

MEANWHILE IN AUSTIN..

SXSW 2022

tmrw
institute for tomorrow

em parceria com:

ABEDESIGN

oferecido por:

vidmob

institute for tomorrow

O futuro é já amanhã.

Somos uma rede global de designers de inovação que temos como principal foco promover e democratizar o conteúdo da criatividade e inovação, através da criação de espaços dedicados: Workshops, Palestras, Projectos e Eventos. Acreditamos que só assim conseguimos fomentar a construção de cenários futuros mais humanos, diversos e éticos baseados nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.



Verticais de atuação:



Conteúdo

O nosso podcast TOMORROW CAST é a plataforma para gerar conversas, amplificar vozes e disseminar conhecimento.



Experiência

Missões imersivas, workshops e estudos profundos de empatia



Consultoria

Ajudando marcas e seus líderes a se prepararem para o futuro e criando projetos proprietários que desenham um amanhã melhor.

sxsquê?

SXSW de South by SouthWest

Desde 1987 que a cidade de Austin no Texas se tornou destino para as mentes mais criativas exporem e trocarem ideias.

Originalmente um festival de música o **South by SouthWest** teve a capacidade de se reinventar, ano após ano, sendo hoje a referência que mistura criatividade, inovação e entretenimento, num só evento.





missão SXSW 2022

01

Networking

Ampliação da rede
profissional e pessoal

02

Conteúdo

Produção exclusiva de
conteúdo em directo
para o grupo

03

Wrap up diário

Troca de
conhecimento através
da partilha com
outros integrantes

04

Acompanhamento

Orientação no
planeamento das
diferentes trilhas

números gerais

64

Conteúdos
em real time

520

Mensagens
para 3 grupos dedicados



Nossa cobertura, antes, durante e depois do evento gerámos mais de 80 conteúdos exclusivos, que deram norte também às interpretações que poderão acompanhar aqui neste report de insights que montamos colaborativamente, envolvendo todas as conversas diárias que aconteceram durante nossa missão no evento.

05

Episódios de Podcast
no TomorrowCast

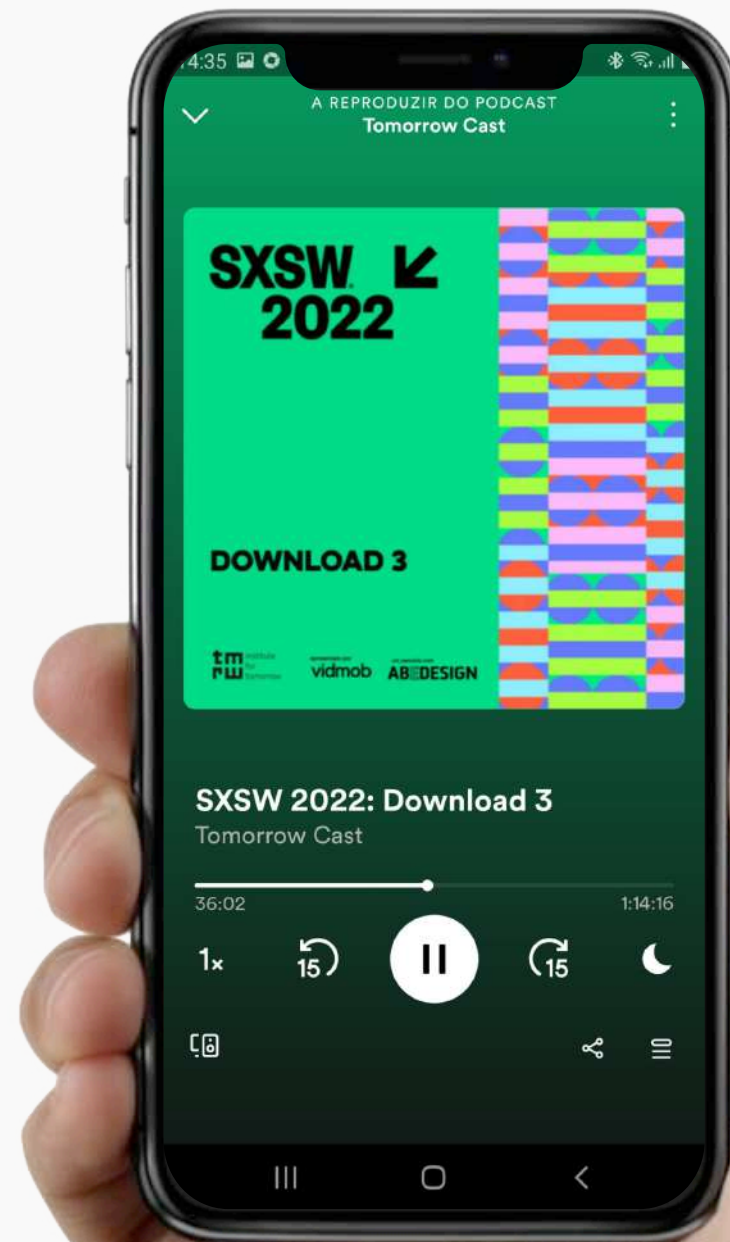
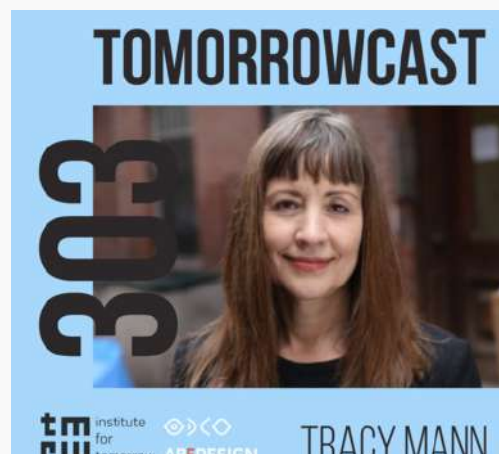
12

Artigos na imprensa
especializada

sxsw no tomorrowcast

Dedicamos 5 episódios inteiramente à edição deste ano.

Para escutar e conferir tudo o que aconteceu, basta clicar no [LINK](#)



South by Southwest



 **Camilo Barros**
VidMob e Institute for Tomorrow

Interoperabilidade

O grande desafio é como você poderá transitar entre os diferentes universos sem perder a sua identidade

Autorais, SXSW

SXSW 2022: um convite à vulnerabilidade

Volto ao UoD depois de alguns anos com essa missão deliciosa de compartilhar esse diário de viagem ao SXSW com vocês.

Gostou? Update na galera:

 Twitter  LinkedIn  Mais



March 11 - 20 Austin, TX

update **SXSW** **22**

Um convite à vulnerabilidade

Babi Bono, Fundadora e CCO da Lemme Content

12 artigos

Durante o evento desse ano a nossa missão colaborou com alguns dos mais importante meios da imprensa especializada, para levar os nossos pontos de vista até ao Brasil e Portugal.

8

Imagens de marcas 18 Marcas & Empresas Pessoas & Lugares Estilo de Vida & Bem-Estar Tendências & Tecnologia TV Newsletter

A opinião de João Baptista

"Mantenham Austin estranho"

22 de março de 2022



uol ECONOMIA SAC EMAIL ENTRE ASSINE UOL

MÍDIA E MARKETING

OPINIÃO

Não entenderemos de toda a tecnologia, mas precisamos entender de pessoas

 **Camilo Barros**
24/03/2022 11h43

Nos últimos dias, as comunidades criativas e de inovação se reuniram presencialmente após longos dois anos para discutir o futuro no SXSW deste ano, que aconteceu semana passada, nos Estados Unidos.

Apesar de muito do que foi discutido de forma presencial nos levar a pensar em como viveremos digitalmente a partir de agora, o que fica como base de tudo é o nosso papel como humanos de assumir o protagonismo destas

artigos do nosso time sobre sxsw



Camilo Barros

Meio & Mensagem – [LINK](#)

“Estamos atendendo a um chamado e vivendo o primeiro reencontro”



Bárbara Bono

Update or Die – [LINK](#)

“SXSW 2022: um convite à vulnerabilidade”



João Baptista

Imagens de Marca – [LINK](#)

"Mantenham Austin estranho"



Bárbara Bono

Update or Die – [LINK](#)

“O futuro está da pele pra dentro”



Camilo Barros

Meio & Mensagem – [LINK](#)

“Mais do que online ou presencial, estamos falando de tecnologia e pessoas”



Camilo Barros

Meio & Mensagem – [LINK](#)

“Interoperabilidade”

artigos do nosso time sobre sxsw



Bárbara Bono

Update or Die - [LINK](#)

“E agora, o que a gente faz com tudo isso?”



Camilo Barros

Meio & Mensagem - [LINK](#)

“A inovação salva-vidas”



Camilo Barros

Meio & Mensagem - [LINK](#)

“Repercepção”



Camilo Barros

Meio & Mensagem - [LINK](#)

“O poder do conteúdo”



Camilo Barros

Meio & Mensagem - [LINK](#)

“O milestone de quem desenha os futuros
que desejamos”



Camilo Barros

UOL Economia - [LINK](#)

“Não entenderemos de toda a tecnologia,
mas precisamos entender de pessoas”

destaques dos headliners em 2022





**Será que as
pessoas nesta sala
e neste evento têm
o poder de mudar
o que está
acontecendo no
mundo?**

- Hugh Forrest CPO do SXSW -

**Fui uma das primeiras
3000 pessoas no Facebook
e não fiz nada sobre isso.
Também fui uma das
primeiras 3000 no
ClubHouse, fiz algo sobre
isso e mudei a minha vida.
O que você faria se fosse
uma das primeiras a
chegar na Web3?**

- Swan Sit -



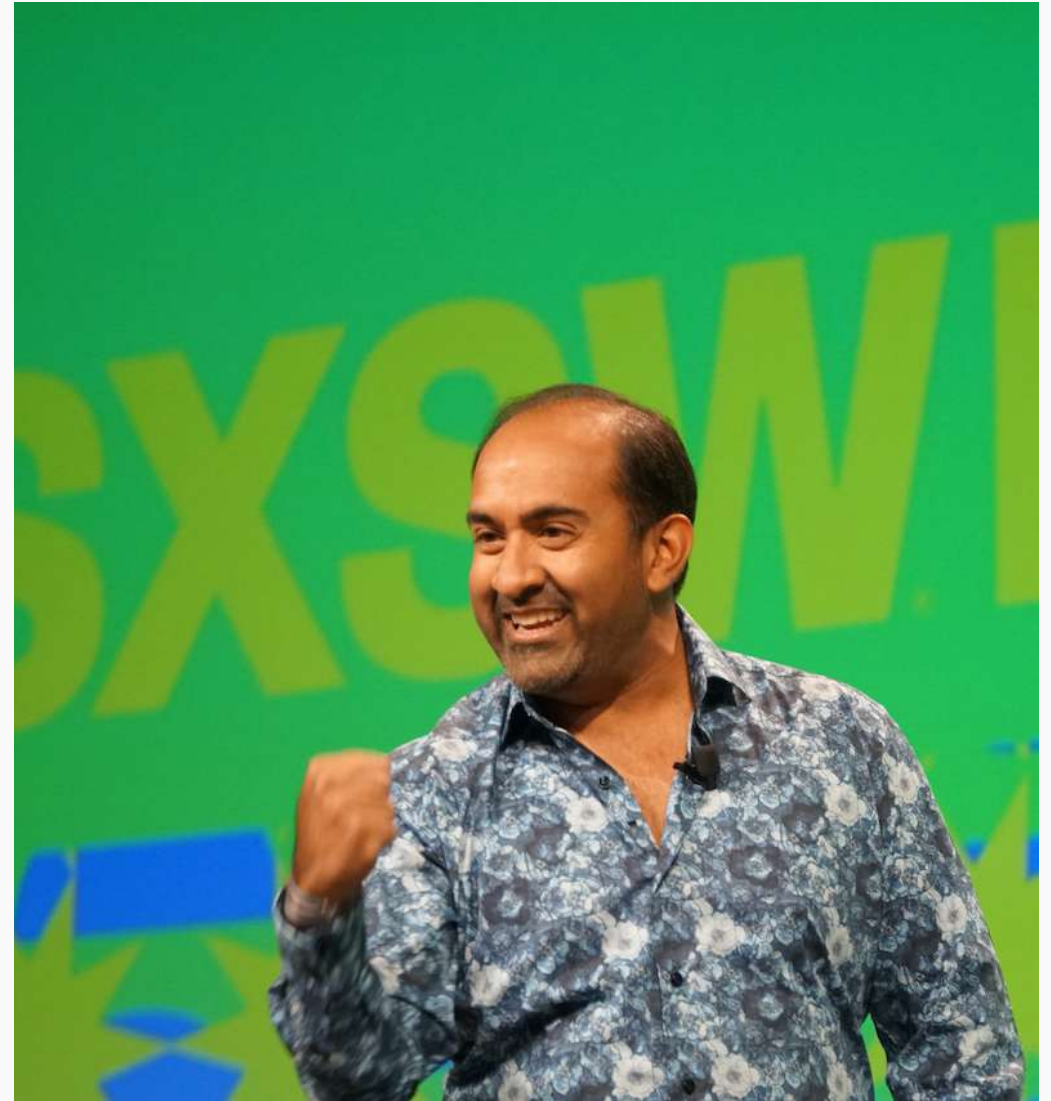


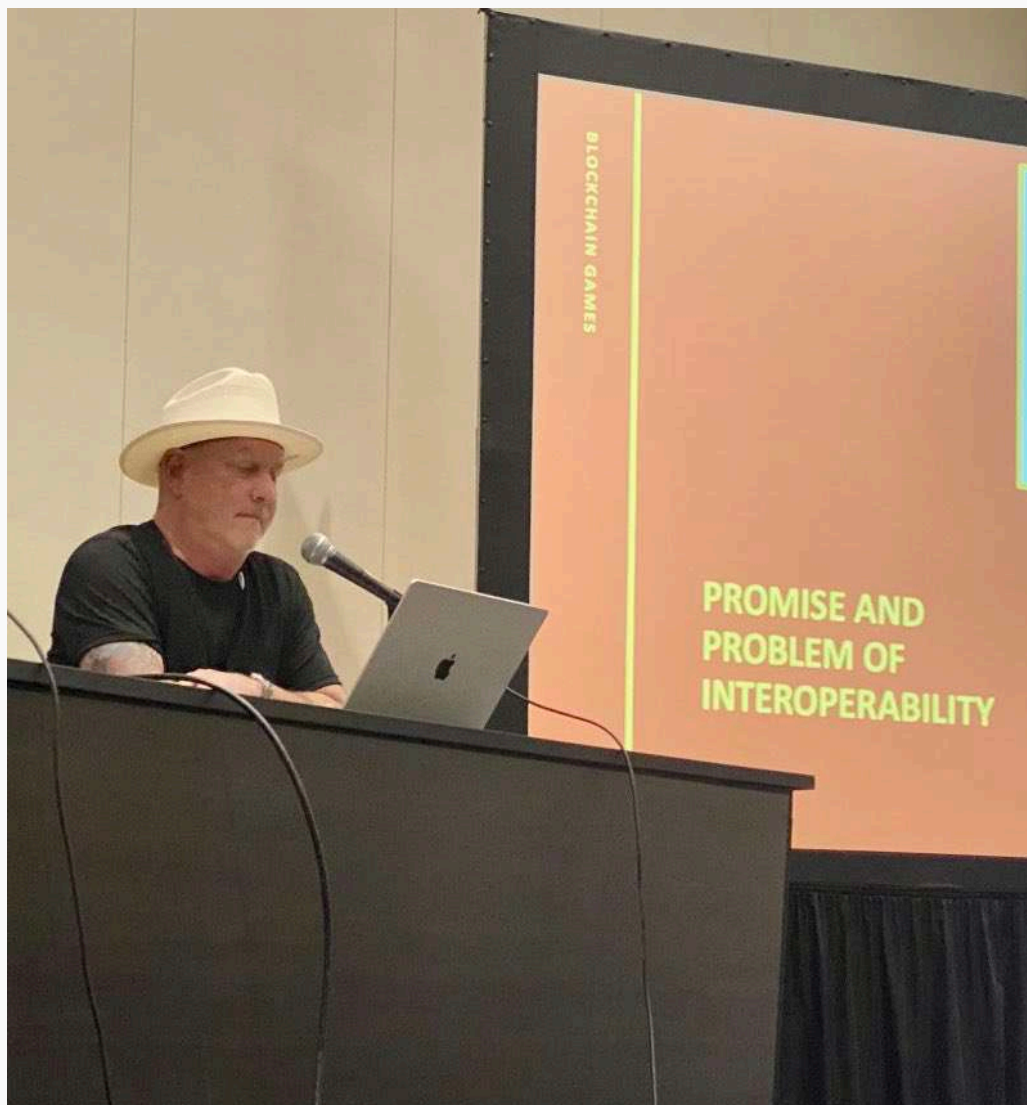
O futuro tende a chegar mais cedo do que você pensa. O Futuro pertence às pessoas que acreditam mais forte do que as outras.

– Mark Zuckerberg –

**As pessoas que
entendem de
pessoas
sempre
vencem.**

- Rohit Bhargava -





Gamers terem poder sobre os jogos é a maior evolução da história do mercado de games e a blockchain tornou isso possível.

– Mark Long –



Priya Parker

Priya Parker, autora de *The Art of Gathering*, palavra que nos custa para uma tradução em português que não diminua o seu significado pois vai além do momento do encontro, passa por micro-momentos de conexão que mexem com muita coisa em nossa estrutura. Hoje sabemos que precisamos tanto de estarmos conectados como de estarmos juntos, assim como hardware e software se completam.

Estamos enferrujados, mas agora damos mais valor aos encontros. Micro-conexões afetivas que se mesclam às virtuais, atos de generosidade e empatia, parece que saíram da nossa memória recente com essa ausência de encontros.

Voltar a aprender a estar junto de forma engajada e em sociedade. O que queremos guardar do que a pandemia trouxe, o que queremos largar de vez. Essa escolha é diferente de pessoa para pessoa. A experiência de ver novos rostos, e até mesmo os conhecidos é bom, mas é muito melhor ver os corpos além do corte de tela de um Zoom.

Scott Galloway

Galloway também considera que o mercado de turismo espacial "é ridículo e não faz o menor sentido", e projeta que a Amazon vai se tornar uma grande empresa de "health-care" no futuro.

"Acredito que o metaverso será mais parecido com o filme 'Her' do que com 'Matrix' ou 'Player One'. O metaverso vai estar mais nos nossos ouvidos do que na esfera visual. Há algo sobre o áudio que cria um nível de intimidade maior, e além disso já usamos airpods o tempo todo".

Sobre o episódio onde um homem levantou e fez mais do que uma pergunta. Pai de uma pessoa transgênero, ele fez uma crítica e um pedido: que ele não se vestisse mais de mulher, pois isso é ofensivo para a comunidade trans - que sofre tanto para ocupar os espaços e ganhar respeito da sociedade.

“Independentemente do que penso estar fazendo, reconheço que meu privilégio pode me fazer ignorar o impacto que você acabou de descrever. Eu quero dizer isso sinceramente. Eu não tinha pensado assim. Eu pensei como um homem heterossexual cisgênero, que eu poderia realmente estar ajudando quando fazia isso. Então deixe-me ir direto ao ponto. Acredito que você seja sincero, VOU PARAR".

0

3

Planned Parenthood Federation

Alexis McGill

“A questão do direito reprodutivo é sobre poder e controle, e não sobre a segurança dos procedimentos médicos e das mulheres. Infelizmente, ainda temos que pedir permissão de legisladores para tomar decisões sobre nossos corpos”

O 4

Aime Reggie Fils

Cabe à liderança a responsabilidade de estabelecer uma cultura inclusiva nas empresas. "Cultura em uma organização é o ar que os funcionários respiram. É a forma como as pessoas agem quando a gestão não está na sala. E isso é definido pela liderança". E não se trata apenas de estabelecer a inclusão e diversidade dentro da empresa, trata-se de garantir que a empresa vai servir à diversidade dos clientes que estão lá fora, diz Reggie.

Sobre Metaverso: "Eu não compro a ideia. Não acredito que a versão deles terá sucesso. Digo isso porque o Facebook não é uma empresa inovadora para além da rede social que criaram há muitos anos. Ou compraram coisas realmente interessantes, como a Oculus, como o Instagram, ou são seguidores rápidos de ideias de outras pessoas". Para serem inovadoras, as empresas precisam colocar os clientes em primeiro lugar, diz Reggie, ponderando que a Meta faz o contrário ao colocar a receita publicitária na frente.

O

Tristan Harris

Tristan Harris alertou para o cuidado com plataformas que carregam os mantras de “o poder esta na mão dos usuários”, “maximizamos a personalização” e “dar ao usuário o que ele quer”, “tecnologia é neutra”, pois há uma distância de pensamento entre o que achamos que quem tem ideais diferentes dos nossos pensam e o que eles realmente pensam e uma vez que a média por ser moderada produz menos conteúdo que os extremos, que por sua vez tem usado tecnologias como GPT-3 para produzir conteúdos em texto montando mentiras a partir de um conjunto de verdades, e isso tende a nos levar a um ambiente ainda mais polarizado e como consequente já sabemos onde esses distanciamento de ideais nos leva.

Vivemos em um momento onde funcionamos a partir de emoções paleolíticas, instituições medievais e em meio a tecnologias que se assemelham a Deus, como destacou Tristan Há uma lacuna de complexidade cada vez maior e a chave para fechá-la é a sabedoria, a medida que o mundo se torna mais complexo e a tecnologia cresce a um ritmo mais rápido, nossa capacidade de resposta não está combinando.

O

Amy Webb

“Precisamos redefinir o que é real”, esse foi o convite feito por Amy Webb.

Aquilo que antes conseguíamos separar como real e fake hoje já não é mais possível, dispomos de acesso a tecnologias que podem produzir um texto, não verdadeiro, a partir de verdades, assim como podemos criar seres através de biotecnologia que na concepção da palavra também não são verdadeiros, e nos trazem discussões éticas, sociais e religiosas.

Quando falamos inclusive dos nossos desejos pessoais, e nosso comportamento nas redes sociais, apresentamos diferentes versões de nós, dependendo da circunstância, seja naquilo que postamos nas redes sociais, como desejaríamos ser, e isso se intensificará ainda mais nos metaversos, onde poderemos ter os nossos gêmeos digitais que são aquilo que queremos ser, e isso será ou não verdadeiro?

"Não estou pedindo para vocês estarem prontos para tudo. Estou pedindo para vocês estarem prontos para qualquer coisa, especialmente se desafiar suas crenças mais profundas. Eu preciso que vocês comecem"

07

Pfizer

Dr. Albert Bourla

Dr. Albert relatou que foram meses de muita pressão de todos os setores, ele não representava somente a gigante farmacêutica, mas todo um setor. “Se a gente falhasse não era sobre mim e a Pfizer, era algo que impacta a vida em todos os setores da humanidade”.

Quando falamos de inovação, falamos do poder transformacional de nossas ações, falamos de impacto. Não há impacto maior nos últimos anos senão a vacina que venceu o vírus. Essa história será imortalizada, e o Dr. Albert ao lançar seu livro completou: "Todo mundo vai contar essa história e eu queria que a minha perspectiva não fosse esquecida. Queria contar o meu olhar sobre tudo que aconteceu".

Frances Haugen

Os 3 problemas com desinformação de acordo com FrancesHaugen:

- 1- A IA não é eficaz para cortar a desinformação, principalmente por causa desse padrão de engajamento natural;
- 2- soluções baseadas em conteúdo não se adaptam a um mundo linguisticamente diverso;
- 3- nos distrai de discutir soluções do mundo real.

A personalização da experiência não permite uma forte transparência sobre como a plataforma funciona Facebook/Meta dá mais alcance às ideias mais extremas”. A verificação de fatos de terceiros não nos salvou. A IA também não. Você tem que ter o humano lá dizendo 'isso não parece certo'.

Recomendações: “put a human in the loop” - Exigir que as pessoas cliquem nos links antes de compartilhar - Exigir que as pessoas copiem e colem em vez de um clique compartilhando novamente o conteúdo de 3º/4º grau 2 pequenas mudanças de UX garantem que as pessoas estejam fazendo escolhas para compartilhar é tão/mais eficaz do que verificadores de fatos de terceiros.

Não podemos desassociar os problemas do facebook de seu modelo econômico. Meta/FB dá margem para as ideias mais extremas porque te dá mais dinheiro. Ele tem as ferramentas para mudar isso, mas opta por não fazê-lo”.



"Sem fatos, você não pode ter verdade. Sem verdade, você não pode ter confiança. Sem confiança, não temos realidade compartilhada, nem democracia, e torna-se impossível lidar com os grandes problemas do nosso mundo: clima, coronavírus, batalha pela verdade" Maria Ressa, prêmio Nobel da paz - How to stand up to a dictator

Tecnologia, jornalismo e comunidade são os 3 pilares. 1) Estamos tentando proteger a tecnologia. 2) Estamos tentando ajudar a mídia independente a sobreviver – precisamos de verdade e fatos mais do que nunca. 3) Estamos construindo uma comunidade de ação que tentará defender os fatos.

Desinformation dentro da Rússia é um enorme desafio, tecnologicamente e psicologicamente. A mais difícil é a parte psicológica – como você comunica fatos para pessoas que não confiam em ninguém? Como você os ajuda a internalizar suas dúvidas?

10 Rohit Bhargava

“As pessoas que entendem as pessoas sempre vencem”

O bom líder é aquele que tem as perguntas certas e não somente as respostas.

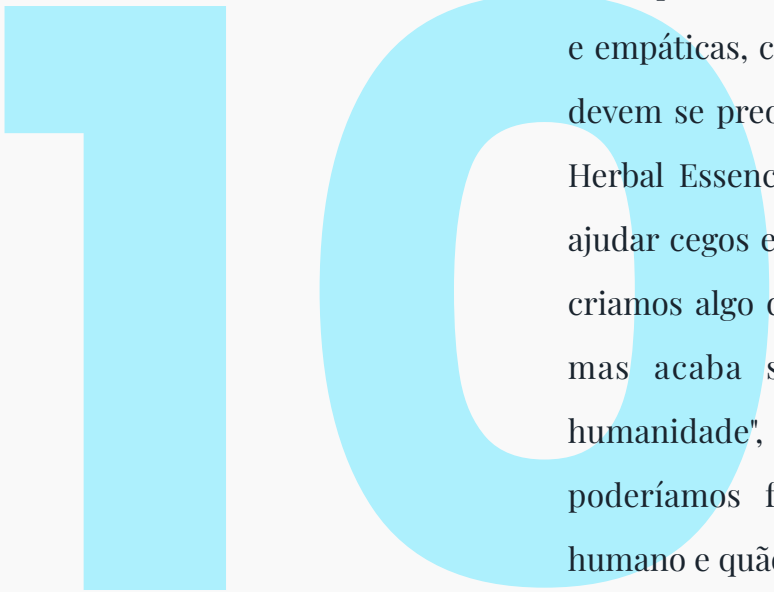
1. Amplified identity (Individualismo amplificado): teremos múltiplas personalidades a depender das plataformas nas quais interagiremos.

2. Ungendering (removendo o gênero de coisas que realmente não precisavam de gênero): Prima do genderless e do agênero, a ideia aqui é se esforçar para remover o preconceito de gênero, uma vez que a ampliação do debate sobre diversidade está mudando a maneira como vemos as pessoas. Já estamos sendo apresentados a roupas sem gênero, corredores de brinquedos infantis sem gênero, etc.

"Cada vez mais licenças e passaportes estão permitindo um X no campo de identificação de gênero", diz Bhargava.

3. Instant knowledge (Conhecimento instantâneo): conhecimento adquirido de forma rápida e acessível, em qualquer lugar, a qualquer hora, como nos vídeos de bricolagem do YouTube, nos sites de receita, e por aí vai.

4. Revivalism (Revivalismo): investir no retrô, inspirado pelo saudosismo dos consumidores, como forma de inspirar mais confiança. "Porque quando há muita tecnologia, quando há muita complexidade, temos o desejo de voltar para as coisas que conhecemos e nas quais confiamos", explica. Por isso as pessoas estão ouvindo música em vinil e CD. E a Kodak voltou a vender filmes para fotógrafos obstinados. Parece uma tendência antiga, mas está de volta!



5. Human Mode (Modo humano): humanização do consumo e dos produtos. Queremos a volta de experiências humanas e empáticas, como os caixas do supermercado. E as marcas devem se preocupar mais com todos. Os frascos de xampu Herbal Essences, por exemplo, têm linhas ou pontos para ajudar cegos e deficientes visuais a diferenciá-los. "Às vezes criamos algo que parece ser bom para um grupo pequeno, mas acaba sendo útil para todo mundo. E isso é humanidade", explicou Bhargava. "Quantas coisas mais poderíamos fazer com empatia? Adicionando o modo humano e quão melhor isso poderia ser?"

6. Attention Wealth (Riqueza da atenção): sua atenção é seu bem mais precioso. Muitas marcas estão tentando capturá-la, de muitas maneiras diferentes. "Fique atento ao que só quer roubar seu tempo. Separe o que importa do barulho", diz. E vale para as marcas: ofereça experiências que valham a atenção do seu cliente.

7. Purposeful profit (Lucro intencional): marcas e empresas devem pensar seriamente em como se posicionar para mostrar seus valores.

8. Data abundance (Abundância de dados): 90% dos dados do mundo foram criados nos últimos 2 anos. Há sessões inteiras no SXSW dedicadas a isso. O que precisamos fazer? Evitar a poluição de dados. Faça perguntas melhores para obter melhores insights.

9. Protective tech (Tecnologia de proteção): tecnologia a serviço das pessoas, prevendo e protegendo (ex: alerta de fraudes).

10. Flux commerce: é a ideia de que as linhas entre as indústrias estão começando a mudar. Muitas estão começando a olhar e trabalhar fora do seu core business, obtendo receitas em novas verticais. A Crayola, por exemplo, entrou no mercado de beleza pessoal, com uma linha de maquiagem, a Crayola Beauty. E a Taco Bell ingressou na hotelaria, customizando quartos de um hotel parceiro que cheiravam a... Taco Bell. Os fãs da marca adoraram.

Mark Zuckerberg

O futuro tende a chegar mais cedo do que você pensa e pertence às pessoas que acreditam mais forte do que as outras”

Mark Zuckerberg revelou que os NFTs estarão a venda no Instagram em um curto espaço de tempo, e ressaltou que a interoperabilidade é a chave para transportar esses nfts de um ambiente metaverso para outro. Você poderá comprar no Instagram e levar para outra plataforma, como um item seu, onde quer que esteja.

Neste contexto, a Meta tem uma vantagem competitiva, a experiência de construir relações sociais entre as pessoas, cruzando as 3 plataformas de maior uso social, e isso lhes confere expertise e vantagem de entender as forças motrizes desse novo espaço, e como os diferentes agentes poderão se interoperabilizar.

Tem muita coisa ainda a ser desenvolvida e estamos ainda longe de como isso tudo será, mas não é inventar algo novo, gradualmente todo este novo comportamento será introduzido nas plataformas pré-existentes, assim como neste novo universos que nos espera.

12 Neal Stephenson

Pai do termo metaverso, em 1992, no seu livro *Snow Crash*, justamente onde Neal Stephenson descreve justamente um futuro distópico dominado pela tecnologia, mas que minimizou o fato durante o seu talk no evento acreditando que estão banalizando o termo, e ninguém quer saber o que é o metaverso agora e sim onde ele estará daqui a alguns anos, Neal passaria sem comentar a palavra mais usada no evento se não fosse uma pergunta da audiência preferindo focar em uma cauda mais nobre como a crise climática e o nosso papel nela, base do livro “Termination Shock”.

Não se fala de futuro sem falar de clima. Precisamos mudar os nossos hábitos urgentemente, a captura de carbono vai levar mais 100 anos, será o maior projeto de engenharia da história da humanidade e precisa começar agora.



O que trouxemos na bagagem

Nossos pontos de vista.

a tecnologia está da pele para dentro

Esqueça o software, hora de olhar o hardware. O SXSW 2022 mostrou que o caminho é menos sobre a próxima grande inovação tecnológica e mais sobre a nossa condição humana de lidar hoje com tudo que já está aí.

Tudo de mais inovador, no fundo, está da nossa pele para dentro. Nós somos a principal tecnologia. Estamos por trás dos algoritmos, dos avatares do metaverso, das criações de NFT, das negociações em criptomoedas...

Em uma palavra – humanidade. Esteve por trás de todas as conversas no WebSummit Lisboa, e agora no SXSW. Os dois principais eventos do segmento no mundo, estão repetindo de forma escancarada, que está na hora de entendermos que, para seguir adiante, precisamos dar um passo para dentro. De forma ética, responsável e comunitária.

destaques:

“Precisamos desbloquear a inovação” (Sandy Carter);

“Se você acha difícil gerenciar suas senhas, imagine ter que gerenciar diferentes versões de você no metaverso” (Amy Webb);

“Precisamos moldar a tecnologia ou a tecnologia nos moldará como sociedade”;

“Ao invés de dar aos outros usuários o que eles querem, aprenda a respeitar as vulnerabilidades (...) A tecnologia tem que sair do lugar de neutra para apoiar a justiça” (Tristan Harris).

o chamado para a co-responsabilidade

Guerras, fake news, eleições, big techs, pandemia.

Não há nova tecnologia ou metaverso que fique de pé sem um olhar para a construção de uma tecnologia de base social. A serviço de, e para, as pessoas. A Web3 deixa claro que saímos de usuários para membros, ou seja, pertencemos e atuamos como parte co-criativa de tudo que está aí. Com isso, vem o chamado para além do conhecimento sobre a operação das ferramentas. O mundo pede mais que isso. Pede responsabilidade, um debate sério sobre leis que se apliquem globalmente, descentralização com regulação, diversidade ativa e não discursiva, e um convite à abrir a mente e começar de novo, fazer ser cool novamente.

Não é mais apenas sobre o saber técnico, mas é sobre a responsabilidade de construir junto, dando acesso a quem está à margem. Assumir compromissos – marcas, agências, plataformas, criadores, pessoas – é o único caminho possível.

destaques:

Swan Sit, especialista em escalar projetos de organizações para a Web3, “precisamos ser cool de novo. Mas o que é ser cool? É fazer ser legal, é fazer com que seja legal para todo mundo. Por exemplo, 81% das criptomoedas são do sexo masculino. Apenas 5% dos projetos de NFT são do sexo feminino”.

"O futuro do marketing é abrir a mente" (Swan Sit)

Re-percepção (Amy Webb) e distorção da percepção (Tristan Harris);

“Capitalismo construtivo”, que saiu da palestra que discutiu como o cultivo da cannabis e medicamentos psicodélicos podem inspirar e formar negócios éticos para além dessas indústrias

Geração paradoxo e o futuro do trabalho

A geração Z chega ao mercado de trabalho e provoca uma revolução. Há quem ache difícil a relação ou quem se inspire e os queira ao lado para desenhar a inovação. O fato é que não passam batidos. Ao mesmo tempo que são vistos como “melhor que as gerações anteriores em termos de empatia e tolerância (Brené Brown)”, também apontam muitos paradoxos como exemplos: serem vistos como os que mais pregam valores, mas são super consumistas, não aceitam erros e vão na vibe do cancelamento antes do diálogo; são anticapitalistas, mas não vivem sem a Amazon. Uma coisa bacana é que usam a rede social como extensão da auto expressão, e não como ferramenta.

Isso tudo foi pauta no painel “geração Z, Metaverso e o futuro do trabalho” entre outras tantos outros encontros que trouxeram aspectos geracionais. Outra coisa que impacta é que não focam em audiência, mas em comunidade e estão dispostos a pagar boletos, porém sem romantização do trabalho. Ou seja, todos esses aspectos mudam todos os acordos de relações como conhecemos e vivemos até aqui.

destaques:

“Os jovens são super tecnológicos, a questão é como conectá-los com os valores de suas origens” (Rebecca Hub);

The Great Resignation ou a grande demissão – ou seria negociação? – o movimento de milhões de jovens americanos que pediram demissão durante a pandemia ou que se negam a trabalhar dentro dos acordos atuais de subserviços, uma vez que hoje podem ser criadores, influenciadores e ganharem dinheiro com isso. Apresentam o impactando na revisão de comportamento em relação ao que entendemos como modelo de trabalho;

Há estudantes de tecnologia que se negam a trabalhar na Meta (Tristan Herris)

narrativa é ciência

Desde que o mundo é mundo que contar histórias faz parte das nossas vidas. Vivemos num mundo feito de narrativa. Há empresas que já possuem um COS - Chief of Storytelling - duplando com o Chief of Technology.

O mundo hoje, mais do que nunca, é feito de narrativa, e a indústria do entretenimento é a que mais consegue criar narrativa. Com isso, marcas que circulam pelo entretenimento irão se conectar mais com as pessoas que querem se sentir parte da expressão e das experiências promovidas por essas marcas.

Num mundo onde não queremos ser interrompidos pela propaganda e até pagamos por isso, o conceito que permanece passa menos pela audiência, e mais pela consideração. Quem considera e faz parte daquilo que você cria?

destaques:

Rohit Bhargava pontuou nas suas tendências uma questão importante para quem trabalha com linguagem: “Ungendering ou não-gênero: como rever todo tipo de viés de gênero e oferecer formas plurais de expressão”.

"Minority owned media, black owned media companies trazem distribuição, penetração, mais audiência e escala" - Christian Juhl (CEO Global GrupoM)

"Creative labs produzem owned media muito legais. Apoiar a criação de branded content a partir dos criadores desse novos conteúdos é um caminho que gera retorno. Branded content é o caminho para apoiar novos negócios, vozes e conversas" - Christian Juhl (CEO Global GrupoM)

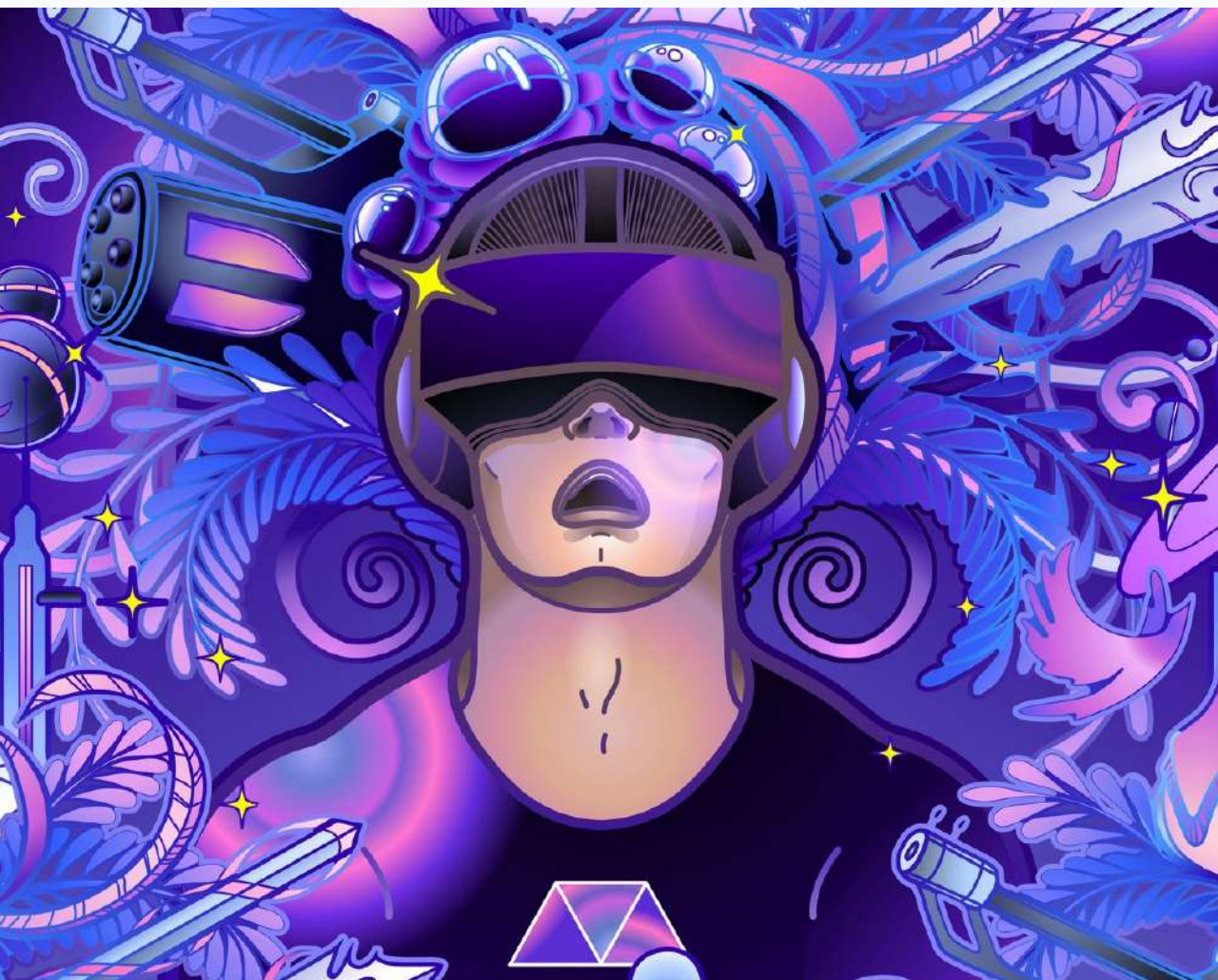
"A democracia está em perigo. Precisamos investir no jornalismo ético e de qualidade. As marcas trazem sustentabilidade ao negócio da informação".
Christian Juhl (CEO Global GrupoM)

o próximo capítulo da internet



web3
metaverso
nft's





Metaverso

A grande dúvida da humanidade no momento atual.

Metaverso, que nos parece certo que será de fato o novo mundo onde viveremos, mas não nos parece ser o que nos dizem que é hoje. O que ainda queremos entender é o que ele de fato será, e ainda não estamos preparados para isso. Por exemplo, sempre questionamos “os donos da mídia” como é hoje, mas nenhuma discussão sobre esse novo universo nos tirava a pergunta de “quem regula esse novo universo?”. Ou seja, será que como pessoas, estamos preparados para isso ou precisamos re-perceber as coisas?

5 dicas para sua marca ter sucesso no metaverso

1 Dando valor para fãs e usuários leais

- Passes de acesso a comunidade
- Ingressos para concertos particulares
- Voucher e descontos para e-commerce
- Sorteios de NFTs

2 Recompense os usuários por suas contribuições

- Modelo PLAY TO EARN
- Capacite os jogadores para monetizar tempo passado no Metaverso
- Economia circular
- Premie participantes por sua contribuição

Abrace a cultura NFT

+ 1MM interações de mídia social

Incentive os usuários no modelo

FREELY BUY & SELL FULLY

Tenha In-game itens

Esgote coleções em minutos!

Ofereça benefício monetários aos jogadores

3 Incentive conteúdo gerado por usuários

Deixe os fãs criar, recriar e misturar com seus ativos de marca, IP e NFT.

Envolve a sua comunidade e co-crie novas experiências de marca que ampliem o seu ecossistema

4 Libere sua criatividade

Ofereça experiências imersivas que envolva os fãs e aprofunde a afinidade com a sua marca

de shows ao vivo a parques temáticos

Florestas encantadas e muito mais

Tudo é possível nas regras da imaginação do Metaverso



Interoperabilidade

Muito tem se discutido sobre o metaverso, é justamente a questão de você ter que escolher o seu universo é umas das barreiras de evolução. O grande desafio é como você poderá transitar entre os diferentes universos sem perder a sua identidade. Em um mundo cada vez mais conectado, e com plataformas diversas o desafio é como nós usuários de tudo isso podemos saltar de um lugar para outro levando nosso rastro e sendo possível interagir da mesma forma em diferentes contextos e ambientes.

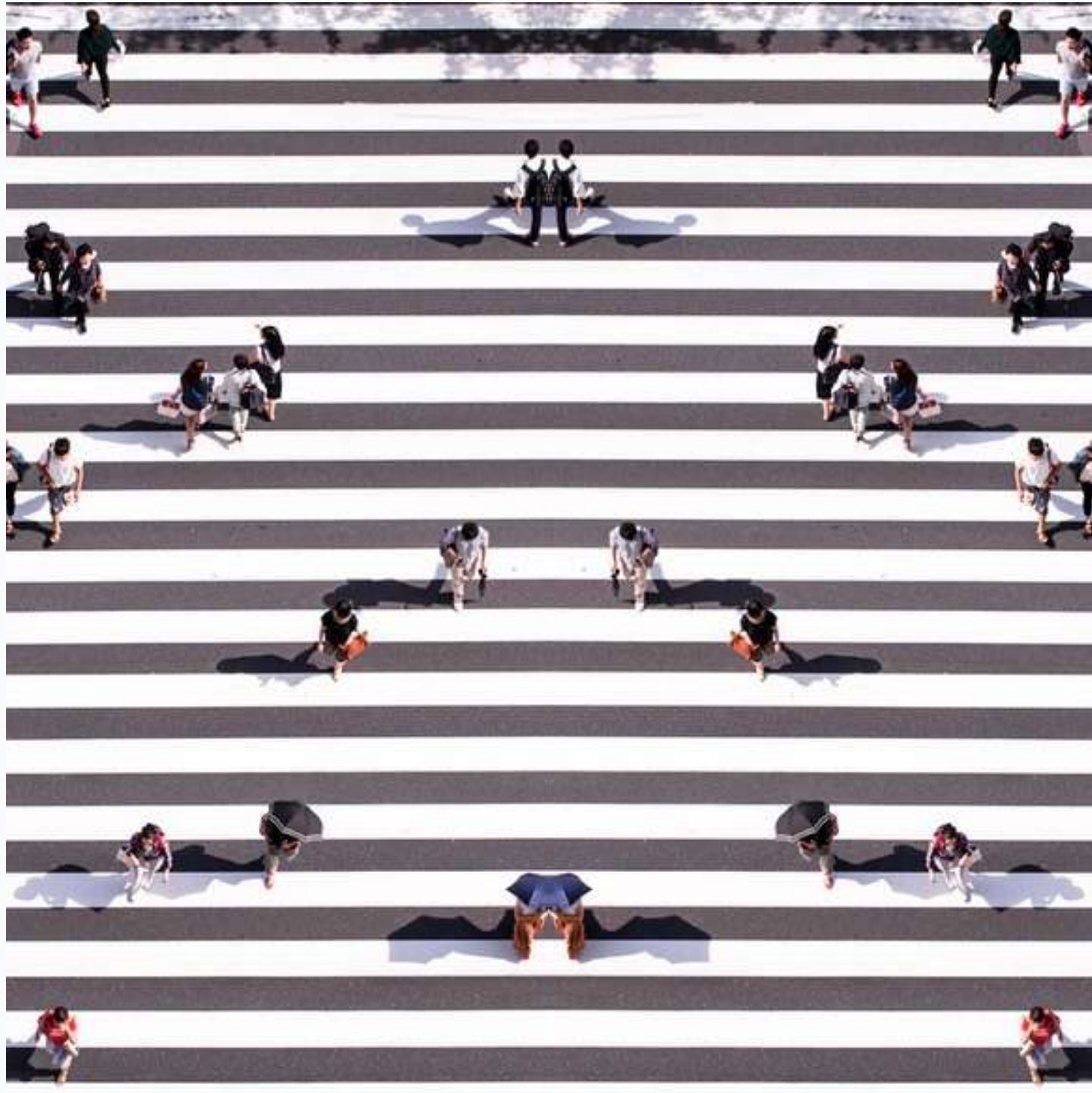
Algumas marcas têm saído na frente desta corrida, e além das tradicionais “digital natives”, Gucci, Adidas, Nike, entre outras tem se destacado na integração entre o virtual e o real.

Web3

A Web3 é sobre transparência. A Web3 é sobre interoperabilidade e confiança". Se a web1.0 era descoberta, a web2.0 era social media, a web 3 é sobre descentralização em tudo aquilo que a compõe. A grande diferença é ser um membro, de preferência ativo, e não apenas um usuário.

Ainda estamos vivendo uma fase de experimentação, mas a tendência de descentralização veio pra ficar.

Há ainda muito a vigiar, o que nos apontam como uma descentralização por conta das novas tecnologias, como a Web 3, guarde aí o termo DAO – organização autônoma descentralizadas, que traz como promessa que as DAOs não precisam de uma autoridade central. Em vez disso, o grupo toma decisões coletivamente, ou seja é uma organização representada por regras codificadas e controlada por seus membros. Nos parece uma evolução gigante, mas se não fizermos parte e agirmos coletivamente, como pessoas, essa promessa pode ser simplesmente uma re-centralização, ou seja, a troca de poder. Os atuais tecnocratas serão apenas substituídos por novos que terão papéis mais ativos e estarão melhores preparados para esse novo cenário.





Web3

Outro termo que nos chega é o Decentralized Social Blockchain ou simplesmente, o DeSO, que é fundamentalmente um protocolo aberto que o mundo inteiro pode construir de forma colaborativa, o que acreditamos que acabará criando ainda mais maneiras de desbloquear o verdadeiro potencial dos criadores e que trará competição e inovação de volta às mídias sociais. Nos parece a salvação dos problemas atuais onde as próprias mídias sociais, através de pessoas, são agentes de um mundo posto em risco por polarização, disputas ideológicas alimentadas por fake news e desinformação, mas já vemos casos onde as próprias criptos, moedas deste novo ambiente, sofrem influência de pessoas poderosas, utilizando as redes como são atualmente, por exemplo Elon Musk, que com um simples comentário no Twitter ou no Reddit pode colocar em colapso ou mesmo apenas beneficiar os seus seguidores no sistema financeiro, aqui entra um termo semelhante, anota aí, DeFi, Decentralized Finance, ou seja um sistema financeiro descentralizado.

“Se você está vendendo um #NFT, a primeira venda não é a venda difícil. É a segunda venda. É isso que sustenta a economia da comunidade.”

Mark Cuban no painel
Predicting the future of
entertainment



NFTs

Tokens não fungíveis, que são a digitalização e criação de identidade única de assets, não serão o que temos hoje, e também não serão artes, serão sim um dos principais modelos de receitas possíveis dentro do Metaverso.

Hoje existe uma bolha que comercializa jpegs e gifs superfaturados, mas estamos falando em modelos mais complexos, ou mesmo de um artista poder compartilhar o direito autorial da sua música a quem de forma autônoma o financiar, e aposta no seu sucesso por exemplo, correndo junto o risco.

Neste caso os fãs o farão para ter benefícios com seus ídolos, mas o modelo pode ir muito além do que isso, mas antes vai passar por uma provável banalização em massa ao estar disponível para compra no Instagram por exemplo.



Games
Crypto
Blockchain



**Estamos
mais
“on”
que
nunca**

Games

Joost van Dreunen

Se pensarmos no 'Wordle', alguém estava apenas fazendo um jogo divertido, compartilhando com amigos, até que o jogo decolou até o New York Times adquiri-lo. Os jogos são algo que fazemos para compartilhar, o tecido social é o que os torna emocionantes"

O metaverso ainda não é algo conjunto e sim ações isoladas dos big players. O ideal era ir de um mundo para o outro, mas isso ainda não é possível.

Game não é nicho, todo mundo tem intuição de jogar, contra alguém ou não, em qualquer idade, por isso é um indústria tão grande em possibilidades.

Os investimentos em game são gigantes, essas indústrias precisam estar preparadas para a Web3 pois o crescimento das transações em blockchain é exponencial



Sarah Bond da Xbox, imagina que hoje você escolhe a sua plataforma de games, um console por exemplo, e depende deste device para poder jogar, colocando acesso como condicional de quando desejar, com a interoperabilidade você poderá jogar o mesmo jogo e usar seus skins em plataformas distintas, quando quiser Empatia realmente é a combinação de proximidade, colaboração e ação. Proximidade é exposição, acesso e familiaridade com pessoas e ideias Colaboração é trabalhar para e com aqueles que tinham outros objetivos mas você trouxe para ter as duas visões juntas. Você pode amplificar a união e a alegria quando joga juntos. Criando empatia podemos pensar e fazer coisas mágicas. Nós capacitamos todos que desejam criar. Estamos jogando juntos e construindo empatia para toda a humanidade. Se fizermos isso vamos construir um mundo melhor do que esse que estamos.

“Gamers terem poder sobre os jogos é a maior evolução do mercado de game, e que blockchain tornou possível.” Mark Long

o futuro do sexo ou metaverso da intimidade?

Beijo na boca é coisa do passado, agora a moda é digisex. Enquanto lidamos com uma sociedade que não suporta falar abertamente sobre relações sexuais, mas que pressiona mulheres para terem filhos; que abomina vulgaridade, mas assiste pornô escondida, os painéis sobre futuro do sexo vêm para nos dar um panorama otimista (mas preocupante!) sobre o que vem aí até 2050. Jovens começam a perceber que praticar sexo é muito arriscado(!), não só pelo risco de transmissão de doenças, mas também pelo risco de gravidez e má performance com o(a) parceiro(a). Isso, unido à ascensão dos relacionamentos online e à distância, nos leva a uma solução mais segura: a tecnologia pode viabilizar relações humanas mais prazerosas, personalizadas e infalíveis. Será? Há quem diga, inclusive, sobre a possibilidade até de concepção de bebês de forma remota, utilizando novas ciências de reprodução assistida.

“É importante pensar sobre educação sexual básica antes de pensar no futuro do sexo online.”

Lex Gillon, CEO da Modality Group



“Em 2028, cerca de 50% dos jovens terão tido a experiência de relacionamento amoroso à distância, e um quarto terão vivido experiências sexuais pelo meio digital.”

Rocio Pelayo, fundadora da Hablemos SexTech



disrupção de valores, não só de tecnologias

Diálogos futuristas escancaram a tecnologia como viabilizadora do conforto, do prazer e da certeza, e a pergunta com a qual nos deparamos é: quem tem acesso a ela? No centro dos principais painéis sobre digisex, vimos discussões sobre prazer feminino e acessibilidade sexual para diferentes corpos. Com a possibilidade de atores e atrizes pornôns criados artificialmente, avatares sexuais online e experiências imersivas em VR, é fundamental nos mantermos críticos e vigilantes com novas tecnologias, a fim de evitar reforçar padrões violentos ou degradantes de sexo. Essa é a chance de nos perguntarmos para quem, de fato, é feito o futuro, e tomarmos as rédeas desse desenvolvimento, criando uma nova cultura sexual inclusiva, aberta e digna para todos.

“Nós literalmente construímos foguetes antes de mapear toda a anatomia da vulva.”

Shadeen Francis, terapeuta na The People's Therapy Group

“Vergonha pode apenas existir enquanto houver silêncio.”

Lilly Sparks, founder e CEO da AfterGlow

Esse tópico contou com a contribuição de Giovanna Ribeiro, participante da missão IFTMRW

e agora?



Ética em tudo:

Princípios em tudo, principalmente para o que sai do campo do indivíduo e vai para o coletivo.

Decodifique a informação:

Faça expandir, circular de forma que todos entendam e que seja acessível para a maioria. Nada é óbvio, vivemos um momento de quebra de percepção e precisamos decodificar e dar acesso à informação

Diversidade aplicável :

Já sabemos, entendemos e vimos que não há resultado sem. O convite é para aplicação e revisão das estruturas para que abracem de fato a diversidade.

Alerta para o amanhã:

Não temos mais tempo, precisamos construir hoje a relação que queremos ter com as pessoas, com o trabalho, com a política, com a tecnologia, com o planeta. É o ponto de virada de tudo, ao mesmo tempo. O amanhã já chegou, ou atuamos agora ou atuamos agora.

acionáveis

E agora, o que fazer com tudo isso?

Destacamos aqui alguns

compromissos/ações/
provocações para que

você não guarde esse
material na gaveta

digital, mas use esses
insights para aplicar

amanhã a mudança que
você quer ver já. Vamos
nessa?



recursos e materiais de apoio

Como a colaboração é um dos
motes do SXSW, grande parte dos
palestrantes têm material de apoio
que partilham gentilmente e
pedem para partilhar.
Por isso “spread the word”.



Amy Webb
“FTI - Tech Trends 2022”



Pryia Parker
“The New Rules of Gathering”



Rohit Bhargava
Non-Obvious news



Maeda
“Resilience Report”



Fjord
Trends 2022



Tristan Harris
Curso

recursos e materiais de apoio

Como a colaboração é um dos motes do SXSW, grande parte dos palestrantes têm material de apoio que partilham gentilmente e pedem para partilhar. Por isso “spread the word”.



Pfizer
Livro “Moonshot”



Amy Webb
Livro “The Genesis Machine”



Neal Stephenson
Livro “Termination Shock”



Reggie Fils-Aimé
“Disrupting the Game”



Séries e Documentários

FOMO - Fear of Missing Out

“Medo de estar perdendo algo”.

Descrita pela primeira vez em 2000 por Dan Herman, o fomo é o medo de que outras pessoas tenham boas experiências que você não tem. No SXSW, com tanto conteúdo ao mesmo tempo, é sobre querer ver tudo, saber de tudo e não conseguir.

JOMO - Joy of Missing Out

"Alegria de ficar de fora". Uma resposta contra-cultural à necessidade de estar conectado o tempo inteiro, estar por dentro de tudo e acompanhar tudo. Não precisamos experimentar tudo.

Realidades Imersivas ou Metaverso

É uma tecnologia a partir da qual é criado um ambiente virtual no qual os sentidos humanos são simulados, de modo que a interação entre o usuário e esse ambiente se aproxima de uma atividade no mundo “real”.

Interoperabilidade

Se refere à capacidade de diversos sistemas e organizações trabalharem em conjunto (interoperar) de modo a garantir que pessoas, organizações e sistemas computacionais interajam para trocar informações de maneira eficaz e eficiente.

Emergência climática

Ninguém fala mais sobre mudança climática. Já temos uma nova realidade em relação à temática do clima.

Re-percepção

Re-percepção é a habilidade de termos consciência dos “white spaces”. Coisas que passam despercebidas aos olhos dos outros. Lembrar de questionar as percepções sobre como funciona um negócio ou qualquer coisa. Conceito apresentado por Amy Webb – “Precisaremos redefinir o que é real”

Blockchain

Rede de verificação de transações digitais em criptomoedas. Blockchain é um banco de dados distribuído que teve seu primeiro destaque como base de funcionamento do bitcoin. Blockchain é, portanto, um livro-razão público que é composto por duas partes: uma rede peer-to-peer e um banco de dados distribuído descentralizado.

Web3

Um nova fase da internet ou a Web Descentralizada. Dados descentralizados, tudo em nuvem, agilidade, uma nova forma de nos relacionarmos e construirmos a internet. Uma volta à essência do que era a internet antes das grandes Big Techs. O termo Web3 foi cunhado em 2014 pelo britânico Gavin Wood, cofundador da criptomoeda ethereum, ao lado russo-canadense Vitalik Buterin.

glossário

DAO

Uma organização autônoma descentralizada (DAO), às vezes chamada de corporação autônoma descentralizada (DAC), é uma organização representada por regras codificadas como um programa de computador transparente, controlado pelos membros da organização e não influenciado por um governo central, em outras palavras, são comunidades pertencentes a membros sem liderança centralizada. O registro de transações financeiras e as regras do programa de um DAO são mantidos em uma blockchain.

DeSo

As redes sociais descentralizadas operam em servidores executados de forma independente, em vez de em um servidor centralizado de propriedade de uma empresa.

DeFi

É a abreviação de decentralized finance, termo em inglês para finanças descentralizadas. Esse ecossistema surgiu em 2015 com uma premissa bastante parecida com a do bitcoin — moeda digital que pretende descentralizar o dinheiro e as transações monetárias —, mas seu foco são os serviços financeiros.

NFT

É a sigla para non-fungible token, ou token não fungível, um ativo criado a partir da tecnologia blockchain que serve como identidade digital de um item. O NFT assegura a autenticidade daquele item, que é único. Ou seja, o ativo garante a posse de um bem exclusivo, que nenhuma outra pessoa tem.

Desinformation

Desinformação significa informações falsas, criadas deliberadamente para prejudicar uma pessoa, grupo social, organização ou país.

Misinformation

Significa informação errada, informações falsas, mas que não foram criadas com a intenção de causar prejuízo.

Mal-Information

Informação maliciosa é informação baseada na realidade, usada para impor prejuízos a uma pessoa, organização ou país

SXSW report word cloud



próximas missões

Vamos fazer parte do amanhã.

Cannes Lions - 20 a 24 de junho 2022

Web Summit Lisboa - 1 a 4 de novembro 2022

SXSW 2023 - **Ultra Early Bird** - 10 a 17 março 2023





Obrigado.

em parceria com:

ABEDESIGN

oferecido por:

vidmob



@if_tmrw



@iftmrw



missaoSXSW2022@iftomorrow.institute