

METAMARKETING

Nessa edição do Boletim MarkESALQ, será abordado a influência do metaverso no marketing digital. Em outubro de 2021, o conceito metaverso ganhou grande notoriedade após Mark Zuckerberg, criador do *Facebook*, mudar o nome da empresa para Meta, além de investir no desenvolvimento da sua própria plataforma de integração entre o mundo real e o virtual. Com base em tecnologias já existentes, Zuckerberg deseja construir um mundo virtual, em que os usuários serão capazes de criar avatares e se conectar ao redor do globo. Assim, com o metaverso em alta, as marcas buscam integrar o marketing com esta nova tecnologia a fim de obter bons resultados.

O que é metaverso?

Aparecendo pela primeira vez na ficção científica "*Snow Crash*" de 1992, a palavra "metaverso" faz referência a um espaço virtual compatível e próximo da realidade.

Já no ano de 2018, o filme dirigido por Steven Spielberg, *Ready Player One* ou Jogador nº1, tornou ainda mais popular o conceito de metaverso. Baseado no livro de Ernest Cline de mesmo nome, o filme descreve o fim do mundo. Nesse contexto a população é atormentada por guerras, fome e desemprego, a qual encontra salvação no OASSIS – um universo de realidade virtual.

Conceituando, o termo consiste em uma ideia de mundo digital, compartilhado em nuvem, que tem como principal objetivo mesclar os elementos fisicamente presentes com os espaços virtuais por meio de avatares no ciberespaço e com o auxílio de equipamentos da realidade aumentada e virtual. Além disso, vale destacar, que o metaverso é interativo, imersivo e colaborativo. (BOLETIM AASP, 2022)

Sendo uma versão conceitual do futuro da Internet, o metaverso apresenta as mais variadas aplicações. Jogar, socializar com outras pessoas, desfrutar de um show, trabalhar, assistir a um filme no cinema, visitar lojas virtuais, como também comprar produtos reais estão entre suas principais atividades. Entretanto, por estar sendo desenvolvido com tecnologias emergentes que ainda se encontram em processo de consolidação, o metaverso está sujeito a diversas falhas e erros ao longo dos anos.

Marketing e sua relação com o metaverso

Em decorrência da pandemia de COVID-19, notou-se que apenas o espaço físico não é suficiente para manter uma empresa "viva" nos dias atuais. É de extrema importância que estas estejam imersas no mundo digital. Ademais, estar envolvida com novas tecnologias demonstra o potencial criativo e inovador das empresas, além de engajar o público de forma a produzir resultados relevantes.



Nesse sentido, uma das áreas mais afetadas pelo metaverso será o Marketing. Esse novo "mundo", irá impactar positivamente toda a jornada de compra do cliente, tornando-a ainda mais otimizada. Ou seja, compreende-se que o metaverso em conjunto com o marketing busca garantir uma experiência real e mais humanizada ao consumidor. Por consequência, as marcas têm a possibilidade de atingir novos públicos. Além disso, estimulará a cocriação de conteúdo (UGC), tanto por parte das marcas quanto dos consumidores.

Em relação a publicidade, o metaverso também poderá potencializar questões envolvendo inclusão, diversidade e representatividade. Para isso, algumas marcas já estão estabelecendo uma relação entre o mundo virtual e o mundo real, em especial, por meio da criação de avatares e eventos no ciberespaço. Tais condições possibilitam a chegada de novos clientes, como também um conteúdo mais interativo.

Por fim, para que uma empresa obtenha sucesso nesse novo universo é necessário adotar algumas estratégias. Investir em publicidade nativa, vender bens virtuais para avatares digitais e transformar produtos em NFTs (tokens não fungíveis) estão entre as principais. Dessa maneira, a primeira estratégia consiste em inserir de modo natural campanhas tanto em canais sociais quanto em plataformas digitais. A segunda está atrelada diretamente aos avatares, os quais são representações de pessoas reais. A terceira, por sua vez, assegura a autenticidade de um produto, além de fortalecer a confiança do consumidor durante o processo de compra.



● Nike

Em 2021, a Nike informou ao público a compra da RTFKT Studios, uma empresa virtual que fornece calçados (tênis virtuais) e NFTs. Para isso, a RTFKT recorre aos mais modernos recursos, como autenticação *blockchain* e realidade aumentada. O objetivo da empresa estadunidense é inserir-se no metaverso. De acordo com John Donahoe, CEO da Nike, a aquisição da nova empresa “é mais um passo que acelera a transformação digital da Nike”.

Já em novembro do mesmo ano, a Nike em parceria com plataforma *Roblox* desenvolveu seu próprio mundo virtual, o “Nikeland”. Com foco em crianças, adolescentes e jovens, os usuários são capazes de equipar seus avatares com produtos da Nike, como, por exemplo, tênis e roupas virtuais. Além do mais, estão aptos a interagir em jogos esportivos de forma gratuita.



● Balenciaga

Além de participar do *Metaverse Fashion Week*, um desfile de moda realizado virtualmente na plataforma *Decentraland*, a Balenciaga foi a primeira marca de luxo a promover uma campanha no metaverso. Em parceria com o jogo *Fortnite*, peças de roupas e acessórios da marca foram vendidas como itens virtuais ou *skins* aos avatares dos jogadores. Com este lançamento, as buscas por Balenciaga na Lyst (plataforma e-commerce) aumentaram aproximadamente 49%.

Por fim, Cédric Charbit, o CEO da *holding* parisiense Kering, destaca que a marca já está desenvolvendo um departamento dedicado exclusivamente a este universo digital, com o objetivo de conhecer ainda mais as oportunidades de marketing.

BALENCIAGA

● Meta

Buscando proporcionar uma visão de perto do uso dos equipamentos associados a essa nova tecnologia, a empresa Meta inaugurou, em 09 de maio de 2022, a primeira loja física voltada exclusivamente ao metaverso, a Meta Store. Localizada em *Meta's Reality Labs* no Vale do Silício, a loja tem como principal objetivo ofertar óculos de realidade virtual, aparelhos de videochamada e óculos inteligentes.

O primeiro produto são os chamados Oculus Quest 2, em que os usuários podem escolher entre quatro jogos: pescaria, golfe, boxe ou Beat Saber. O segundo é uma tela móvel que tem como objetivo realizar videochamada, a qual os usuários poderão participar de conferências e reuniões por meio de avatares. E o último são óculos da Ray-Ban, os quais são capazes de tirar fotos e fazer vídeos de sessenta segundos. Tais imagens são compartilhadas diretamente no celular do usuário.



Sumarizando



Em um mundo cada vez mais digital, diferenciar o real do virtual tornou-se uma tarefa difícil e será ainda mais a partir do momento em que o metaverso virar realidade. Sendo reconhecido como um universo virtual, composto por elementos da realidade aumentada, o metaverso estimula a criação de novas oportunidades em diversas áreas de trabalho.

Com isso, faz-se importante ressaltar a importância da relação entre o metaverso e o marketing para uma organização. Nesta nova realidade, as empresas serão capazes de melhorar tanto a experiência quanto a jornada de compra do consumidor nos meios digitais, tornando-a próxima do mundo real. Em síntese, marcas que investirem no metaverso estarão se destacando das demais, evidenciando sua capacidade de inovação e criação.

Referências

ACESSO. Marketing e o metaverso: entenda essa relação. Disponível em: <<https://www.acessojr.com/marketing-e-o-metaverso-entenda-essa-relacao/>>. Acesso em: junho de 2022.

ARTE E MULTIMÉDIA. Jogador número 1: o alerta para as realidades virtuais. Disponível em: <<https://digartdigimedia.wordpress.com/2021/11/22/jogador-numero-1-o-alerta-para-as-realidades-virtuais/>>. Acesso em: junho de 2022

CONECTA AASP BOLETIM. Advocacia no metaverso. Disponível em: <www.aasp.org.br>. Acesso em: junho de 2022.

ÉPOCA NEGÓCIOS. Meta mostra sua primeira loja física com realidade virtual. Disponível: <<https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2022/05/epoca-negocios-meta-mostra-sua-primeira-loja-fisica-com-realidade-virtual.html>>. Acesso em: junho de 2022.

EXAME. Meta dona do Facebook inaugura hoje sua primeira loja física. Disponível: <<https://exame.com/tecnologia/meta-dona-do-facebook-inaugura-hoje-sua-primeira-loja-fisica/>>. Acesso em: junho de 2022.

FASHION NETWORK. Balenciaga planeja criar departamento dedicado ao Metaverso. Disponível em: <<https://br.fashionnetwork.com/news/Balenciaga-planeja-criar-departamento-dedicado-ao-metaverso.1358931.html>>. Acesso em: junho de 2022.

FOLHA DE SÃO PAULO. Meta recorre à velha loja física para vender produtos da nova realidade. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2022/07/meta-recorre-a-velha-loja-fisica-para-vender-produtos-da-nova-realidade.shtml>>. Acesso em: junho de 2022.

IBERDROLA. Metaverso: o lugar onde a realidade física e a virtual se associam. Disponível em: <<https://www.iberdrola.com/inovacao/metaverso#:~:text=Metaverso%3A%20o%20lugar%20onde%20a%20realidade%20%C3%ADsica%20e%20a%20virtual%20se%20associam&text=Em%20um%20mundo%20cada%20vez,o%20metaverso%20se%20tornar%20realidade>>. Acesso em: junho de 2022.

IMPULSO. Metaverso: o que esperar para os próximos anos. Disponível em: <https://blog.impulso.network/metaverso-mfbp/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=ad-search-blog-impulso&utm_term=marketing&gclid=CjwKCAjw46CVBhB1EiwAgy6M4m_hrcrTHQ_oc65-7nEizYD7GFjOsEWr-Pif5t4vcxSjRlXkYGTeERoCu5cQAavD_BwE>. Acesso em: junho de 2022.

K2. Metaverso e marketing digital: o futuro da relação entre pessoas e marketing. Disponível em: <<https://k2ponto.com.br/blog/metaverso-e-marketing-digital/>>. Acesso em: junho de 2022.

ROCKCONTENT. Como funciona o marketing no metaverso? Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/marketing-no-metaverso/>>. Acesso em: junho de 2022.

TECMUNDO. Na corrida ao metaverso, Nike compra fabricante de tênis virtuais. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/internet/230548-corrida-metaverso-nike-compra-fabricante-tenis-virtuais.htm>>. Acesso em: junho de 2022.

UOL. Nike compra empresa que produz NFTs e tênis virtuais para o metaverso. Disponível em: <<https://gizmodo.uol.com.br/nike-compra-empresa-que-produz-nfts-e-tenis-virtuais-para-o-metaverso/>>. Acesso em junho de 2022.

YELLOW STUDIO. Marketing no metaverso: mudanças e oportunidades para as marcas. Disponível em: <<https://www.studioyellow.com.br/artigos/marketing-no-metaverso-mudancas-e-oportunidades-para-marcas>>. Acesso em: junho de 2022.

O Boletim MarkEsalq é uma publicação periódica do Grupo de Pesquisa e Extensão em Marketing e Gestão, o MarkEsalq, que foi criado em 2011 na ESALQ/USP, e que tem como missão disseminar e gerar conhecimento sobre marketing e gestão a seus membros e à sociedade com um todo. O Boletim MarkEsalq é coordenado pelo acadêmico Gustavo Ferraz Rodrigues, supervisionado pelo coordenador do grupo, o Prof. Eduardo Eugênio Spers e tem como jornalista responsável Mariana Vizoto. Tem como parceria a empresa Moretti Design.