

TURISMO E REALIDADE VIRTUAL: O MOMENTO DE ÓCIO NO METAVERSO

Rafael de Lima Souza¹
Henrique Nogueira Xavier de Barros²
Aristides Faria Lopes dos Santos³

Resumo

Este resumo expandido retrata resultados parciais de pesquisa em andamento no âmbito do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (Câmpus Cubatão). Trata-se de trabalho de conclusão do curso superior de Bacharelado em Turismo, cuja finalização está prevista para junho de 2023. Os temas centrais abordados nesta pesquisa são “lazer”, “inovação em turismo” e “tecnologia”, assim o objetivo adotado foi compreender como o metaverso poderá se consolidar no mercado do lazer. O estudo caracteriza-se como exploratório e a abordagem do tratamento dos dados foi qualitativa. Procedeu-se à revisão de literatura (narrativa) por meio de pesquisa bibliográfica assistemática fundamentada em artigos, teses, livros e publicações na imprensa especializada. Em linha com os objetivos propostos, buscou-se promover discussão em torno das novas experiências do lazer aplicadas a visitas no metaverso com a utilização de dispositivos de realidade virtual (RV) aplicadas nos momentos de ócio. Entre os resultados parciais da pesquisa, destaca-se que os ambientes de interação multiusuários movimentam milhões de dólares anualmente em todo o mundo e que, diante da escassez de um termo que identifique e/ou caracteriza os visitantes destes espaços virtuais, torna-se possível propor a denominação “Excursionista 4.0”.

Palavras-chave

Turismo; Lazer; Metaverso; Inovação; Excursionista 4.0

Introdução

No ano de 2021, em plena pandemia de Covid-19, Mark Zuckerberg expôs o novo direcionamento de sua empresa (Meta) na busca de criar um universo de experiência e interação multiusuário via realidade virtual, divulgando o nome *Metaverso*, termo original do livro *Snow Crash* (1992), de Neal Stephenson. Godoy (2022) apresenta uma visão de descentralização do conteúdo que consumido com a intervenção do metaverso, assim, possibilitando que o usuário socialize, jogue, gere e transacione criptomoedas, NFTS, e possa comprar tudo que for oferecido por outras plataformas. Tais possibilidades, aliadas a realidade virtual, potencializa a proposta do metaverso, sendo praticável a mescla de elementos da realidade com computadores que são capacitados para gerar ambientes de interação.

Segundo Jost Krippendorf (2003, p. 36, 37), o lazer é elemento que dá forças para sobreviver ao cotidiano, recarrega nossas energias, suprimindo os efeitos da monotonia do dia a dia e combatendo danos ao nosso psicológico. Conceitualmente, então, em momentos de ócio não são exercidas atividades de rotina, deste modo há espaço para exercer o lazer como desejado. A inovação

¹ Discente do Curso Superior de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (Câmpus Cubatão). E-mail: raffalimasouza@gmail.com;

² Discente do Curso Superior de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (Câmpus Cubatão). E-mail: henriquenxb@hotmail.com;

³ Docente do Curso Superior de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (Câmpus Cubatão). E-mail: aristidesfaria@ifsp.edu.br.

aliada ao lazer e a diversificação da experiência turística é um campo de estudo adotado. Deste modo, objetiva-se compreender como o metaverso poderá se consolidar no mercado do lazer. Como um dos desdobramentos da pesquisa foi apontar os principais ambientes presentes no metaverso da atualidade, propondo um termo que se julga pertinente para preencher a lacuna de uma nomenclatura que identifica usuários do metaverso.

Este resumo expandido retrata resultados parciais de pesquisa em andamento no âmbito do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (Câmpus Cubatão). Trata-se de trabalho de conclusão do curso superior de Bacharelado em Turismo, cuja finalização está prevista para junho de 2023. Os temas centrais abordados nesta pesquisa são “lazer”, “inovação em turismo” e “tecnologia”, assim o objetivo adotado foi compreender como o metaverso poderá se consolidar no mercado do lazer.

Metodologia

Procedeu-se à revisão de literatura de natureza narrativa, que é caracterizada pela subjetividade da organização de definições encontradas pelos autores. Enquanto técnicas de coleta de dados, foi realizada a pesquisa bibliográfica (assistemática). Sendo conduzida por meio de autores e obras clássicas e publicações encontradas na plataforma Scholar Google. Os termos-chave aplicados combinadamente na busca foram como “ócio”, “lazer”, “turismo”, além de “metaverso”, “realidade virtual” e “realidade estendida” (UNESP, 2015; BARBOSA, 2017).

O estudo caracteriza-se como exploratório, cuja abordagem do tratamento dos dados foi qualitativa. Assim, conforme preconizado por Gil (2002, p. 133), foi seguida a "sequência de atividades, que envolve a redução dos dados, a categorização desses dados, sua interpretação e a redação do relatório”.

A pesquisa documental foi realizada a partir de publicações em veículos de comunicação de mídia especializada, pois estes veículos usualmente aprofundam abordagens mais técnicas e completas, em matérias maiores e escritas por jornalistas com grande experiência em áreas específicas, atribuindo uma maior credibilidade no imediatismo que acompanha nossa temática. (BARBOSA, 2017).

Julga-se relevante destacar que a obra de Jost Krippendorf (2003) foi central na concepção desta investigação no tópico de lazer e ócio. Dessa forma, linhas de raciocínio propostas pelo autor em “Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens” foram seguidas ao longo do desenvolvimento da investigação.

Resultados e Discussões

Para o tratamento dos dados coletados por meio da pesquisa bibliográfica foi feita delimitação das bases que formaram esse estudo, são elas: “lazer”, “inovação em turismo” e “tecnologia”. Estas três áreas de estudo podem ser trabalhadas separadamente, mas, nesta pesquisa, buscou-se promover intersecção entre elas, entregando referências que se complementam e, assim, viabilizando o alcance dos objetivos propostos.

O conjunto do lazer, tomou por base o livro “Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens” de de Jost Krippendorf (2003), onde o autor entrega conceitos que validam o uso do momento ocioso voltado ao lazer, e a busca humana por distanciar-se do ambiente habitual enquanto praticador do lazer, permitindo o uso de conceitos relacionados com a atividade turística, como é o caso de “visitantes” e “excursionista” apoiados pela United Nations (UN, 2008).

Acrescentando ao tópico de lazer, Flôres, Rhoden e Oliveira Martins (2010) justificam o uso do lazer na busca de novas experiências, tema que se encontra com as propostas governamentais brasileiras, de digitalização de destinos turísticos e a definição de inovação em turismo, pela própria Organização Mundial do Turismo, referências-chave para o grupo de inovação em turismo.

O tópico da tecnologia recebe o embasamento dos estudos de experiência e realidade virtual de Florês, Rhoden e Oliveira Martins (2010), acompanhados pelas citações de Zuffo (2001) que validam o auto desenvolvimento tecnológico após o início do segundo milênio. A pesquisa de Neves (2021), Mattiazzo e Morais (2022) e Godoy (2022) em concordância com diversas matérias presentes na mídia especializada, validam o mercado de games como principal porta de acesso para o metaverso e seus diversos ecossistemas, ricos em oportunidades de experiências.

Através do enlace dessas três áreas, conclui-se que o metaverso voltado ao lazer, e associado a dispositivos de realidade virtual, tem o potencial de maximização da experiência de seus usuários, sem a necessidade do deslocamento físico. Sendo assim, ambientes podem ser recriados digitalmente, sejam eles fictícios ou reais, promovendo o compartilhamento de informações que contenham carga social, cultural ou mesmo de um lazer desprezioso.

Conforme a concordância entre os estudos de Mattiazzo e Morais (2022) e Godoy (2022), onde ambos livros abordam o tema metaverso em perspectivas econômicas e de inovação, foram considerados os principais ecossistemas do metaverso na atualidade: *Fortnite*; *Roblox*; *Decentraland*.

Os ambientes supracitados carregam a possibilidade de receberem usuários que buscam lazer durante o acesso, e quando utilizado equipamentos de realidade aumentada, tem suas experiências amplificadas. Durante a pesquisa em obras que tratam do metaverso e lazer, não foi encontrado uma

definição para usuários que se encaixam nas características apresentadas, o mesmo vale para a busca de termos semelhantes realizadas no “Tesauro Brasileiro de Turismo” (REJOWSKI, 2017). Dessa forma, propõe-se a seguinte definição: o excursionista 4.0 se caracteriza como um visitante que não se desloca fisicamente, mas que utiliza de dispositivos de realidade virtual para acessar e explorar um ambiente do metaverso, sendo sua roteirização facultativa.

Considerações Finais

A partir da presente investigação, verificou-se aumento, entre 2018 e 2023, aumento na publicação de pesquisas que relacionam “lazer”, “turismo”, “tecnologia” e “inovação”. Parece certo afirmar que a pandemia do então novo coronavírus fomentou este processo, pois relaciona os benefícios da realidade virtual inseridos na atividade turística, para aqueles sem condições de custear uma viagem distante e pessoas com limitações físicas. Além de estudos, foram identificados casos de agências de viagens utilizando da RV em seus processos de venda de pacotes, proporcionando aos seus clientes uma pré-visita - de reconhecimento - aos destinos ofertados.

O presente estudo, teve sucesso em expor a relação que o lazer tem com os ambientes presentes no metaverso. Contudo, os ecossistemas visitados pelos excursionistas 4.0, mesmo com os milhares de dólares movimentados anualmente, ainda estão longe de alcançar o ápice do propósito de sua criação. Em paralelo com a realidade econômica brasileira, os dispositivos de RV possuem um custo elevado. Sendo assim, a melhor experiência de lazer aplicada ao metaverso e seus ambientes, com o uso de dispositivos de RV, será reservada para aqueles que se encontrarem em uma situação financeira adequada. Tal fato, vai contra o viés da democratização social e cultural dos ambientes on-line interativos, uma vez que pessoas e locais distantes podem ser, em parte, conhecidos através dessa tecnologia.

Entretanto, não é possível descartar os avanços possíveis na busca da democratização do lazer, utilizando da tecnologia. Ambientes fictícios, famosos de livros e filmes, podem ser simulados, assim como paisagens, e cartões postais de centenas de lugares. Essas ideias não precisam ser limitadas para as empresas que já possuem os seus ambientes no metaverso, o que abre uma brecha para possíveis planos de aproveitamento de seus usuários. Neste sentido, variando de ecossistema presente no metaverso, seus usuários têm a liberdade para criar e monetizar conteúdos, utilizando de ferramentas pré-estabelecidas pelos desenvolvedores. Assim, espera-se que essa pesquisa incentive outros estudos que explorem a relação de pessoas e empresas com estes ambientes de lazer, seja de natureza educativa, econômica, social e entre outras.

Por se tratar de uma temática recente, estudos sobre experiência de lazer no metaverso são escassos e com inúmeras divergências de definições e pensamentos. Recomenda-se uma investigação

utilizando de estudos internacionais, os quais estão mais próximos das empresas detentoras da tecnologia e do gerenciamento dos ecossistemas presentes no metaverso.

É válido mencionar a natureza prospectiva presente nos conhecimentos gerados por este estudo, que utiliza da permeabilidade entre a inovação em turismo, lazer e tecnologia, que já apresenta frutos na atualidade, uma vez que é inegável que conforme a progressão da evolução tecnológica, novos dispositivos serão criados, e outros barateados, alcançando um público maior.

Referências

- BARBOSA, P. **Mídia especializada**: uma aliada para alavancar a visibilidade da sua empresa. Disponível em: <<https://www.epr.com.br/midia-especializada-uma-aliada-para-alavancar-a-visibilidade-da-sua-empresa/>>. Acesso em: 04 mar. 2023.
- FLÔRES, K. P.; RHODEN, I.; OLIVEIRA MARTINS, J. C. de. A experiência do ócio na sociedade hipermoderna. **Revista Mal-estar E Subjetividade** v. X, n. 4, p. 1131-1146, dez., 2010. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/271/27118632004.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2023.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002. São Paulo. Disponível em: <<https://docente.ifrn.edu.br/mauriciofacanha/ensino-superior/redacao-cientifica/livros/gil-a.-c.-como-elaborar-projetos-de-pesquisa.-sao-paulo-atlas-2002./view>>. Acesso em: 11 mar. 2023.
- GOOGLE. **Scholar Google**. Disponível em: <<https://scholar.google.com.br/>>. Acesso em: 10 de fev. de 2023.
- GODOY, F. **Metaverso**: Como gerar oportunidades e fazer negócios na Web3. São Paulo: BUZZ, 2022.
- KRIPPENDORF, J. **Sociologia do Turismo**: Para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2000.
- MATTIAZO, M.; MORAIS, F. **Metaverso**: o que é, como entrar e por que explorar um universo que já fatura bilhões. São Paulo: Benvirá, 2022.
- META. **The Metaverse and How We'll Build It Together**: Connect 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Uvufun6xer8&t=449s>>. Acesso em: 14 fev. 2023.
- NEVES, R. F. B.T **Publicidade e games**: estudo de caso de ações publicitárias imersivas no jogo Fortnite. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação)- PUC-Goiás. Goiânia (GO), 2021. Disponível em: <<https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/2012>>. Acesso em: 05 fev. 2023.
- REJOWSKI, M. **Tesouro Brasileiro de Turismo**. USP, 2017. Disponível em: <<https://tesauroturismo.eca.usp.br/vocab/>>. Acesso em: 03 abr. 2023.
- STEPHENSON, N. **Snow Crash**. São Paulo: Aleph, 2015.
- UNESP. UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SÃO PAULO. **Tipos de Revisão de Literatura**. Disponível em: <<https://www.fca.unesp.br/Home/Biblioteca/tipos-de-evisao-de-literatura.pdf>>. Acesso em: 21 mar. 2023.
- UN. UNITED NATIONS. **Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008**. UN. Disponível em: <https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf><https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2023.



ZUFFO, M. K. **A Convergência da Realidade Virtual e Internet Avançada em Novos Paradigmas de TV Digital Interativa.** 2001. Tese (Livre Docência) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Marcelo-Zuffo/publication/239566531_A_Convergencia_da_Realidade_Virtual_e_Internet_Avançada_em_Novos_Paradigmas_de_TV_Digital_Interativa/links/0a85e5335f159a13d3000000/A-Convergencia-da-Realidade-Virtual-e-Internet-Avançada-em-Novos-Paradigmas-de-TV-Digital-Interativa.pdf>
Acesso em: 16 fev. 2023.

Agradecimento

Ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (Câmpus Cubatão).