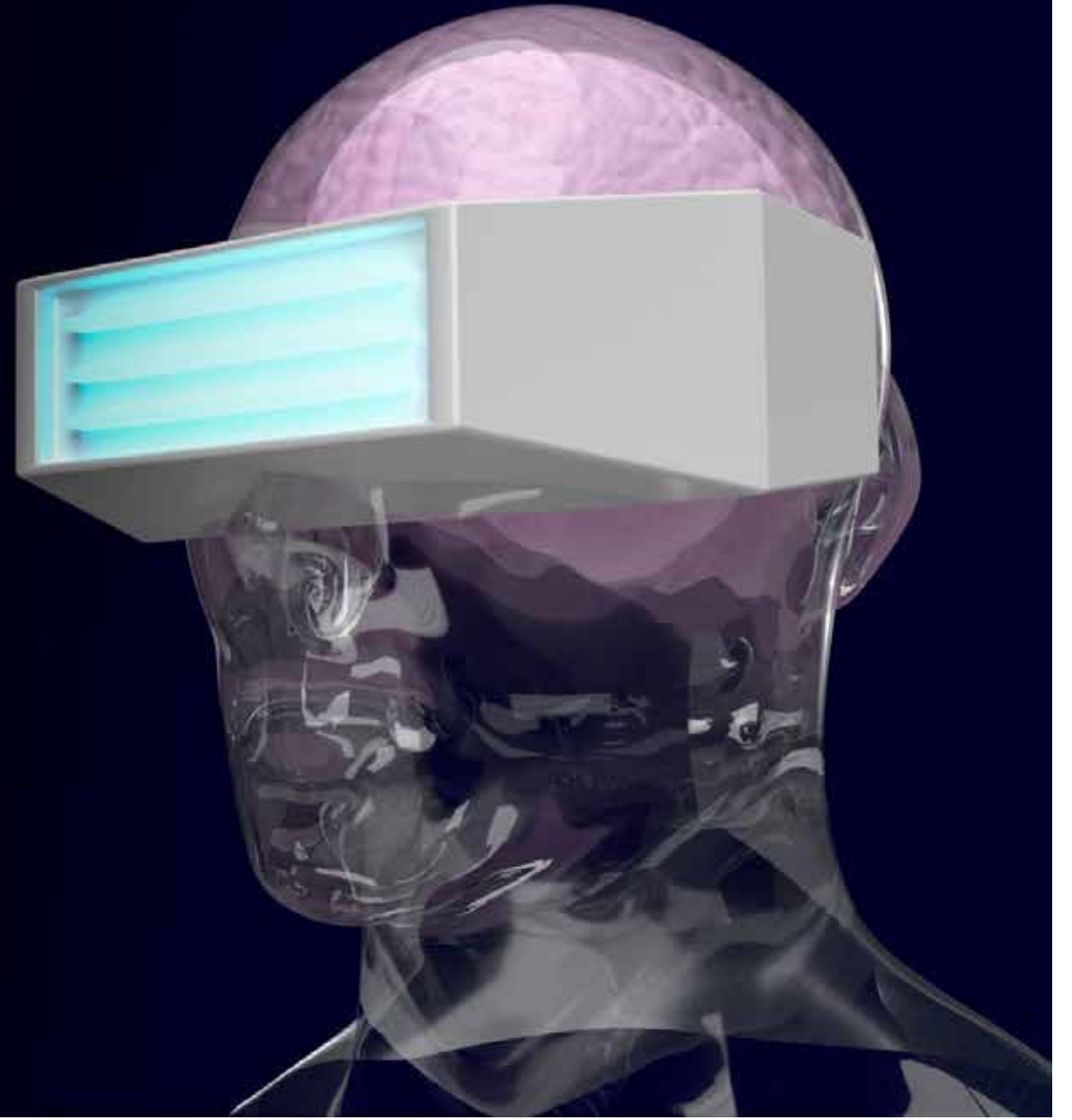


### QUEBRA DE PARADIGMAS

**METAVERSO É UM FUTURO INEVITÁVEL, MAS TAMBÉM JÁ ESTÁ PRESENTE** ➡ Leia na página 6



As recentes declarações de Mark Zuckerberg e o anúncio da mudança de nome e posicionamento do Facebook para Meta – e para o metaverso, fizeram com que esse termo ganhasse destaque.

Apesar dessas mudanças significarem uma grande quebra de paradigmas para a gigante das redes sociais, o metaverso em si já é conhecido dos profissionais da tecnologia e da comunicação de experiência.

A Flex Interativa, principal empresa de comunicação de experiência com foco na aplicação de soluções como realidade virtual e aumentada, atua ativamente nesse contexto. Fundada em 2008 por Fernando Godoy, a empresa fez um ajuste de curso e mirou nessas novas tecnologias em 2015, com a chegada dos sócios Marcelo Rodino, como co-fundador e head de criação, e Décio Sampaio como head de operação.

Na visão do trio, o metaverso é uma forma de relacionamento da 'vida real' com o 'universo virtual'. "Normalmente, o metaverso é relacionado a tecnologias como realidade virtual, realidade aumentada e realidade mista. Mas a chave está no aspecto comportamental: na forma como os usuários se comportam com essas tecnologias e na dialética que se estabelece entre o real e o virtual", explica Rodino.

Por isso, o especialista revela que o metaverso é uma somatória de diversas tecnologias imersivas que possibilitam criar novas formas de comunicação e interação entre seus usuários. Isso pode se dar de uma forma bastante ampla, como um jogo imersivo, no qual o player utiliza óculos de realidade virtual e se sente completamente transportado para um ambiente novo, mas também pode ser algo menos complexo, como a possibilidade de publicar uma foto em 360°.

"As empresas já têm feito ações dentro do contexto do metaverso, com graus diferentes de complexidade e algumas com grande sucesso. Inevitavelmente as companhias vão precisar considerá-lo no seu escopo de comunicação num futuro próximo. Mas também é algo que já está disponível e que pode ser aplicado aos poucos, de diversas formas", revela.

Um importante marco no metaverso foi o jogo Second Life, que chamou alguma atenção nos anos 2000, mas acabou se tornando obsoleto pela falta de tecnologia que atendesse à demanda de realismo da audiência. Nele, os usuários criavam seus avatares



Imagens de Daniel Morfin, CANVA

e interagiam entre si, como se estivessem frente a frente, sem o intermédio de telas ou da conexão de internet.

Mais recentemente, com o avanço de soluções de hardware, tem sido possível acompanhar o sucesso estrondoso de games como Fortnite, que empregam em seu ambiente virtual diversos elementos do mundo real e geram engajamento expressivo entre seu público.

Além de modelos de carros e lojas de marcas conhecidas, os criadores do jogo surpreenderam o mercado ao iniciar a realização de shows de artistas reais em sua plataforma. Mas a troca de infor-

mações através das telas não fica restrita aos games. Soluções como videoconferências também fazem parte do metaverso - e podem, cada vez mais, explorar esse contexto para aumentar sua efetividade.

A partir da combinação de diversas demandas de clientes de segmentos diferentes, a Flex Interativa criou o Flex Universe, uma plataforma em que o metaverso é amplamente aplicado, com a proposta de interatividade, personalização e conteúdo imersivo. "Logo no início da pandemia, percebemos que havia uma possibilidade de aplicação do metaverso para criar dinâmicas mais eficientes que contribuíssem com o aprendizado dos alunos. Inclusive a minha filha ela foi a primeira a testar o nosso produto", conta Rodino.

O Flex Universe é um instrumento desenvolvido pela Flex Interativa para popularizar o acesso ao metaverso para pequenas e médias empresas que não tenham os meios necessários para desenvolver, do zero, toda a tecnologia necessária para criar seus próprios ambientes virtuais. A partir de uma base, o Flex Universe é completamente customizável e permite às empresas realizar diversas atividades, desde videoconferências a cursos e exibições de produtos.

"Além do aspecto interativo, potencializado pela criação de avatares que representam os usuários que estão participando das atividades, o Flex Universe apresenta também a possibilidade de criar trilhas gamificadas para a realização de tarefas, o que aumenta o engajamento da audiência e a retenção de informações", afirma o head de criação.

Assim, de acordo com o especialista, apesar das soluções apresentadas no final de outubro pelo Mark Zuckerberg parecerem muito empolgantes, fica claro que será preciso esperar ainda algum tempo para ver os desdobramentos de toda essa história.

Enquanto isso, a corrida pela presença no metaverso - e da aplicação desse contexto na identidade institucional de empresas de diversos segmentos já está em andamento. "A Flex Interativa está atuando não só acelerando o desenvolvimento de ferramentas, mas impulsionando as empresas que precisam de um gás nessa frente", conclui Marcelo Rodino. - Fonte e outras informações: (<https://www.flexinterativa.com.br/>).

### EMPREENDEDORES COMPULSIVOS

## #tenhacatrizes

**Sou um visionário! Pena que 10 anos atrasado. Pelo menos.**

Alessandro Saade (\*)  
Novembro, 2021

Sempre defendi o livre mercado e a iniciativa dos empreendedores, que geram emprego, riqueza e solucionam problemas. Também sempre apoiei projetos sociais que fomentassem o protagonismo dos participantes na solução de problemas sociais.

Acredito fortemente que a sociedade civil tem mais força e agilidade que o poder público no direcionamento e implementação das soluções tão necessárias na busca de igualdade, de equidade.

Os próprios Compulsivos são, de certa forma, baseados nesta crença. É uma iniciativa social com fins lucrativos. Busca recursos no formato de patrocínio de grandes empresas que tenham a necessidade de se comunicar com ou se aproximar de determinado segmento de empresários PME. Com os recursos recebidos, impactamos a região com nossa metodologia de modelagem e aceleração de negócios reais, ajudando de fato aos empreendedores com a sua evolução e, de

forma transparente e ética, estreitamos a relação entre o patrocinador e seu mercado. Fazemos isso há dez anos.

Entretanto, desde que assumi a Superintendência Executiva do ESPRO - uma instituição filantrópica e sem fins lucrativos, que atende a três políticas públicas de forma multifacetada - vim calibrando a minha visão sobre o segmento, sua gestão e sustentabilidade financeira e buscando uma forma de usar minha visão do ambiente e dos interlocutores para melhorar o nosso resultado e engajar mais as empresas nesta causa tão nobre e urgentemente necessária.

Logo, foi natural, mas revelador, tratar cada iniciativa social como um produto, que resolve uma dor de uma determinada parcela da sociedade e que algumas empresas teriam interesse em patrocinar esta transformação.

Me achei um gênio por um breve intervalo de tempo, até conversar com outros gestores do terceiro setor e receber o tiro de misericórdia do Michael Porter, em seu TED de 2013! Nele, o professor traz uma reflexão sobre tratar causas sociais como produtos que resolvem problemas, dores, das pessoas e das empresas, tornando-se assim economicamente interessantes para

patrocinadores e doadores.

Se o apoio financeiro a determinada causa social produz alguma contrapartida da qual a empresa possa se apropriar, ela passa a considerar isso como uma opção sólida de investimento.

Claro que, mais cedo ou mais tarde, todos os gestores do terceiro setor, que tiveram alguma experiência prévia no mercado percebem claramente o tinham pela frente.

Mais ainda durante a pandemia, que ampliou o abismo das desigualdades. Mais ainda no meio do processo de implementação de uma profunda transformação tecnológica, cultural, estrutural dentro do Espro!

O desafio e sua beleza se encontram em criar o match entre o desafio na sociedade a ser vencido, a solução da nossa entidade que resolve este problema e a empresa que deseja atrelar esta causa à sua marca. Simples e desafiador assim.

E agora então, com o fortalecimento das iniciativas e políticas de ESG, aumenta ainda mais esta oportunidade.

Muito prazer, sou Alessandro Saade, Superintendente Executivo do Espro e fundador dos Empreendedores Compulsivos. Vamos conversar?



Alessandro Saade

(\*) É Fundador dos Empreendedores Compulsivos, é também executivo, autor, professor, palestrante e mentor. Possui mais de 30 anos de experiência atuando com grandes empresas e startups brasileiras, tornando-se referência no universo do empreendedorismo no Brasil. Formado em Administração pela UUV-ES, com MBA em Marketing pela ESPM e mestrado em Comunicação e Mercados pela Casper Libero, especializou-se em Empreendedorismo pela Babson College e em Inovação por Berkeley. Atualmente é Superintendente Executivo do ESPRO, instituição sem fins lucrativos que há 40 anos oferece aos jovens brasileiros a formação para inserção no Mundo do Trabalho.