

Agosto. 2022

Estudo Original

ADVENTURES MINDMINERS

Web3

A relação dos brasileiros com o (novo) universo da tecnologia



Prompt: Large Human Standing in Street, Computers, Web3, Cyberpunk, Night Time, Ultra-Realistic, Wide-Angle Octane Rendering, Hyper-Detailed



Contexto

A internet revolucionou toda a nossa forma de viver. Já se deu conta do quanto essa tecnologia faz parte do nosso dia a dia? Consegue notar o quanto a sociedade evoluiu desde a sua chegada? Os impactos são gigantescos. E eles não param por aqui.

Podemos dizer que a ambição vai além do surgimento dos sites, das redes sociais e dos serviços digitalizados. O que se almeja agora é a implementação de um novo modelo de interação, chamado de Web3. Um termo que, por ora, parece desconhecido, mas que carrega consigo uma série de novidades já um pouco mais familiares: blockchain, metaverso, NFTs, criptomoedas, DAOs e DeFis. A ideia é que com esse avanço as pessoas tenham maior autonomia e privacidade dentro da rede.

Mas, antes de pensarmos em tudo isso, é muito importante questionar: as pessoas estão preparadas para essa evolução? Qual é o papel das empresas durante esse processo de mudança? Esses são alguns dos principais pontos levantados nesse estudo no qual foi construído a várias mãos: por nós, da MindMiners, e pela nossa parceira Adventures.

Por isso, fazemos um convite: se você quer entender melhor sobre cada uma dessas novidades, descobrir quais são as percepções e comportamentos das pessoas frente a tudo que envolve tecnologia, inclusive sobre os temas aqui apresentados, e ter um norte de como se posicionar na Web3, continue esta leitura, pois a nossa pesquisa está repleta de informações interessantes.



Índice

Amostra

05_ Perfis e Subgrupos

06_ A Web3

12_ Blockchain

15_ Consumo digital na Web2

22_ Aterrissando na Web3

27_ Criptomoedas

34_ DeFi

38_ NFT

44_ DAO

47_ Metaverso

56_ Percepções sobre a Web3

64_ Futuro

68_ Desafios

70_ Papel das marcas

Amostra

As entrevistas foram realizadas por meio da plataforma de **human analytics** da MindMiners. As 3.000 pessoas que participaram da pesquisa integram o painel proprietário de respondentes: o MeSeems.

Para conduzir esse estudo falamos com 3 diferentes perfis:



2000

Público geral



500

Gamers



500

Investidores

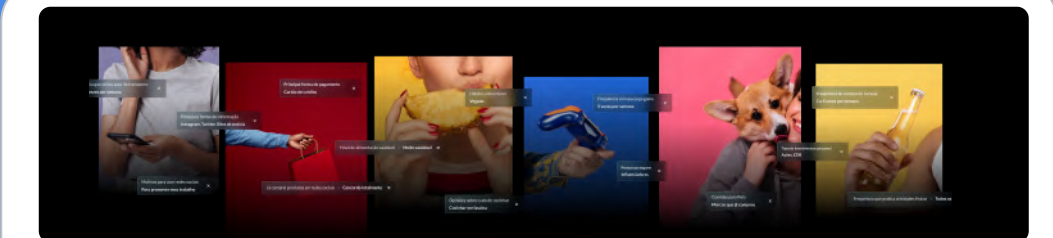
Todas as amostras têm leitura nacional, a partir de 18 anos e contemplam as classes ABC. O cluster População geral foi traçado com base nas distribuições do IBGE, com margem de erro de 2p.p. A margem de erro de investidores e Gamers foi de 4p.p, respectivamente. O nível de confiança geral foi de 95%. Os campos de coleta foram realizados entre os dias 26 de maio e 3 de junho de 2022.



Quer falar com consumidores reais?

Conheça mais sobre o painel de respondentes da MindMiners, o MeSeems, e saiba como utilizá-lo em sua próxima pesquisa.

[Clique aqui e conheça](#)



Clusters

No estudo trouxemos números referentes à telefonia, que foram coletados na plataforma através da ferramenta de Clusters, da MindMiners.

Por meio dela é possível **extrair insights instantâneos** sobre diversos perfis de consumidores **sem a necessidade de pesquisa.**

[Saiba mais](#)

Perfis e subgrupos



Público Geral

Pessoas selecionadas aleatoriamente pela base MeSeems, sem qualquer filtro, a fim de representar uma amostra da população brasileira. A leitura dos dados a partir da perspectiva do público geral permitirá entender se a Web3 é um assunto nichado ou se já está se popularizando.



Investidores

Pessoas que declararam ter algum tipo de investimento: poupança, CDB, criptomoedas e muitos outros. Por que são importantes para a leitura? Quando falamos de Web3, grande parte do conteúdo é voltado para finanças, investimentos e possíveis oportunidades - como os criptoativos -, portanto, é importante entender como os investidores têm visto as novidades e se estão incorporando-as em seu dia a dia.



Gamers

Pessoas que disseram jogar jogos eletrônicos (seja pelo celular, console, dentre outros). Por que eles são importantes para a leitura deste estudo? Quando falamos em Metaverso - um dos expoentes da Web 3 -, imediatamente pensamos em imersão digital, algo muito presente no dia a dia dos(as) gamers. A intenção é descobrir se, na prática, realmente existe essa conexão.

Observadores

Dentro de público geral, são as pessoas que já ouviram falar sobre os temas da Web3. O objetivo é entender quais características desse grupo podem ter influência nos resultados.

Desinformados

Aqueles que compõe o público geral, mas nunca ouviram falar sobre os temas da Web3. A intenção de separar esse grupo dos observadores é identificar comportamentos divergentes que possam explicar o motivo desse distanciamento.

Arrojados

São os investidores que fazem aplicações arriscadas, como em ações, criptomoedas e NFTs. A intenção é descobrir se esta característica os fazem ter maior interesse pelos temas da Web3.

Moderados

Fazem parte do grupo daqueles que querem rendimentos maiores, porém com menor risco., como fundos de renda fixa, fundos de renda variável e fundos imobiliários.

Cautelosos

Os investimentos são os de baixo risco, como a poupança, tesouro direto, conta bancária com rendimento e previdência privada. O objetivo é entender se essa característica se aplica ao envolvimento com a Web3 em comparação com os demais perfis.

Investidores Gamers

São aqueles que investem e também jogam. A ideia é entender se o conhecimento financeiro tem interferência no resultado em comparação com o perfil geral de gamers.



A Web3

A vibrant, futuristic digital universe. In the foreground, a crowd of diverse people is seen from behind, looking towards a vast, glowing space. The space is filled with numerous colorful, glowing spheres of various sizes and colors (blue, green, red, yellow, purple) that resemble digital data or virtual worlds. The background is a dense field of these spheres and a multitude of smaller, colorful particles, creating a sense of a vast, interconnected digital space. The overall atmosphere is one of wonder and exploration.

Um termo ainda não tão popular,
mas que carrega um mundo de
novidades que, com certeza, já
chegou aos seus ouvidos.

Prompt: A universe where everyone is digitally connected

Afinal, o que é a Web3?

Desde o seu surgimento, nos anos 60, a internet está em constante evolução e a Web3 é a próxima etapa desse processo.

Mas o que seria essa fase? Resumidamente, é um conceito baseado em tecnologia blockchain, que incorpora noções como descentralização e uma economia baseada em tokens, trazendo novos modelos de governança, finanças e relações sociais.

Em outras palavras, a Web3 é o lugar onde todo um novo conjunto de inovações tecnológicas que têm surgido nos últimos anos, como criptomoedas, NFTs, DeFis, DAOs e Metaverso, ocorre.

Tommaso Di Bartolo, empreendedor e investidor especialista em Web3, traz uma boa metáfora para definir o conceito:

Imagina que você vai jantar com seus amigos. Todos vocês escolhem uma mesa, feita de madeira, e pedem os pratos: lasanha, espaguete, feijoada e risoto.

A mesa, o conceito principal, é a Web3. Essa mesa é feita de madeira, ou seja, é o que dá vida, estrutura e sustentação a ela. A madeira é a blockchain. Já os pratos são todas as inovações que nos são apresentadas nesse novo universo: NFT, metaverso, criptomoedas, etc. Esses pratos (ou inovações) podem ser alterados ou substituídos ao longo do tempo, assim como também podem surgir mais opções.

Sabemos que há muitas dúvidas a respeito destes termos. Mas, antes de aprofundarmos sobre cada um deles, é importante saber todo o contexto por trás da Web3 e como ela chegou até aqui. Para isso, trouxemos um breve resumo de todas as fases anteriores.

Vamos lá? →



Internet

Consegue imaginar como seria o mundo sem a internet?

Não faz tanto tempo assim desde o surgimento da internet. Hoje, essa tecnologia está presente em grande parte do nosso cotidiano e rotina, desde a hora que acordamos até a hora que dormimos. Nos tornamos dependentes dela para praticamente todas as áreas da vida: estudos, trabalho, comunicação, transporte, diversão, lazer e por aí vai.



Como ela surgiu - e quem pode acessá-la hoje?

A rede surgiu em 1969, nos Estados Unidos, e era chamada de Arpanet. O seu uso era restrito: apenas o meio acadêmico e científico tinham acesso. Contudo, logo foi aderida também pelos militares que, durante a Guerra Fria, precisavam de um canal seguro de transmissão de mensagens que pudesse enviar informações a qualquer distância sem o risco de cair em mãos inimigas.

A Arpanet passou a ser utilizada por poucos países apenas em 1982. Nessa época, seu nome já tinha sido trocado para internet, tal qual conhecemos hoje.

O uso comercial ocorreu somente em 1987. A partir desse momento, a internet passou a se espalhar rapidamente pelo mundo, transformando completamente e de forma definitiva todo o nosso modo de viver.

Apesar da sua grande disseminação, muitas pessoas ainda não têm acesso à tecnologia. Segundo um relatório da União Internacional de Telecomunicações (UIT), publicado em dezembro de 2021, 2,9 bilhões de pessoas – cerca de 37% da população mundial - não se conectam à rede. E deste total, 96% vivem em países em desenvolvimento.

Já no Brasil, uma pesquisa realizada pelo IBGE, com dados referentes a 2019, mostrou que 83% dos domicílios brasileiros têm acesso à internet. Apesar do alto percentual, isso significa que aproximadamente 40 milhões de pessoas em nosso país ainda não têm conexão.

Web1

A era da digitalização

A Web1 começou no final da década de 80, com o surgimento do World Wide Web (WWW) – um sistema que dava acesso a conteúdo multimídia (composto por texto, som, imagens e gifs animados).

Apesar dessa revolução, a internet ainda era muito parecida com os meios de comunicação tradicionais. Aliás, a maioria dos sites era de veículos de imprensa. Os usuários acessavam as páginas para receber informações, sem ter a possibilidade de interações, como as que acontecem hoje.

Além dos sites, essa foi a era em que surgiram os e-mails e mecanismos de busca, como o Cadê, Yahoo!, Google, e tantos outros. Essas novidades facilitaram a rotina das pessoas que dependiam de bibliotecas para realizar estudos, de listas telefônicas para encontrar contatos e de cartas para se comunicarem.

Porém, tudo era muito precário: a conexão era lenta, os conteúdos eram mais restritos e o acesso se limitava ao uso de computadores.

Realizações:

Todas as informações do mundo disponíveis em um só lugar

Maior conexão entre as pessoas

Praticidade e rapidez na busca por informações

Desafios:

Melhorar a velocidade da internet

Reduzir custos de entrada (computadores, banda larga, etc)

Maior interatividade entre as pessoas



Web2

A era da conexão e produção de conteúdo

Nos anos 2000, a internet se tornou mais interativa, surgindo os primeiros aplicativos de bate-papo, blogs e redes sociais, como o MSN, Orkut, Facebook, Twitter e YouTube.

Além disso, foi a época da popularização dos celulares, que a cada ano se tornavam mais modernos e conectados à rede – hoje conhecidos como smartphones. Porém, o avanço da tecnologia não se limitava apenas à qualidade dos hardwares, a velocidade e disponibilidade da internet também expandiu significativamente, abrindo um novo caminho de possibilidades.

E quais seriam elas? O uso da tecnologia em diversos setores da sociedade: educação, medicina, vendas, entretenimento, corporativo, comunicação, e muitos outros. Portanto, podemos dizer que a Web2 acelerou a transformação digital no mundo e deu voz para milhares de pessoas através das plataformas - um meio encontrado para que indivíduos comuns pudessem ter participação na construção de conteúdos, ajudando a pulverizar e multiplicar as fontes de informação, algo que não existia na Web1.

Em contrapartida, nesse mesmo período houve o crescimento de grandes monopólios da área de comunicação e tecnologia, os quais se resumem a poucas empresas que controlam um determinado mercado e, conseqüentemente, pessoas. Já notou que após pesquisar qualquer produto na internet logo surge uma enxurrada de propagandas sobre o item em redes sociais e sites? Pois bem, a engrenagem funciona da seguinte forma: utilizamos os serviços destas empresas e, em troca, damos nossas informações. Por um lado isso é bom, pois permite que recebamos apenas os conteúdos de nosso interesse. Por outro, além de nossos dados serem vendidos para que companhias lucrem, perdemos a privacidade e, em alguns casos, até mesmo a segurança.

Aliás, a segurança é um fator que vem preocupando bastante a medida que as coisas se digitalizam, como as transações financeiras online – vulneráveis a ataques hackers.

Com isso, deixaremos de acessar as ferramentas digitais? Pelo contrário, à medida que a tecnologia avança, mais digitalizados ficamos, pois esse é o sistema atual em que vivemos. Um dos pontos que esta fase deixa a desejar é o monopólio das informações, o qual é chamado de centralização.

Realizações:

Conexão mais veloz

Barateamento dos equipamentos e de banda larga

Novos aparelhos conectados à internet

Maior interatividade entre as pessoas

Maior praticidade nas atividades do dia a dia

Novos produtores de conteúdo/ Novos pólos de informação

Desafios:

Aumentar a privacidade dos usuários

Melhorar ainda mais a experiência do usuário

Descentralizar a internet



Web3

A era da descentralização

A Web3 chegou com a pretensão de descentralizar a rede – característica essencial do conceito da internet que se perdeu com o surgimento das grandes empresas de tecnologia ao longo dos anos. O intuito é unir o melhor das fases anteriores, tirando o controle abundante destas corporações e trazendo mais agilidade para os processos e segurança da informação.

Essa mudança tende a não ser rápida, assim como não foi durante a transição da Web1 para a Web2. A construção desse novo modelo está acontecendo gradualmente com a ajuda de uma nova tecnologia altamente disruptiva: a blockchain.

A blockchain surgiu em 2008 para que a criptomoeda mais famosa do mundo pudesse existir – a Bitcoin. O termo Web3 apenas começou a ser mencionado anos mais tarde, em 2014, pelo britânico Gavin Wood, cofundador da criptomoeda Ethereum.

Mais adiante iremos entender o que é a blockchain e como ela funciona.

Realizações:

Descentralização da internet

Maior segurança da informação e privacidade

Eliminação de intermediários

Redução de burocracias

Maior autonomia e controle dos criadores/ artistas digitais

Desafios:

Aumentar a adesão da Web3 pela massa

Melhorar a qualidade da internet

Ampliar o acesso das pessoas à tecnologia de ponta

Maior consumo de aparelhos modernos que suportem a nova tecnologia

Reduzir os custos de hardware e software



Blockchain

Recapitulando: vimos que os sites deram vida à Web1; as redes sociais e blogs, à Web2; e a blockchain, à Web3.

A blockchain irá mudar o mundo como o conhecemos hoje. Sua vinda tem impactos tão profundos que ainda não temos a capacidade de dimensionar seu poder de transformação em sua totalidade.

Atualmente, sabemos que ela pode ser usada, por exemplo, para a validação de documentos, demais transações financeiras, comercialização de artes, músicas, filmes e outros itens culturais, rastreamento de remessas, serviços de streaming, informações de saúde e até votos, como ocorre na Estônia.

Parece abstrato. E é mesmo se pensarmos bem. Porém, qualquer conceito abstrato pode ser adotado quando se prova útil na rotina das pessoas. Aí é quando ele conquista absorção cultural, consenso coletivo e naturalização conceitual. Hoje, 90% do dinheiro tradicional em circulação não existe fisicamente, no formato de cédulas de papel, mas, sim, como números em transações bancárias diversas. De qualquer modo, é esse dinheiro (em cédula ou simples números abstratos) que dita a nossa vida. Apesar da abstração, nós naturalizamos e absorvemos seu uso em nosso cotidiano.

Mas voltando à blockchain - seu principal propósito é garantir a validade dos registros, sem a necessidade de que haja confiança prévia entre todos os agentes envolvidos na operação.

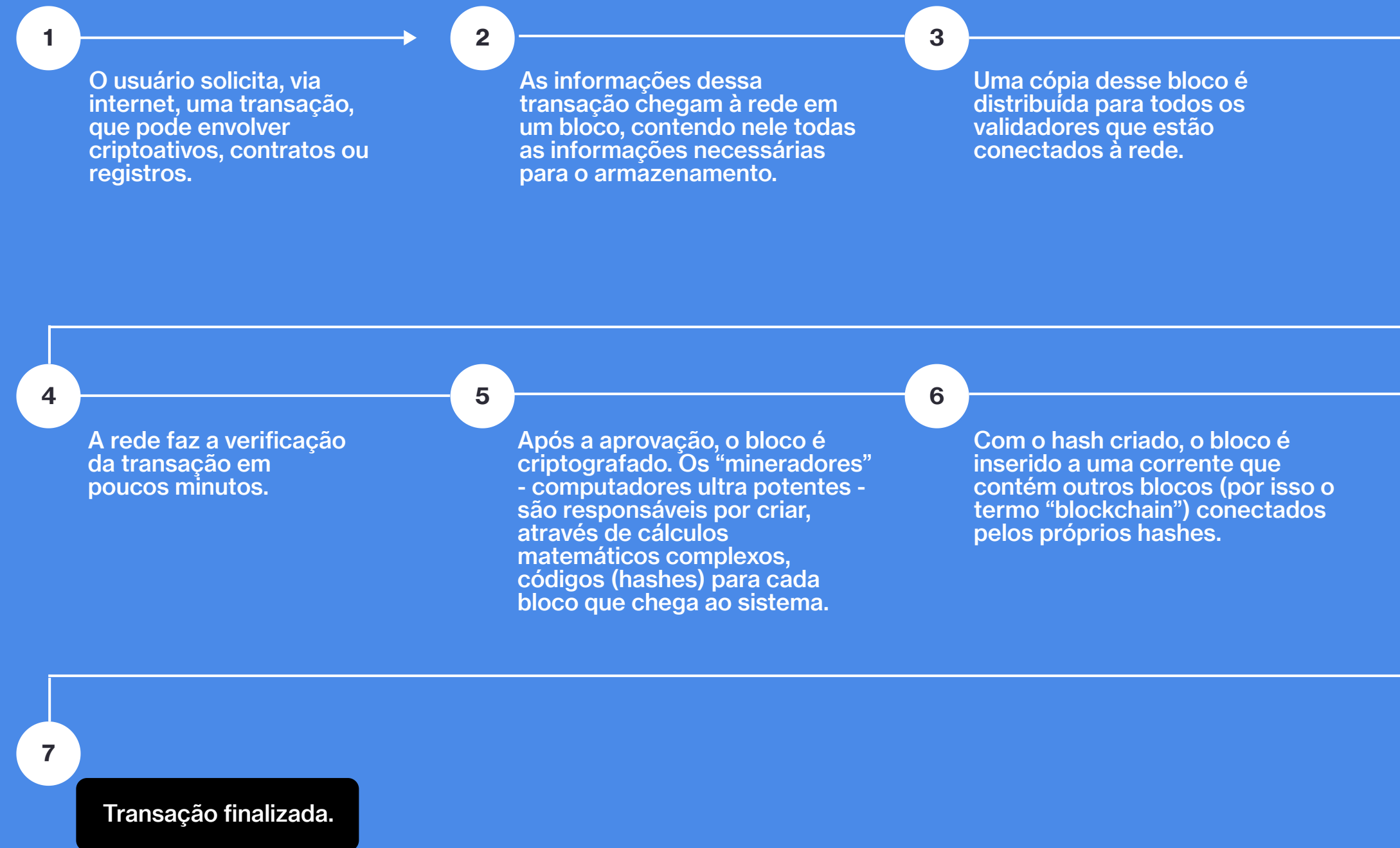
Há uma "cópia" da blockchain nos computadores de todos os envolvidos, espalhados por todo o mundo. Portanto, cada membro, esteja no Brasil, nos Estados Unidos ou no Japão, vê a mesma informação quando acessa o sistema. Ela elimina intermediários, e este é um dos pontos mais importantes em relação a essa tecnologia e um dos principais motivos pelo qual ela é tão disruptiva.

A blockchain é uma rede globalmente interligada via internet, que permite rastrear o envio e recebimento de informações diversas. Ela funciona por meio da criação de blocos de dados (block), que, interligados como em uma corrente (chain), criam uma conexão única que se comunica através da nuvem (cloud computing).

Esses blocos de dados são formados por códigos complexos, gerados online, que carregam informações interconectadas. É a partir dessa interconexão que as transações podem ser autenticadas e realizadas.

Essas informações são registradas em um local conhecido como ledger (livro-razão), uma espécie de documento onde todas as transações são gravadas.

De maneira muito simples, como ela funciona?



A partir da última etapa, o bloco não pode ser alterado. A cada nova informação, um novo bloco precisará ser criado. Sendo assim, a corrente de blocos passa a ser cronológica.

Isso dificulta que hackers façam modificações na rede, pois, para descobrir uma informação específica, será necessário descobrir uma série de códigos antes de chegar até ela. Além disso, caso um bloco seja alterado, ele será desconsiderado automaticamente, pois há uma cópia da cadeia de dados nos computadores de todos os participantes e qualquer versão diferente não é validada.

Por fim, como não é uma rede centralizada, os hackers precisariam invadir milhares de computadores ao mesmo tempo, tornando mais dificultoso o processo.



Segurança

O fato da rede não estar centralizada em um único lugar e possuir várias camadas de segurança faz com que seja mais segura e mais difícil de ser hackeada do que qualquer outro sistema vigente na internet. Ainda assim, a segurança de uma blockchain está diretamente ligada à sua força computacional, ou seja, quanto maior o volume de computadores conectados à rede e quanto mais distribuída e antiga ela for, ainda mais difícil fica violar a sequência de blocos registrados. Porém, ataques hackers e golpes acontecem - por isso, o cuidado nas transações continua sendo essencial

Força de trabalho

Atualmente, a força de trabalho mais conhecida na blockchain faz parte de um processo chamado mineração, principalmente quando falamos de criptomoedas. Em resumo, os mineradores trabalham para verificar a validade das informações dos blocos, checando se as transações estão corretas. Todo esse método necessita de máquinas superpotentes e está cada vez mais complexo à medida que a tecnologia avança e se populariza.

O mais comum e antigo é conhecido como Proof of Work (prova de trabalho) e ganhou notoriedade a partir do Bitcoin. Ele calcula os códigos dos blocos, que se tornam cada vez difíceis e complexos conforme entram mais mineradores. O primeiro a conseguir calcular corretamente é recompensado com criptoativos. Esse movimento implica no uso de computadores cada vez mais potentes, de alta performance, ligados 24 horas por dia. Isso gera, conseqüentemente, maior gasto de energia. Por conta disso, outros métodos vêm sendo criados e explorados, como o Proof of Stake (prova de participação). Nele, ao invés de ter um computador minerando, os próprios criptoativos fazem o trabalho de validação não sendo mais necessário o uso de hardwares ultra potentes, mas sim softwares mais tecnológicos, reduzindo o custo energético e simplificando o processo.

Porém, vale ressaltar que estamos falando de um espaço em constante mudança e isso pode ser alterado a qualquer momento.



O blockchain é a grande virada para a Web3 e, de forma geral, a internet já está dando seus primeiros passos em direção a ela:

As criptomoedas estão se popularizando, assim como os NFTs e outras inovações pertencentes a esse universo.



Pensando nesse novo cenário, como as pessoas se sentem frente a estas mudanças?

Essa é uma pergunta muito válida, que responderemos mais adiante.

Antes, é preciso saber:

Como as pessoas têm se relacionado com a Web2 - fase que ainda estamos vivendo? O quanto elas se sentem envolvidas com tecnologia? Qual é a importância da internet em suas vidas?

As respostas para estas perguntas são valiosas para entendermos hábitos, necessidades e comportamentos que poderão influenciar na adesão à Web3.

Para começar, quantas pessoas acreditam ter bastante envolvimento com tecnologia?

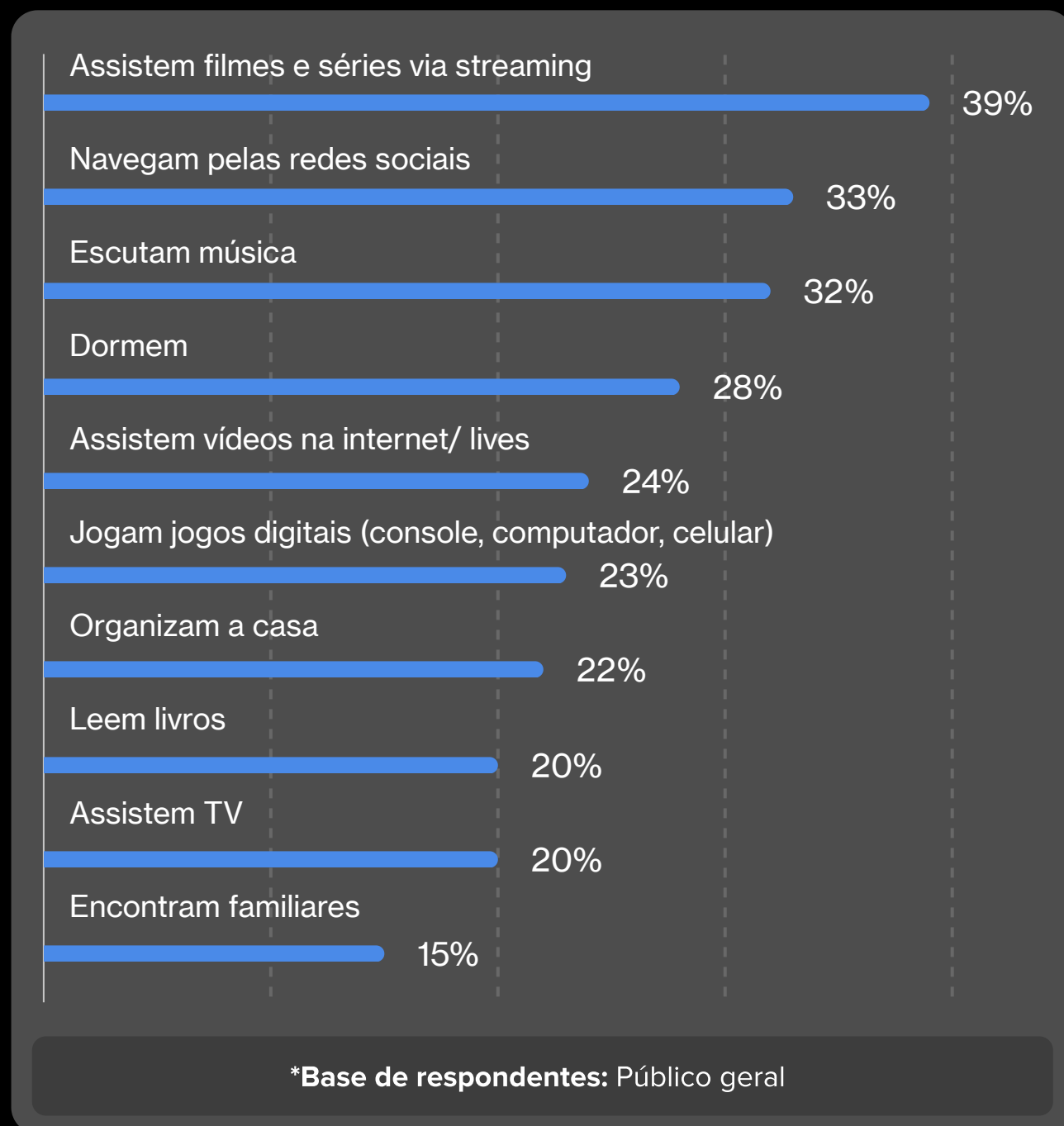


O envolvimento com a tecnologia tem suas nuances.

Diferentes públicos se relacionam com a tecnologia de diferentes formas - e o que significa seu uso para um perfil, não necessariamente significa a mesma coisa para outro. Aqui, vemos que há nichos, como o de gamers e investidores, que são ainda mais engajados.

O que as pessoas fazem no tempo livre delas. Há espaço para a tecnologia? De que forma?

Em uma lista com 25 atividades, as 10 principais realizadas nas horas vagas pelo público geral foram:



Percebe-se que há um mix entre consumo digital e vivência física, apesar do destaque ser maior para ações que envolvam tecnologia.

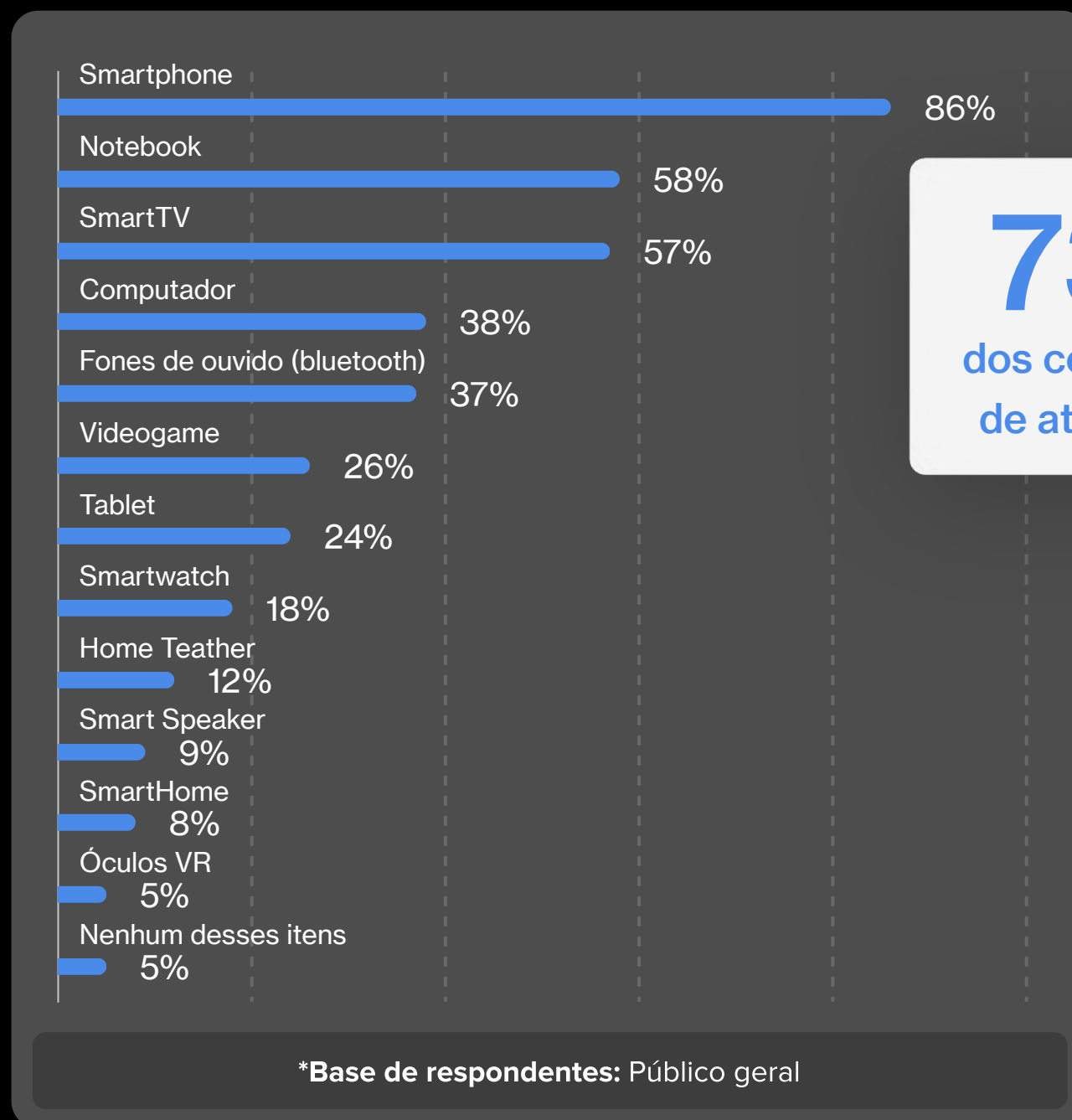
Esse comportamento nos leva a acreditar que o phygital – fusão entre o mundo digital e físico – seja realmente o futuro das relações. Afinal, os dois coexistem e não deverão ser substituídos. O que podemos ver, na verdade, são adaptações que acontecem naturalmente com o avanço da tecnologia. Os e-books são um bom exemplo: apesar de existirem, ainda há quem prefira os livros impressos.

Mas como conectar esses mundos? Aparelhos e outros recursos tecnológicos de realidade aumentada, que ofereçam experiência seamless, proporcionando às pessoas uma jornada fluida, serão grandes aliados.



Mas não podemos falar de aparelhos tão específicos, como óculos de realidade aumentada ou virtual, sem antes saber como se dá o consumo de itens tecnológicos mais comuns no dia a dia.

Quais aparelhos as pessoas declararam possuir atualmente:



O celular é o principal meio de acesso à internet no país.

Esse dado é do IBGE e referente ao ano de 2019. Aqui, podemos dizer que o celular é o aparelho mais democrático. Dependendo do modelo, supre qualquer outro aparelho, como um videogame, smartwatch, entre outros, basta ter aplicativos. Sem contar que, com ele, é possível fazer uma série de coisas em qualquer lugar, inclusive sem precisar sair de casa, como realizar uma compra, uma transferência bancária, exercícios físicos, assistir a um filme, estudar, trabalhar, etc.

Por isso, tê-lo nem sempre é uma questão de escolha, é uma necessidade, diferente do restante da lista que, por mais benefícios que possam ter, acabam sendo, de certa forma, artigos de luxo, incluindo os óculos de realidade virtual - salvo exceções com notebooks e computadores.

Mas o que podemos já tirar de lição aqui é que os smartphones podem ser o primeiro e, talvez, o principal meio de entrada das inovações da Web3. Para isso, eles precisam evoluir ainda mais a ponto de tornar possível o consumo de tais novidades, como uma experiência de realidade aumentada.

Portanto, espera-se que a adesão a todos os novos fatores da Web3 não seja tão imediata, visto que seria necessário o consumo de hardwares mais potentes e de tecnologia de ponta para alguns deles - o que costuma sair caro. Entretanto, essa barreira econômica tende a não durar para sempre: ao longo do tempo, com o avanço dessa tecnologia e a ampliação da demanda, os custos passam a ser menores, assim como foi com os computadores e os próprios celulares.

45%

das pessoas acreditam que apenas as classes sociais mais altas podem aderir à tecnologia de ponta.



Ainda sobre celulares...

O mercado está em constante evolução. De tempos em tempos há novos lançamentos de produtos, com câmeras mais potentes, um design mais atraente, maior velocidade e capacidade de processamento, entre outros.

Essa busca incessante por inovação têm sido muito benéfica para os consumidores, porém, a cada novo recurso, mais dinheiro precisa ser investido na aquisição.

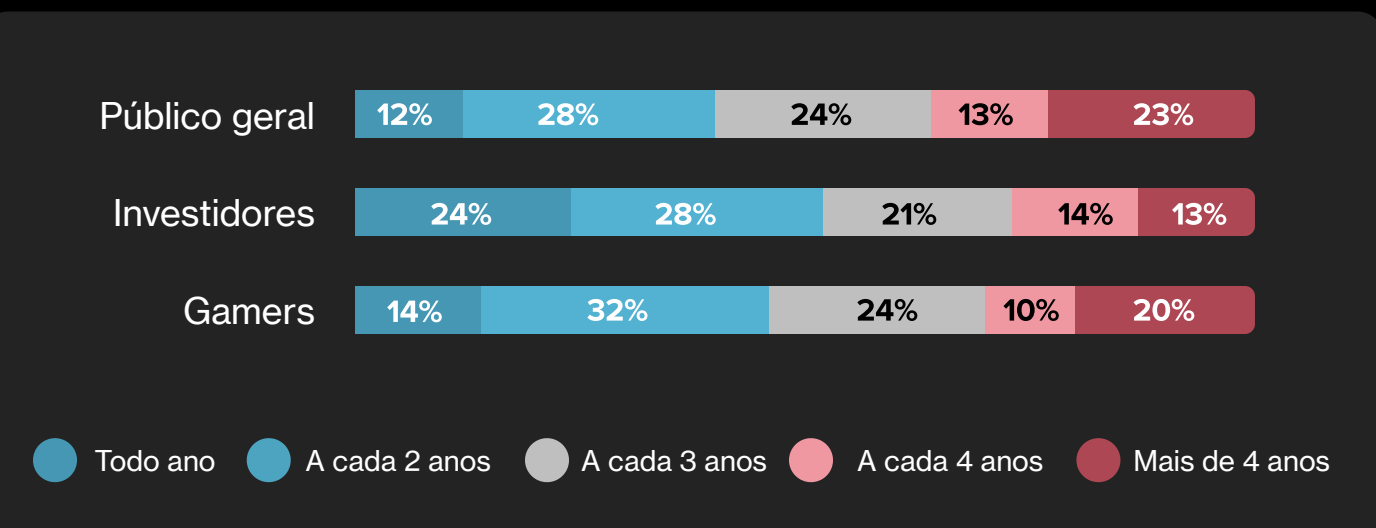
Será que as pessoas têm o costume de trocar seus aparelhos sempre que surge uma tecnologia melhor?

68% do Público geral disse que não

47%
Investidores

62%
Gamers

Qual a frequência de troca dos celulares?



5G

Essa nova tecnologia é uma evolução da conexão 4G disponível atualmente nos aparelhos móveis. No Brasil, deve ser implementada até o final do ano de 2022 em todas as capitais e promete proporcionar mais velocidade nos dispositivos, além de maior cobertura e sinal. Esse é um passo importante para que a Web3 possa se desenvolver mais rapidamente.

Entretanto, para que o usuário possa ter acesso a essa tecnologia, será necessário aumentar o plano e ter um aparelho que suporte o 5G. Isso significa gastos extras e nem todas as pessoas podem estar imediatamente dispostas a isso.

De todo modo, a chegada dessa tecnologia digitalizará ainda mais o cotidiano das pessoas, possibilitando grandes avanços em diversos setores da sociedade. E quem já está o tempo todo conectado à rede serão os primeiros a se beneficiar com essa mudança, como os usuários de streaming e de jogos.

Podemos concluir que há um grande fator que, por ora, pode distanciar as pessoas da Web3. Estamos falando do investimento em hardwares e conexões de qualidade que exigem gastos, muitas vezes, não compatíveis com a realidade financeira de grande parte da população.

Portanto, o grande desafio a ser enfrentado será o da democratização da tecnologia em todos os níveis socioeconômicos.

Clusters MindMiners



A realidade nua e crua:

Com ou sem o 5G, a verdade é que o acesso à internet ainda é bastante restrito para a maioria das pessoas. Os dados a seguir foram retirados da ferramenta de **Cluster***:

*A ferramenta está disponível dentro da plataforma de Human Analytics da MindMiners. Por meio dela é possível extrair centenas de insights instantâneos sobre diversos perfis de consumidores.

Acesso à internet pelo celular

63%

possui plano limitado

19%

não têm nenhum plano contratado

18%

possui plano ilimitado

Acesso à internet por banda larga

16%

não têm internet residencial

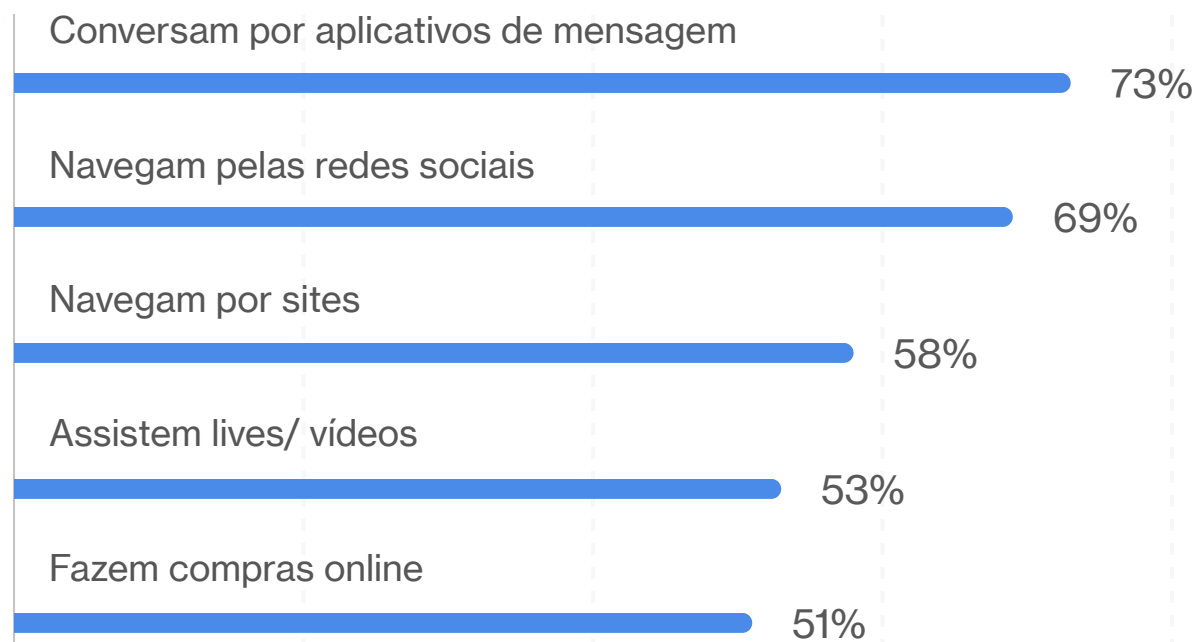
Quer entender melhor?

[Clique aqui para saber mais](#)

Consumo digital: mapeando hábitos

As pessoas podem nem perceber, mas estão o tempo todo em contato com o digital. Passar horas jogando jogos eletrônicos, fazer uma pesquisa na internet, ligar por videochamada, enviar um e-mail, pagar uma conta online e realizar uma compra via e-commerce. Esses são apenas alguns exemplos, poderíamos fazer uma lista imensa. Mas, de tudo que esse mundo tecnológico tem a oferecer, o que mais tem chamado a atenção do público geral?

As atividades mais realizadas no digital:



*Base de respondentes: Público geral

1 Nota-se um grande interesse pelas redes sociais e aplicativos de mensagem. Mas será que essas plataformas têm agradado os usuários hoje em dia?

41% acreditam que as redes sociais não agradam tanto como antigamente

39% acham necessário criar um novo espaço para as pessoas interagirem

Essa é a chance que a Web3 têm de melhorar o que foi construído pela Web2.

2 E sobre as compras? De que maneira as pessoas as têm realizado?

52% têm feito a maioria das compras no e-commerce

48% nas lojas físicas

Algumas percepções sobre as transações online:

- 64% Preferem fazer transações online porque otimizam tempo
- 58% Visitam as lojas físicas para ver a qualidade do produto/ experimentar, mas, se o preço for mais barato no site da loja ou da concorrência, acabam fazendo a compra online
- 56% Preferem fazer transações online, porque geralmente os preços são melhores
- 34% Têm medo de sofrer golpes ao colocar os dados do cartão em sites ou aplicativos

O e-commerce não elimina a loja física. Cada um tem as suas vantagens e desvantagens. As empresas precisam encontrar um caminho para que os dois mundos possam se complementar da melhor forma, que nada mais é do que o papel do phygital! Além disso, observamos um desejo pela praticidade e segurança – dois temas que estão bastante conectados com as novidades que estão sendo implementadas aos poucos pelas novas tecnologias.



Da Web2 _____ para a Web3

Prompt: positive dystopian future, human, hyper detailed, computer screen, colorful, day, sunset, some trees, high resolution internet, virtual world, investments, crypto, cinematic, portal, cyberpunk, colorful, neon, volumetric lighting

A transição não será repentina. Apesar das oportunidades, vimos os percalços que a nova fase terá de enfrentar. Mas alguns assuntos já começaram a despontar nos últimos anos. Quais seriam eles? As pessoas sabem o que significam? O quanto o início da Web3 já está inserido na vida das pessoas?

Quem já ouviu falar sobre o termo Web3?

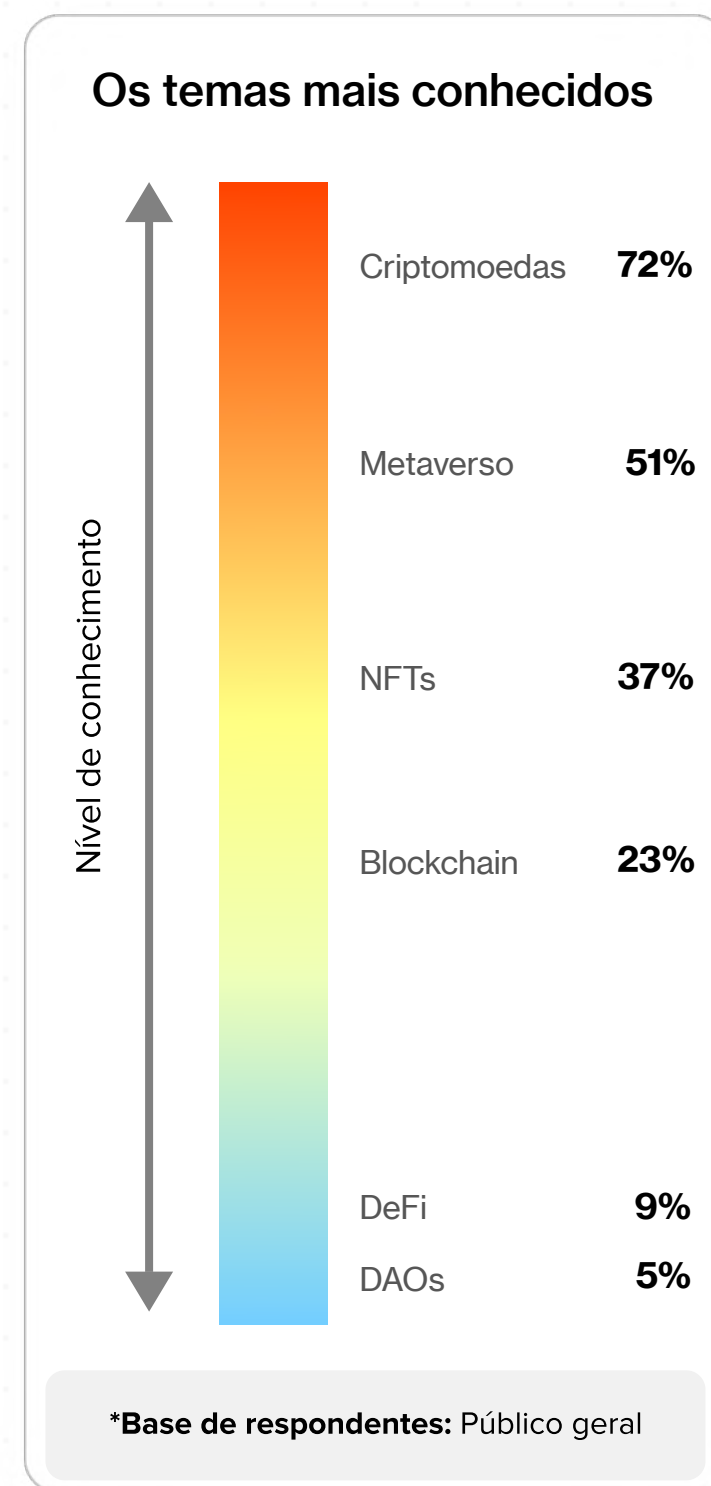
9% do Público geral

7%
Gamers

20%
Investidores

O termo Web3 é pouco disseminado. Porém, ele é apenas um nome para explicar uma série de mudanças que estão sendo construídas ao longo dos anos. O importante é descobrir o quanto essas mudanças estão inseridas no dia a dia das pessoas, como criptomoedas, metaverso e tantas outras.

E quanto aos temas da Web3? As pessoas têm conhecimento sobre eles?



A moeda digital mais lembrada é a Bitcoin

As criptomoedas são faladas na mídia há muito mais tempo, desde a chegada da Bitcoin em 2008. Portanto, já era esperado que o assunto fosse o mais conhecido pelas pessoas.

Mark Zuckerberg popularizou o metaverso

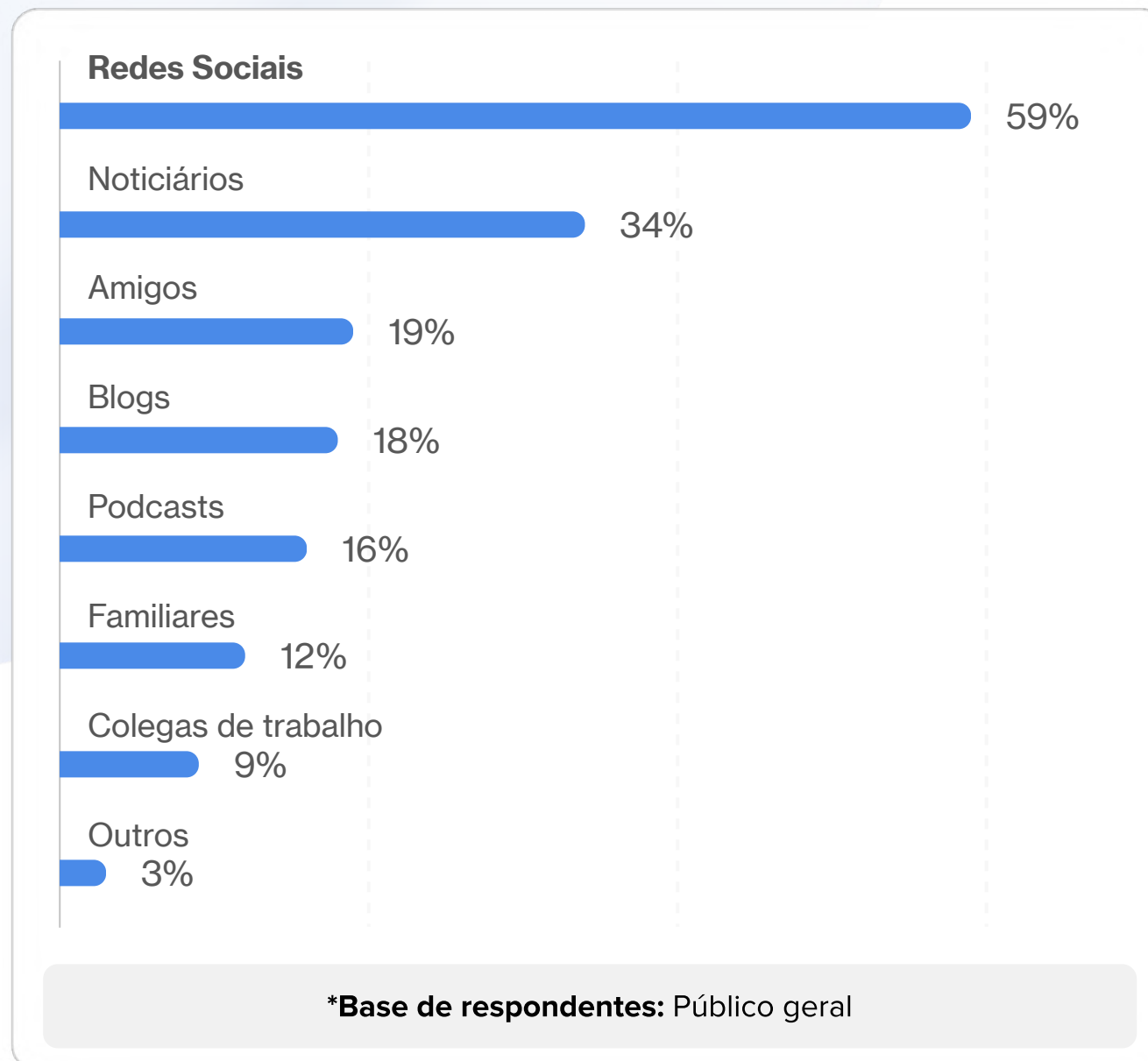
No final de outubro de 2021, o conglomerado Facebook Inc. - dono do Facebook, Instagram, Whatsapp e Messenger, anunciou que passaria a se chamar Meta. O anúncio de Mark Zuckerberg acendeu o debate, movimentou o mercado e passamos a assistir uma verdadeira corrida entre marcas, empresas e negócios para "beber a água limpa", como se diz no mundo dos investimentos. Ou seja, aproveitar oportunidades e surfar na onda do ineditismo.

NFT de milhões

Apesar de já ser uma tecnologia em uso desde 2017, foi a partir de 2021 que o mundo começou a debater NFT's de forma mais abrangente e massificada. Muito provavelmente isso se deve a dois fatores primordiais: os valores exorbitantes de algumas transações, anunciados pela mídia, que passaram a chamar atenção de pessoas comuns, empresas e mercado. A exemplo da venda feita, no início de 2021, pelo artista digital Mike Winkelmann, mais conhecido por seu pseudônimo Beeple, que vendeu uma obra registrada como um NFT na blockchain da Ethereum por 69 milhões de dólares. E também pelo envolvimento de celebridades nesse universo, o que acaba reverberando de forma mais intensa, causando uma maior visibilidade, gerando debates e iniciando conversas. Quem ouviu falar minimamente sobre o assunto já deve ter visto circular várias versões do desenho de um macaco. São os Bored Apes, uma coleção de NFTs que tem como compradores grandes personalidades como Neymar, Madonna e Justin Bieber.

Os demais termos ainda são muito recentes e pouco popularizados.

De que forma esse público tem acessado informações a respeito da Web3?



A Web2 é força motriz para a Web3

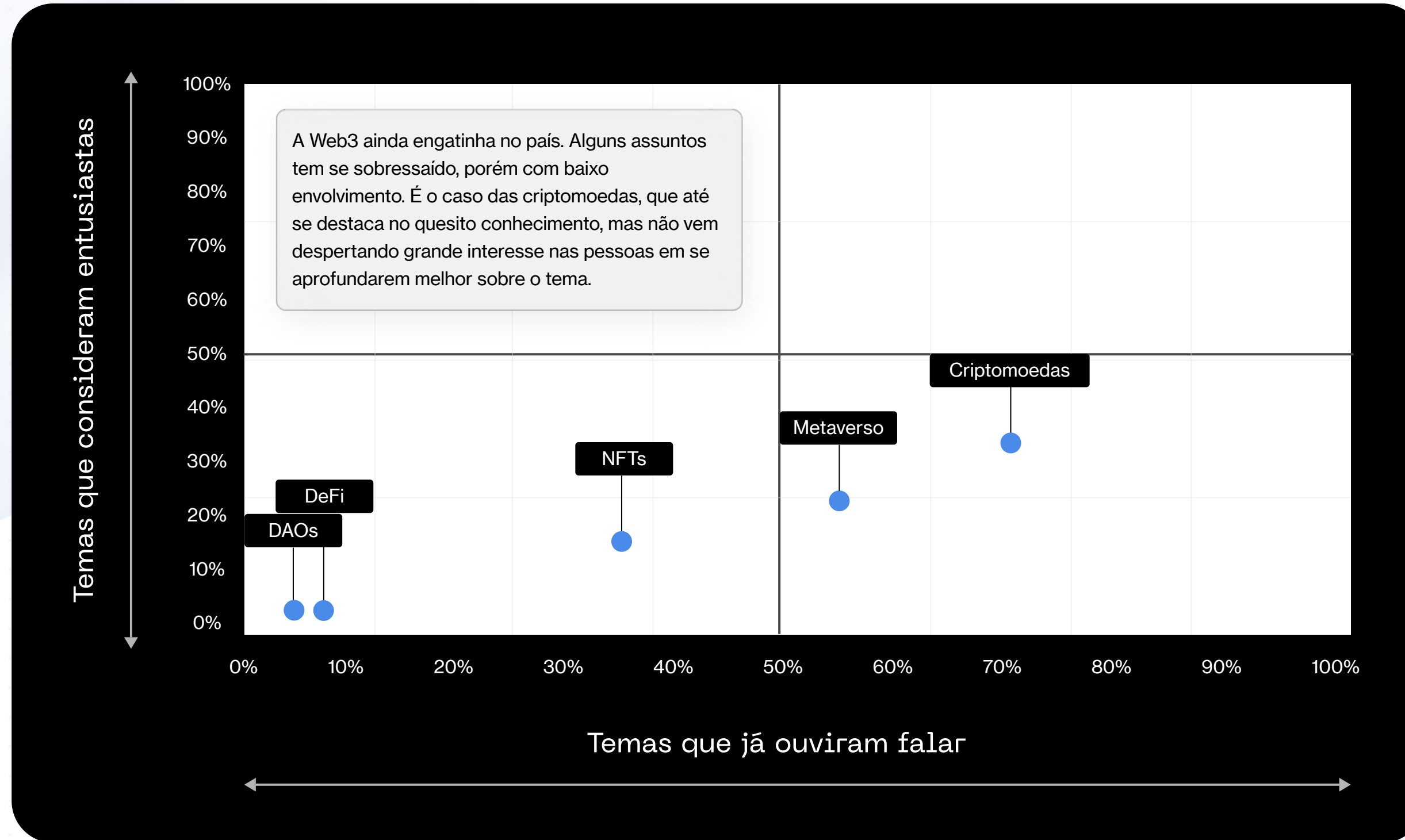
A maioria das pessoas descobriu os temas via redes sociais. Portanto, existem excelentes oportunidades para marcas, empresas, pessoas e entidades usarem esses espaços de conexão e confiança para gerar debate e iniciar conversas.

A Web3 tem ganhado cada vez mais espaço na mídia, entretanto ainda há um caminho a percorrer:



Esse é o percentual de pessoas que nunca ouviram falar sobre os termos da Web3. Parece baixo, mas não é possível afirmar que as demais pessoas saibam o que cada um desses temas significam.

Conhecimento X Envolvimento

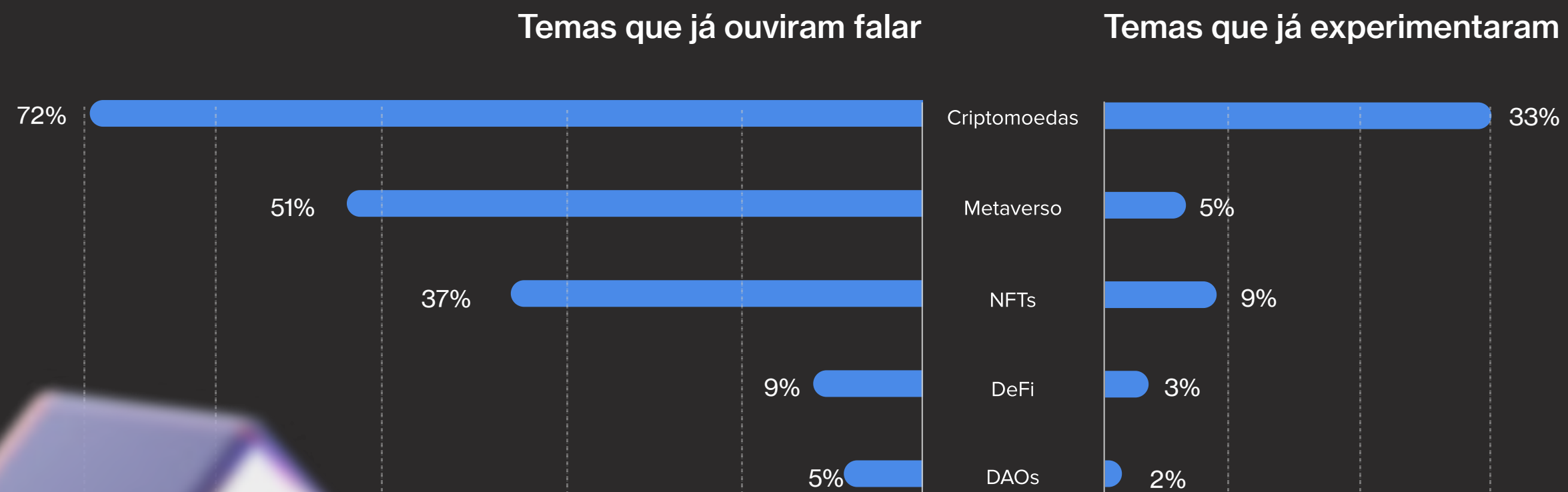


*Entusiastas: afirmam ter admiração, conhecimento e acreditam estar atualizados sobre o tema

**Base de respondentes: Público geral



Quem já teve alguma experiência?



*Base de respondentes: Público geral

A moeda digital é a grande protagonista

Como já dito, as criptomoedas foram um dos primeiros movimentos dessa nova fase, portanto teve um tempo maior de maturação e de experimentação, diferente dos outros temas.

Além disso, hoje há grandes instituições financeiras que estão ajudando a intermediar as transações. Isso facilita muito para quem quer arriscar, mas não é um especialista.

Criptomoedas



Prompt: Bitcoin stockmarket billboard

Novos sistemas
de trocas

Em 1983 o cientista de computação norteamericano David Chaum criou uma moeda digital anônima e criptografada, batizada por ele de ecash. Em 1995, ele implementou a digicash, uma forma inicial de criptomoeda que podia ser controlada e enviada a outras pessoas por um sistema digital que garantia o anonimato do dono da criptomoeda. Já em 1996, a NSA (National Security Agency), dos Estados Unidos, publicou um artigo em que descrevia esse sistema e relatava sua preocupação justamente com o fato de permitir o anonimato e as implicações disso para o combate ao crime.

Dois anos mais tarde, Wei Dai, um engenheiro da computação conhecido por sua contribuição ao sistema de criptos, criou a Crypto++, uma série de protocolos e programas, além de implementar o b-money e o VMAC.

Esse assunto ficou adormecido para a população geral por longos dez anos. Até que em 2008/2009 aparece o Bitcoin, a criptomoeda mais conhecida do mundo, usando um sistema de criptografia chamado SHA-256.

Satoshi Nakamoto, nomenclatura conhecida por ser responsável pela criação do Bitcoin, criou um sistema que permite que as identidades dos agentes envolvidos se mantenham preservadas e que as ações não estejam subordinadas aos desejos e vontades de um indivíduo, criando um novo jeito de entender propriedade, privacidade e descentralização. Isso criaria, segundo Satoshi, uma alternativa ao domínio dos grandes conglomerados financeiros.

No entanto, na medida em que as criptomoedas vêm ganhando espaço, tem se tornado cada vez mais necessária a presença de órgãos regulatórios que possam garantir a segurança e a transparência nas transações digitais - o que, por enquanto, ainda está em fase de discussão. Isso não significa o fim da descentralização, pelo contrário, a intenção é de fazer com que as pessoas se sintam protegidas e que não haja impunidade em casos de golpes e fraudes fiscais.



Como funciona:

O nascimento da blockchain e do Bitcoin são praticamente intrínsecos e se retroalimentam - a tecnologia permite a existência da criptomoeda e esta, por sua vez, deu ao blockchain bastante visibilidade.

Cada criptomoeda é representada por um código complexo que ninguém consegue alterar. Quando alguém compra uma criptomoeda, é esse código que a pessoa está comprando. As negociações acontecem através da blockchain. Elas funcionam através de criptografia, por isso o nome. A criptografia "embaralha" as informações, de forma que só quem tem uma chave específica pode decifrar o conteúdo. Ou seja, só quem comprou e quem vendeu consegue ter a chave de acesso. Desse modo, todas as transações realizadas ficam armazenadas, e as futuras negociações são controladas, protegendo o sistema.

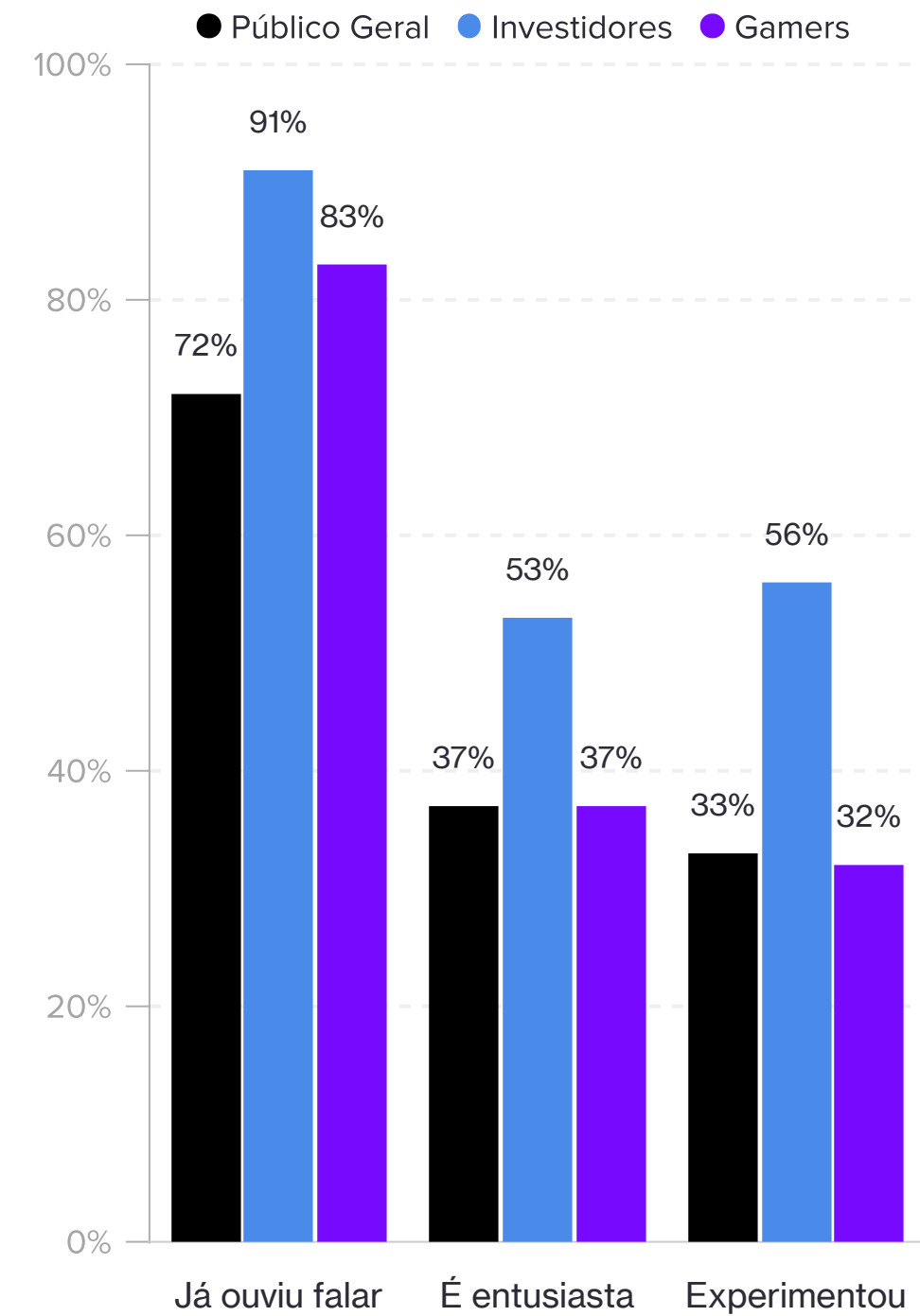
Existem taxas de transação sempre que criptomoedas são negociadas. Essas taxas variam muito de acordo com a moeda digital, o serviço, a plataforma e a rede blockchain em que estão inseridas. Há um movimento no mercado para barateá-las, visando aumentar a usabilidade e adesão das criptos por parte da sociedade.



Dentro da Web3, as criptomoedas são o tópico de maior interesse. Porém, entre os três perfis analisados, Público geral é o grupo com menor envolvimento com o tema.

Em relação à domínio do assunto e experimentação, o perfil mais engajado é o dos investidores.

Sobre os riscos, 60% dos investidores acreditam que o risco de perder dinheiro com criptomoedas é alto, mas, ainda assim, aproximadamente 1 em cada 3 deles investe em cripto.



A relação dos investidores com as criptomoedas

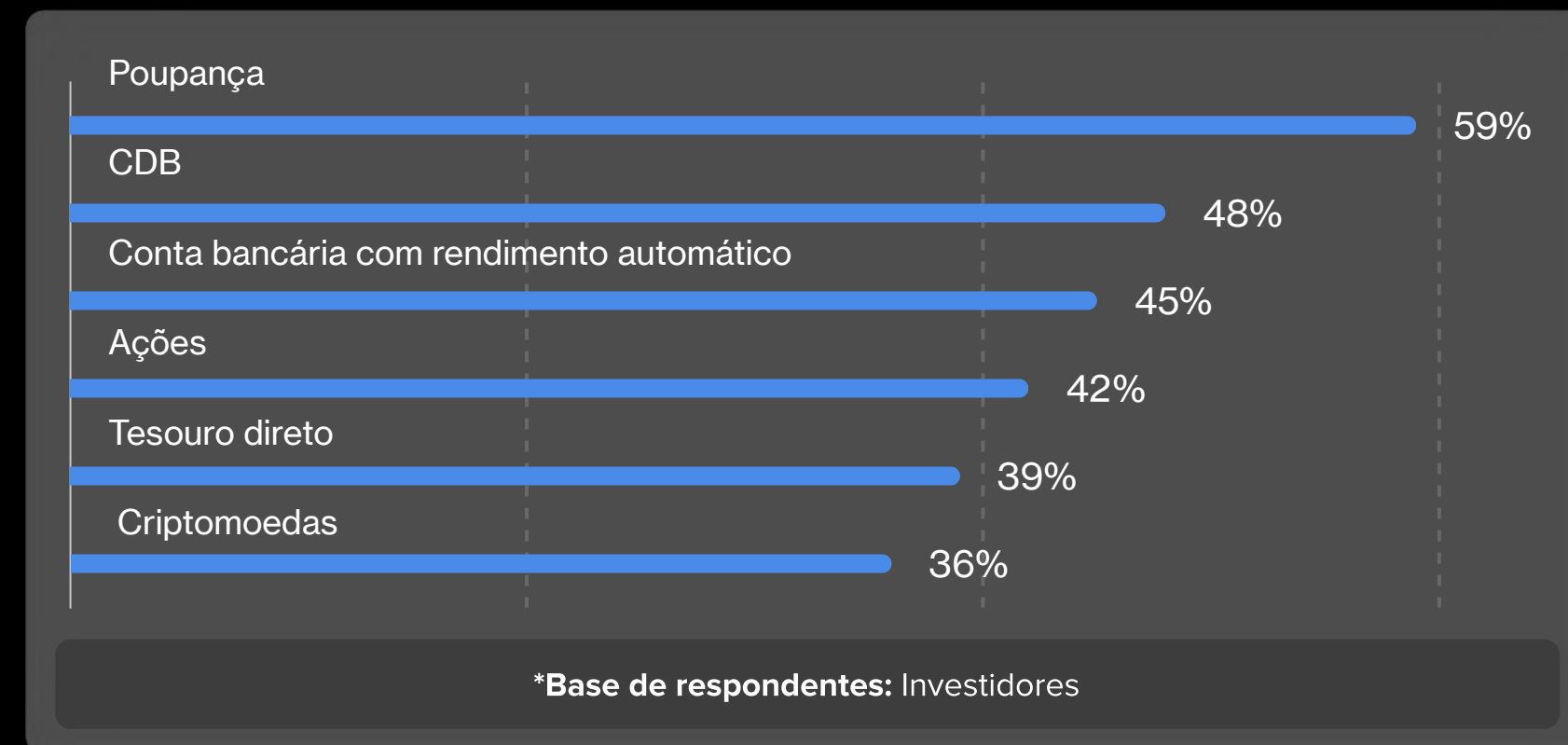
Neste capítulo, a análise será baseada no comportamento dos investidores, que estão mais conectados com o tema finanças e possuem maior familiaridade com as criptomoedas.

O perfil de investidor, de modo geral, é mais aberto à experimentação.

No estudo, foi possível verificar os principais investimentos em cada um dos três perfis e a carteira do investidor se mostrou muito mais diversificada, diferente dos demais que tendem a concentrar suas aplicações na poupança.

Esse comportamento acaba facilitando a entrada das criptomoedas.

Os 5 principais investimentos:



Mas sabemos que existem vários tipos de investidores: alguns mais agressivos, outros mais contidos. Por isso, criamos subgrupos para avaliar se a adesão às criptomoedas ocorre de forma diferente de acordo com os perfis.

Experimentação das criptomoedas por perfil:

70% **Os arrojados**

Aqueles que se arriscam mais, em busca de maiores resultados.

Exemplo: ações, NFTs.

56% **Os moderados**

Aqueles que querem rendimentos maiores, porém com menor risco.

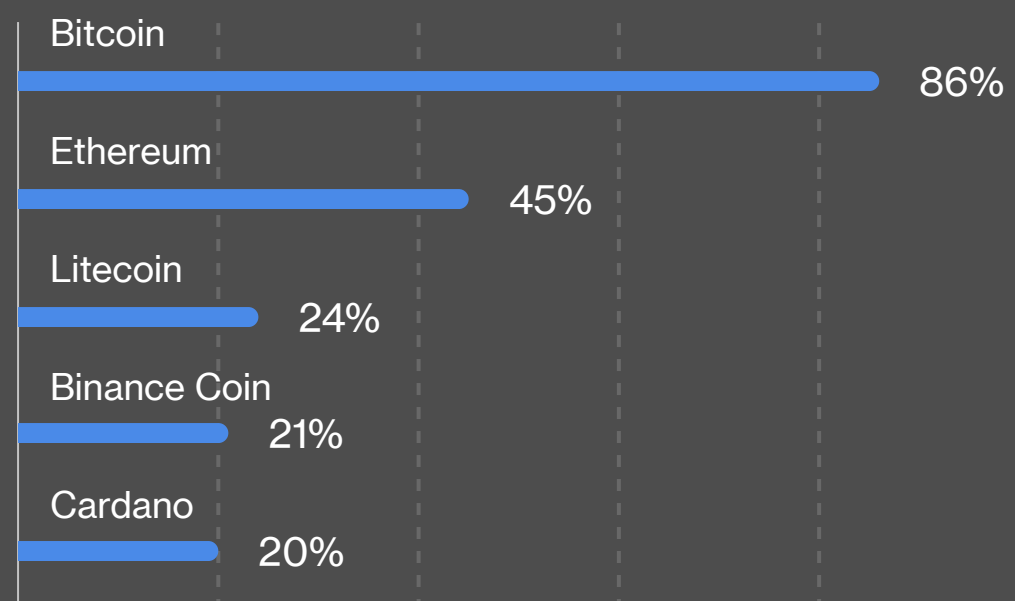
Exemplo: CDB.

55% **Os cautelosos**

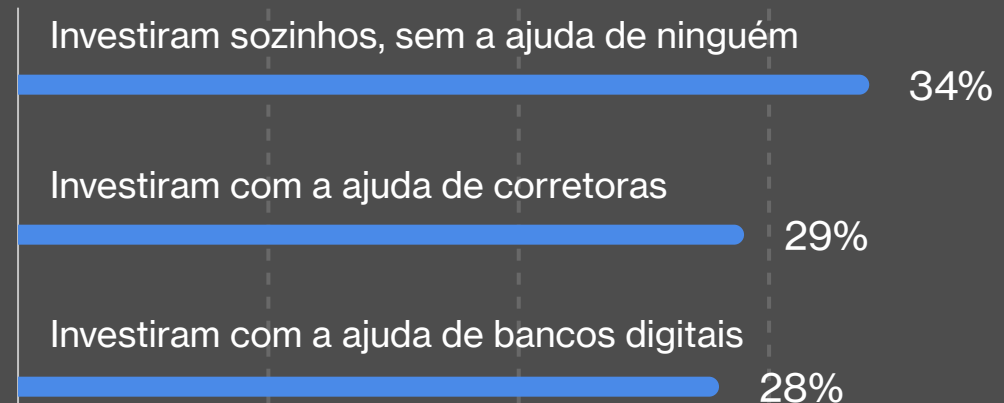
Aqueles que não gostam de correr riscos. **Exemplo:** poupança.



As criptomoedas mais utilizadas:



De que maneira têm investido em criptomoedas:



A descentralização centralizada

Boa parte dos investidores, mesmo com toda a bagagem adquirida com a prática, ainda não se sente apto a investir sem a ajuda de terceiros. E é natural que no começo haja essa dependência pelo nível de complexidade do assunto.

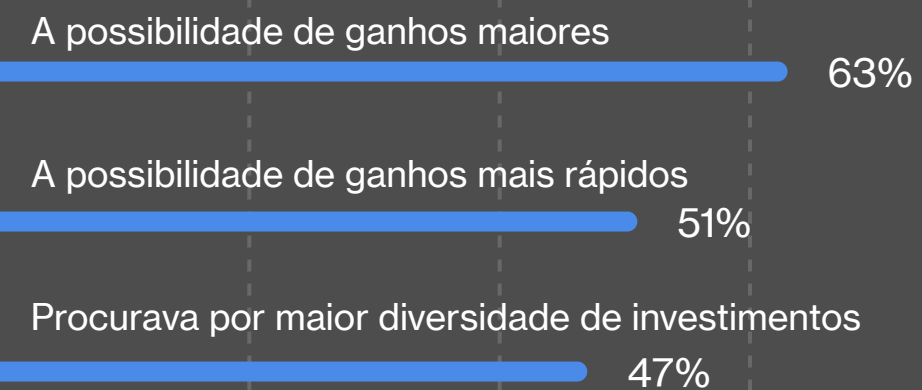


68% dos investidores acham que não é fácil investir em criptomoedas e NFTs. Para eles, é preciso ter um conhecimento do mercado financeiro, pois a volatilidade é maior que a de outros investimentos.

No entanto, entre aqueles que já tiveram uma experiência com criptomoedas, 49% acreditam que investir nelas é mais fácil do que investir em aplicações tradicionais.

*Base de respondentes: Investidores

O que motivou a investir em criptomoedas?



Desde quando têm investido?

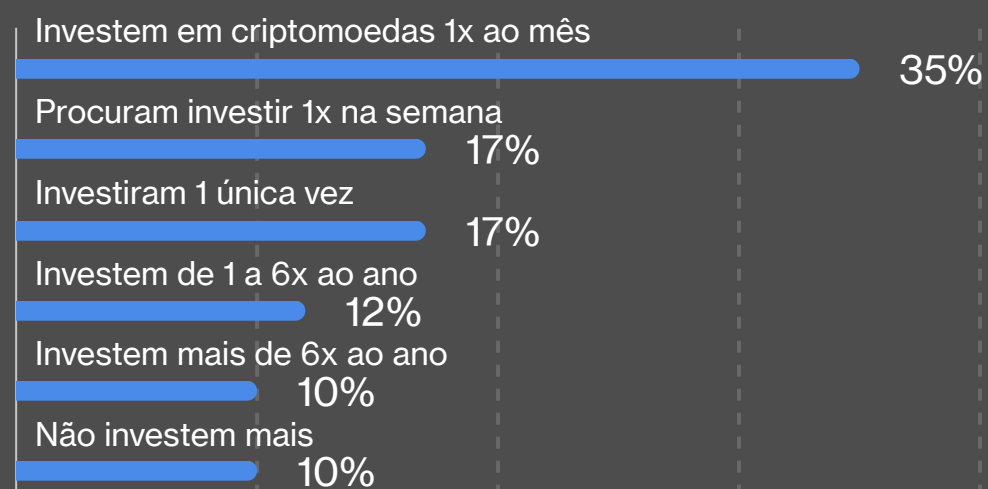


*Base de respondentes: Investidores

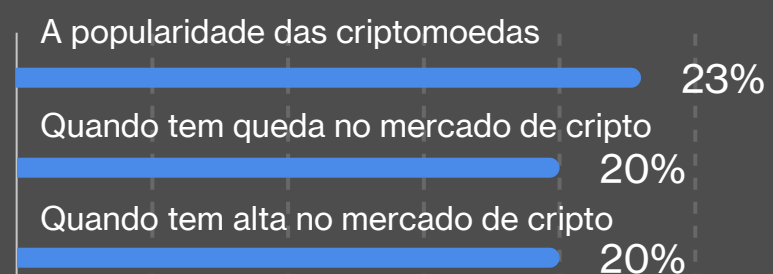
Retorno rápido e lucrativo.

As pessoas acreditam nesses princípios e eles acabam se tornando alguns dos principais fatores que as têm motivado a investir em criptomoedas – que, aliás, vem atraindo cada vez mais investidores. Nota-se um volume acentuado de pessoas interessadas no último ano em comparação com os demais períodos.

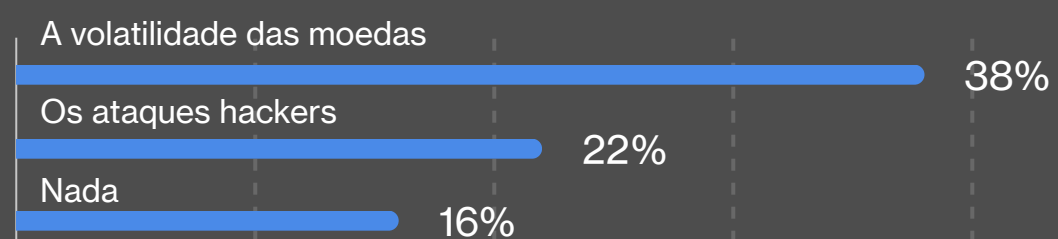
Frequência de investimento:



O que mais os motiva a continuar investindo?



O que mais desestimula a investir?



*Base de respondentes: Investidores

Há dois grupos: aquele que investe quando a moeda está desvalorizada, porque as compram por menor valor e esperam que valorize - tornando o risco de perder dinheiro menor; e aquele que se interessa quando o mercado está valorizado, pois não quer perder a oportunidade ou ficar de fora de uma tendência.

Aliás, é muito comum, principalmente no mundo digital, o FOMO (*fear of missing out*), ou medo de não pertencimento. Por isso, quanto mais pessoas começarem a aderir às novidades da Web3, maior é a chance de ocorrer o efeito manada.

Para quem teme investir devido às oscilações de valor, uma alternativa é o uso das **stablecoins** – moedas mais estáveis, pois são pareadas às moedas fiduciárias (real, dólar, euro, etc).

Entretanto, **78% dos investidores nunca ouviram falar sobre o termo.**



Apesar da alta volatilidade, **64% consideram que tiveram mais lucros do que perdas ao investir em criptomoedas.**

DeFi

Prompt: Masculine wizard Bitcoin detective, style of urban Bitcoin fantasy, glowing staff made of soul magic, ultra-detailed, hyperrealistic, hooded cloak, smoke, unreal engine 5, photorealistic, moody, high contrast 2k, HDR, breathtaking glow, reflective armor, mystic Bitcoin runes

**A descentralização das
transações financeiras**



DeFi significa Decentralized Finance, ou seja, finanças descentralizadas. De forma geral, é um ecossistema que pretende descentralizar o sistema financeiro através de blockchain. Atualmente, a blockchain da Ethereum é muito utilizada, pois permite a criação de smart contracts, mas outras redes já estão sendo criadas, oferecendo velocidade, escalabilidade e segurança, com custos mais baixos.

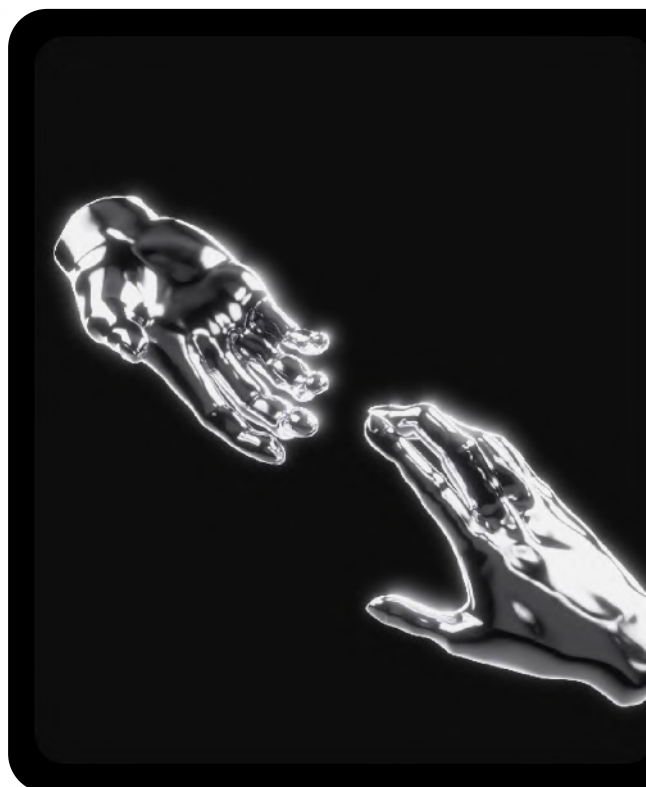
Partindo do princípio da blockchain, o DeFi busca retirar os intermediários das transações financeiras, ou seja, bancos tradicionais/digitais ou corretoras de criptomoedas, por exemplo.

A maioria dos projetos em DeFi são open source, de código-fonte aberto, e não dependem de nenhuma empresa. É por isso que os projetos também não têm origem em uma região específica ou uma autoridade central de governança e as transações são do tipo peer to peer, de pessoa para pessoa.

Em resumo: é um termo abrangente e que representa uma variedade de aplicações e projetos envolvendo smart contracts e blockchain.

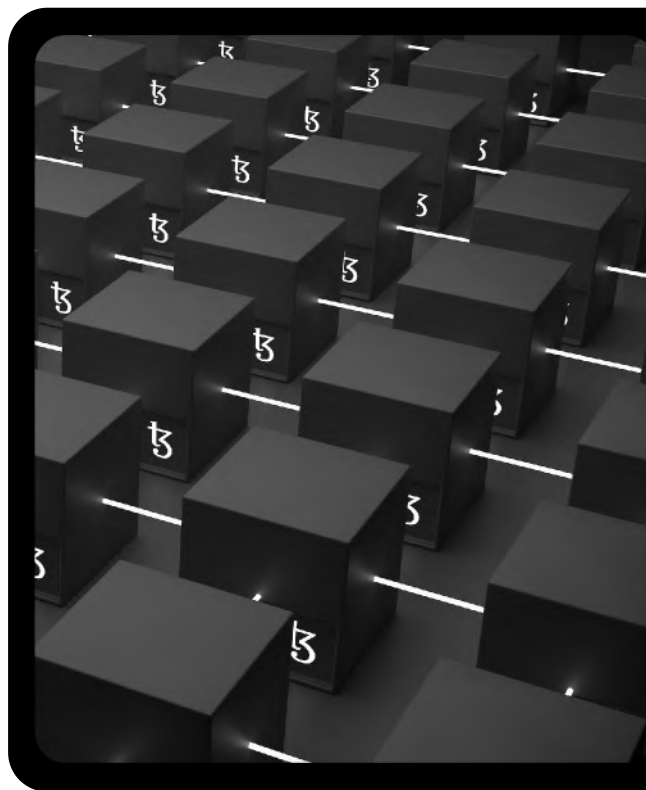
Há quem diga que as finanças descentralizadas começaram ainda em 2009, com o lançamento do Bitcoin. Por meio da primeira criptomoeda, a ideia de introduzir a transformação no mundo financeiro tradicional se tornou um passo essencial na descentralização dos sistemas financeiros. O lançamento da rede Ethereum e, mais especificamente, dos smart contracts em 2015, foi o que tornou tudo isso verdadeiramente possível. Essa rede maximizou o potencial da tecnologia no setor financeiro e encorajou o mercado e as empresas a construir e implantarem projetos que formariam eventualmente um ecossistema DeFi.

Com DeFis é possível fazer empréstimos de criptomoedas, empréstimos de outros criptoativos (com recebimento de juros), investimentos programáveis, compra e venda de NFTs, enfim, variadas transações. Hoje, o ecossistema DeFi conta com centenas de aplicações, com produtos e serviços dos mais diversos, e vem explorando inovações em variadas direções.



O que são smart contracts?

Smart contracts, ou contratos inteligentes, são acordos automatizados em blockchain que não precisam de intermediários para serem efetivados. São acordos digitais programáveis e programados, que permitem executar de forma automática um código previamente definido pelos envolvidos.



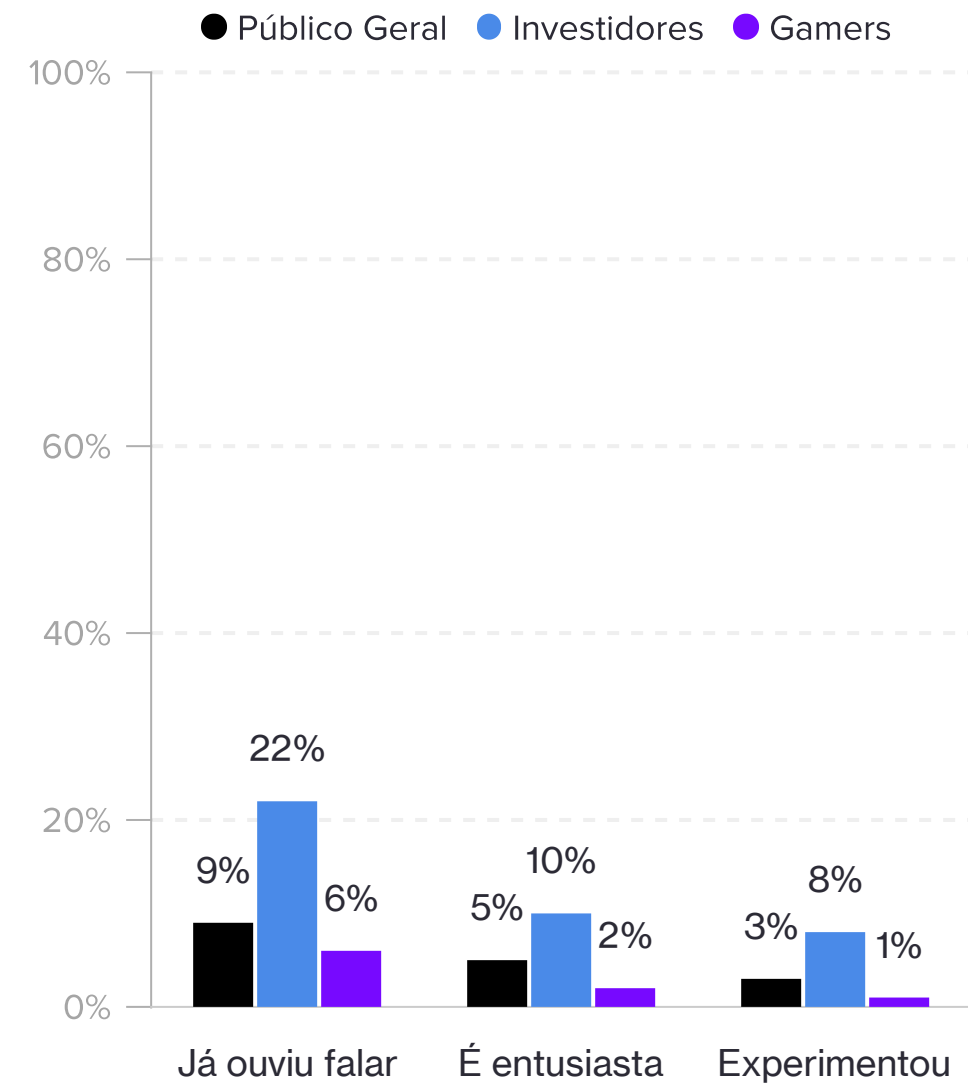
Open Banking X DeFi

Open Banking trouxe a proposta de descentralizar o sistema financeiro, por isso é comum pensar em uma similaridade entre ele e o DeFi. Na primeira opção, os clientes continuam contando com bancos, fintechs e outras instituições financeiras como intermediárias nas transações. Na segunda opção, como foi dito, os clientes podem utilizar os serviços financeiros sem estarem atrelados a uma empresa, além de contarem com protocolos de blockchain, criptomoedas, entre outros.



DeFi é um conceito pouco comentado

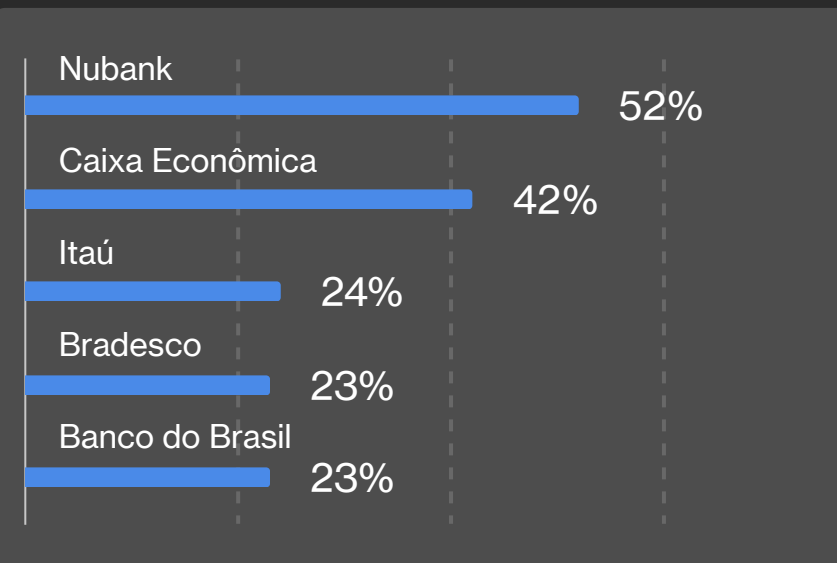
Começou a ganhar espaço nos últimos anos, mas ainda assim representa um recorte muito pequeno perto de outros temas da Web3. Tanto é que quase ninguém conhece ou experimentou algo com DeFi, até mesmo os investidores – que estão mais inseridos nesse universo.



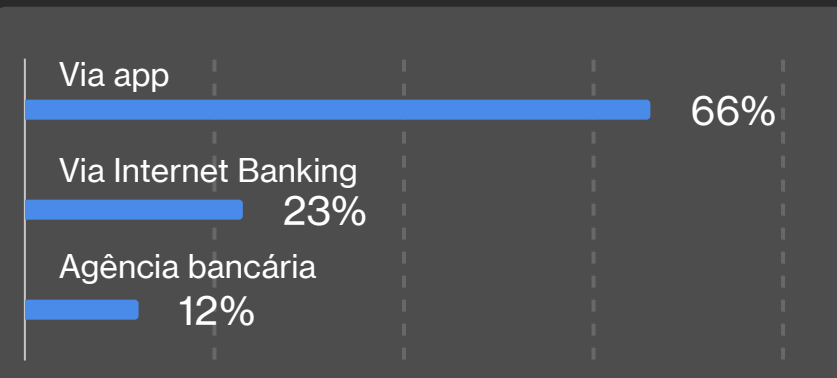
E já que DeFi desempenha um papel semelhante ao de um banco, porém de forma descentralizada, vamos entender como a população geral tem se relacionado com as instituições financeiras tradicionais.

87% possuem conta em banco

Os 5 principais bancos utilizados:



Como os usuários administram suas contas na maioria das vezes?



*Base de respondentes: População geral

Bancos tradicionais VS bancos 100% digitais

O Nubank foi o único banco 100% digital a aparecer no top 5 instituições financeiras mais utilizadas. Mais que isso: conquistou o 1º lugar. Essa presença se deve, possivelmente, pelo fato de ter sido um dos primeiros bancos a entregar um modelo diferente dos tradicionais.

Em relação a quem tem utilizado estes bancos, nota-se uma maior presença das gerações mais velhas (Boomers e X) nas instituições tradicionais, diferente do Nubank, que tem atraído as gerações Millennial e Z – esta última principalmente.

A tecnologia resolvendo problemas reais

O Nubank surgiu com o propósito de ser um banco que facilitasse a vida das pessoas. A estratégia foi apostar na tecnologia para proporcionar a melhor experiência.

Se algumas das principais queixas eram a burocracia e o atendimento realizados pelos bancos, agora as pessoas poderiam abrir uma conta pela internet de forma simples e rápida, tendo um cartão de crédito sem anuidade, completamente gerenciado com autonomia por meio de um aplicativo, podendo contar também com um atendimento 24h via chat. Consequência disso, hoje é um dos bancos digitais com maior número de clientes.

Isso reforça a ideia de que a Web3 só ganhará tração quando começar a tangibilizar de que formas pode facilitar processos digitais, trazer mais segurança para os indivíduos e melhorar a experiência.

Ainda há inseguranças

Apesar dos vários benefícios oferecidos pelas contas digitais, não é todo mundo que tem total confiança na tecnologia. Há uma parcela das pessoas que ainda necessita de uma agência física que possa realizar o atendimento pessoalmente, mesmo frequentando pouco esses espaços. Podemos listar vários possíveis motivos, sendo um deles ligado ao medo de não conseguir um atendimento eficaz em casos mais urgentes e delicados, que envolvam, por exemplo, grande perda de dinheiro – sobretudo agora, em que há um aumento de roubos de celulares e invasões de aplicativos principalmente nos grandes centros urbanos.

Seriam os DeFis, em algum momento no futuro, a solução para esta insegurança, já que é um sistema construído dentro de uma blockchain - em teoria mais segura?

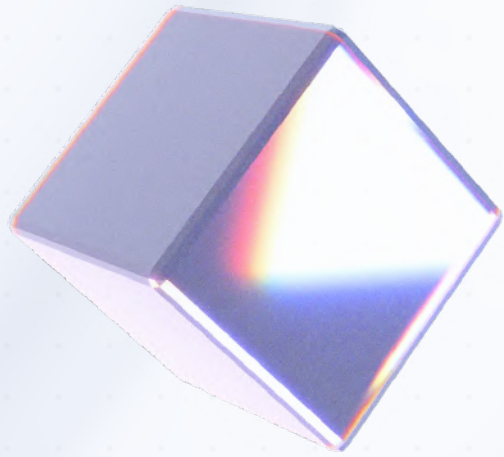


NFT



Prompt: Bored Ape, ultra realistic, Oil Painting, Cyberpunk, Neon

**Sobre propriedade
e comunidade**



NFT significa non fungible token, em português tokens não fungíveis.

São itens digitais com certificação de propriedade gerenciada por blockchain. Apesar de terem ficado muito conhecidos por conta de artes e desenhos, é essencial sabermos que os tokens não fungíveis têm muitos usos práticos, como, por exemplo, garantir proteção e propriedade para bens digitais ou até mesmo físicos. Ainda que cópias possam ser feitas e distribuídas, apenas a obra/projeto/documento original possui valor. Além disso, regras de uso também podem ser determinadas para os NFTs em sua criação, tais quais limite de quantidade, o preço pelo qual pode ser vendido e os usos que podem ser feitos. Isso ocorre via smart contract.

A verdade é que, qualquer item que precise de segurança, certificação de propriedade, identificação e transparência pode ser vinculado a um NFT: domínio de sites, documentos, históricos médicos, certificados, diplomas, publicações, conteúdos, criações, bens de consumo, produtos financeiros, avatares, jogos, vestuário digital... a lista é enorme.

A maioria das discussões sobre tokens não fungíveis começa com a introdução da ideia de "fungibilidade", que é aquilo capaz de substituir ou de ser substituído por outro item idêntico. Uma moeda é um exemplo clássico de ativo fungível. 100 reais são sempre 100 reais, não importa o número de série na cédula, ou se são 100 reais abstratos na sua conta bancária. A capacidade de substituir uma nota de 100 reais por outra nota de 100 reais (ou duas notas de 50) é o que torna a moeda fungível. No entanto, se pegamos uma moeda rara, de um colecionador, ela não vale a mesma coisa que uma moeda em circulação nos tempos atuais. Considere, agora, passagens aéreas. Geralmente, elas são de classe executiva, classe econômica e primeira classe. Dentro da primeira classe, a passagem é fungível. Não importa muito se você vai sentar na fila A ou B. Mas ao mudarmos de classe, a passagem passa a ser não fungível. Não é possível utilizar a passagem da classe econômica para sentar na executiva, certo?

Ativos digitais existem desde o início da internet. Nomes de domínio, ingressos para eventos, itens em jogos... a Epic Games, por exemplo, faturou US\$ 2,4 bilhões em receita vendendo fantasias e roupas (skins) no Fortnite lá em 2018. Mas, se você tentar vender uma skin do Fortnite no Mercado Livre, vai descobrir a dificuldade de mover ativos digitais de uma pessoa para outra. É aqui que entra a blockchain e os NFTs, que fornecem uma camada de coordenação para os ativos digitais, dando aos usuários a propriedade e permissão de gerenciamento.

Algumas características dos NFTs que os tornam particularmente especiais:

Padronização:

Os ativos digitais tradicionais (e-tickets para um show, por exemplo) não têm uma representação unificada no mundo digital. Ao representar tokens não fungíveis em blockchains públicos, os desenvolvedores podem criar padrões comuns, reutilizáveis e herdáveis para todos os tokens não fungíveis. Isso inclui princípios como propriedade, transferência e controle de acesso. Eles são análogos a outros blocos de construção do mundo digital, como o formato de arquivo JPEG ou PNG para imagens, HTTP para solicitações entre computadores e HTML/CSS para exibição de conteúdo na web.

Interoperabilidade:

Os padrões permitem que tokens não fungíveis se movam facilmente por vários ecossistemas. Quando um desenvolvedor lança um novo projeto, esses NFTs são imediatamente visíveis em dezenas de diferentes provedores de carteira, negociáveis em marketplaces e, mais recentemente, exibidos em metaversos. Isso é possível porque os padrões abertos fornecem uma API clara, consistente, confiável e com permissão para leitura e gravação de dados. Porém, ainda há muito a ser feito para que a interoperabilidade da Web3 seja, de fato, completa.

Negociabilidade:

O recurso mais atraente habilitado pela interoperabilidade é o comércio livre em mercados abertos. Pela primeira vez, os usuários podem mover itens para além dos seus ambientes originais e para um mercado onde podem aproveitar recursos de negociação.

Liquidez:

A negociabilidade instantânea de NFTs leva a uma maior liquidez. Os mercados NFT podem atender a uma variedade de públicos - de traders experientes a entusiastas de artistas digitais, passando por iniciantes em games - permitindo maior exposição dos ativos a um grupo mais amplo de compradores.

Imutabilidade e escassez:

Os smart contracts permitem que os desenvolvedores coloquem limites rígidos no fornecimento de tokens não fungíveis e imponham propriedades que não podem ser modificadas após a emissão dos mesmos. Por exemplo, um desenvolvedor pode definir programaticamente que apenas um número específico de um item raro possa ser criado. Os desenvolvedores também podem definir que propriedades específicas não sejam alteradas ao longo do tempo, codificando-as na cadeia. Isso é particularmente interessante para a arte, que depende muito da escassez de uma peça original.



Será que as NFTs representam o caminho mais atraente para a popularização da Web3?

NFT soa mais divertido e mais simples do que outros conceitos de Web3. É possível entrar nesse universo sem necessariamente ter uma carteira de criptomoeda, óculos de realidade virtual, aparelhos de realidade aumentada, internet ultra poderosa, etc. Por isso, eles fornecem um ponto de entrada simplificado para a blockchain. Para a sociedade em geral, DeFi, DAOs e o próprio metaverso podem ser muito confusos ainda. **A maior facilidade de uso e a maior semelhança com a realidade, ou seja, com aquilo que já aplicamos em nossa vida, parece ser mais importante do que a novidade de um produto financeiro ou uma tecnologia em si mesma. Os usos e objetivos de NFTs podem ser os mais diversos possíveis. Mas é sabido que três mercados levaram o conceito ao debate inicialmente: artes digitais, games e moda.**

Inclusive, a união da moda com o universo dos jogos eletrônicos foi ficando cada vez mais intrínseca, pavimentando o terreno para que esses dois mercados, juntos, trouxessem inovações interessantes.



Em 2019, por exemplo, o estilista Nicolas Ghesquière, da Louis Vuitton, assinou uma coleção de skins para o jogo League of Legends.



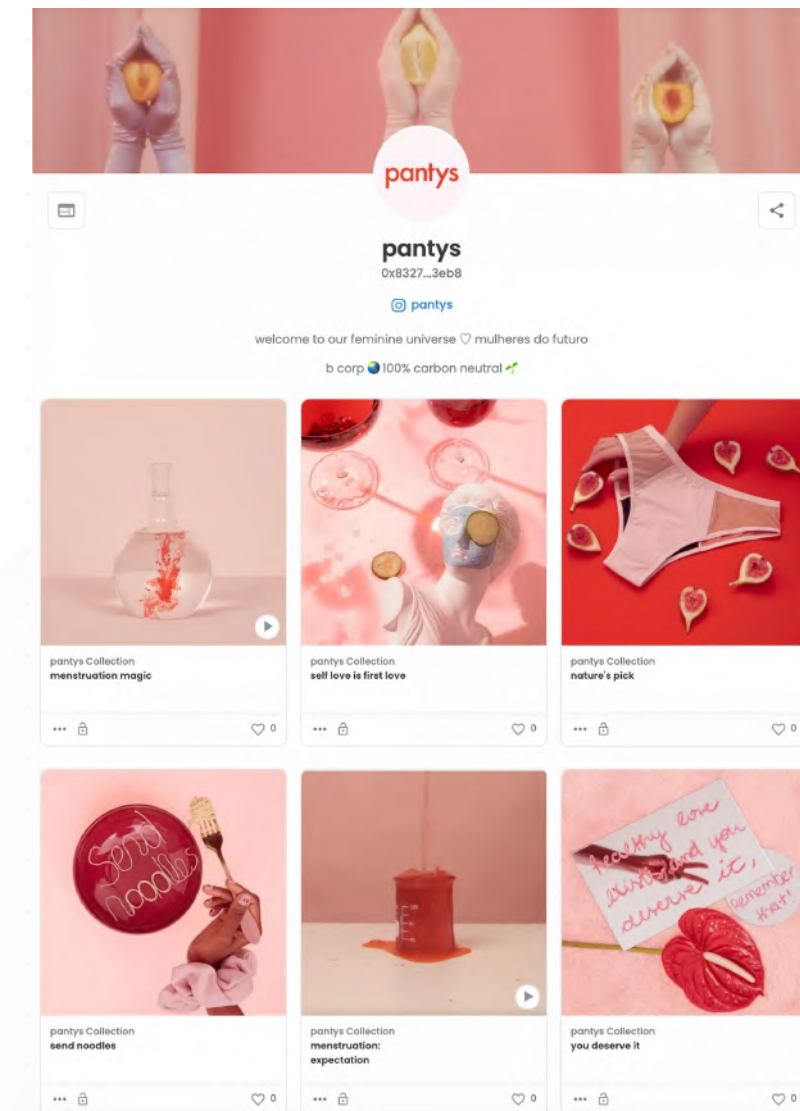
Em 2021, a Balenciaga lançou o seu próprio game apocalíptico, chamado Afterworld: The Age of Tomorrow.



A Gucci lançou um tênis digital usando realidade aumentada, o The Virtual 25, custando entre \$9 e \$12 dólares no aplicativo da marca. O tênis, apesar de não ser um NFT, mostra como as grandes marcas do universo fashion estão dispostas a sair na frente.

Vale ressaltar que a moda em NFT não está restrita apenas aos ambientes virtuais. Com o crescimento do phygital, os tokens não fungíveis se tornam certeza de exclusividade com valor agregado. Clube de vantagens, provador virtual, descontos exclusivos e cashback são alguns dos benefícios acoplados a essa nova forma de consumir.

A Pantys, empresa brasileira de calcinhas absorventes, foi a primeira do país a comercializar NFTs. Para combater a pobreza menstrual, a marca lançou diversas imagens colecionáveis na plataforma Open Sea. Ao comprar um NFT da Pantys, o consumidor investe em uma causa essencial para a realidade brasileira e aumenta a sua coleção de arte digital.



NFTs estão ganhando cada vez mais espaço, mas ainda há um caminho pela frente

Os games foram um dos primeiros mercados a abraçar os NFTs. Entretanto, o estudo mostrou que poucos jogadores têm tido contato com esse universo, da mesma forma que a População geral. Inclusive, nota-se um engajamento maior dos gamers em relação às criptomoedas, mas não em NFTs, seguindo a tendência geral.

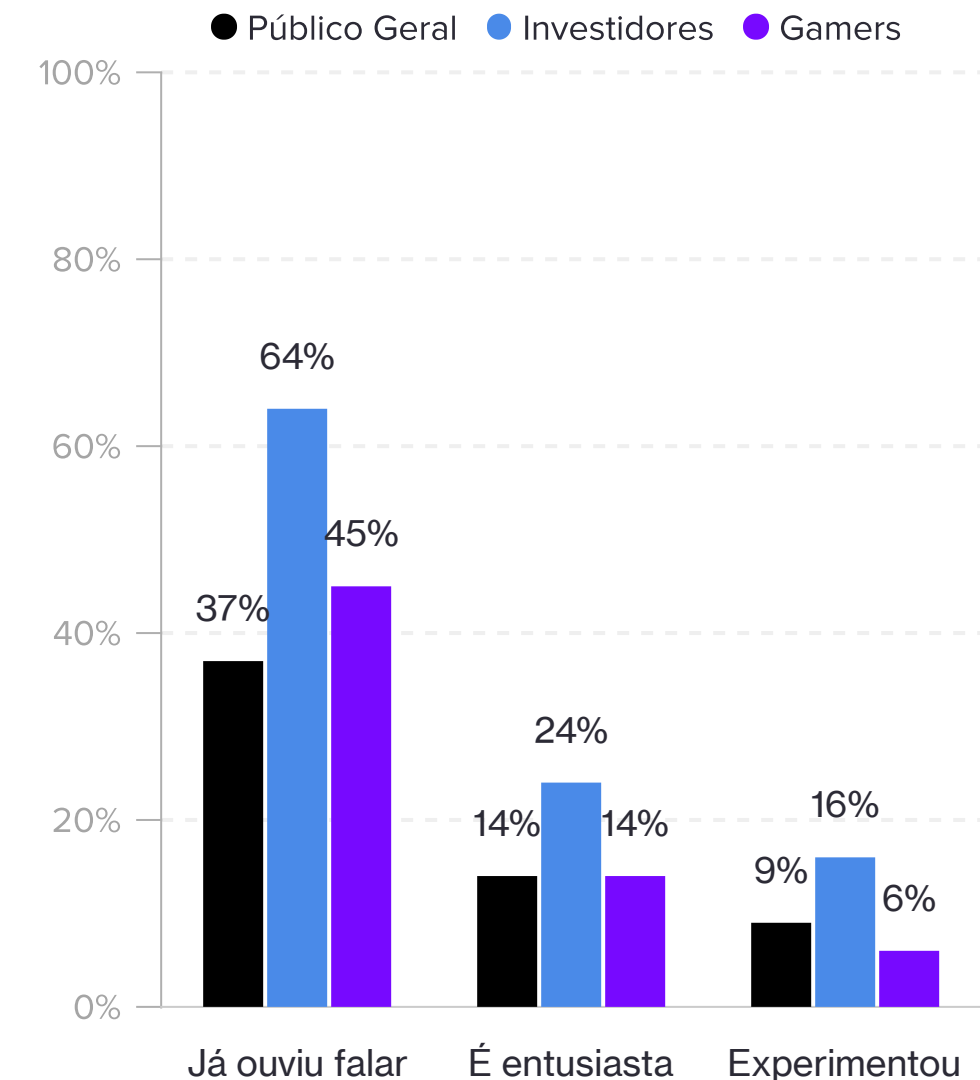
Provavelmente isso ocorre porque, diferente das criptomoedas, os NFTs estão apenas começando a ser explorados em suas diversas funcionalidades e, por hora, parecem se restringir apenas a alguns segmentos.

O dinheiro faz a roda girar

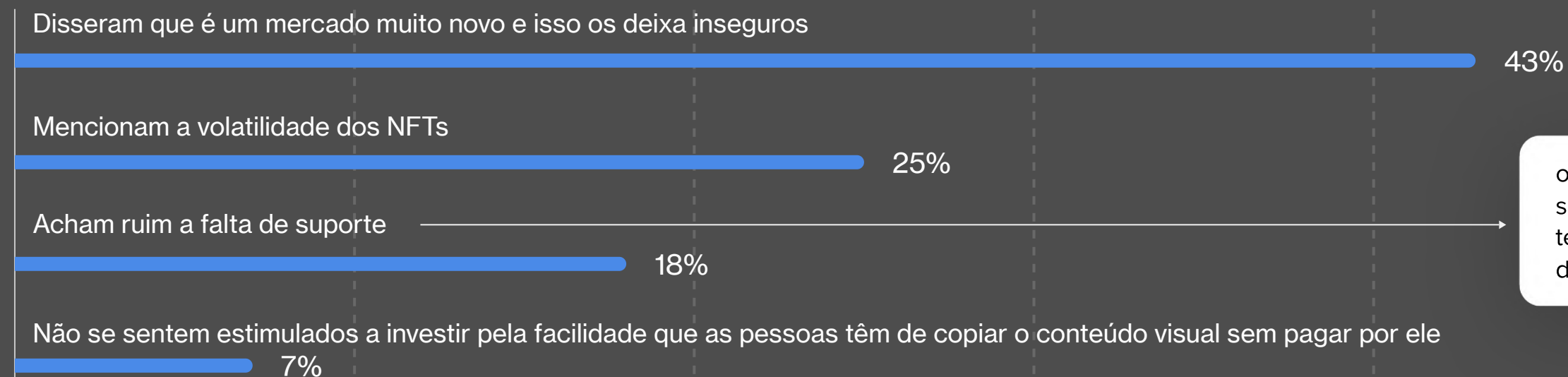
Ao que tudo indica, neste primeiro momento, quem vem movimentando a Web3 são as pessoas que possuem capital e estão dispostas a investir - afinal, vemos os investidores novamente à frente dos demais grupos quando falamos de NFTs.

Aliás, dentro desse perfil, os investidores que são gamers se mostram ainda mais ativos: 72% ouviram falar sobre NFTs, 31% se consideram entusiastas e 21% tiveram alguma experiência.

Os investidores mais arrojados também revelaram ser mais propensos à experimentação. O percentual foi de 23%, contra 17% dos moderados e 16% dos conservadores.



Para os gamers que tiveram experiências com NFTs, o que eles mais acreditam que desestimula o investimento?



o que já não ocorre quando se trata de **criptomoedas**, tendo em vista a presença dos bancos e corretoras

*Base de respondentes: Gamers

Essa é a prova de que esse modelo de transação precisa de amadurecimento.

O pulo do gato ocorrerá quando as pessoas perceberem que os NFTs podem ser muito mais do que um investimento em obras de arte e games.

Para que a adesão ocorra, será necessário incorporar os NFTs em pequenas situações do dia a dia, com o intuito de facilitar a vida das pessoas, sem necessariamente envolver altos investimentos e riscos de perda de dinheiro.



DAO



Prompt: human in a street with future solarpunk buildings

**Horizontalidade
na governança**

DAO é uma sigla para **Decentralized Autonomous Organizations**, ou seja, uma **Organização Autônoma Descentralizada**.

Em resumo, é uma organização representada por regras codificadas por meio de smart contracts executados em blockchain. Essas regras são transformadas em códigos (como um programa de computador), eliminando necessidades hierárquicas como chefes, gerentes ou uma autoridade central.

A ideia é ser uma organização auto gerenciada, transparente e controlada de forma democrática por todos os seus membros, sem estar sujeita a regras externas (como o próprio governo, por exemplo). Uma vez que um contrato está ativo, ninguém pode alterar suas regras sem que os demais membros da DAO saibam e estejam de acordo. Essa organização permite que pessoas do mundo inteiro trabalhem juntas em prol dos mais variados objetivos e projetos.

Há, no entanto, alguns pontos que exigem atenção em relação às DAOs. Em primeiro lugar, elas ainda carregam uma certa insegurança jurídica, já que quase nenhum país tem leis ou formas de registrá-las oficialmente. Além disso, precisamos lembrar que um grupo de pessoas pode se juntar com objetivos em comum tanto para fazer algo positivo, quanto para fazer algo negativo e a falta de legislação, neste sentido em especial, é um grande problema.

A ausência de hierarquia, que por um lado pode ser enxergada de forma positiva, também faz com que decisões demorem mais para serem tomadas algumas vezes, já que dependem da aprovação de todos os integrantes.

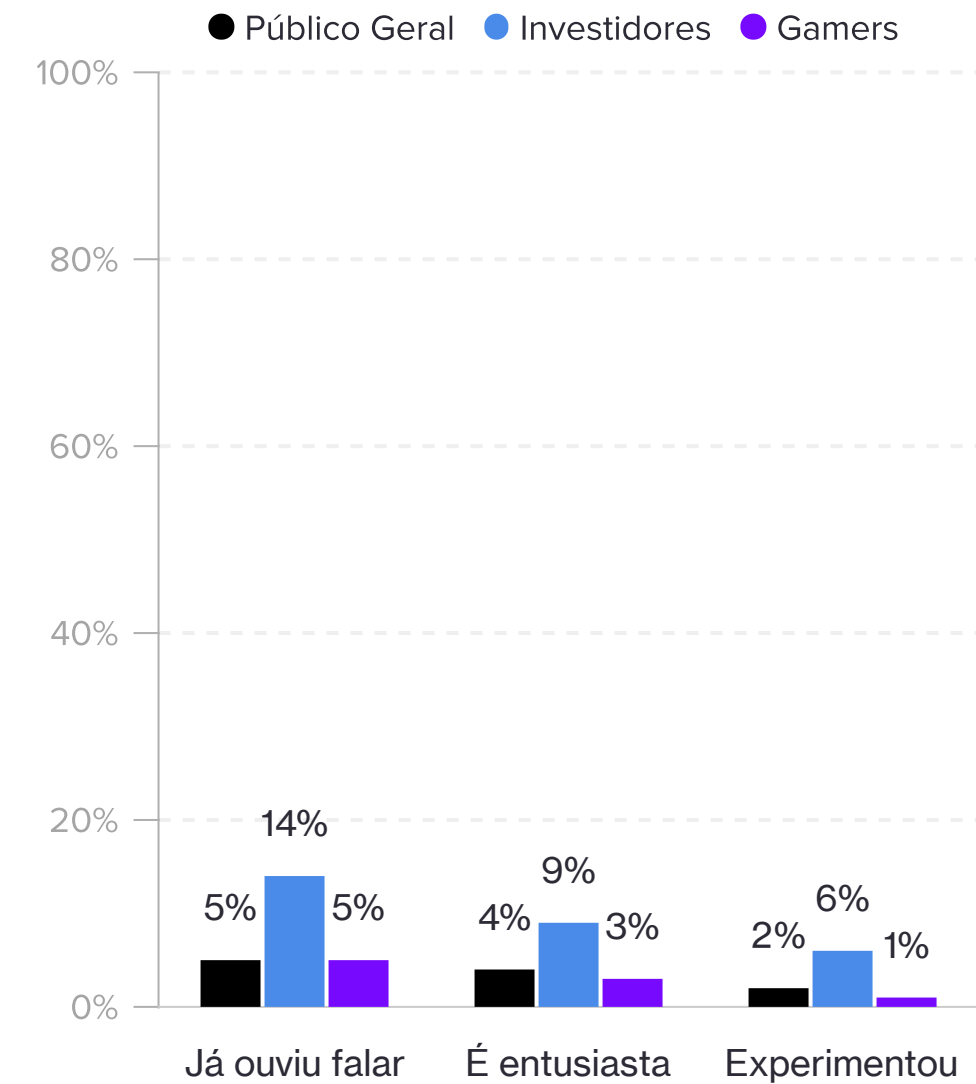
Por fim, as DAOs pretendem representar um novo modelo de negócio para o futuro, baseado na descentralização. No entanto, há quem critique o sistema atual em que, quem possui mais tokens de governança, ganha maior poder de decisão, o que pode soar como um retrocesso quando comparado ao funcionamento de empresas com capital aberto, por exemplo.

A DAO definitivamente é o assunto de menor conhecimento e experimentação, até mesmo pelos investidores.

Durante a pesquisa, perguntamos a eles se **uma DAO é mais justa, transparente e menos burocrática em comparação com a estrutura das empresas tradicionais.**

49% não souberam responder

20% disseram que sim



Meta — verso

Sobre experiência,
relações e novos
sistemas econômicos.

Prompt: Human looking out the window, futuristic city, with spaceships flying over a rainbow, shining

Apesar de termos visto um boom do termo no final de 2021 após o anúncio de Mark Zuckerberg de que Facebook Inc. passaria a se chamar Meta, o termo surge em 1992 com a literatura cyberpunk no livro 'Snow Crash', de Neal Stephenson. Nesse livro, um entregador de pizza virava uma espécie de príncipe guerreiro no metaverso, um espaço digital que ampliava as possibilidades da vida real. Foi justamente em cima desse cenário e das possibilidades propostas pelo livro que o metaverso, como o discutimos hoje, começou a ser pensado e criado para além da ficção científica.

O metaverso é um complemento da internet e possibilita simulações e mundos 3D através de processamentos digitais em tempo real, permitindo que os usuários criem identidades, objetos e universos. Ali, podem acontecer festas, shows, eventos, reuniões de trabalho, pesquisas e toda uma rede de interações com os mais variados objetivos. Estamos falando de inúmeras possibilidades de imersão, em incontáveis tempos e espaços. As sustentações tecnológicas que constroem o metaverso buscam ser capazes de simular estruturas onde as pessoas poderão interagir não só com aspectos bem parecidos com o que consideramos hoje o "mundo real", mas, também, com a própria realidade em si. O metaverso, então, não é algo real, de acordo com nossos conceitos atuais, mas busca construir uma realidade familiarizada.

Muitas pessoas se perguntam se o metaverso não seria uma espécie de 'Second Life 2.0'. O Second Life era um jogo do início dos anos 2000, com realidades virtuais em 3D, onde as pessoas podiam construir seus avatares e interagir uns com os outros. Muitas empresas investiram quantias enormes para estarem nesse espaço, mas acabou não emplacando. Naquele momento, houve uma preocupação muito grande com a criação de avatares, que teriam vidas paralelas à realidade de seus "donos". Porém, naquele momento havia uma limitação tecnológica, onde a maioria das pessoas ainda enfrentava problemas de conexão. No mesmo período do Second Life, assistimos o surgimento das redes sociais, levando a interação para outros níveis, inéditos até então, e de uma maneira muito mais simples, principalmente no aspecto tecnológico e de usabilidade. Ficou difícil competir. Agora, parece que justamente as redes sociais foram úteis para uma espécie de "treinamento" para o metaverso, no que tange questões imersivas, de sociabilidade virtual e de emulação, simulação e dissimulação da própria existência. Transportando-nos para o metaverso em tempos de Web3, o sistema de trocas, compras e vendas, possibilitado pela tecnologia blockchain e com a presença de criptomoedas, tokens e NFTs, por exemplo, torna a versão de 2022 muito mais atrativa e com muito mais possibilidades.

Todos os segmentos podem estar no metaverso, mas vimos os games e a moda como aqueles que deram os primeiros e maiores exemplos de transformações pioneiras, servindo de testes, demonstrações e inspirações para outros públicos e setores, construindo não só o debate sobre o tema, mas uma própria sensação de familiaridade a esse novo mundo. E-commerce, educação, eventos e treinamentos também são sempre citados como segmentos que podem trazer projetos inovadores e diferenciados através do metaverso, com grandes potenciais.



Para refletir:

A ideia do metaverso já é muito familiar ao universo dos games, uma vez que mundos imersivos, realidades virtuais e aumentadas e criação de avatares fazem parte do conjunto de hábitos, rotinas e estruturas deste segmento. Não por menos, a linguagem de todo o macrocosmo do metaverso ainda é muito parecida com a linguagem do universo dos próprios games, incluindo cores, tipografias e gráficos. Seria essa a melhor linguagem para aproximar o maior número de pessoas dessa realidade? Ou isso criaria um estigma de que trata-se apenas de jogos eletrônicos e também criaria um afastamento do/a cidadão/ã comum?

Especialistas afirmam que o movimento atual do mercado já é interessante por si só, forçando a ponta da tecnologia a pensar novas possibilidades e aumento do acesso ao público consumidor. É importante salientar que para que a experiência do metaverso aconteça de forma massiva, é necessário tecnologias, hardwares e softwares específicos, e isso ainda pode ser uma das grandes barreiras. Não só isso, mas para avançarmos em uma integração bastante aprofundada de metaverso(s), as plataformas de diferentes empresas precisam ser compatíveis entre si. Portanto, veremos cada vez mais companhias investindo em integrações entre seus produtos, como aplicativos e sites. No Brasil, por exemplo, a chegada do 5G e o barateamento de hardwares e softwares são primordiais para "furarmos a bolha" e aumentarmos não só a popularização do seu uso, mas também a democratização do acesso e a própria construção do interesse por parte das pessoas.

Os pagamentos com as moedas virtuais, as criptomoedas, também passarão a ser mais comuns. Toda uma nova economia pode surgir nesses espaços (que está sendo chamada de metanomics), uma vez que as pessoas poderão consumir de diversas formas, através de rotinas dinâmicas e trocas intensificadas. Vale lembrar que não só com criptomoedas, mas também com moedas "tradicionais".

As possibilidades são inúmeras e, de fato, é desafiador tentar prever tudo o que pode acontecer (e não acontecer) ao pensarmos em metaverso. "Ser quem quiser" é uma promessa muito tentadora para uma sociedade que gostaria de ser muitas coisas, mas que, por variados motivos, não consegue. Estamos falando de um enlaçamento de realidades, já defendido por alguns especialistas que não se trata de dois mundos, mas sim de um novo conceito de vida chamado dualidade inclusiva. Simultaneamente, temos uma mesma vida (a nossa), dividida em vários mundos que são capazes de interagir naturalmente. Lembrando que metaverso não é um lugar, é um conceito.



Metaverse Fashion Week

A primeira **Metaverse Fashion Week (MVFW)** aconteceu de 24 a 27 de março de 2022 e contou com cerca de 70 marcas na plataforma Decentraland. O evento atraiu marcas de moda digitais e tradicionais – embora as marcas pioneiras do metaverso, como Gucci e Balenciaga, não tenham participado. Segundo a Decentraland, 108 mil pessoas participaram da MVFW, que foi gratuita e acessível através de qualquer computador.



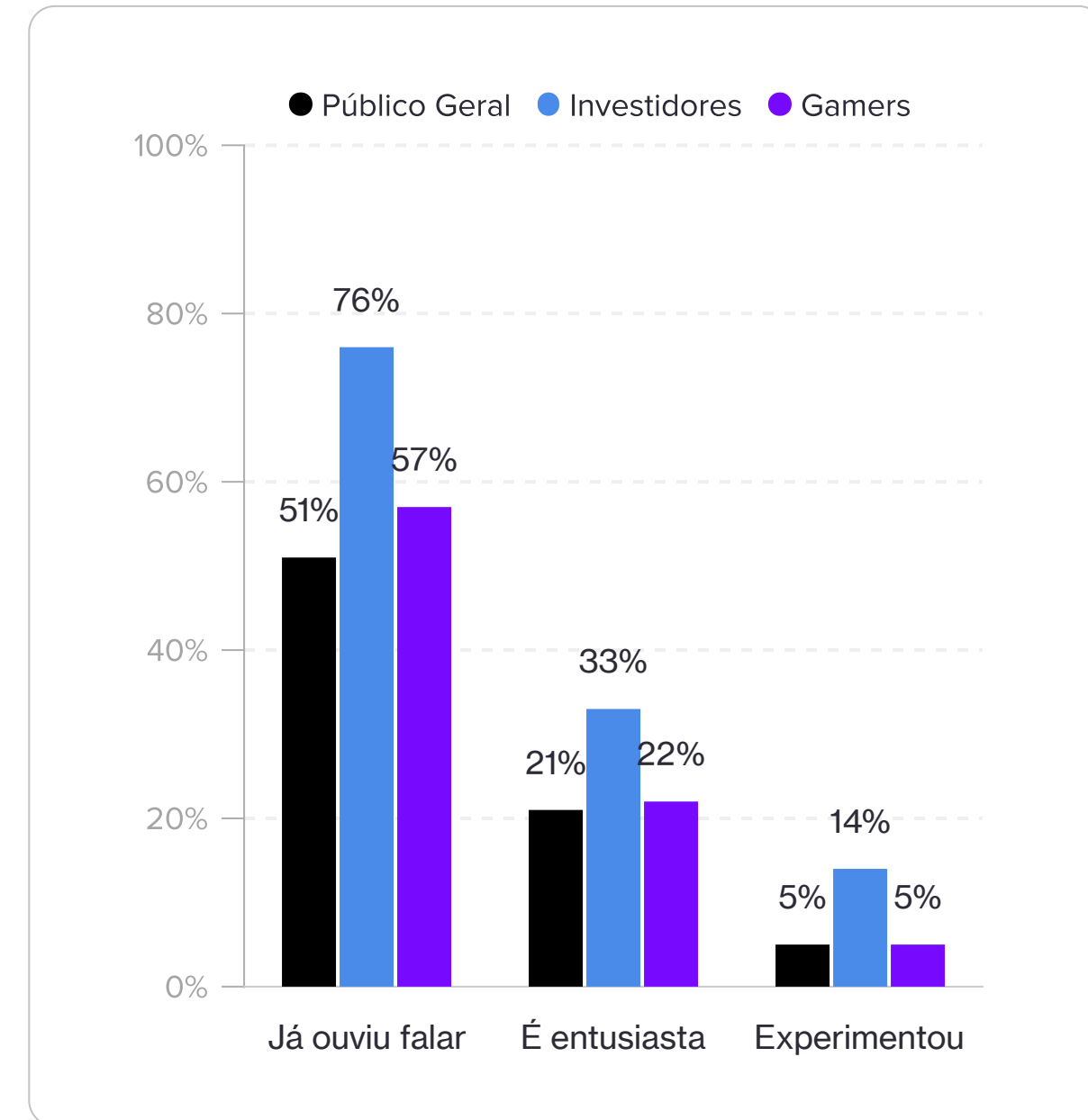
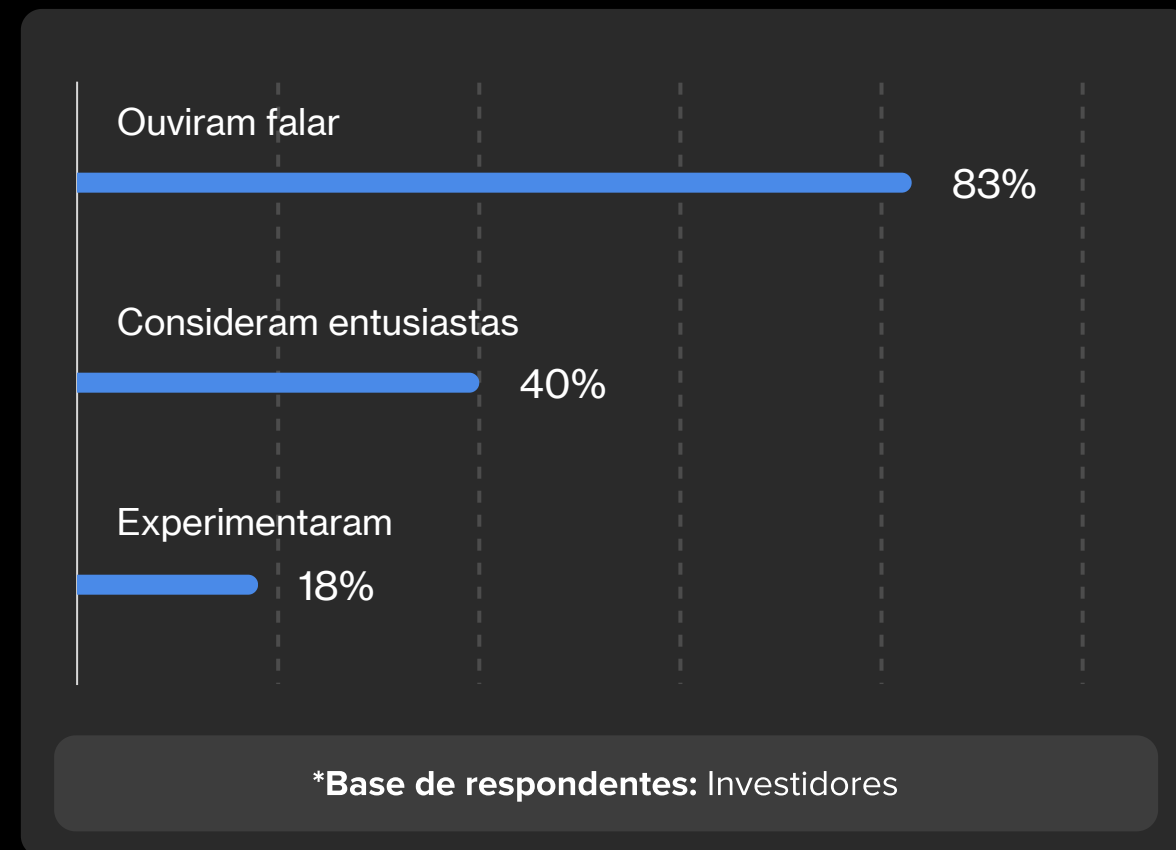
Casamento no metaverso

Em março de 2022, **os brasileiros Rita Wu e André Mertens se casaram no metaverso por meio da plataforma Decentraland**. A cerimônia contou com a apresentação de Leandro Karnal e foi realizada em uma igreja virtual inspirada na Catedral da Sé. Os convidados receberam NFTs como lembrança do casamento e o documento de união foi um smart contract - assinado via blockchain.

O metaverso, apesar de todo o burburinho, ainda é pouco testado. Esse novo mundo digital está sendo construído aos poucos, tendo em vista que o mercado não está totalmente preparado para oferecer essa possibilidade como ela realmente é, mesmo com alguns casos já sendo explorados.

Os gamers, que poderiam ter um pouco mais de acesso, também se mostraram distantes desse universo, diferente dos investidores que são gamers. Nesse caso, mais uma vez esse perfil se mostrou mais engajado em comparação com as outras três categorias.

Investidores gamers



Quando falamos de metaverso, falamos basicamente sobre relações sociais digitais – que hoje ocorrem, de forma massiva, somente na Web2.

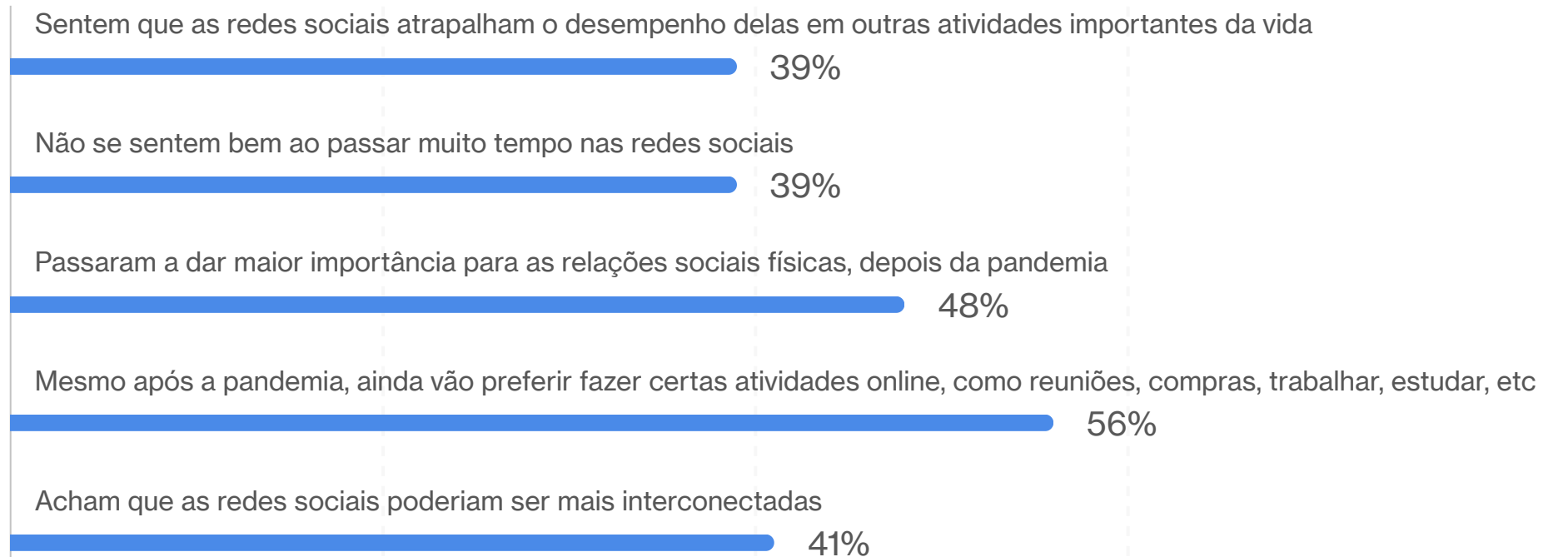
Será que os respondentes de Público geral estão contentes com a forma que eles têm interagido nas plataformas?



As percepções reveladas podem indicar certa tendência a aceitar o metaverso:

- Seria um espaço para diversão, unindo as redes sociais e os games
- As marcas precisam ter uma presença mais fluida e menos interruptiva

Mas mesmo que haja uma possível inclinação em aderir o metaverso no dia a dia, ele só será aceito de verdade se houver certos cuidados e mudanças realmente profundas em certos aspectos das relações digitais. E a Web2 tem dado alguns sinais:



*Base de respondentes: Público geral

Um ponto importante relacionado a interconexão: as empresas estão desenvolvendo os seus próprios metaversos e eles ainda não são integrados. Quando isso for possível, as chances desse novo mundo decolar e popularizar serão muito maiores. O céu é o limite!

Por último, o metaverso precisa complementar a vida dos usuários e não isolá-los em uma realidade paralela pouco acionável. O phygital talvez seja um dos melhores cenários, pelo menos em um primeiro momento de adoção.

E o que os gamers e investidores têm pensado sobre o metaverso?

Problemas com saúde mental e física, associados ao uso excessivo de celular e outros aparelhos digitais, podem ser agravados com o metaverso.

Gamers concordam

50%

Investidores concordam

58%

As relações humanas serão prejudicadas com o metaverso.

36%

43%

O metaverso é uma grande invenção e muitas coisas que estão sendo prometidas não sairão do papel.

32%

31%

O metaverso só será relevante se for desenvolvido em um modelo híbrido, em que digital e real estejam conectados, como uma realidade aumentada.

44%

51%

*Base de respondentes: Gamer e Investidores

De que maneira as pessoas poderiam acessar o metaverso?



Óculos de realidade virtual

Atualmente, poucas pessoas possuem o aparato:



Antes de tudo, é importante ressaltar que Realidade Virtual (VR), não é Metaverso. VR é parte do Metaverso, sendo um meio para as pessoas interagirem ali.

A baixa aderência pode estar ligada a vários motivos: preço, funcionalidade e design. O VR é um aparelho de valor não muito acessível e, ainda, sem muita ligação com o mundo externo – utilizado principalmente para jogos. Além disso, o formato não é usual, como o de um smartwatch, que é um gadget tecnológico parecido com um relógio de pulso, mas que traz benefícios relevantes e facilitadores de rotina. Os óculos precisam partir do mesmo princípio. Apesar disso, uma boa parcela da população geral, por exemplo, teria um VR: 40%.

58% dos investidores acreditam que para entrar no metaverso é necessário ter softwares e hardwares específicos, como os óculos de realidade aumentada e virtual. 48% dos gamers compartilham da mesma opinião.



Celulares

A porta de entrada: é o aparelho mais utilizado pelas pessoas.



Entretanto, hoje, eles não são os mais modernos do mercado. Isso significa que apesar de ser um item mais acessível, talvez haja dificuldades em relação ao processamento de gráficos.

Então, pensando nisso, como o metaverso conseguirá unir as pessoas em um mundo digital?

Nossas vidas na palma da mão

Hoje tudo pode ser feito pelo celular: estudar, conversar com amigos, fazer uma compra, consultar o banco, iniciar um relacionamento, entre outras coisas.

E, inclusive, conforme os celulares foram ficando cada vez mais tecnológicos, muitas pessoas passaram a utilizá-los também para jogos. 64% dos gamers dessa pesquisa disseram que jogam pelo smartphone. Isso supera os consoles (16%), computadores (9%), notebooks (7%), tablets (2%) e videogames portáteis (2%).

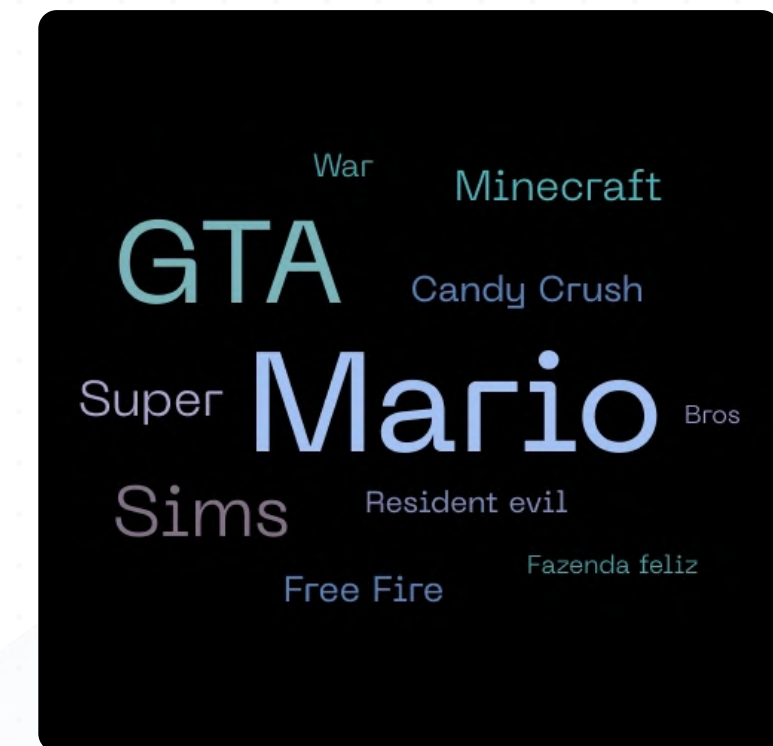
Essas informações reforçam a ideia de que, para o metaverso popularizar, é necessário que ele seja compatível com os smartphones.

E o que os gamers têm jogado? Há semelhanças entre os jogos e o metaverso?

Os jogos favoritos do momento



Os jogos que mais gostaram de jogar na vida



***Base de respondentes:** Gamers

De todos os jogos, os que mais se assemelham à vida real são The Sims; e, de certa maneira, o Minecraft e Fazenda Feliz. Mas o mais interessante é ver que os jogos de maior preferência são aqueles que colocam o jogador em situações irreais, como Free Fire e GTA. Pensando nisso, será que as pessoas teriam interesse em uma simulação virtual que seja uma extensão de suas vidas? Ou será que elas desejariam algo que fugisse de suas realidades, muitas vezes exaustivas? Talvez a resposta seja um pouco de cada. Momentos de funcionalidade prática e cotidiana e momentos lúdicos de imersão mais fantástica.



Ranking dos fatores mais atrativos em um jogo:

1

Qualidade da arte (gráfico, estética) e do som

2

História e narrativa

3

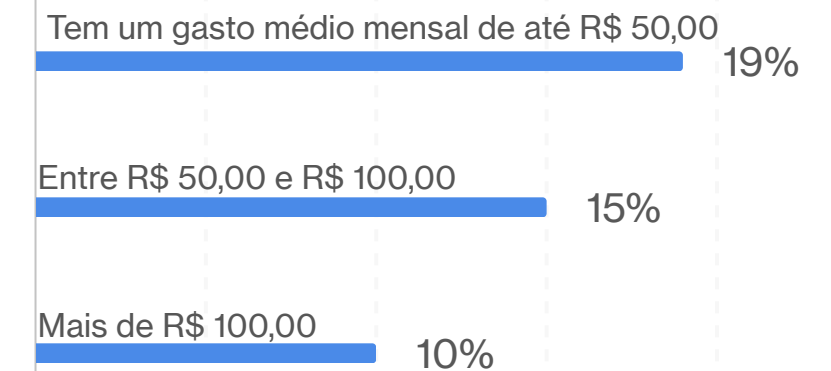
Jogabilidade (sentir que faz parte do jogo, ser representado pelo avatar/ personagem, etc)

Essas características dão fortes indícios do que pode ser levado em conta durante a construção do metaverso.

E sobre as skins? Tanto tem se falado sobre a relação do metaverso com a moda. Será que as pessoas teriam interesse em adquirir uma peça de roupa virtual? Quem está imerso nesse ambiente de jogos, já se sente habituado em comprar itens para personalizar seus avatares ou para melhorar a performance do jogo?

56%

dos gamers não costumam comprar skins para os jogos



*Base de respondentes: Gamers

Será que esses valores estariam condizentes com o que o mercado da moda tem a oferecer? Provavelmente não. As pessoas estariam dispostas a pagar por um item que só poderia ser utilizado virtualmente? Depende! Quais os benefícios - não necessariamente tangíveis - que elas poderiam ter com essa aquisição?

Enfim, o que deve ser levado em conta é que esse consumidor tende a fazer parte de uma pequena parcela. Além disso, não sabemos como será o comportamento das pessoas no futuro: as novas gerações podem ver maior relevância nesse tipo de aquisição. Por isso, entender profundamente seus consumidores é essencial para as marcas saberem quando, quanto e como investir no metaverso.



Percepções sobre a Web3

A vibrant, futuristic cityscape with a cyberpunk aesthetic. The scene is filled with neon lights in shades of blue, green, yellow, and red. In the foreground, several figures are seen from behind, looking out over a cityscape. The architecture is dense and layered, with various signs and lights visible. The overall atmosphere is one of a high-tech, futuristic urban environment.

Prompt: Colorful, minority report, futuristic, human, cyberpunk, shining

Agora que já abordamos os temas mais em voga relacionados a Web3, vamos entender um pouco melhor algumas percepções sobre essas mudanças que estão sendo vistas atualmente.

Percepções positivas ✓

“Acho que a Cripto é o mais positivo. Porque é mais seguro, uma moeda que o governo, nem ninguém pode controlar”

Masculino, classe B, 25 anos, São Paulo – SP

“Metaverso, porque eu tenho interesse em conhecer um mundo novo onde eu possa tentar fazer coisas que ainda não fiz no mundo real.”

Masculino, classe B, 38 anos, Jurema - PE

“São tecnologias que estão vindo para facilitar e agilizar alguns processos digitais.”

Feminino, classe C, 50 anos, Rio de Janeiro - RJ

“O metaverso, pois acredito que essa tecnologia irá nos ajudar e facilitar muitas tarefas do dia a dia no futuro”

Feminino, classe C, 26 anos, Matão – SP

“O metaverso está sendo criado para trazer uma experiência fantástica com o mundo virtual, onde vai unir ainda mais as pessoas do mundo inteiro”

Masculino, classe C, 42 anos, Joinville – SC

“São tecnologias que mudam a forma de se viver em sociedade e quebram burocracias”

Masculino, classe C, 32 anos, São Paulo - SP

“Atualidade e diferentes formas de investimentos e pagamentos. Foge da burocracia bancária”

Feminino, classe A, 44 anos, São Paulo – SP

“Acredito que a privacidade e a segurança neste meio serão significativas e bastante produtivas”

Feminino, classe B, 23 anos, São Paulo – SP

Percepções negativas ✗

“Impacto no meio ambiente, roubos de artes, invasão de privacidade, e muitos outros”

Feminino, classe C, 19 anos, Juarezinho - PB

“Metaverso. Parece que o povo está vivendo num mundo de fantasia. Como assim, comprar um terreno, um iate virtual? É muita banalidade para o meu gosto”

Feminino, classe B, 58 anos, Belo Horizonte - MG

“O mais negativo para mim é que nem todas as pessoas estão preparadas para essa era por não conhecer o mundo digital, como não ter acesso a um celular. Eu mesma conheço algumas pessoas que não têm celular por medo de não conseguir usar”

Feminino, classe B, 54 anos, Jundiaí - SP

“Acho que demanda muito investimento em tecnologia e exclui as pessoas sem acesso a gadgets”

Masculino, classe A, 33 anos, Salvador – BA

“Maior valorização do online, porque pode afetar nossa saúde. Ilusão de que é fácil ficar rico, porque não é verdade. Comunidade só para pessoas muito ricas, porque gera exclusão social.”

Feminino, classe B, 22 anos, Aracaju - SE

“Como há pessoas com má intenção, é preciso fortalecer a segurança e criar um lugar seguro. Por exemplo: proibir as pessoas de tocar nas outras sem permissão, mesmo sendo no metaverso”

Masculino, classe C, 42 anos, Joinville - SC

“A alta volatilidade dos sistemas e o tempo dispendido no mundo virtual”

Masculino, classe B, 25 anos, Cruzeiro - DF

“A falta de informação para leigos, tipo eu. o que acaba ã despertando tanto interesse”

Masculino, classe C, 42 anos, Joinville - SC



Sabemos que existe um grande volume do público geral que sequer chegou a experimentar os temas da Web3. Isso corresponde a 62%. Mas será que eles se interessariam futuramente?

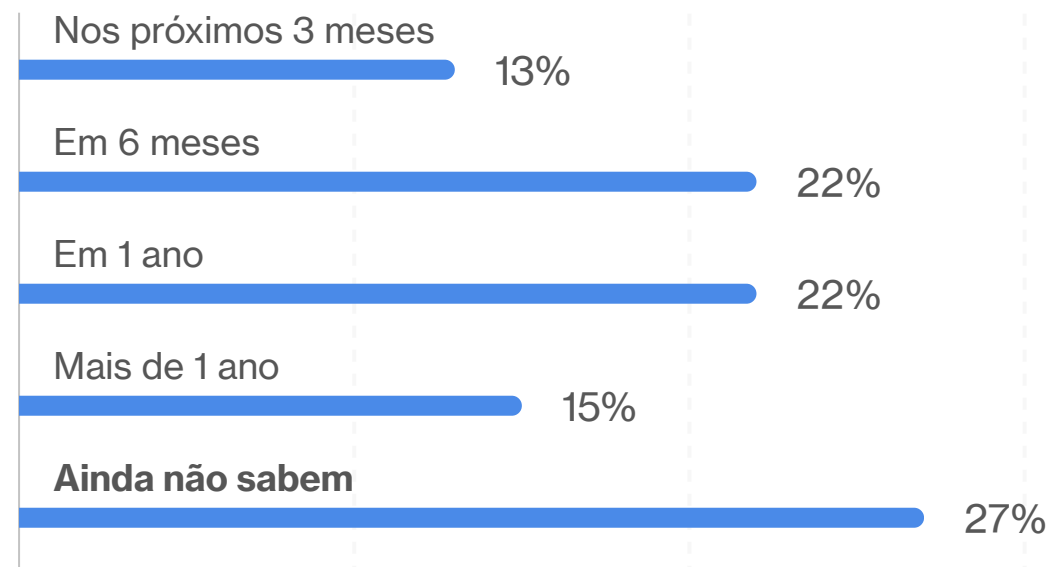
38%

pretendem um dia experimentar

50%

não souberam responder

Para quem disse sim, quando imaginam que experimentarão?



*Base de respondentes: Público geral

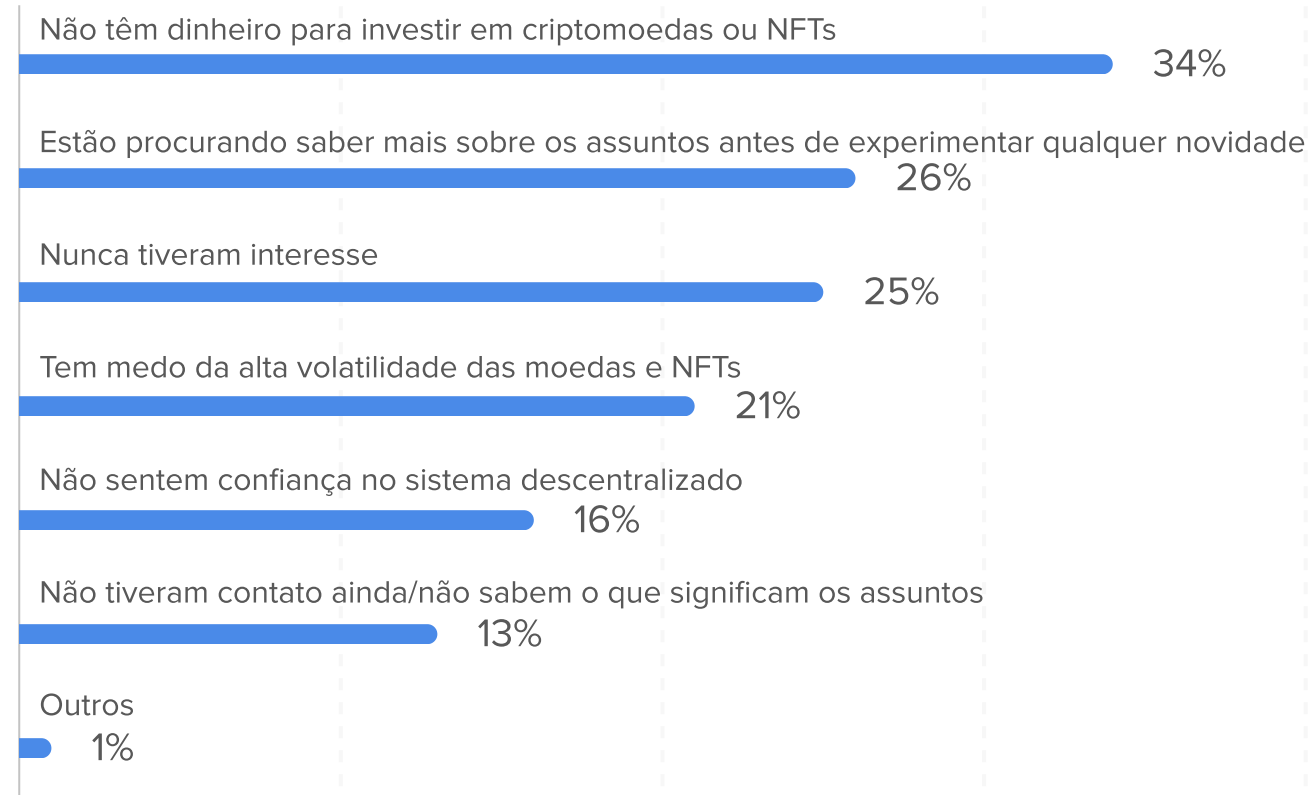
Tudo que é útil e fácil é bem-vindo!

As inovações precisam resolver um problema real, serem práticas e facilitar a rotina. Senão, não faz sentido incorporá-la no dia a dia.

Vejamos o caso do Pix: no começo, as pessoas tinham dúvidas sobre como utilizá-lo e se valeria a pena. Logo se viu que não era um bicho de 7 cabeças e que traria muito mais praticidade nos pagamentos. Sendo assim, rapidamente essa nova tecnologia foi aderida pela população. Inclusive, na pesquisa com o Público geral, descobrimos que esse é o segundo método de pagamento mais utilizado hoje em dia - 61% das pessoas fazem esse tipo de operação -, ficando apenas atrás do cartão de crédito e débito (63%). Lembrando que as operações com PIX foram iniciadas em novembro de 2020, ou seja, é uma tecnologia super recente e já incorporada por mais da metade da população.

O que ocorreu com o Pix, também pode ocorrer com a Web3, basta as pessoas enxergarem valor genuíno nas mudanças propostas por esse sistema e a usabilidade ser simples e de fácil acesso. Por enquanto, tudo ainda é confuso.

Principais motivos que têm inibido a experimentação da Web3



***Base de respondentes:** Público geral

Dinheiro e conhecimento: o termômetro da Web3

Nos últimos anos, o país tem passado por uma crise econômica, aliada à alta inflação global, que está afetando o manejo financeiro da maior parte da população. Investimentos de risco, como criptomoedas e NFTs, dificilmente serão a primeira escolha dos brasileiros que não têm margem para arriscar nos investimentos neste momento.

O combo fica completo quando somamos a falta de conhecimento. A informação clara e palatável para leigos é essencial para que as pessoas entendam os benefícios da Web3 e saibam como ela pode ser integrada em suas rotinas. Como alguém pode se aventurar em algo completamente novo de olhos vendados?

Quem tem disposição para encarar este novo modelo?

Durante toda a análise foi observado um padrão que pode indicar os motivos que levam um grupo a ter maior contato com a Web3 do que os demais.

Em Público geral, onde temos um maior volume de respondentes, dividimos entre quem já ouviu falar sobre os termos - chamados de “observadores” - e quem nunca ouviu falar - nomeados de “desinformados”.

Com isso, foi possível perceber que o conhecimento à Web3 ainda está atrelado a dois grandes fatores: grau de escolaridade e geração de renda.

Esta hipótese fica mais contundente quando comparamos os subgrupos de Público geral com os Investidores - perfil que se mostrou mais engajado com a Web3 e que possui maior acesso a esses pilares.

Portanto, podemos dizer que temas mais complexos, como os que envolvem a Web3, ainda estão presentes em canais e nichos muito específicos, e geralmente demoram mais a se popularizar.

Mas porque, então, os Gamers não se mostraram tão imersos à Web3 se, na teoria, alguns dos temas, já estão bem próximos à realidade desse grupo?

Apesar de ter um grande contato com tecnologia, o perfil dos gamers e dos “observadores” são bem parecidos, inclusive em termos de formação e de atuação no mercado de trabalho – nesse caso o volume de pessoas empregadas no momento apresentou ser ainda menor. E isso pode ter uma explicação: grande parte dessas pessoas que estão fora do mercado são da geração Z* (68%), representada por jovens de 18 a 25 anos de idade; isto é, uma parcela que pode estar em busca de emprego ou que ainda estão cursando o ensino superior.

Em suma, a baixa ou falta de renda tende a limitar a relação das pessoas com tecnologia, inovação e investimentos - três vertentes bastante interligadas na Web3.

Desta forma, o maior contato com as tecnologias normalmente se resume ao uso de telas, ou seja, ao consumo de redes sociais e de jogos - sem, necessariamente, o comprometimento financeiro.

Tendo em vista esse cenário, é preciso refletir:



Como a população pode aderir às criptomoedas ou NFTs neste primeiro momento?

**Os estudos originais somente consideram respondentes acima de 18 anos*

Desinformados

Quem nunca ouviu falar sobre os termos da Web3, em Público geral

Formação: fundamental incompleto (7%), fundamental completo (2%), ensino médio incompleto (6%), ensino médio completo (48%), superior incompleto (12%), superior completo (16%), pós-graduação (5%)

Trabalho: 42% estão empregados

54% acreditam que a tecnologia está muito inserida em suas vidas

63% têm celular

61% tem conta em banco

56% não possui investimento bancário

64% usam WhatsApp

24% passam menos de 1h consumindo conteúdos digitais por dia

Observadores

Quem ouviu falar sobre os termos da Web3, em Público geral

Formação: fundamental incompleto (2%), fundamental completo (3%), ensino médio incompleto (3%), ensino médio completo (34%), superior incompleto (30%), superior completo (30%), pós-graduação (9%)

Trabalho: 66% estão empregados

81% acreditam que a tecnologia está muito inserida em suas vidas

93% possuem celular

94% tem conta em banco

26% não possui investimento bancário

93% usam WhatsApp

30% passam de 3h a 4h consumindo conteúdos digitais por dia

Gamers

Quem declarou jogar jogos eletrônicos

Formação: fundamental incompleto (2%), fundamental completo (3%), ensino médio incompleto (3%), ensino médio completo (46%), superior incompleto (19%), superior completo (21%), pós-graduação (5%)

Trabalho: 45% estão empregados

88% acreditam que a tecnologia está muito inserida em suas vidas

96% possuem celular

92% tem conta em banco

33% não possui investimento bancário

96% usam WhatsApp

26% passam de 3h a 4h consumindo conteúdos digitais por dia

Investidores

Quem declarou ter algum tipo de investimento

Formação: fundamental incompleto (1%), fundamental completo (1%), ensino médio incompleto (1%), ensino médio completo (21%), superior incompleto (13%), superior completo (38%), pós-graduação (20%)

Trabalho: 83% estão empregados

87% acreditam que a tecnologia está muito inserida em suas vidas

95% possuem celular

100% tem conta em banco

0% não possui investimento bancário

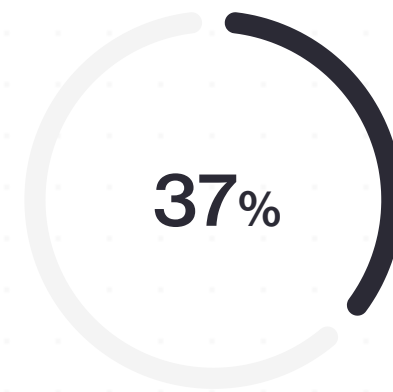
95% usam WhatsApp

28% passam de 3h a 4h consumindo conteúdos digitais por dia

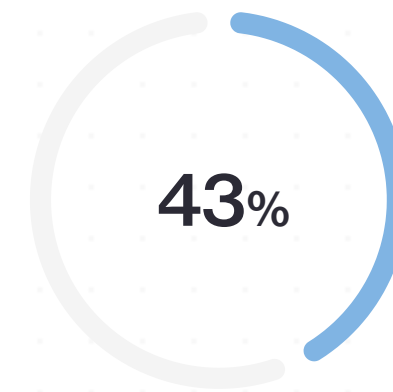


Qual é a expectativa para a chegada da Web3?

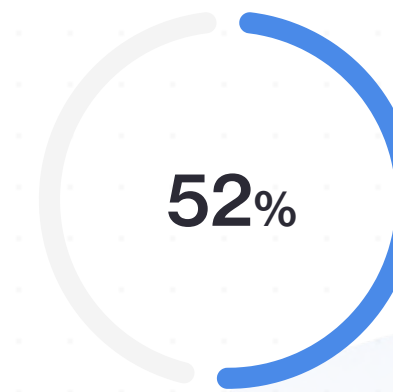
"A Web3 virá para tornar a sociedade melhor, facilitando o dia a dia das pessoas."



do Público geral
concordam

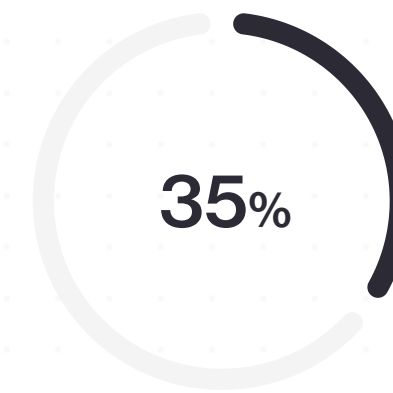


dos Gamers
concordam



dos Investidores
concordam

"A Web3 é uma moda passageira."



do Público geral
discordam



dos Gamers
discordam



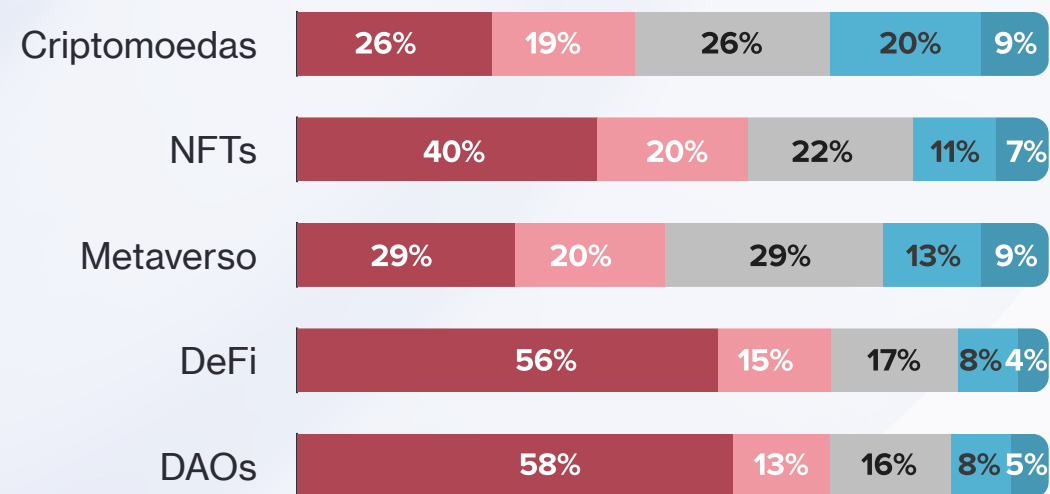
dos Investidores
discordam

Escalas de análise

Investigamos como cada um dos temas está sendo sentido pelas pessoas através de 5 escalas comparativas:

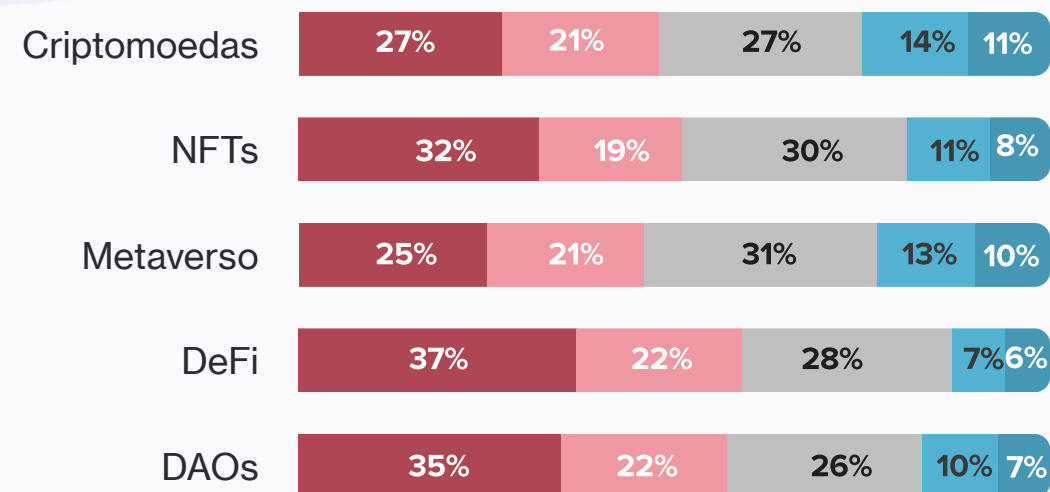
Grau de entendimento

O grau de compreensão das pessoas sobre cada um dos temas



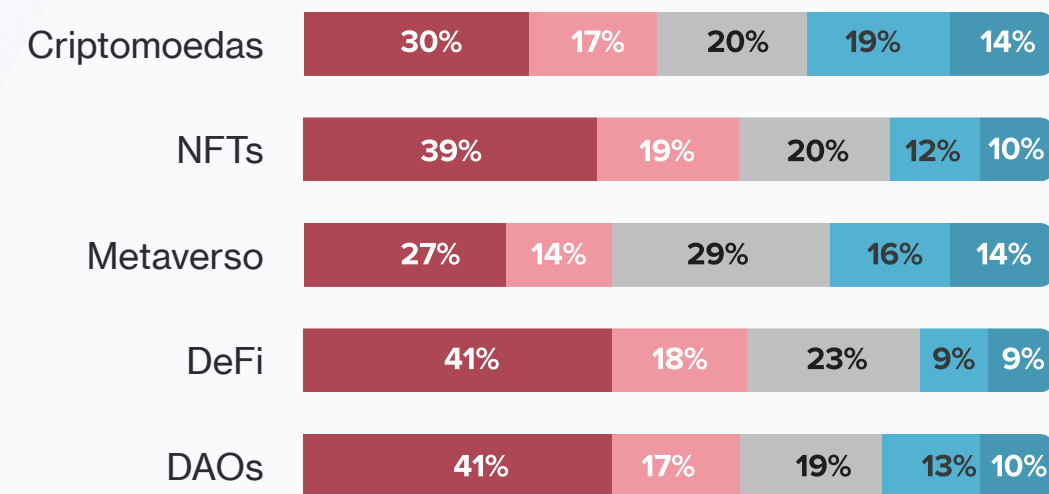
Grau de confiabilidade

O grau de confiança sobre os temas: usabilidade, benefícios, segurança, etc



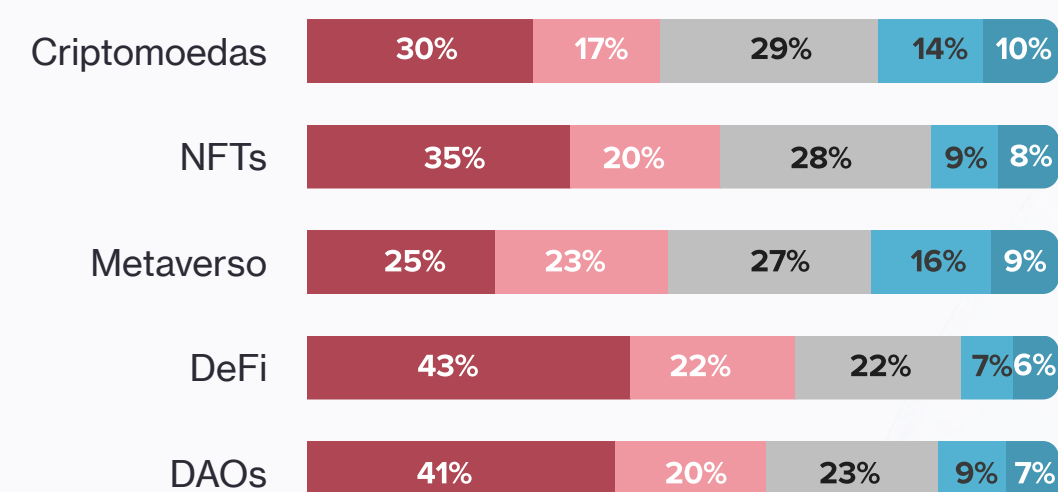
Grau de interesse

Grau de interesse em consumir ou interagir com cada um dos temas



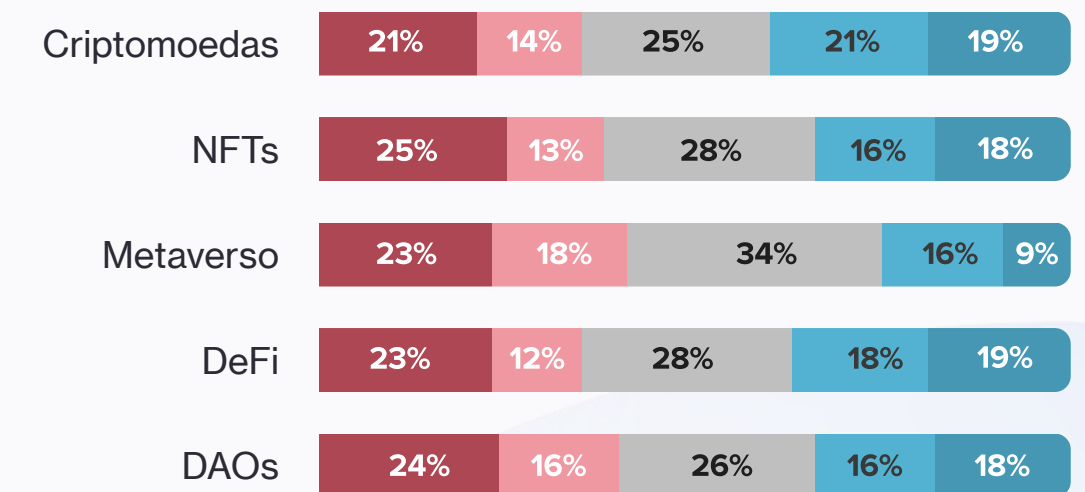
Grau de proximidade

O quanto as pessoas acham que os temas estarão inseridos na realidade/cotidiano delas



Grau de medo

O grau de medo/ receio sobre as novidades. As pessoas se sentem de alguma forma ameaçadas?



A Web3 precisa ser simples, acessível e útil para se popularizar.

As criptomoedas e o metaverso estão em níveis mais avançados, em que o entendimento, interesse e proximidade se mostram maiores. Entretanto, a confiabilidade é igualmente baixa em todos os tópicos. Afinal, por mais que saibam o que é o assunto, ainda não está claro a usabilidade, os reais benefícios e a segurança dos dados. Embora haja dúvidas, as pessoas se sentem menos receosas com o metaverso, talvez porque seja o único tema mais familiarizado, tendo em vista que uma boa parte das pessoas já teve experiências similares com jogos e/ou redes sociais.

Legenda

● Nenhum ● Baixo ● Médio ● Bom ● Alto



Futuro



Prompt: A tree made of optic fiber

O que de fato o público geral mais espera do avanço da tecnologia?

Gostariam que a tecnologia ajudasse a diminuir os golpes financeiros cada vez mais frequentes no meio digital

30%

Gostariam que a tecnologia salvasse o meio ambiente

24%

Gostariam que a tecnologia eliminasse processos burocráticos, permitindo que tudo fosse feito apertando um único botão

22%

O que podemos concluir?

É possível notar a preocupação das pessoas quanto aos golpes financeiros no meio digital. Essa é uma grande oportunidade para a tecnologia da blockchain, que oferece um sistema mais seguro. Porém, na prática, vemos em noticiários carteiras com criptomoedas e NFTs sendo invadidas e roubadas. Mesmo que os ataques não sejam realizados dentro de uma blockchain, mas sim em corretoras de criptomoedas, por exemplo, o fato é que as pessoas podem não ver tanta diferença entre esse sistema e os tradicionais.

38% dos investidores entendem que a blockchain é um banco de dados descentralizado e mais seguro e, portanto, traz maior confiabilidade para tudo que funciona dentro dele: NFTs, DAOs, criptomoedas, metaversos e DeFi

- As DAOs e DeFis vieram para simplificar processos burocráticos, mas poucas pessoas sabem o que significam e como funcionam. Sendo assim, a Web3 está no caminho certo, mas precisará provar como essas novidades realmente são úteis, fáceis de usar e seguras, principalmente através de experiências seamless.
- Em relação aos cuidados com o meio ambiente, há um grande problema: a Web3 ainda não é sustentável e poucas pessoas sabem disso:

19% dos gamers acreditam que as criptomoedas e NFTs trarão grande prejuízo ao meio ambiente, apesar de serem itens digitais. O mesmo percentual foi visto em investidores.



A Web3 e o meio ambiente

Para que a blockchain possa existir, há todo um trabalho de mineração por trás – que é responsável pela validação dos códigos. Esse processo, em sua maioria, ainda depende de grandes centros de computação, onde máquinas potentes são utilizadas para resolver problemas matemáticos complexos durante 100% do tempo.

Consumo de energia e liberação de Co2

Qualquer equipamento eletrônico que precise de constante funcionamento gera um alto consumo de energia elétrica. Como a produção dessa energia provém, muitas vezes, de fontes não-renováveis - carvão e gás natural, por exemplo – há também um alto volume de carbono liberado no meio ambiente. Esse Co2 em grandes quantidades traz diversos problemas, como a acidificação dos oceanos. Isso pode impactar o ecossistema de forma desastrosa.

Alguns estudos têm levantado alertas: as emissões geradas somente pela Bitcoin são capazes de aumentar em até 2°C a temperatura do planeta em um período de três décadas – considerando o cenário em que a moeda passasse a ser amplamente utilizada pelo mundo inteiro. É um evento catastrófico, visto que esse aumento já é suficiente para elevar o nível do mar e causar perda da biodiversidade. Além disso, deve ser levado em consideração que, atualmente, há várias outras moedas no mercado, não somente a Bitcoin.

Para se ter uma ideia, a Ethereum pode gastar até 48 kilowatt/hora por operação feita - equivalente ao consumo mensal de 30 minutos diários de um chuveiro com cerca de 3500W de potência. Agora, imagine que esta moeda digital costuma fazer mais de mil operações por dia.

O metaverso também poderá ter uma parcela de culpa, pois para que ele possa suportar um grande número de acessos – caso popularize - será necessário contar com uma grande infraestrutura computacional, além de uma rede muito mais moderna – que, no final das contas, também aumentará de forma exponencial o consumo de energia.

Lixo eletrônico

Não podemos descartar outro grande problema: a enorme quantidade de lixo derivada das peças que precisam ser substituídas após atingirem rapidamente o fim de sua vida útil.



A Web3 pode passar a ser sustentável em algum momento?

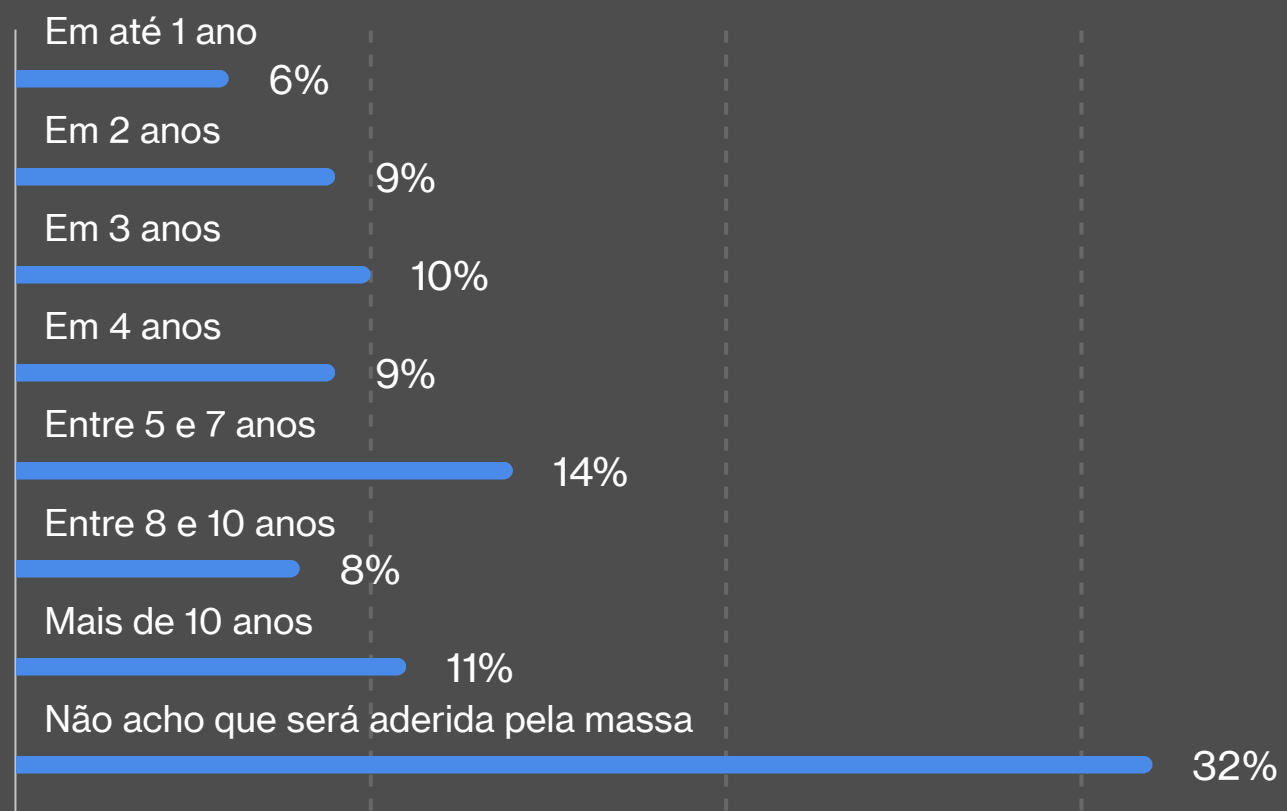
Algumas ações podem minimizar ou erradicar os prejuízos ao meio ambiente:

Taxar os investidores que se beneficiam da mineração com base em energias não-renováveis. Isso, a longo prazo, pode acarretar em uma redução desses centros.

Elevar o consumo de criptomoedas sustentáveis, que façam uso de energias renováveis, como a solar e a eólica.

Pensando ainda em futuro, como será a adesão das pessoas em relação à Web3?

Na opinião do Público geral, a Web3 será aderida por toda população em...



*Base de respondentes: Público geral

Os respondentes acreditam que a maioria da população pode aderir à Web3, apenas 32% não acreditam nisso. Entretanto, o resultado se mostra diferente quando **separamos o perfil em dois grupos:**

Das pessoas que tiveram algum tipo de experiência – que corresponde a 38% -, 16% acham que a Web3 não será massificada.

Já em relação a parcela de quem nunca experimentou, o percentual foi maior: 42%.

Os ——— Desafios

Prompt: Solarpunk, colorfull, happy

O que descobrimos
com esse estudo

1. A transição da Web2 para Web3 não acontecerá do dia para a noite. E um dos motivos é que há uma grande pluralidade de grupos, que possuem níveis culturais, educacionais, sociais e financeiros diferentes. Portanto, a adesão dessas novidades tecnológicas passa a acontecer por fases, começando por alguns nichos. A popularização de fato só ocorrerá depois de um longo tempo.

Porém, não temos como prever quando isso tudo será uma realidade para todos, visto que depende de vários fatores, que podem esbarrar em questões tecnológicas, de sustentabilidade, culturais, jurídicas, financeiras, entre outras.

2. A Web3 precisa ainda explicar para o que veio. Por enquanto tudo ainda é muito inicial e confuso. Para dificultar ainda mais, os termos utilizados são extremamente técnicos, algumas vezes não seguem padrões, e são apresentados em inglês – uma língua falada por apenas 5% da população brasileira, segundo uma pesquisa do British Council.

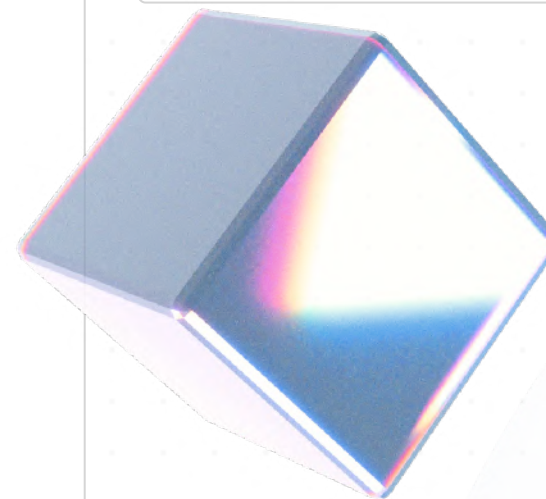
3. A linguagem simples não é suficiente para a adesão em massa. A interface dessas novidades precisam ser fáceis de usar. Hoje as pessoas conseguiriam criar seus smart contracts sozinhas para uma DAO?

Talvez a gente esteja, agora, em uma fase chamada de Web2.5. O que isso significa? Significa que podemos utilizar as tecnologias da Web3, porém com usabilidades e familiaridades da Web2. Inclusive, é válido dizer que esse momento de transição não será 100% descentralizado.

Outro ponto que deve ser mencionado é a interoperabilidade, sem ela teremos atrasos na adesão. Essa característica é muito importante para que toda a experiência passe a fazer parte da nossa cultura e de nossos hábitos como consumidores e cidadãos.

4. Enquanto as criptomoedas e NFTs forem semelhantes a um mercado especulativo, com alta volatilidade, será mais difícil a adesão pela massa, principalmente nos países subdesenvolvidos e em desenvolvimento. É por esse motivo que é tão importante pensar em inovação com segurança e em educação financeira. Mas não só isso, as novidades precisam ser claras, divulgadas massivamente e vistas como mais vantajosas/ benéficas em relação ao que já existe e é consumido.

5. Por falar em benefícios, quando eles são claros, a população tende a absorver rapidamente as novidades, mesmo que o conhecimento técnico de como a tecnologia funciona não seja tão compreensível. É o caso do Pix, que foi usado até mesmo como exemplo nesse estudo. Por ele ser prático, simples e facilitar a rotina das pessoas, foi aderido em massa de forma natural, apesar da maioria das pessoas não saberem como ele funciona tecnicamente. Outro bom exemplo são as próprias redes sociais, a base da Web2. Hoje, as pessoas não sabem nem como começar a utilizar a Web3. Por onde "entram"? Como "entram"? Precisam do que?



O
papel

das
marcas

Prompt: Billboard advertising times square



1. Para receber o metaverso é preciso arrumar primeiro o universo

Os ambientes digitais das marcas (sites, redes sociais, aplicativos, entre outros) estão bem construídos e com ótimo fluxo, isto é, a usabilidade é fluida e descomplicada? Não adianta querer abraçar algo novo, sem ter o básico performando da melhor maneira.

2. Conheça a fundo o cliente

Qual é o nível de entendimento e de acesso à tecnologia? Os clientes estão preparados para entrar na Web3? Mais do que isso: eles estão interessados?

3. Tenha um propósito claro

Não adianta construir estratégias sem que as ações estejam alinhadas com os objetivos dos consumidores. Mas antes disso, é preciso saber qual é o objetivo da marca. Entrar na Web3, agora, terá um impacto realmente positivo tanto para a empresa quanto para os clientes? Inovar apenas para sair à frente dos concorrentes pode ser um tiro no pé. O movimento precisa ser bem pensado, precisa ter relevância. A ideia é usar a tecnologia para resolver problemas e não só para aproveitar o hype.

4. Pegar na mão e ensinar

Tudo ainda é muito novo, os conhecimentos são, na maioria das vezes, muito superficiais. E o desconhecido causa medo, afasta. As marcas que quiserem entrar nessa nova web terão que, primeiro, educar os seus consumidores a respeito de tudo que envolve essas tecnologias. Mas, educar não necessariamente significa fazer aulas ou palestras. Esse processo educacional pode ser feito aos poucos, com iniciativas menores, que ajudam tanto no amadurecimento do consumidor da marca em relação ao tema, quanto servem como um termômetro para a marca analisar o quão próximo ou distante esse consumidor está de tudo isso.

5. A sustentabilidade acima de tudo

A tecnologia precisa vir para somar, fazer o bem. Um setor não pode ser prejudicado em prol de outro. E é isso o que tem se percebido com o surgimento da Web3. As empresas que decidirem se aventurar no assunto, devem pensar em desenvolver hardwares e softwares de duração ou reaproveitáveis, diminuindo a quantidade de resíduos. É importante também que invistam em tecnologias de fontes de energia limpa.

6. Ideias simples também tem poder

Como as marcas podem ser propulsoras deste movimento, ajudando as pessoas a incorporarem os novos serviços ou usos de maneira simples no seu cotidiano? É sempre importante lembrar que o foco é oferecer soluções convidativas e agregadoras, e não excludentes e assustadoras. Um bom exemplo sobre como melhorar a experiência do cliente:

Uma rede de varejo britânica, chamada Marks and Spencer, desenvolveu uma *realidade aumentada* para que os clientes pudessem saber onde exatamente estaria o produto que iriam comprar. No celular as pessoas poderiam ver o trajeto que teriam que fazer para ir ao encontro com o que procuravam, uma espécie de Google Maps. O benefício? Maior agilidade.

Portanto, podemos dizer que o grande desafio não é o de criar e pensar tecnologias. O maior desafio se trata em entender o comportamento das pessoas e a cultura local. As mudanças precisam fazer sentido, nada deve ser imposto.

Equipe Idealizadora:

MindMiners

Fomos responsáveis pelo desenvolvimento e coordenação do estudo.

Juliana Tranjan (coordenação e conteúdo)

Flávia Rodrigues (pesquisa, análise e conteúdo)

Edno Colferai (capas, ilustrações e diagramação)

Thiago Murakami (capas, ilustrações e elementos gráficos de apoio)

Adventures

Foram responsáveis pela co-coordenação do estudo, trazendo expertise sobre o assunto, orientações e contexto para o material.

W. Junior (coordenação)

Olga Bon (co-coordenação, pesquisa e conteúdo)

Parceria



ADVENTURES





Para bater um papo com a gente e conhecer mais sobre as soluções da MindMiners, **acesse o nosso site**. Você também pode ficar de olho em tendências e estudos comportamentais de diversas categorias por meio do **nosso blog**.

www.mindminers.com

MindMiners é uma empresa de tecnologia. Somos especializados em desvendar o comportamento humano porque passamos 24 horas por dia conectados a mais de quatro milhões de pessoas ao redor do país. Com a nossa plataforma de human analytics você encontrará a solução ideal de pesquisa para o seu desafio e a resposta certa para as perguntas que você tem sobre o seu consumidor.

